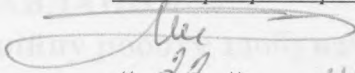


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»


Допускається до захисту
Зав. кафедри підприємництва,
торгівлі та біржової діяльності
професор Сатур Л.М.

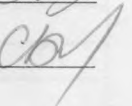

« 22 » лютого 2019р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

**«Управління асортиментом товарів в роздрібних мережах
крупноформатних підприємств торгівлі(за матеріалами
підприємств роздрібної торгівлі України)»**

Виконала Докієнко А.В. 

Керівник доцент Шевченко А.О. 

Рецензент доцент Батажок С.Г. 

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет Економічний
Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Затверджую:

Завідувач кафедри підприємництва,
торгівлі та біржової діяльності
професор Сатур Л.М.
вчене звання, прізвище, ініціали
«25» вересня 2018 р.

ЗАВДАННЯ

на кваліфікаційну роботу здобувачу

Докієнко Анні Володимирівні

прізвище, ім'я та по батькові

Тема: «Управління асортиментом товарів в роздрібних мережах крупноформатних підприємств торгівлі (за матеріалами підприємств роздрібною торгівлі України)»

Затверджено наказом ректора № 973/д від 28 листопада 2018

Термін здачі студентом готової кваліфікаційної роботи в деканат: до «23» 12 2019 р.

Перелік питань, що розробляються у роботі:

а) *теоретико-методологічна частина*: Сутнісна характеристика крупноформатних підприємств роздрібних мереж торгівлі. Засади формування та управління асортиментом товарів в мережах крупноформатних підприємств роздрібною торгівлі. Асортиментна політика і асортиментні моделі в мережевих структурах роздрібною торгівлі.

б) *дослідницько-аналітична частина*: Розвиток та особливості функціонування вітчизняного ринку рітейлу. Аналіз асортименту товарів у мережах крупноформатних підприємств торгівлі. Сучасні світові тенденції розвитку крупноформатних підприємств роздрібною торгівлі.


в) *проектно-рекомендаційна частина*: Переформатування мережі підприємств торгівлі та диверсифікація асортименту товарів. Концепція управління асортиментом товарів і стимулювання їх продажу в мережевих структурах. Удосконалення асортиментної стратегії мережі крупноформатних підприємств торгівлі.

Вихідні дані Нормативно-правові акти України, монографічна література, періодичні видання, матеріали мережі інтернет, практичні матеріали досліджуваного підприємства

Календарний план виконання роботи

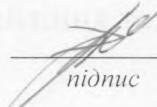
Етап виконання	Дата виконання етапу	Відмітка про виконання
Огляд літератури	01.10.2018 р.- 25.12.2018 р.	виконано
Методична частина	21.01.2019 р.- 30.04.2019 р.	виконано
Дослідницька частина	10.05.2019 р.- 30.08.2019 р.	виконано
Оформлення роботи	02.09.2019 р.- 18.10.2019р.	виконано
Перевірка на плагіат	25.10.2019 р.	виконано
Подання на рецензування	05.11.2019 р.	виконано
Попередній розгляд на кафедрі	18.11.2019 р.	виконано

Керівник кваліфікаційної роботи


підпис

доцент Шевченко А.О.
вчене звання, прізвище, ініціали

Здобувач


підпис

Докієнко А.В.
прізвище, ініціали

Дата отримання завдання «26» вересня 2018 р.

РЕФЕРАТ

Докієнко А.В.

«Управління асортиментом товарів в роздрібних мережах крупноформатних підприємств торгівлі (за матеріалами підприємств роздрібної торгівлі України)»

Досліджено теоретичні засади формування і управління асортиментом у роздрібних мережах крупноформатних підприємств торгівлі, зроблено оцінку діяльності вітчизняних крупноформатних підприємств роздрібної торгівлі та їх товарного асортименту, запропоновано стратегічні напрями підвищення ефективності управління асортиментом товарів у мережевих структурах крупноформатних підприємств.

Використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження: абстрактно-логічний, теоретичних узагальнень; економетричні методи; матричний метод.

Український ринок ритейлу представлений як продуктовими, так і не продуктовими торговельними мережами. Найактивніше розвивається сегмент продуктового ритейлу.

Зроблено висновок, що практика формування асортименту товарів у роздрібних мережах крупноформатних підприємств торгівлі безсистемна, а методи управління малоефективні.

Одержані результати можуть бути використані при розробці практичних рекомендацій щодо удосконалення асортиментної стратегії мережі крупноформатних підприємств торгівлі.

Кваліфікаційна робота магістра містить 125 сторінок, 21 таблицю, 15 рисунків, список використаних джерел із 71 найменування та додатків.

Ключові слова: роздрібна мережа крупноформатних підприємств торгівлі, ринок ритейлу, управління товарним асортиментом.

ANNOTATION

Dokienko A.V.

«Management of assortment of goods in the retail networks of large-format trade enterprises (based on materials of Ukrainian retail trade enterprises)»

The author has investigated the theoretical principles of assortment formation and management in retail networks of large-format trade enterprises, has made an assessment of the activity of domestic large-format enterprises of retail trade and their product range, has suggested strategic directions of improving the efficiency of managing the range of goods in network structures of large-format enterprises. Used general scientific and special methods of research: abstract-logical, theoretical generalizations; econometric methods; matrix method.

The Ukrainian retail market is represented by both grocery and non-grocery retail chains. The segment of grocery retail is developing most actively. It is concluded that the practice of forming an assortment of goods in retail networks of large-format trade enterprises is unsystematic, and management methods are ineffective.

The results obtained can be used to develop practical recommendations for improving the assortment strategy of a network of large-format trade enterprises. Master's qualification work contains 125 pages, 21 tables, 15 figures, a list of used sources of 71 titles and applications.

Keywords: retail network of large-format trade enterprises, retail market, product range management.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ І УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ У РОЗДРІБНИХ МЕРЕЖАХ	
1.1. Сутнісна характеристика крупноформатних підприємств роздрібних мереж торгівлі	9
1.2. Засади формування та управління асортиментом товарів в мережах крупноформатних підприємств роздрібної торгівлі	20
1.3. Асортиментна політика і асортиментні моделі в мережевих структурах роздрібної торгівлі	32
Висновки до розділу 1	
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ КРУПНОФОРМАТНИХ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ ТА ЇХ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ	
2.1. Розвиток та особливості функціонування вітчизняного ринку рітейлу	46
2.2. Аналіз асортименту товарів у мережах крупноформатних підприємств торгівлі	57
2.3. Сучасні світові тенденції розвитку крупноформатних підприємств роздрібної торгівлі	67
Висновки до розділу 2	
РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ ТОВАРІВ У МЕРЕЖЕВИХ СТРУКТУРАХ КРУПНОФОРМАТНИХ ПІДПРИЄМСТВ	
3.1. Переформатування мережі підприємств торгівлі та диверсифікація асортименту товарів	79
3.2. Концепція управління асортиментом товарів і стимулювання їх продажу в мережевих структурах	90
3.3. Удосконалення асортиментної стратегії мережі крупноформатних підприємств торгівлі	99
Висновки до розділу 3	
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	114
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	118
ДОДАТКИ	125