

Херсонський національний технічний університет
Факультет інтегрованих технологій
Кафедра товарознавства, стандартизації та сертифікації

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

**на тему: «Формування асортименту торговельного
підприємства»**

Виконала: здобувач 4 курсу, групи 4ТСт
спеціальності 076 – Підприємництво, торгівля
та біржова діяльність

Сія Ю.І.

Керівник: Євтушенко В.В.

Рецензент: Соболева Л.О.

Херсонський національний технічний університет
Факультет інтегрованих технологій
Кафедра товарознавства, стандартизації та сертифікації

освітньо-кваліфікаційний рівень	<u>бакалавр</u>
спеціальність	<u>076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність</u>
освітньо-професійна програма	<u>товарознавство і торговельне підприємництво</u>

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Завідувач кафедри ТСС

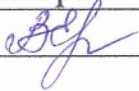
Валентина ЄВТУШЕНКО
« 20 » січня 2025 року

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА

СІЯ ЮЛІЇ ІГОРІВНИ

1. Тема роботи «Формування асортименту торговельного підприємства»
керівник роботи к.т.н., доцент Євтушенко В.В.
затверджена наказом вищого навчального закладу від « 17 » січня 2025 року № 64-с
2. Строк подання студентом роботи 10.06.2025р.
3. Вихідні дані до роботи - результати експериментальних досліджень, вимоги нормативних документів, літературні джерела
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) – теоретичні основи формування асортименту торговельного підприємства, аналіз асортиментної політики торговельного підприємства, охорона праці
5. Перелік графічного робота містить 6 рисунків, 7 таблиць

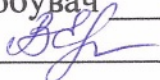
6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1-3	Євтушенко В.В.	20.01.25р.	20.01.25р
			

Дата видачі завдання 20.01.25р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Обробка літературних джерел, вивчення теоретичних і практичних матеріалів за темою роботи	20.01. 02.02.25р.	—
2	Збір матеріалів, складання бібліографії, аналіз та узагальнення зібраного матеріалу.	03.02. 13.02.25р.	—
3	Викладення проаналізованого та систематизованого матеріалу	14.02. 19.02.25р.	—
4	Написання першого розділу	20.02. 28.02.25р.	—
5	Написання другого розділу	01.03. 21.04.25р.	—
6	Написання третього розділу	22.04. 05.05.25р.	—
7	Формулювання висновків	06.05. 13.05.25р.	—
8	Офіційний захист матеріалів кваліфікаційної роботи на засіданні Екзаменаційної комісії	відповідно до графіку	

Здобувач  Сія Ю.І.
Керівник роботи  Євтушенко В.В..

АНОТАЦІЯ

Формування асортименту торговельного підприємства є ключовим фактором його успішної діяльності, оскільки безпосередньо впливає на конкурентоспроможність, фінансові показники та рівень задоволеності споживачів. У сучасних умовах ринку, що характеризується швидкими змінами у споживчих вподобаннях, розвитком цифрових технологій та зростаючою конкуренцією, ефективне управління асортиментом відіграє вирішальну роль у забезпеченні стабільного функціонування підприємства.

Дане дослідження розглядає основні характеристики торгового асортименту, фактори, що впливають на його формування, та методи управління товарним портфелем. Особливу увагу приділено процесу складання асортиментної матриці та застосуванню ABC-аналізу для оцінки ефективності товарної політики. Аналізуються впливи зовнішнього та внутрішнього середовища на асортиментну структуру підприємства та розробляються стратегічні рекомендації щодо її оптимізації.

Актуальність дослідження зумовлена зростаючою потребою торговельних підприємств адаптувати свої товарні пропозиції відповідно до змін ринкових тенденцій та споживчого попиту. Збалансована асортиментна політика сприяє покращенню економічних показників компанії, підвищенню лояльності клієнтів та ефективному використанню ресурсів.

Отримані результати можуть бути використані для вдосконалення стратегічного управління асортиментною політикою торговельних підприємств. Запропоновані рекомендації сприятимуть оптимізації товарного менеджменту, підвищенню рентабельності компанії та формуванню конкурентних переваг у динамічних ринкових умовах.

Ключові слова: асортимент, формування асортименту, асортиментна політика.

ANNOTATION

The formation of the assortment of a trading enterprise is a key factor in its successful operation, as it directly affects competitiveness, financial performance and the level of consumer satisfaction. In modern market conditions, characterized by rapid changes in consumer preferences, the development of digital technologies and growing competition, effective assortment management plays a crucial role in ensuring the stable functioning of the enterprise.

This study examines the main characteristics of the trading assortment, factors affecting its formation, and methods of managing the product portfolio. Particular attention is paid to the process of compiling an assortment matrix and using ABC analysis to assess the effectiveness of product policy. The effects of the external and internal environment on the assortment structure of the enterprise are analyzed and strategic recommendations for its optimization are developed.

The relevance of the study is due to the growing need for trading enterprises to adapt their product offerings in accordance with changes in market trends and consumer demand. A balanced assortment policy contributes to improving the company's economic performance, increasing customer loyalty and efficient use of resources.

The results obtained can be used to improve the strategic management of the assortment policy of trading enterprises. The proposed recommendations will contribute to the optimization of product management, increasing the profitability of the company and the formation of competitive advantages in dynamic market conditions.

Keywords: assortment, assortment formation, assortment policy.

РЕФЕРАТ

У кваліфікаційній роботі бакалавра проведено дослідження, які свідчать про необхідність інтеграції сучасних підходів до формування асортименту.

Отримані результати можуть бути застосовані на практиці для удосконалення стратегічного управління асортиментною політикою підприємства та підвищення його конкурентоспроможності.

Робота складається із вступу, трьох розділів, які викладено на 81 сторінках машинописного тексту, вона містить 6 рисунків, 7 таблиць, список використаних джерел охоплює 21 найменування.

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА	10
1.1. Основні характеристики торгового асортименту та фактори, які на нього впливають	10
1.2. Поняття та складання асортиментної матриці на торговельному підприємстві	16
1.3. Методи та механізми управління товарним асортиментом та критерії оцінки його ефективності	25
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА	37
2.1. Організаційно-економічна характеристика підприємства	37
2.2. Аналіз асортименту та цінової політики торговельного підприємства	43
2.3. АВС-аналіз асортименту	48
2.4. Вплив зовнішнього та внутрішнього середовища на формування асортименту	54
2.5. Розробка ефективної стратегії формування асортименту	59
РОЗДІЛ 3. ОХОРОНА ПРАЦІ	67
3.1. Організація системи охорони праці	68
3.2. Відповідальність та контроль виконання	72
ВИСНОВКИ	77
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	80

ВСТУП

Формування асортименту торговельного підприємства є важливим елементом його діяльності, який впливає на рівень конкурентоспроможності, фінансові результати та задоволеність споживачів. У сучасних умовах стрімких змін ринку, розвитку цифрових технологій та підвищення вимог покупців ефективне управління товарним асортиментом стає ключовим фактором стабільного функціонування підприємства.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю оптимізації асортиментної політики торговельних підприємств відповідно до запитів споживачів та ринкових тенденцій. Важливість правильного управління асортиментом визначається не лише комерційними інтересами, а й необхідністю ефективного використання ресурсів підприємства, формування пропозиції товарів відповідно до попиту та зниження ризиків надлишкових запасів чи дефіциту продукції.

Мета дослідження – визначити основні принципи формування асортименту торговельного підприємства, дослідити фактори, що впливають на його структуру, та розробити практичні рекомендації щодо оптимізації асортиментної політики.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі *завдання*:

- проаналізувати теоретичні основи формування асортименту торговельного підприємства;
- визначити критерії оцінки ефективності асортиментної політики;
- провести аналіз асортиментної структури підприємства та оцінити вплив зовнішніх і внутрішніх чинників на її формування;
- застосувати ABC-аналіз для класифікації товарів за рівнем пріоритетності;
- розробити ефективні стратегії управління товарним асортиментом.

Об'єктом дослідження є процес формування товарного асортименту торговельного підприємства.

Предметом дослідження виступають методи, механізми та стратегічні підходи до управління асортиментом із урахуванням економічних, маркетингових та конкурентних факторів.

Теоретичне значення роботи полягає у поглибленні наукових знань про формування асортименту, розробці нових підходів до його управління та визначенні ключових чинників впливу.

Практичне значення дослідження полягає у розробці методичних рекомендацій для торговельних підприємств щодо оптимізації асортиментної політики, підвищення ефективності товарного менеджменту та адаптації асортименту до ринкових змін.

Таким чином, дослідження сприяє вдосконаленню процесу управління асортиментом та дозволяє підприємствам забезпечити стабільне функціонування, ефективне використання ресурсів та максимальну відповідність очікуванням споживачів.