Український державний університет залізничного транспорту

Кафедра Менеджмент, публічне управління та HR-технології
повна назва кафедри

УДОСКОНАЛЕННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПРИВАТНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Пояснювальна записка і розрахунки
до кваліфікаційної роботи магістра
за освітньою програмою «Менеджмент організацій і адміністрування»
спеціальності 073 «Менеджмент»

Розробив: здобувач вищої освіти
за другим (магістерським) рівнем
(роботу виконано самостійно,
відповідно до принципів
академічної доброчесності)
групи 216-МОА-д23
Дмитро САДОВИЙ
(власне ім'я та прізвище)

Керівник:
к-т екон. наук, доцент
Уляна СТОРОЖИЛОВА
(власне ім'я та прізвище)

Рецензент Мирослава КОРІНЬ
(власне ім'я та прізвище)

Харків – 2025 р.

АНОТАЦІЯ

Дана кваліфікаційна робота включає в себе 29 слайдів презентації, 116 аркушів пояснювальної записки формату А4, що включає 9 рисунків, 29 таблиць, 75 літературних джерел.

Ключові слова: АСОРТИМЕНТНА ПОЛІТИКА, ПРИВАТНЕ ПІДПРИЄМСТВО, ПРОДУКЦІЯ, АСОРТИМЕНТ, УПРАВЛІННЯ.

Об'єктом дослідження є асортиментна політика приватного підприємства як складова системи управління товарним асортиментом у сучасних ринкових умовах.

Метою дослідження є теоретичне обґрунтування та розробка практичних рекомендацій щодо удосконалення асортиментної політики приватного підприємства.

У кваліфікаційній роботі магістра досліджено основні аспекти управління асортиментною політикою підприємства. Реалізація мети роботи здійснювалась через аналіз сутності, цілей та завдань асортиментної політики, класифікації товарного асортименту та методів його аналізу. Запропоновані підходи базуються на використанні ABC- та XYZ-аналізу, що дозволило визначити найбільш рентабельні та стабільні товарні групи, а також сформувати рекомендації щодо їх оптимізації.

Результати дослідження підкреслюють важливість стратегічного та тактичного управління асортиментною політикою для підвищення конкурентоспроможності та ефективності підприємства.

Запропоновані заходи спрямовані на оптимізацію товарного портфеля, розширення асортименту через інноваційні продукти та вдосконалення підходів до задоволення споживчих потреб. Реалізація цих рекомендацій сприятиме стійкому розвитку підприємств і зміцненню їхніх позицій на ринку.

ABSTRACT

This qualification work includes 29 presentation slides, 116 sheets of an explanatory note of A4 format, including 9 figures, 29 tables, 75 literary sources.

Keywords: ASSORTMENT POLICY, PRIVATE ENTERPRISE, PRODUCTS, ASSORTMENT, MANAGEMENT.

The object of the study is the assortment policy of a private enterprise as a component of the product assortment management system in modern market conditions.

The purpose of the study is to theoretically substantiate and develop practical recommendations for improving the assortment policy of a private enterprise.

In the master's qualification work, the main aspects of the management of the assortment policy of the enterprise are studied. The implementation of the purpose of the work was carried out through the analysis of the essence, goals and objectives of the assortment policy, classification of the product assortment and methods of its analysis. The proposed approaches are based on the use of ABC and XYZ analysis, which made it possible to identify the most profitable and stable product groups, as well as to form recommendations for their optimization.

The results of the study emphasize the importance of strategic and tactical management of assortment policy to increase the competitiveness and efficiency of the enterprise.

The proposed measures are aimed at optimizing the product portfolio, expanding the range through innovative products and improving approaches to meeting consumer needs. The implementation of these recommendations will contribute to the sustainable development of enterprises and strengthen their positions in the market.

Український державний університет залізничного транспорту

Факультет ***економічний***
Кафедра ***Менеджмент, публічне управління та HR-технології***
Ступінь вищої освіти ***магістр***
Освітня програма ***«Менеджмент організацій і адміністрування»***
за спеціальністю 073 «Менеджмент»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри
д.е.н., професор
(вчене звання)
Олена ДИКАНЬ
(підпис) (власне ім'я та прізвище)
21 жовтня 2024 р.

З А В Д А Н Н Я
НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ

Дмитру Садовому
(власне ім'я та прізвище)

1. Тема роботи *«Удосконалення асортиментної політики приватного підприємства»*
керівник роботи *Уляна Сторожилова, к-т екон. наук, доцент*
(власне ім'я та прізвище, науковий ступінь, вчене звання)
затверджено розпорядженням по економічному факультету від "21 " жовтня 2024 року № 22/24
2. Строк подання здобувачем вищої освіти роботи 12 січня 2025 року
3. Вихідні дані до роботи Статистична звітність підприємств, нормативно правові та законодавчі акти України, науково-методичні розробки вітчизняних та зарубіжних авторів, матеріали періодичних видань, аналітичні і статистичні матеріали Держкомстату України та результати власних розрахунків
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)
Сутність, цілі та завдання асортиментної політики підприємства. Класифікація асортименту товарів і критерії його оцінки. Методи аналізу асортименту товарів. Загальна характеристика підприємства. Аналіз фінансово-економічних показників діяльності підприємства. Аналіз існуючого асортименту продукції. Аналіз асортиментної політики підприємства. Заходи щодо удосконалення асортиментної політики підприємства. Розрахунок економічної ефективності запропонованих заходів.
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
1 Теоретичні основи асортиментної політики підприємства - десять слайдів. 2 Аналіз господарської діяльності об'єкту дослідження - дев'ять слайдів. 3

Розробка заходів щодо удосконалення асортиментної політики приватного підприємства - десять слайдів.

6. Консультанти розділів проекту (роботи)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада Консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання 21 жовтня 2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Теоретичні основи асортиментної політики підприємства	15.11.2024	
2	Аналіз господарської діяльності об'єкту дослідження	10.12.2024	
3	Розробка заходів щодо удосконалення асортиментної політики приватного підприємства	08.01.2025	
4	Графічна частина	10.01.2025	

Здобувач вищої освіти _____ Дмитро САДОВИЙ
(підпис) (власне ім'я та прізвище)

Керівник роботи _____ Уляна СТОРОЖИЛОВА
(підпис) (власне ім'я та прізвище)

Зміст

Вступ	6
1 Теоретичні основи асортиментної політики підприємства	9
1.1 Сутність, цілі та завдання асортиментної політики підприємства	9
1.2 Класифікація асортименту товарів і критерії його оцінки	18
1.3 Методи аналізу асортименту товарів	29
Висновки до першого розділу	41
2 Аналіз господарської діяльності об'єкту дослідження	44
2.1 Загальна характеристика підприємтва	44
2.2 Аналіз фінансово-економічних показників діяльності підприємства	54
2.3 Аналіз існуючого асортименту продукції	67
Висновки до другого розділу	73
3 Розробка заходів щодо удосконалення асортиментної політики приватного підприємства	76
3.1 Аналіз асортиментної політики підприємства	76
3.2 Заходи щодо удосконалення асортиментної політики підприємства	87
3.3 Розрахунок економічної ефективності запропонованих заходів	90
Висновки до третього розділу	98
Висновок	101
Список використаної літератури	102

Список використаної літератури

1 Абрамович І.А., Квасова М.С. Маркетингова товарна політика та її особливості в кризових умовах господарювання // Економіка та суспільство. Електронний журнал. 2022. Вип. 39. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1345.

2 Азарян О.М. Маркетинг: принципи і функції: навчальний посібник для вищих навчальних. 3-є вид., перероблено і доповнено. Харків: Студцентр, 2002. 320 с.

3 Байдакова Л.І. та ін. Теоретичні основи товарознавства: підручник. Луцьк: РВВ ЛНТУ, 2016. 284с.

4 Балабанова Л.В., Бриндіна О.А. Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємств: навчальний посібник. Київ: ВД «Професіонал», 2006. 336 с.

5 Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. Маркетинг підприємства: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Донецьк: ДонНУЕТ, 2010. 599 с.

6 Бичікова Л.А. Проблемні питання формування асортиментної політики торговельних підприємств // Вісник Хмельницького національного університету. 2010. №5 Т. 4 С. 70-72.

7 Біленький О.Ю. Вдосконалення системи управління асортиментом продукції: напрями та результативність // Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова. 2013. Вип. 1/1. Т.18. С. 31-37.

8 Близнюк С.В. Маркетинг в Україні: проблеми становлення та розвитку: монографія. Київ: Політехніка, 2003. 384 с.

9 Болюх М.А., Бурчевський В.З., Горбатюк М.І. та ін. Економічний аналіз: навчальний посібник. Вид. 2-ге перероблене і доповнене. Київ: КНЕУ, 2003. 556 с.

10 Буднікевич І.М. та ін. Маркетинг у галузях і сферах діяльності:

навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 536 с.

11 Власова Н.О. та ін. Формування асортиментної політики підприємства роздрібної торгівлі: монографія. Харків: ХДУХТ, 2009. 189 с.

12 Волохова І.В., Волохов В.А., Лук'янова О.М. Удосконалення збуту в системі менеджменту // Тези доповідей вісімнадцятої науково – практичної міжнародної конференції «Міжнародна транспортна інфраструктура, індустріальні центри та корпоративна логістика» (2-3 червня 2022 р., м. Харків). -- С. 186-187

13 Волохова І.В., Лук'янова О.М. Проблеми українського бізнесу та шляхи його відродження в умовах воєнного стану // Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції "Сучасні тенденції розвитку фінансових та інноваційно-інвестиційних процесів в Україні, 2023" (03.03.2023 – 04.03.2023, м. Вінниця) - 2023. - режим доступу: https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/fiip/fiip2023/paper/viewFile/17045/14194

14 Воронкова А.Е. Управлінські рішення в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства: організаційний аспект: монографія. Харків: ВД «ІНЖЕК». 2008. 427 с.

15 Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник. Київ: Лібра, 2002. 712 с.

16 Гармідер Л.Д. Дослідження формування товарного асортименту підприємства // Академічний огляд. 2016. № 1. С. 111-118.

17 Гринчуцький В.І., Сабецька Т.І. Формування виробничої програми підприємства: маркетинговий аспект: монографія. Тернопіль, 2014. 225 с.

18 Громова О. В. Використання методів психологічної активізації мислення у створенні креативної реклами // Європейський вектор модернізації економіки: креативність, прозорість та сталий розвиток: монографія / За заг. ред. Д-ра екон. наук, проф. Л. Л. Калініченко. – Х.: ФОП Панов А. М., 2018. – С. 67-77.

19 Дарчук В.Г. Аналіз та планування маркетингової діяльності: навчальний посібник. Київ: ДУТ, 2019. 146 с.

20 Дикань В.Л. та ін. Товарознавство та комерційна діяльність: підручник. Харків: УкрДУЗТ, 2018. 362 с.

21 Дикань О.В., Крихтіна Ю.О., Сторожилова У.Л. Сучасні тенденції розвитку S.M.A.R.T менеджменту. XIII Міжнародна науково-практична конференція «Людина, суспільство, комуникативні технології» (Харків, 15-16 жовтня 2020 р.). – Харків: УкрДУЗТ, 2020. – С. 18-19

22 Дима О.О. Маркетингова товарна політика посередницького підприємства: монографія. Київ: КНЕУ, 2015. 431 с.

23 Діденко Є.О., Савельєв Д.С. Управління асортиментною політикою підприємства // Ефективна економіка. 2015. №3. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_3_56.

24 Дідух І.І., Галкіна О.А., Савченко О.І. Основи маркетингу для студентів. Навч. мет. посіб. Харків: НТУ «ХПІ», 2016. 100 с.

25 Захожай В.Б. та ін. Маркетинг: теоретичні основи маркетингу. Київ: ДП «Вид. дім «Персонал», 2015. 606 с.

26 Зозульов О.В., Царьова Т.О. Маркетинг: теоретичні основи маркетингу: навчально-методичний комплекс. Київ: КПІ ім. І. Сікорського, 2021. 100 с.

27 Зоріна О.І., Сиволовська О.В. Маркетингова товарна політика: Навч. посібник. Харків: УкрДУЗТ, 2015. 190 с.

28 Ілляшенко С.М. Маркетинг: бакалаврський курс: навчальний посібник. Київ: ВТД «Університетська книга», 2004. 976 с.

29 Кайкова Т.Л. Економічний зміст поняття «асортиментна політика» // Концепт. 2016. № 9 (вересень). С. 168-173.

30 Калініченко Л.Л., Кильницька Є.В. Маркетинг: навчальний посібник. Харків: Панов А.М., 2017. 168 с.

31 Калініченко О.О. Формування маркетингової товарної політики підприємства в сучасних економічних умовах // Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки. 2017. №1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2017_1_5.

32 Кардаш В.Я., Шафалюк О.К., Антонченко М.Ю. Маркетингова товарна політика: підручник. Київ: КНЕУ, 2009. 419 с.

33 Касич А.О., Марченко К.О. Асортиментна політика підприємства: мета, завдання, моделі // Ефективна економіка. 2018. №6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6387.

34 Косенко О.П. та ін. Маркетингова діяльність підприємств: навчальний посібник. Харків: НТУ «ХПІ», 2018. 1000 с.

35 Котлер Ф. Основи маркетингу. Короткий курс. Київ: Знання, 2017. 656 с.

36 Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. Київ: Диалектика, 2020. 880 с.

37 Красовська Т.В. Методичні засади формування механізму товарного асортименту на виробничих підприємствах // Економіка та держава. 2016. №2. С. 67-71.

38 Кривенко Г. Конкурентне позиціювання товарного асортименту торговельних підприємств // Торгівля і ринок України. 2002. Вип. 14. Т. 1. С. 232-237.

39 Крикавський Є.В., Чухрай Н.І. Промисловий маркетинг. Львів: «Львівська політехніка», 2004. 468 с.

40 Кубишина Н.С. Методика розробки стратегічного набору товарів на промисловому ринку // Економічний вісник НТТУ «КПІ». 2010. № 7. С. 171-178.

41 Кузнєцов П.В. Маркетингове управління асортиментом продукції підприємства в умовах інформаційної економіки // Вісник економіки транспорту і промисловості. 2015. Вип. 49. С. 198-204.

42 Лойко В.В., Бичковський Р.В. Особливості формування асортиментної політики підприємства // Глобальні та національні проблеми. 2015. Вип. 8. С. 491-494.

43 Лялюк А.М. Маркетингова товарна політика: конспект лекцій. Луцьк: Вид-во КП ІА «Волиньенергософт», 2022. 104 с.

44 Мазараккі А.А. та ін. Економіка торговельного підприємства:

підручник для вузів. Київ: Хрещатик, 2005. 800 с.

45 Мазепа Т.С. Формування асортиментної політики підприємств торгівлі: зміст і основні підходи // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2008. № 45. Т. 1. С. 73-79.

46 Марченко О.І. Асортимент продукції підприємства як важливий фактор зростання прибутку // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. 2006. Вип. 8 (63). С. 119-122.

47 Методичні вказівки до виконання кваліфікаційної роботи для здобувачів вищої освіти за другим (магістерським) рівнем спеціальності 073 "Менеджмент" / укладачі : О. В. Дикань, Ю. О. Крихтіна ; кафедра менеджменту і адміністрування. - Харків : УкрДУЗТ, 2021. - 35 с.

48 Методичні вказівки до виробничої та переддипломної практики для здобувачів другого рівня (магістр) спеціальності 073 «Менеджмент» / укладачі : О.В. Дикань, О.Г. Дейнека, О.Л. Васильєв ; кафедра менеджменту, публічного управління та HR-технологій. - Харків : УкрДУЗТ, 2023. - 43 с.

49 Мочерний С.В. та ін. Економічна енциклопедія у трьох томах. Київ: Видавничий центр «Академія», 2000. Т.1. 864 с.

50 Орлов О.О. Планування діяльності промислового підприємства. Підручник. Київ: Скарби, 2002. 336 с.

51 Осовська Г.В., Осовський О.А. Менеджмент організацій: навчальний посібник. Київ: Кондор, 2005. 860 с.

52 Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/.

53 Офіційний сайт компанії «Лукас». URL: https://lukas.ua/.

54 Павленко А.Ф., Войчак А.В. Маркетинг: Підручник. Київ: КНЕУ, 2003. 246 с.

55 Павлова В.А. та ін. Комерційне товарознавство: навч. посіб. Київ: Кондор, 2018. 286 с.

56 Падерін І.Д., Сорока К.О., Комарова К.В. Маркетинг: Навчальний посібник для студентів вищих навч. закладів. Дніпропетровськ: ДДФА, 2015. 260

с.

57 Петруня Ю.Є., Петруня В.Ю. Маркетинг: Навч. посібник. Дніпропетровськ: Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с.

58 Ринок кондитерських виробів: продукція повинна бути не тільки смачною, а й достойною Instagram. AgroPortal. 2023 URL: https://agroportal.ua/agrocheck/made-in-ukraine/rinok-konditerskih-virobiv-produkciya-povinna-buti-ne-tilki-smachnoyu-a-y-dostoynoyu-instagram.

59 Ринок солодощів: що робити Україні для розширення присутності у світі. AgroPortal. 2023 URL: https://agroportal.ua/news/ukraina/rinok- solodoshchiv-shcho-robiti-ukrajini-dlya-rozshirennya-prisutnosti-u-sviti.

60 Румянцев А.П. Окремі аспекти формування товарного асортименту компанії // Ефективна економіка. 2011. №4. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=536.

61 Сенишин О.С., Кривешко О.В. Маркетинг: навч. посібник. Львів: Львівський національний університет ім. І. Франка, 2020. 347 с.

62 Смачило Л. Функціонування ринку кондитерських виробів в умовах війни // Вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2017. Вип. 16. Ч. 1. С. 130-134.

63 Старостіна А.О. та ін. Маркетинг: навчальний посібник. Київ: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.

64 Степанюк Н.С., Петриченко З.С. До питання формування асортиментної політики торговельного підприємства // Вісник Хмельницького національного університету. 2010. №5. Т.1. С. 202-204.

65 Тарасенко Н.В. Економічний аналіз діяльності промислового підприємства. 2-ге вид. Київ: Алеута, 2003. 485 с.

66 Троян А.В. Особливості асортиментної політики підприємства в сучасних умовах господарювання // Ефективна економіка. 2014. №1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2708.

67 Україна посіла 13-е місце серед світових експортерів солодощів. AgroTimes. 2023. URL: https://agrotimes.ua/agromarket/ukrayina-posila-13-e-

miscze-sered-svitovyh-eksporteriv-solodoshhiv/.

68 Хамініч С.Ю., Сокол П.М., Демяненко Н.О. Формування асортименту товарів кондитерських виробів на ринку України // Причорноморські економічні студії. Економіка та управління підприємствами. 2018. Вип. 29(2). С. 5-10.

69 Хамініч С.Ю., Сокол П.М., Чубакова А.А. Формування асортиментної політики суб'єкта господарювання у сучасних умовах // Причорноморські економічні студії. Економіка та управління підприємствами. 2020. Вип. 53. С. 129-234.

70 Хоптюк, А. Теоретичні аспекти управління обсягом та асортиментною структурою товарообороту торговельного підприємства // Формування ринкових відносин в Україні. 2014. № 10. С. 84-90.

71 Храбатин О.І., Яворська Л.В., Тимчик О.А. Маркетинг: Навчальний посібник. Київ: Видавництво, 2014. 284 с.

72 Швайка Л.А. Планування діяльності підприємства: навчальний посібник. Львів: «Новий світ-2000», 2003. 268 с.

73 Шевченко А.В., Борисенко О.С., Фісун Ю.В. Маркетингова товарна політика: Київ: НАУ, 2022. 68 с.

74 Шира Т.Б. Функціональний аспект управління асортиментом у комерційній діяльності // Наукові записки Української академії друкарства. Серія: Економічні науки. 2016. № 1. С. 63-73.

75 Шушкова О.В., Глубока І.М. Окремі аспекти управління товарним асортиментом підприємства // Вісник СНАУ. 2010. Вип. 5/1. С.64-69.