

УД(0)422  
Ф 79

**Н. О. Власова, Н. С. Краснокутська,  
Н. М. Смольнякова, О. А. Круглова,  
Л. І. Безгінова, Т. С. Мазепа**

**ФОРМУВАННЯ  
АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ  
ПІДПРИЄМСТВА РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ**

**Монографія**



**Харків  
2009**

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ХАРКІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ХАРЧУВАННЯ ТА ТОРГІВЛІ**

**ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ  
ПІДПРИЄМСТВА РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ**

**Монографія**

Харків 2009

УДК 658.628:658.8711.878

ББК 65.9 (4укр) 421.2

В-58

Авторський колектив:

Н. О. Власова, Н. С. Краснокутська, Н. М. Смольнякова,  
О. А. Круглова, Л.І. Безгінова, Т. С. Мазепа

Рецензенти:

д-р екон. наук, проф. О. С. Іванілов;

д-р екон. наук, проф. В. Я. Міщенко

Рекомендовано до видання вченою радою Харківського державного університету харчування та торгівлі (протокол № 8 від 27.03.2009 р.)

Формування асортиментної політики підприємства  
В-58 роздрібною торгівлі [Текст] : монографія / Н. О. Власова [та ін. ]; Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі. – Харків : ХДУХТ, 2009, – 189 с.  
ISBN 978-966-405-127-6

У монографії, розглянуто теоретико-методичні та практичні аспекти проблеми оцінювання та формування асортиментної політики торговельного підприємства.

Монографія призначена для студентів вищих навчальних закладів економічних спеціальностей, аспірантів, викладачів та спеціалістів у галузі торгівлі.

УДК 658.628:658.8711.878

ББК 65.9 (4укр) 421.2

ISBN 978-966-405-127-6

© Харківський державний університет  
харчування та торгівлі, 2009

## ЗМІСТ

Вступ.....	4
Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ.....	6
1.1. Сутність асортиментної політики та її місце в управлінні підприємством.....	6
1.2. Система факторів, що впливають на формування асортименту підприємств роздрібної торгівлі.....	30
1.3. Методичні засади здійснення оцінки ефективності асортиментної політики підприємств роздрібної торгівлі.....	40
Розділ 2. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ.....	57
2.1. Споживча цінність як критерій ефективності асортиментної політики підприємств роздрібної торгівлі.....	57
2.2. Оцінка конкурентоспроможності товарного асортименту підприємств роздрібної торгівлі.....	77
2.3. Відповідність внутрішнім можливостям як цільова настанова асортиментної політики підприємств роздрібної торгівлі.....	97
Розділ 3. ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ.....	124
3.1. Науково-практичний інструментарій формування асортиментної політики підприємств роздрібної торгівлі.....	124
3.2. Економічне обґрунтування асортиментної політики торговельною підприємства.....	146
Висновки.....	162
Додаток А. Результати кореляційно-регресійного аналізу динаміки обсягів роздрібного товарообороту та доходів населення.....	165
Додаток Б. Анкета опитування споживачів щодо споживчої цінності асортименту в підприємствах роздрібної торгівлі побутовою технікою.....	166
Додаток В. Результати оцінки конкурентоспроможності асортименту по сукупності підприємств.....	170
Список використаних джерел.....	173