

## Реферат

Дипломная работа – 105с., 20 рис., 25 табл., 45 источников, 13прил.

### ВОДКА, КЛАССИФИКАЦИЯ, ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ СВОЙСТВА, ПРОИЗВОДИТЕЛИ ВОДКИ, ОТДЕЛ ПРЯМЫХ ПРОДАЖ, ОПТИМИЗАЦИЯ АССОРТИМЕНТА, ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРА, ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ, РАЗВИТИЕ ТОРГОВОГО АССОРТИМЕНТА

Цель дипломной работы – изучение современного состояния фирменной торговли водкой белорусского производства, проведение комплексной товароведной экспертизы, предложение мероприятий по продвижению современного ассортимента водки ОАО «Климовичский ЛВЗ».

В процессе работы проводились исследования по анализу товарного рынка, изучению современных тенденций развития ассортимента, изучению организации работы с поставщиками, анализу рациональности торгового ассортимента, экономическому анализу, анализу финансового состояния, изучению предпочтений потребителей, экспертизе качества.

В результате обобщена и систематизирована информация об основных направлениях развития рынка и ассортимента. Дана оценка экономических показателей с акцентом на предмет экспериментальных исследований, а также товароведная характеристика и экспертиза водки отечественного производства. Разработаны рекомендации по развитию и оптимизации ассортимента.

Разработано и предложено для включения в практику работы: четыре основные стратегии продвижения водки и алкогольной продукции брендов Климовичского ЛВЗ. План работы по продвижению водки (из четырех этапов). В рамках этого плана: планограмма витрины образцов продукции для оптовой продажи через отдел; продвижение идеи изготовления продукции с нанесением логотипа, торгового знака заказчика; дополнения в должностную инструкцию специалиста по продажам отдела; условия проведения дегустации; пакет документов для проведения дегустации.

Степень внедрения – результаты исследования запланировано внедрить в торговый процесс отдела прямых продаж Климовичского ЛВЗ.

Область применения: оптовая и розничная торговля.

Значимость работы заключается в возможности использования результатов исследования отдела прямых продаж Климовичского ЛВЗ с целью развития и продвижения целевого ассортимента отечественной водки.

*Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние объекта практики, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.*

## Рэферат

Дыпломная работа – 105 с., 20 мал., 25 табл., 45 крыніц, 13 прыкл.

### ГАРЭЛКА, КЛАСІФІКАЦЫЯ, СПАЖЫВЕЦКІЯ ЎЛАСЦІВАСЦІ, ВЫТВОРЦЫ ГАРЭЛКІ, АДДЗЕЛ ПРАМЫХ ПРОДАЖАЎ, АПТЫМІЗАЦЫЯ АСАРТЫМЕНТУ, ПАСОЎВАННЕ ТАВАРУ, ЭКАНАМІЧНЫ АНАЛІЗ, РАЗВІЦЦЁ ГАНДЛЁВАГА АСАРТЫМЕНТУ

Мэта дыпломнай работы – вывучэнне сучаснага стану фірмавага гандлю гарэлкай беларускай вытворчасці, правядзенне комплекснай таваразнаўчай экспертызы, прапанова мерапрыемстваў па пасоўванні сучаснага асартыменту гарэлкі ААТ «Клімавіцкі ЛГЗ».

Падчас работы праводзіліся даследаванні па аналізе таварнага рынку, вывучэнню сучасных тэндэнцый развіцця асартыменту, вывучэнню арганізацыі работы з пастаўшчыкамі, аналізу рацыянальнасці гандлёвага асартыменту, эканамічнаму аналізу, аналізу фінансавага стану, вывучэнню пераваг спажыўцоў, экспертызе якасці.

У выніку абагульнена і сістэматызавана інфармацыя пра асноўныя напрамкі развіцця рынку і асартыменту. Дадзена ацэнка эканамічных паказчыкаў з акцэнтам на прадмет эксперыментальных даследаванняў, а таксама таваразнаўчая характарыстыка і экспертыза гарэлкі айчыннай вытворчасці. Распрацаваны рэкамендацыі па развіцці і аптымізацыі асартыменту.

Распрацавана і прапанавана для ўключэння ў практыку работы: чатыры асноўныя стратэгіі пасоўвання гарэлкі і алкагольнай прадукцыі брэндаў Клімавіцкага ЛГЗ. План работы па пасоўванні гарэлкі (з чатырох этапаў). У рамках гэтага плану: планаграма вітрыны ўзораў прадукцыі для аптовага продажу праз аддзел; пасоўванне ідэі выраба прадукцыі з нанясеннем лагатыпа, гандлёвага знака замоўцы; дадаткі ў службовую інструкцыю адмыслоўца па продажах аддзелу; умовы правядзення дэгустацыі; пакет дакументаў для правядзення дэгустацыі.

Ступень укаранення – вынікі даследавання запланавана ўкараніць у гандлёвы працэс аддзела прамых продажаў Клімавіцкага ЛГЗ.

Вобласць ужывання: аптовы і рознічны гандаль.

Значнасць работы складаецца ў магчымасці выкарыстання вынікаў даследавання аддзела прамых продажаў Клімавіцкага ЛГЗ з мэтай развіцця і пасоўвання мэтавага асартыменту айчыннай гарэлкі.

*Аўтар работы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан аб'екта практыкі, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя становішчы і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.*

## Содержание

Введение	6
1 Аналитический обзор литературы. Современный рынок водки	8
1.1 Развитие товарного рынка водки на современном этапе	8
1.2 Характеристика потребительских свойств, качества и безопасности водки	19
1.3 Особенности организации торговли алкогольной продукцией	34
1.4 Организация фирменной торговли, продвижение торговой марки алкогольной продукции (на примере водки)	38
2 Объекты и методы исследования	43
2.1 Объекты исследования	43
2.2 Предметы практического анализа и экспериментальных исследований	45
2.3 Методы исследования	46
3 Торгово-экономический раздел (на примере ОАО «Климовичский ЛВЗ», отдел прямых продаж по Могилеву)	47
3.1 Описание системы организации, номенклатура и содержание нормативной документации по охране труда в объекте практики	47
3.2 Анализ экономических показателей хозяйственной деятельности	51
3.2.1 Анализ оптового товарооборота по общему объему и ассортиментной структуре	51
3.2.2 Анализ товарных запасов и товарооборачиваемости	54
3.2.3 Анализ торговых расходов	56
3.2.4 Анализ финансовых результатов	60
3.3 Организация фирменной торговли водкой и характеристика ассортимента	63
3.3.1 Организация оптовой торговли в отделе прямых продаж	63
3.3.2 Анализ торгового фирменного ассортимента	70
4 Товароведно-экспертный раздел. Комплексная экспертиза качества отечественной водки	75
4.1 Обоснование образцов для исследования	75
4.2 Проведение экспертного органолептического анализа водки	78
4.3 Экспертиза физико-химических показателей и показателей безопасности	84
5 Разработка мероприятий по продвижению современного ассортимента водки ОАО «Климовичский ЛВЗ»	90
Заключение	98

					ДР1-25 01 09625СО			
<i>Изм.</i>	<i>Лист</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Подпись</i>	<i>Дата</i>	Развитие товарного рынка и продвижение современного ассортимента водки отечественного производства (на примере ОАО «Климовичский ЛВЗ», отдел прямых продаж по Могилеву)	<i>Лит.</i>	<i>Лист</i>	<i>Листов</i>
<i>Разраб.</i>	Кабачкова						4	147
<i>Пров.</i>	Евдохова							
<i>Рецензент</i>								
<i>Н.контр</i>	Стасевич					МГУП, гр. ТЭЗ-111		
<i>Утверд.</i>	Болотько							

Список использованных источников	102
Приложение А. Документы по охране труда	106
Приложение Б. Должностная инструкция специалиста	110
Приложение В. Данные о товарообороте отдела прямых продаж	114
Приложение Г. Остаток товара на складе отдела прямых продаж	116
Приложение Д. Отчет об отгруженной продукции	122
Приложение Е. Отчет о затратах	127
Приложение Ж. Отчет о финансовых результатах	129
Приложение И. Прайс-листы	136
Приложение К. Скриншот сайта (ассортимент водки)	137
Приложение Л. Дегустационная карта	138
Приложение М. Копия удостоверений качества и безопасности	141
Приложение Н. POS-материал	142
Приложение П. Информационный материал для дегустаций	147