

**ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ
КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА І ПРАВА**

Освітньо-професійна програма Підприємництво
Спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Ступінь вищої освіти Магістр

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

д.е.н., професор Махмудов Х.З.

03 грудня 2018 року

**МАГІСТЕРСЬКА ДИПЛОМНА
РОБОТА**

на тему: «Формування стратегії управління товарним асортиментом підприємства» (на матеріалах ТОВ «Сільпо-Фуд» магазин № 228 м. Полтава)

виконав здобувач вищої освіти денної форми навчання

Олешко Микита Андрійович

Керівник магістерської дипломної роботи,
к. е. н., доцент

А. В. Світлична

Полтава – 2018 року

**ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ
КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА І ПРАВА**

ОЛЕШКО МИКИТА АНДРІЙОВИЧ

**ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМ
АСОРТИМЕНТОМ ПІДПРИЄМСТВА
(НА МАТЕРІАЛАХ ТОВ «СІЛЬПО-ФУД» МАГАЗИН
№ 228 М. ПОЛТАВА)**

**освітньо-професійна програма Підприємництво
ступінь вищої освіти Магістр
спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність**

РЕФЕРАТ

**магістерської дипломної роботи на здобуття кваліфікації –
Магістр підприємництва, торгівлі та біржової діяльності**

Полтава – 2018 року

Магістерська дипломна робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних джерел (81 найменування), 8 додатків. Магістерська дипломна робота містить 22 таблиці, 14 рисунків, викладена на 104 сторінках.

Основний зміст роботи

У першому розділі «Теоретичні аспекти стратегічного управління товарним асортиментом підприємства» здійснено ретроспективний аналіз сутності та ключових позицій товарного асортименту підприємства, визначено основні показники асортименту продукції та особливості стратегічного управління товарним асортиментом підприємства.

У другому розділі «Стан стратегічного управління товарним асортиментом підприємства» наведено організаційно-економічну характеристику ТОВ «Сільпо-Фуд» магазин № 228, зроблено аналіз товарного асортименту підприємства та визначені особливості стратегічного управління товарним асортиментом підприємства.

У третьому розділі «Напрями удосконалення стратегічного управління товарним асортиментом підприємства» обґрунтовано напрями застосування стратегічного підходу щодо удосконалення системи управління товарним асортиментом підприємства, проведена оптимізація асортименту продукції підприємства та запропоновано підвищення прибутковості підприємства внаслідок удосконалення стратегічного управління товарним асортиментом.

Висновки

1. Визначення асортиментної політики підприємства розглядається як курс дій з стратегічного управління асортиментом, що передбачає уточнення та конкретизацію стратегічної мети й поточних завдань, розробку та обґрунтування засобів, методів і форм діяльності, реального ресурсного забезпечення їх реалізації та дозволяє з позицій системного та комплексного підходу сформуванню адекватної цілям підприємства асортименту політику.

2. В короткостроковому періоді торгівельна діяльність підприємства за економічними показниками визначається нестабільністю, що обумовлюється як зниженням купівельної спроможності населення так і прогалинами в системі стратегічного управління товарним асортиментом підприємством.

Результати проведеного аналізу до основних проблем формування стратегії управління товарним асортиментом підприємства відносять те, що відділ закупівель ТОВ «Сільпо-Фуд», як правило, орієнтований на придбання товарів за більш вигідними умовами, не замислюючись про його реалізацію і відповідно структурі асортименту магазину та його позиції на ринку, в супермаркеті не застосовується Інтернет-торгівля та не здійснюється періодичне оновлення асортименту згідно вимог територіального ринку.

3. З'ясування обставин, що негативно впливають на формування стратегії управління товарним асортиментом підприємства, дозволило обґрунтувати ряд пропозицій щодо підвищення його ефективності. Насамперед, йдеться про використання таких інструментів як прогнозування й стратегічне планування. Запропоновано застосування стратегічного підходу щодо удосконалення системи управління товарним асортиментом

підприємства, відкриття квіткового відділу та дегустаційного бару-кафетерію, розширення асортименту м'ясного відділу, також пропонуємо підприємству пройти аудит і сертифікацію на відповідність вимогам міжнародного стандарту ISO 22000:2005. Унаслідок використання ряду заходів чистий прибуток ТОВ «Сільпо-Фуд» магазин № 228 збільшиться до 2125,6 тис. грн, що на 133,6 тис. грн більше ніж у 2017 р.

Список публікацій здобувача

1. Олешко М. А. Сутність та ключові позиції товарного асортименту підприємства / М. А. Олешко // Матеріали студентської наукової конференції Полтавської державної аграрної академії, 25-26 квітня 2018 р. – Полтава : РВВ ПДАА, 2018 р. – С. 119-120.

2. Олешко М. А. Перспективи розвитку роздрібної торгівлі в Україні / М. А. Олешко // Матеріали студентської наукової конференції, 27 вересня 2018 р. – Полтава : РВВ ПДАА, 2018 р. – С. 129-130.

3. Олешко М. А. Проблеми розвитку оптової торгівлі в Україні / М. А. Олешко // Матеріали студентської наукової конференції, 27 вересня 2018 р. – Полтава : РВВ ПДАА, 2018 р. – С. 130-131.

АНОТАЦІЯ

Олешко М. А. Формування стратегії управління товарним асортиментом підприємства (на матеріалах ТОВ «Сільпо-Фуд» магазин № 228 м. Полтава). – Кваліфікаційна робота на правах рукопису.

Магістерська дипломна робота на здобуття ступеня вищої освіти Магістр за освітньо-професійною програмою Підприємництво, спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність. – Полтавська державна аграрна академія, Полтава, 2018.

Досліджено теоретичні, методологічні та прикладні питання формування стратегії управління товарним асортиментом підприємства, проаналізовано особливості стратегічного управління товарним асортиментом.

Обґрунтовано напрями удосконалення стратегічного управління товарним асортиментом підприємства, оптимізації асортименту продукції підприємства, можливостей підвищення прибутковості підприємства.

Ключові слова: товарний асортимент, асортиментна політика, ефективність асортиментної політики, споживча цінність асортименту, формування асортиментної політики.

АННОТАЦИЯ

Олешко Н. А. Формирование стратегии управления товарным ассортиментом предприятия (на примере ООО «Сильпо-Фуд» магазин № 228 м. Полтава). – Квалификационная работа на правах рукописи.

Магистерская дипломная работа на получение степени высшего образования Магистр за образовательно-профессиональной программой

Предпринимательство, специальности 076 Предпринимательство, торговля и биржевая деятельность. – Полтавская государственная аграрная академия, Полтава, 2018.

Исследованы теоретические, методологические и прикладные вопросы формирования стратегии управления товарным ассортиментом предприятия, проанализированы особенности стратегического управления товарным ассортиментом.

Обоснованы направления совершенствования стратегического управления товарным ассортиментом предприятия, оптимизации ассортимента продукции предприятия, возможностей повышения доходности предприятия.

Ключевые слова: товарный ассортимент, ассортиментная политика, эффективность ассортиментной политики, потребительская ценность ассортимента формирование ассортиментной политики.

ANNOTATION

Nikita Oleshko. Formation of the strategy of management of the product range of the enterprise (on materials of LLC «Silpo-Food» store № 228 Poltava). – Qualifying paper as manuscript.

Master's graduation paper for the degree of Master for the educational-professional program Entrepreneurship with a specialization 076 Entrepreneurship, trading and exchange activity. – Poltava State Agrarian Academy, Poltava, 2018.

The theoretical, methodological and applied questions of formation of strategy of management of commodity assortment of the enterprise are investigated, peculiarities of strategic management of commodity assortment are analyzed.

The directions of improvement of strategic management of the product range of the enterprise, optimization of the range of products of the enterprise, opportunities for increasing the profitability of the enterprise are substantiated.

Keywords: assortment of goods, assortment policy, effectiveness of the assortment policy, customer value of the assortment, assortment policy-making.