

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

П о я с н ю в а л ь н а з а п и с к а

до дипломної роботи

М А Г І С Т Р

(освітньо-кваліфікаційний рівень)

на тему: "Формування асортиментної політики у зовнішньоекономічній діяльності підприємства"

Виконала: студентка 2 року навчання,

групи 8.06.07.12.01,

спеціальності 8.03050301 "Міжнародна економіка"

Чистякова А.О.

Керівник: к.е.н., доцент Вовк В.А.

Рецензент: к.е.н., доцент Шевченко М.М.

Харків – 2014 рік

РЕФЕРАТ

Сучасні глобалізаційні економічні процеси, проблеми інтеграції України у світову систему господарювання, зростаючий конкурентний натиск потребують якісно нових підходів до управління підприємством та формування адекватної асортиментної політики.

Всі підприємства намагаються завчасно потурбуватись про визначення різноманітності товарного виробництва та його асортименту. Товарну політику всіх фірм визначає сформований асортимент товарів.

Поняття «асортимент» характеризує склад товарної маси, що реалізується підприємством та являє собою повний перелік товарів у розрізі груп, видів, різновидів, артикулів та інших якісних відмінних ознак.

Формування асортиментної політики підприємства спрямоване на найбільш повне задоволення попиту споживачів та забезпечення умов для прибуткової діяльності підприємства.

Для висвітлення питань формування асортиментної політики був здійснений огляд праць вітчизняних і зарубіжних авторів. Більшість з них досліджують проблему формування продуктового асортименту підприємства та вирішують її з врахуванням окремих функціональних аспектів менеджменту. Так, в працях зарубіжних і вітчизняних дослідників стратегічного менеджменту і маркетингу (І. Ансоф, Ж. Ламбен, Н. Куденко, С. Гаркавенко та ін.) висвітлюються підходи до формування стратегічного портфеля підприємства, в дослідженнях вчених радянського періоду (В. Данилин, М. Дарбинян, Л. Полонська та ін.) добре розроблені моделі, які використовуються на тактичному рівні управління при формуванні виробничої програми.

У даній дипломній роботі об'єктом є асортиментна політика підприємства ТОВ «Уніплит».

Предметом дослідження виступають теоретичні положення та інструментарій формування змін асортиментної політики підприємства, що є суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності.

Метою дипломної роботи є формування ефективної асортиментної політики ТОВ «Уніплит», на підставі адаптації результатів господарського, фінансового та спеціального, маркетингового аналізу підприємства.

Для досягнення мети дипломної роботи були поставлені та вирішені наступні задачі:

- а) розглянути зміст поняття «асортимент», як складової товарної політики підприємства;
- б) розглянути аспекти управління товарним асортиментом;
- в) проаналізувати основні методи формування товарного асортименту підприємства;
- г) зробити аналіз фінансового та економічного стану підприємства;
- д) провести маркетинговий аналіз та аналіз структури збуту;
- е) розробити заходи щодо формування оновленої асортиментної політики підприємства
- ж) дослідити поточний асортимент та оцінити очікувану ефективність змін до нього.

У ході дослідження використовувалися загальнонаукові і спеціальні методи, такі як статистичні та методи динамічних порівнянь, портфельний аналіз, матричні методи вибору стратегії, методи експертних оцінок.