

*Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292.
Ефективна економіка. 2026. № 1. ISSN 2307-2105*

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2026.1.16>

УДК 658.7:658.8:658.62

М. А. Мащенко,

д. е. н., професор, завідувач кафедри підприємництва, торгівлі і логістики,

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут»

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8863-6040>

Є. М. Шапран,

д. т. н., професор кафедри підприємництва, торгівлі і логістики,

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут»

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9236-0905>

І. Я. Інполітова,

к. е. н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі і логістики, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3981-3992>

І. Ф. Лісна,

к. е. н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі і логістики, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4083-9412>

**ТОВАРОЗНАВЧА ОЦІНКА ЯК СКЛАДОВА БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ
ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА У
ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ**

M. Mashchenko,

Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Department Business, Trade and Logistics, National Technical University “Kharkiv Polytechnic Institute”

E. Shapran,

Doctor of Science (Technics), Professor of the Department Business, Trade and Logistics, National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute»

I. Ippolitova,

PhD in Economics, Associate Professor of the Department Business, Trade and Logistics, National Technical University “Kharkiv Polytechnic Institute”

I. Lisna,

PhD in Economics, Associate Professor of the Department Business, Trade and Logistics, National Technical University “Kharkiv Polytechnic Institute”

COMMODITY-BASED ASSESSMENT AS A COMPONENT OF LOGISTICS BUSINESS PLANNING OF A TRADE ENTERPRISE IN THE DIGITAL ECONOMY

У статті досліджено теоретико-методичні засади бізнес-планування торговельної діяльності з урахуванням товарознавчої оцінки якості продукції. Обґрунтовано, що в умовах зростання конкуренції, нестабільності попиту та підвищення вимог споживачів до якості й безпечності товарів інтеграція товарознавчих показників у систему бізнес-планування є необхідною передумовою підвищення ефективності управлінських рішень. Розкрито роль товарознавчої оцінки якості продукції у формуванні маркетингового, виробничо-логістичного, фінансового, ризикового та стратегічного розділів бізнес-плану торговельного підприємства. Систематизовано вплив основних показників якості на ключові параметри бізнес-плану, зокрема прогноз обсягів продажу, оборотність товарних запасів, логістичні та операційні витрати, рівень рентабельності. Узагальнено підходи до використання товарознавчої оцінки при формуванні

асортиментної матриці та визначено управлінські рішення щодо розвитку, оптимізації або скорочення асортименту. Окрему увагу приділено ідентифікації ризиків торговельної діяльності, пов'язаних із якістю продукції, та обґрунтуванню заходів їх мінімізації. Доведено, що системне врахування товарознавчої оцінки якості у процесі бізнес-планування сприяє підвищенню конкурентоспроможності та сталому розвитку торговельних підприємств.

The article examines the theoretical and methodological foundations of business planning in trade activities with special emphasis on integrating product quality assessment based on commodity science principles. Under current market conditions characterized by intense competition, demand volatility, increasing consumer requirements for product quality and safety, and stricter regulatory constraints, effective business planning acquires strategic importance for trade enterprises. It is substantiated that traditional approaches to business planning are often focused mainly on financial calculations and marketing forecasts, while product quality assessment is considered fragmentarily, which reduces the validity of managerial decisions and increases entrepreneurial risks.

The study proves that the integration of commodity-based quality indicators into the business planning system ensures consistency between qualitative and economic parameters of trade activities. The role of product quality assessment in the formation of marketing, production and logistics, financial, risk-related, and strategic sections of a business plan is revealed. Particular attention is paid to the impact of quality indicators on key planning parameters such as sales volume forecasts, inventory turnover, pricing decisions, logistics and operating costs, profitability, and financial sustainability of trade enterprises.

The article systematizes approaches to using product quality assessment in the development of the assortment matrix and substantiates managerial decisions regarding assortment expansion, optimization, positioning, or elimination of low-quality products. It is demonstrated that a high level of product quality and

consumer value creates preconditions for applying price premiums, strengthening customer loyalty, and forming long-term competitive advantages. At the same time, insufficient quality leads to additional costs related to returns, complaints, reputation losses, and reduced market positions.

Special attention is devoted to identifying quality-related risks in trade activities and substantiating measures for their minimization, including quality control enhancement, assortment adjustment, logistics process optimization, and implementation of international quality standards. The results confirm that systematic consideration of product quality assessment in business planning contributes to improving the effectiveness of managerial decisions, reducing entrepreneurial risks, and ensuring sustainable development of trade enterprises in the long term.

Ключові слова: *бізнес-планування, торговельно-логістична діяльність, товарознавча оцінка, якість продукції, управління якістю, асортиментна політика, конкурентоспроможність, торговельне підприємство, цифрова економіка.*

Keywords: *business planning, trade and logistics activities, commodity-based assessment, product quality, quality management, assortment policy, competitiveness, trade enterprise, digital economy.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах торговельні підприємства функціонують у середовищі високої конкуренції, нестабільності попиту, зростання вимог споживачів до якості та безпечності продукції, а також посилення регуляторних обмежень. За таких умов ефективне бізнес-планування торговельної діяльності набуває стратегічного значення, оскільки саме воно забезпечує обґрунтованість управлінських рішень, раціональний розподіл ресурсів і досягнення запланованих фінансово-економічних результатів.

Водночас практика свідчить, що в більшості бізнес-планів торговельних підприємств акцент робиться переважно на фінансових розрахунках, маркетингових прогнозах та організаційних аспектах діяльності, тоді як товарознавча оцінка якості продукції розглядається фрагментарно або формально. Недостатня інтеграція товарознавчих показників якості, споживчих властивостей і відповідності продукції стандартам у процес бізнес-планування призводить до помилок у формуванні асортиментної політики, неточності прогнозування попиту, зниження рівня конкурентоспроможності та підвищення підприємницьких ризиків.

Таким чином, актуальною науково-практичною проблемою є обґрунтування підходів до бізнес-планування торговельної діяльності з урахуванням товарознавчої оцінки якості продукції, що дозволить забезпечити комплексність планових рішень, підвищити ефективність функціонування торговельних підприємств та їх здатність адаптуватися до динамічних змін ринкового середовища.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Нормативно-методичну основу дослідження становлять міжнародні стандарти ISO 9001:2015 та документ ISO Quality management principles, у яких закладено системний підхід до управління якістю, орієнтацію на споживача, процесний та ризик-орієнтований підходи. Зазначені документи є концептуально важливими для обґрунтування необхідності інтеграції показників якості продукції у процеси планування, прогнозування та прийняття управлінських рішень у торговельній діяльності [1, 2].

Науковий внесок у розвиток проблематики управління асортиментом і споживчими уподобаннями представлено у працях [2, 3, 4]. У цих дослідженнях розкрито методичні підходи до оцінки, аналізу та прогнозування споживчих уподобань, обґрунтовано роль асортиментної політики у забезпеченні конкурентоспроможності компанії, а також проаналізовано маркетингові інструменти вдосконалення стратегій управління продажами. Дані публікації формують наукову основу для

поєднання маркетингового, товарознавчого та планово-економічного інструментарію в бізнес-плануванні торговельних підприємств.

Питання формування та вдосконалення асортиментної політики торговельних підприємств детально розглядаються у працях С. М. Бондаренка, Ю. О. Палагіна, Б. С. Бондаренка [5], а також Н. В. Василюхи [6], де асортиментна політика трактується як ключовий елемент товарної політики та чинник підвищення результативності торговельної діяльності. У цих роботах обґрунтовуються практичні підходи до оптимізації асортименту з урахуванням ринкових умов, однак питання безпосереднього включення показників якості продукції у структуру бізнес-плану потребують подальшого розвитку.

Окрему групу джерел становлять публікації І. Іртишевої, М. Стегня, О. Гуріної, Ю. Бойка [8, 9, 10], у яких досліджуються механізми стратегічного управління, сталого розвитку та соціально орієнтованого економічного зростання. Ці роботи є важливими для обґрунтування стратегічного характеру бізнес-планування та врахування якісних, екологічних і соціальних чинників у довгострокових планах розвитку підприємств.

Праця Є. О. Діденка та Д. С. Савельєва [11] доповнює дослідження прикладними аспектами управління асортиментною політикою в умовах функціонування сучасних торговельних підприємств, зосереджуючись на інструментах управлінського впливу та організаційно-економічних рішеннях.

Загалом аналіз наведених джерел свідчить про достатній рівень наукової розробленості проблем управління якістю, асортиментною політикою та конкурентоспроможністю торговельних підприємств. Водночас залишається недостатньо дослідженим питання комплексної інтеграції товарознавчої оцінки якості продукції у систему бізнес-планування торговельної діяльності, що зумовлює актуальність та наукову новизну подальших досліджень у цьому напрямі.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою даної статті є обґрунтування теоретико-методичних підходів до бізнес-планування торговельної діяльності з урахуванням товарознавчої оцінки якості продукції, а також визначення можливостей інтеграції показників якості та споживчих властивостей товарів у ключові розділи бізнес-плану з метою підвищення ефективності управлінських рішень, конкурентоспроможності та результативності функціонування торговельних підприємств..

Виклад основного матеріалу дослідження. Бізнес-планування торговельної діяльності є комплексним управлінським процесом, спрямованим на обґрунтування стратегічних і тактичних рішень щодо розвитку підприємства, формування асортименту, організації збуту та забезпечення фінансової результативності. У сучасних умовах зростання конкуренції та підвищення вимог споживачів до якості продукції особливої актуальності набуває інтеграція товарознавчої оцінки якості продукції в систему бізнес-планування, що дозволяє забезпечити узгодженість якісних і економічних параметрів торговельної діяльності.

На етапі розроблення маркетингового розділу бізнес-плану товарознавча оцінка якості продукції виступає інформаційною базою для формування асортиментної політики, сегментації ринку та позиціонування товарів. Аналіз споживчих властивостей, рівня відповідності стандартам і очікуванням споживачів дає змогу обґрунтувати вибір товарних груп, визначити пріоритетні асортиментні позиції та сформувати цінову політику з урахуванням споживчої цінності продукції. Включення показників якості у прогноз попиту сприяє підвищенню точності планових розрахунків та зниженню ризиків нереалізації товарів.

У виробничо-логістичному розділі бізнес-плану результати товарознавчої оцінки використовуються для встановлення вимог до постачальників, вибору каналів закупівлі та визначення умов зберігання і транспортування продукції. Якісні характеристики товарів безпосередньо впливають на рівень логістичних витрат, втрати від псування, обсяг

рекламацій та необхідність додаткових витрат на контроль якості. Урахування цих чинників у бізнес-плані забезпечує більш обґрунтоване планування операційної діяльності та підвищує її економічну ефективність.

Фінансовий розділ бізнес-плану формується з урахуванням впливу якості продукції на доходи та витрати торговельного підприємства. Високий рівень якості дозволяє застосовувати цінову премію, підвищувати лояльність споживачів і забезпечувати стабільність грошових потоків, тоді як низька якість зумовлює додаткові витрати, пов'язані з поверненням товарів, зниженням обсягів продажу та репутаційними втратами. Інтеграція товарознавчих показників у фінансові розрахунки бізнес-плану дає змогу більш точно оцінити рентабельність асортиментних позицій і загальну фінансову стійкість підприємства.

У таблиці 1 узагальнено напрями інтеграції товарознавчої оцінки якості продукції у ключові структурні розділи бізнес-плану торговельного підприємства та визначено відповідні управлінські ефекти. Таблиця демонструє, що результати товарознавчої оцінки мають міжфункціональний характер і використовуються не лише в маркетинговому плануванні, а й у виробничо-логістичних, фінансових, ризикових та стратегічних рішеннях.

Таблиця 1. Інтеграція товарознавчої оцінки якості продукції у структурні розділи бізнес-плану торговельного підприємства

Розділ бізнес-плану	Елементи товарознавчої оцінки якості	Управлінський ефект
Маркетинговий	Споживчі властивості, рівень якості, відповідність стандартам, споживча цінність	Обґрунтування асортиментної та цінової політики
Виробничо-логістичний	Умови зберігання, транспортабельність, стабільність якості	Оптимізація логістичних витрат, зниження втрат
Фінансовий	Вплив якості на ціну, витрати, рентабельність	Підвищення точності фінансових розрахунків
Ризиковий	Ризики невідповідності якості, рекламацій, повернень	Зменшення підприємницьких ризиків
Стратегічний	Екологічність, безпечність, сертифікація	Формування довгострокових конкурентних переваг

Джерело: сформовано на основі [3; 7; 8].

Зокрема, у маркетинговому розділі бізнес-плану товарознавчі показники якості слугують підґрунтям для формування асортиментної та цінової політики з урахуванням споживчої цінності продукції. У виробничо-логістичному розділі вони визначають вимоги до умов зберігання, транспортування та стабільності якості, що безпосередньо впливає на рівень логістичних витрат і втрат від псування товарів.

Фінансовий розділ бізнес-плану ґрунтується на оцінці впливу якості продукції на рівень доходів, витрат і рентабельності, що підвищує точність фінансових розрахунків і прогнозів. У ризиковому блоці товарознавча оцінка дозволяє ідентифікувати та мінімізувати ризики, пов'язані з невідповідністю якості, рекламаціями та поверненням продукції. Стратегічний розділ бізнес-плану, у свою чергу, враховує екологічність, безпечність і сертифікацію продукції як чинники формування довгострокових конкурентних переваг торговельного підприємства.

У таблиці 2 відображено вплив основних товарознавчих показників якості продукції на ключові параметри бізнес-плану торговельного підприємства та визначено характер цього впливу. Представлені дані свідчать про наявність тісного взаємозв'язку між рівнем якості продукції та результативністю планових і прогнозних показників торговельної діяльності.

Зокрема, рівень відповідності продукції встановленим стандартам безпосередньо впливає на прогноз обсягів продажу, оскільки гарантує задоволення вимог споживачів і підвищує довіру до товару. Стабільність якісних характеристик сприяє зростанню оборотності товарних запасів, забезпечуючи ритмічність збуту та зменшення надлишкових залишків. Висока споживча цінність продукції створює передумови для застосування цінової премії, що позитивно позначається на доходності торговельної діяльності.

Водночас якість упаковки має обернений вплив на рівень логістичних витрат: удосконалення упаковки знижує втрати під час транспортування та

зберігання продукції, що сприяє оптимізації витрат. Частота рекламаций, навпаки, прямо впливає на операційні витрати підприємства, оскільки зростання кількості повернень і претензій потребує додаткових фінансових та організаційних ресурсів.

Таблиця 2. Вплив товарознавчих показників якості на ключові параметри бізнес-плану

Показник якості продукції	Параметр бізнес-плану	Характер впливу
Рівень відповідності стандартам	Прогноз обсягів продажу	Прямий
Стабільність якісних характеристик	Оборотність товарних запасів	Прямий
Споживча цінність	Цінова премія	Прямий
Якість упаковки	Логістичні витрати	Обернений
Частота рекламаций	Операційні витрати	Прямий

Джерело: сформовано на основі [4; 7; 9].

У таблиці 3 узагальнено підходи до використання товарознавчої оцінки якості продукції при формуванні асортиментної матриці торговельного підприємства та обґрунтовано відповідні управлінські рішення. Таблиця демонструє, що рівень якості, споживча цінність і рентабельність товарів є ключовими критеріями прийняття рішень щодо розвитку, оптимізації або скорочення асортименту.

Зокрема, основні товарні групи з високим рівнем якості, високою споживчою цінністю та рентабельністю розглядаються як стратегічно важливі для підприємства, що обумовлює доцільність їх подальшого розширення в асортименті. Доповнюючі товари, які характеризуються середніми показниками якості та економічної ефективності, потребують оптимізації з метою підвищення їх внеску в загальні результати торговельної діяльності.

Іміджеві товари, незважаючи на високий рівень якості та споживчої цінності, мають низьку рентабельність, однак відіграють важливу роль у формуванні позитивного іміджу та ринкового позиціонування торговельного

підприємства, що обґрунтовує доцільність їх підтримки в асортименті. Низькоякісні товари з низькою споживчою цінністю та рентабельністю є економічно недоцільними, тому приймається управлінське рішення щодо їх виведення з асортиментної матриці.

Таблиця 3. Використання товарознавчої оцінки при формуванні асортиментної матриці

Група товарів	Рівень якості	Споживча цінність	Рентабельність	Управлінське рішення
Основні	Високий	Висока	Висока	Розширення асортименту
Доповнюючі	Середній	Середня	Середня	Оптимізація позицій
Іміджеві	Високий	Висока	Низька	Підтримка для позиціонування
Низькоякісні	Низький	Низька	Низька	Виведення з асортименту

Джерело: сформовано на основі [3; 7; 8].

Важливим елементом бізнес-планування є оцінка ризиків, пов'язаних з якістю продукції. Товарознавча оцінка дозволяє ідентифікувати потенційні ризики невідповідності стандартам, коливання якості поставок і зміни споживчих уподобань. Включення якісних ризиків до ризик-матриці бізнес-плану та розроблення заходів з їх мінімізації сприяє підвищенню адаптивності торговельного підприємства до змін ринкового середовища.

У таблиці 4 систематизовано основні ризики торговельної діяльності, пов'язані з якістю продукції, визначено причини їх виникнення, можливі наслідки для діяльності торговельного підприємства та запропоновано заходи щодо їх мінімізації. Таблиця відображає причинно-наслідковий зв'язок між рівнем якості продукції та економічними, операційними й стратегічними результатами торговельної діяльності.

Зокрема, ризик рекламаций виникає внаслідок нестабільної якості продукції та призводить до додаткових витрат і репутаційних втрат, що обґрунтовує необхідність посилення системи контролю якості. Ризик

повернень пов'язаний з невідповідністю товарів очікуванням споживачів і зумовлює зниження доходів підприємства, що потребує коригування асортиментної політики та врахування споживчих уподобань у процесі бізнес-планування.

Логістичні ризики, спричинені порушенням умов зберігання та транспортування продукції, ведуть до втрат товарів і підвищення витрат, що актуалізує необхідність оптимізації логістичних процесів. Стратегічний ризик, пов'язаний із відсутністю сертифікації продукції, може призвести до втрати ринків збуту та обмеження доступу до окремих сегментів ринку, тому впровадження стандартів якості виступає важливим інструментом довгострокового розвитку торговельного підприємства.

Таким чином, дані таблиці 4 підтверджують доцільність системного врахування ризиків, пов'язаних з якістю продукції, у процесі бізнес-планування та необхідність розроблення превентивних заходів для підвищення стійкості та конкурентоспроможності торговельної діяльності.

Таблиця 4. Ризики торговельної діяльності, пов'язані з якістю продукції, та заходи їх мінімізації

Вид ризику	Причина виникнення	Наслідки	Заходи мінімізації
Ризик рекламаций	Нестабільна якість	Додаткові витрати, репутаційні втрати	Посилення контролю якості
Ризик повернень	Невідповідність очікуванням споживачів	Зниження доходів	Коригування асортименту
Логістичний ризик	Порушення умов зберігання	Втрати товарів	Оптимізація логістичних процесів
Стратегічний ризик	Відсутність сертифікації	Втрата ринків збуту	Впровадження стандартів якості

Джерело: сформовано на основі [3; 5; 6].

Таким чином, урахування товарознавчої оцінки якості продукції в процесі бізнес-планування забезпечує комплексний підхід до управління торговельною діяльністю, дозволяє підвищити обґрунтованість

управлінських рішень, зменшити рівень підприємницьких ризиків і створити передумови для сталого розвитку торговельних підприємств у довгостроковій перспективі.

Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямі. У результаті проведеного дослідження встановлено, що бізнес-планування торговельної діяльності в сучасних умовах має ґрунтуватися на комплексному поєднанні економічних, маркетингових і товарознавчих підходів. Доведено, що інтеграція товарознавчої оцінки якості продукції у систему бізнес-планування забезпечує узгодженість якісних і фінансово-економічних параметрів діяльності торговельного підприємства, підвищує обґрунтованість управлінських рішень та сприяє зниженню підприємницьких ризиків.

Обґрунтовано, що використання товарознавчих показників якості у маркетинговому, виробничо-логістичному, фінансовому та стратегічному розділах бізнес-плану дозволяє оптимізувати асортиментну політику, підвищити точність прогнозування попиту, раціоналізувати витрати та сформувати довгострокові конкурентні переваги. Систематизація впливу якості продукції на ключові параметри бізнес-плану підтвердила її визначальну роль у забезпеченні фінансової стійкості та конкурентоспроможності торговельних підприємств.

Водночас результати дослідження свідчать про необхідність подальшого поглиблення наукових розвідок у цьому напрямі. Перспективними є розроблення кількісних моделей інтеграції товарознавчої оцінки якості продукції у фінансово-економічні розрахунки бізнес-планів, апробація запропонованих підходів на матеріалах конкретних торговельних підприємств, а також дослідження впливу цифрових інструментів і аналітики даних на процес оцінювання якості та управління асортиментом. Особливої уваги потребує вивчення ролі екологічних і соціальних характеристик продукції в контексті сталого розвитку та їх урахування в стратегічному бізнес-плануванні торговельної діяльності.

Література

1. ISO 9001:2015. Quality management systems — Requirements. Geneva : International Organization for Standardization, 2015. URL: <https://www.iso.org/standard/62085.html> (дата звернення 07.01.2026).
2. ISO. Quality management principles. Geneva : International Organization for Standardization, 2015. URL: <https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/store/en/PUB100080.pdf> (дата звернення 07.01.2026).
3. Мащенко М. А. Оцінка, аналіз і прогнозування споживчих уподобань у системі управління асортиментом. Бізнес-інформ. – 2025. – № 8. – С. 127-135. <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/95230>
4. Мащенко М. А. Управління конкурентоспроможністю компанії шляхом підвищення ефективності асортиментної політики в сучасних ринкових умовах [Електронний ресурс]. Інфраструктура ринку : електрон. наук.-практ. журн. – 2024. – Вип. 76. – С. 37-48
5. Мащенко М. А. Аналіз маркетингових інструментів удосконалення стратегії управління продажами компанії [Електронний ресурс]. Ефективна економіка : електрон. журн. – 2024. – № 1. – 19 с. <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/73341>
6. Бондаренко С. М., Палагін Ю. О., Бондаренко Б. С. Удосконалення асортиментної політики торговельного підприємства у сфері моди. Економіка і суспільство. Вип. 16. 2018. PDF доступ: https://economyandsociety.in.ua/journals/16_ukr/40.pdf (дата звернення 07.01.2026).
7. Василюха Н. В. Асортиментна політика — важливий інструмент товарної політики торговельного підприємства. Економіка і суспільство. Вип. 19. 2018. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/19_ukr/144.pdf (дата звернення 07.01.2026).
8. Irtysheva I., Stehnei M., Gurina O. Financial mechanism of the socio-oriented economic development of the Black Sea region. Baltic Journal of

Economic Studies. Vol. 4, No 4 (2018), p. 202-208. doi: 10.30525/2256-0742/2018-4-4-202-208

9. Stehnei M.I. Ecological component of sustainable development of rural territories in Ukraine. *Актуальні проблеми економіки*. Київ: ВНЗ «Національна академія управління», 2013. № 10. С. 171-177.

10. Stehnei M., Irtysheva I., Boiko Y. Modeling of strategic control system in the context of sustainable development of enterprise. *Problems and Perspectives in Management (open-access): journal*. Sumy: LLC “СРС “Business Perspectives”, 2017. Volume 15, Issue 3. P. 212-223.

11. Діденко Є. О. Управління асортиментною політикою підприємства / Є.О. Діденко, Д.С. Савельєв //Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». Дніпропетровськ : ДДАЕУ, 2015. № 3. Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3910>.

References

1. ISO (2015), *Quality management systems — Requirements*, International Organization for Standardization, Geneva, Switzerland, available at: <https://www.iso.org/standard/62085.html> (Accessed 7 January 2026).

2. ISO (2015), *Quality management principles*, International Organization for Standardization, Geneva, Switzerland, available at: <https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/store/en/PUB100080.pdf> (Accessed 7 January 2026).

3. Mashchenko, M.A. and Hudymenko, V.P. (2025), “Assessment, analysis and forecasting of consumer preferences in the assortment management system”, *Biznes-Inform*, vol. 8, pp. 127-135, available at: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/95230> (Accessed 7 January 2026).

4. Mashchenko, M.A., Serhiienko, O.A. and Hudymenko, V.P. (2024), “Managing company competitiveness by improving the efficiency of assortment policy in modern market conditions”, *Infrastruktura rynku*, vol. 76, pp. 37-48.

5. Serhiienko, O.A. Mashchenko, M.A. and Shvets, A.D. (2024), “Analysis of marketing tools for improving the company’s sales management strategy”, *Efektyvna ekonomika*, [Online], vol. 1, available at: <https://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/73341> (Accessed 7 January 2026).
6. Bondarenko, S.M. Palahin, Yu.O. and Bondarenko, B.S. (2018), “Improving the assortment policy of a trade enterprise in the fashion industry”, *Ekonomika i suspilstvo*, vol. 16, available at: https://economyandsociety.in.ua/journals/16_ukr/40.pdf (Accessed 7 January 2026).
7. Vasylykha, N.V. (2018), “Assortment policy as an important tool of the commodity policy of a trade enterprise”, *Ekonomika i suspilstvo*, vol. 19, available at: https://economyandsociety.in.ua/journals/19_ukr/144.pdf (Accessed 7 January 2026).
8. Irtysheva, I. Stehnei, M. and Gurina, O. (2018), “Financial mechanism of the socio-oriented economic development of the Black Sea region”, *Baltic Journal of Economic Studies*, vol. 4, no. 4, pp. 202-208, doi: 10.30525/2256-0742/2018-4-4-202-208.
9. Stehnei, M.I. (2013), “Ecological component of sustainable development of rural territories in Ukraine”, *Aktualni problemy ekonomiky*, vol. 10, pp. 171-177.
10. Stehnei, M. Irtysheva, I. and Boiko, Y. (2017), “Modeling of strategic control system in the context of sustainable development of enterprise”, *Problems and Perspectives in Management*, vol. 15, no. 3, pp. 212-223.
11. Didenko, Ye.O. and Saveliev, D.S. (2015), “Management of enterprise assortment policy”, *Efektyvna ekonomika*, [Online], vol. 3, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3910> (Accessed 7 January 2026).

Стаття надійшла до редакції 07.01.2026 р.