

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ

# КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

*“Дослідження асортиментної політики  
торговельного підприємства”*

**Виконала: здобувачка 4 курсу,  
групи ПТБ-21 зс  
Спеціальності 076 Підприємництво та  
торгівля  
Прилипко Марія Анатоліївна  
Керівник: Сергєєва О.Р.,  
к.н.держ.управл., доцент**

**м. Дніпро  
2025**

## АНОТАЦІЯ

Прилипко М.А. Дослідження асортиментної політики торговельного підприємства.

У сучасних умовах ринкової економіки ефективна асортиментна політика є одним із ключових чинників успішної діяльності торговельних підприємств. У даній роботі проведено комплексне дослідження теоретичних основ та практичних аспектів формування і впровадження асортиментної політики на прикладі магазину «Blisk» ТОВ «НІВАРООПТ».

У першому розділі досліджено сутність поняття асортименту, його класифікацію та основні показники оцінки, а також проаналізовано різні підходи до формування асортиментної політики в умовах конкурентного ринку.

Другий розділ присвячено організаційно-економічній характеристиці підприємства, детальному аналізу товарного асортименту магазину «Blisk» та оцінці ефективності чинної асортиментної політики з використанням сучасних методів аналізу. Особлива увага приділена виявленню проблем та резервів підвищення конкурентоспроможності асортиментної пропозиції.

У третьому розділі розроблено практичні рекомендації та пропозиції щодо оптимізації асортименту, що базуються на результатах проведеного аналізу, а також розглянуто можливості застосування сучасних інформаційних технологій для автоматизації процесів аналізу і управління асортиментом.

Запропоновані заходи спрямовані на підвищення ефективності діяльності торговельного підприємства, поліпшення задоволення споживчого попиту та зміцнення позицій на ринку. Висновки роботи мають теоретичне та практичне значення і можуть бути використані для подальшого вдосконалення асортиментної політики торговельних організацій різного типу.

Ключові слова: асортиментна політика, товарний асортимент, торговельне підприємство, оптимізація асортименту, ефективність управління, інформаційні технології.

## SUMMARY

Prylipko M.A. Research on the assortment policy of a trading enterprise.

In modern conditions of a market economy, an effective assortment policy is one of the key factors in the successful operation of trading enterprises. This work conducts a comprehensive study of the theoretical foundations and practical aspects of the formation and implementation of assortment policy using the example of the Blisk store of NIVAROOPT LLC.

The first section examines the essence of the concept of assortment, its classification and main evaluation indicators, and also analyzes various approaches to the formation of assortment policy in a competitive market.

The second section is devoted to the organizational and economic characteristics of the enterprise, a detailed analysis of the Blisk store's product range and an assessment of the effectiveness of the current assortment policy using modern analysis methods. Particular attention is paid to identifying problems and reserves for increasing the competitiveness of the assortment offer.

The third section develops practical recommendations and proposals for optimizing the assortment, based on the results of the analysis, and also considers the possibilities of using modern information technologies to automate the processes of analysis and assortment management.

The proposed measures are aimed at increasing the efficiency of the trading enterprise, improving the satisfaction of consumer demand and strengthening its market position. The conclusions of the work have theoretical and practical significance and can be used to further improve the assortment policy of trading organizations of various types.

Keywords: assortment policy, product assortment, trading enterprise, assortment optimization, management efficiency, information technologies.

## ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ	4
ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. Теоретичні основи асортиментної політики торговельного підприємства	12
1.1. Сутність асортименту та асортиментної політики підприємства	12
1.2. Класифікація товарного асортименту та показники його оцінки	16
1.3. Основні підходи до формування асортиментної політики в умовах ринкової економіки	18
РОЗДІЛ 2. Аналіз асортиментної політики торговельного підприємства	22
2.1. Організаційно-економічна характеристика магазину «Blisk» ТОВ «НІВАРООПТ»	22
2.2. Аналіз товарного асортименту магазину «Blisk» ТОВ «НІВАРООПТ»	27
2.3. Оцінка ефективності діючої асортиментної політики магазину «Blisk» ТОВ «НІВАРООПТ»	32
РОЗДІЛ 3. Напрями вдосконалення асортиментної політики торговельного магазину «Blisk» ТОВ «НІВАРООПТ»	37
3.1. Пропозиції щодо оптимізації асортименту магазину «Blisk» ТОВ «НІВАРООПТ»	37
3.2. Використання сучасних ІТ-технологій для аналізу та управління асортиментом магазину «Blisk» ТОВ «НІВАРООПТ»	44
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ	49
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	53
ДОДАТКИ	57