

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економіки та менеджменту  
Кафедра менеджменту та маркетингу

Кваліфікаційна робота на правах рукопису

ДУБИНЧУК Дар'я Анатоліївна

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

УДК: 658.87

Формування стратегії управління товарним асортиментом

ТОВ «ВФ Ритейл»

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Подається на здобуття освітнього ступеня «Бакалавр»

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

---

(підпис, ініціали та прізвище здобувача вищої освіти)

Керівник роботи:

Старинець Олександр Георгійович

Доктор економічних наук, професор

Житомир 2025

## АНОТАЦІЯ

**Дубинчук Д.А. Формування стратегії управління товарним асортиментом ТОВ «ВФ Ритейл». – Рукопис.**

Кваліфікаційна робота на здобуття ОС «Бакалавр» за спеціальністю 073 «Менеджмент». – Поліський національний університет Міністерства освіти і науки України, 2025.

Дослідження присвячено обґрунтуванню теоретичних основ формування стратегії управління товарним асортиментом підприємства та розробці напрямів її удосконалення в діяльності ТОВ «ВФ Ритейл». Здійснено організаційно-економічну характеристику ТОВ «ВФ Ритейл» та проведено оцінку ефективності стратегії управління його товарним асортиментом. Розроблено практичні рішення щодо ефективності стратегії управління товарним асортиментом.

*Ключові слова:* товарний асортимент, управління, товарна політика, стратегія, сфера ритейлу, мобільний оператор, ринок мобільного зв'язку.

## SUMMARY

**Dubinchuk D.A. Formation of a product range management strategy VF Retail LLC. – Manuscript.**

Qualification thesis for obtaining a Bachelor's degree in specialty 073 «Management». – Polissia National University of the Ministry of Education and Science of Ukraine, 2025.

The study is devoted to substantiating the theoretical foundations of the formation of a strategy for managing the enterprise's product range and developing directions for its improvement in the activities of LLC «VF Retail». An organizational and economic characteristic of LLC «VF Retail» was carried out and an assessment of the effectiveness of its product range management strategy was carried out. Practical solutions have been developed regarding the effectiveness of the product range management strategy.

*Key words:* product range, management, product policy, strategy, retail sector, mobile operator, mobile communication market.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	7
1.1. Сутність управління товарним асортиментом підприємства....	7
1.2. Особливості формування та реалізації стратегії управління товарним асортиментом підприємства.....	9
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ ТОВ «ВФ РИТЕЙЛ».....	11
2.1. Організаційно-економічна характеристика підприємства.....	11
2.2. Оцінка ефективності стратегії управління товарним асортиментом підприємства.....	15
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ ТОВ «ВФ РИТЕЙЛ»...	18
3.1. Ідентифікація резервів та ключові напрями вдосконалення асортиментної політики підприємства.....	18
3.2. Розробка практичних рішень для підвищення ефективності стратегії управління товарним асортиментом підприємства.....	21
ВИСНОВКИ.....	24
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	26
ДОДАТКИ.....	30

## ВСТУП

**Актуальність досліджуваної теми** зумовлюється тим, що в умовах глобалізації та мінливих умов ринкового середовища підприємствам у сфері ритейлу необхідно постійно адаптувати свої стратегії та підходи до управління товарами. Асортиментна політика є важливим елементом загальної стратегії, оскільки вона визначає, які продукти будуть пропонуватися підприємством на ринку, за якими цінами, а також як відбуватиметься їх просування та розподіл кінцевим споживачам. Від ефективності управління товарним асортиментом залежить рівень конкурентоспроможності підприємства, його здатність задовольняти потреби споживачів та забезпечувати стабільний фінансовий результат.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Особливостям асортиментної політики підприємства присвячено велику кількість праць таких науковців, як І.А. Амбрович, Л.В. Балабанова, О.Я. Бозуленко, О.Є. Громова, Д.В. Дячков, О.Є. Громова, Є.О. Єфімова, С.М. Ілляшенко, А.О. Касич, С. Крамарчук, Н.С. Кубишина, С.В. Нагірняк, О.М. Прядко, Н.І. Степаненко, Л.В. Тарасович, О.Г. Череп, Т.Б. Щира та ін. Однак з урахуванням нестабільності стану національної економіки та зміни побажань споживачів виникає потреба у проведенні подальших наукових досліджень за даним напрямом.

**Метою кваліфікаційної роботи** є обґрунтування теоретичних основ формування стратегії управління товарним асортиментом підприємства та розробка напрямів її удосконалення в діяльності ТОВ «ВФ Ритейл».

Відповідно до мети дослідження у кваліфікаційній роботі було визначено ряд завдань:

- розкрити сутність управління товарним асортиментом підприємства;
- дослідити особливості формування та реалізації стратегії управління товарним асортиментом підприємства;
- навести організаційно-економічну характеристику ТОВ «ВФ Ритейл»;

- оцінити ефективність управління товарним асортиментом ТОВ «ВФ Ритейл»;
- провести ідентифікацію резервів та ключових напрямів удосконалення асортиментної політики підприємства;
- розробити практичні рішення для підвищення ефективності стратегії управління товарним асортиментом підприємства.

**Об'єктом дослідження** є процес формування стратегії управління товарним асортиментом ТОВ «ВФ Ритейл».

**Предметом дослідження** є сукупність теоретичних та прикладних засад формування стратегії управління товарним асортиментом підприємства.

**Методи дослідження.** У процесі виконання кваліфікаційної роботи було застосовано наступні методи наукового дослідження: аналізу та синтезу – для розкриття сутності управління товарним асортиментом підприємства; процесний підхід – для дослідження особливостей формування та реалізації стратегії управління асортиментною політикою підприємства; системного аналізу – для оцінки ефективності управління товарним асортиментом ТОВ «ВФ Ритейл»; метод прогнозування – для виявлення резервів і ключових напрямів удосконалення асортиментної політики ТОВ «ВФ Ритейл», а також розробки практичних рішень для підвищення ефективності управління його товарним асортиментом.

*Інформаційну базу дослідження* склали нормативно-правові акти України з питань ведення господарської діяльності; навчальні та наукові видання, фахові публікації в періодичних джерелах і мережі Інтернет, що висвітлюють проблематику управління товарним асортиментом; а також внутрішня документація ТОВ «ВФ Ритейл» за 2022–2024 рр. й офіційні матеріали з вебсайту підприємства.

**Практичне значення отриманих результатів** полягає у розробці шляхів удосконалення процесу формування стратегії управління товарним асортиментом та їх застосування у діяльності ТОВ «ВФ Ритейл».

**Апробація.** Результати дослідження опубліковано у таких наукових працях:

1. Дубинчук Д.А. особливості формування та реалізації механізму управління товарною політикою підприємства. *Менеджмент сталого розвитку організацій: стратегії, інновації, цифрові рішення*: збірник наук. праць учасників наук.-практ. конф. (30 квіт. 2025 р.). Житомир: Поліський університет, 2025. С. 242–244.

2. Дубинчук Д.А. Застосування сучасних цифрових технологій в процесі управління товарним асортиментом підприємства у сфері роздрібної торгівлі. *Наукові читання – 2025* : збірник наук. праць учасників наук.-практ. конф. (16 трав. 2025 р.). Житомир: Поліський університет, 2025. С. 85–87.

**Структура та обсяг кваліфікаційної роботи.** Робота викладена на 35 сторінках комп'ютерного тексту (основний зміст – 25 сторінок). Структурно робота включає вступ, три розділи, висновки, список використаних джерел (40 найменувань), додатків.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ ПІДПРИЄМСТВА

### 1.1. Сутність управління товарним асортиментом підприємства

Управління товарним асортиментом підприємства є ключовим елементом його загальної стратегії, оскільки визначає, які саме товари або послуги будуть представлені на ринку, якими характеристиками володітимуть і яким чином задовольнятимуть потреби споживачів. Сутність даного процесу полягає у виборі асортименту, формуванні ціноутворення, організації просування товарів та забезпечення їх доступності для кінцевого споживача.

Підходи науковців до визначення сутності поняття «Управління товарним асортиментом підприємства» наведено в табл. 1.1.

*Таблиця 1.1*

#### Підходи науковців до визначення сутності поняття «управління товарним асортиментом підприємства»

Джерело	Визначення
Т.І. Балановська, С.О. Ніколаєнко [3, с. 57]	Управління товарним асортиментом підприємства – це системний процес формування та реалізації рішень щодо асортименту товарів, організації їх просування на ринку та забезпечення доступності, що спрямований на задоволення потреб споживачів, а також на досягнення фінансових цілей суб'єкта господарювання.
І.Г. Бубенець, Р.С. Швачко [7, с. 130]	Управління товарним асортиментом підприємства – це процес розробки та впровадження стратегії, яка включає в себе вибір, формування та підтримку асортименту товарів, визначення ціни, організацію просування продукції і формування ефективної комунікації зі споживачем для підвищення позицій на ринку.
О.Є. Громова, Ю.В. Шевчук [10, с. 75]	Управління товарним асортиментом підприємства – це організаційно-управлінський процес, що охоплює розробку, впровадження та коригування товарної стратегії, спрямований на забезпечення оптимального асортименту та конкурентоспроможних умов для задоволення потреб споживачів.
Д.В. Дячков, І.П. Потапюк, І.О. Яковенко [12, с. 46]	Управління товарним асортиментом підприємства – це сукупність управлінських дій, які забезпечують ефективне планування, формування та реалізацію товарних пропозицій на ринку з урахуванням потреб споживачів і стратегічних цілей компанії.

## Продовження таблиці 1.1

А. Костромін [19, с. 163]	Управління товарним асортиментом підприємства – це процес ефективного використання ресурсів для формування товарного асортименту, оптимізації закупівель, зберігання, розподілу товарів і їх продажу з метою забезпечення підприємства необхідними товарними позиціями для досягнення ринкових цілей.
Т.М. Остапенко, В.С. Тімар [28, с. 374]	Управління товарним асортиментом підприємства – це комплексний процес, який охоплює визначення стратегії асортименту товарів, оптимізацію каналів розподілу та встановлення ефективної цінової політики, що забезпечує підприємству досягнення конкурентних переваг на ринку.
С.Ю. Хамініч, П.М. Сокол, А.А. Чубакова [31, с. 129]	Управління товарним асортиментом підприємства – це система управлінських заходів, спрямованих на формування та реалізацію асортименту продукції, визначення цінових стратегій, просування товарів і організацію їх ефективного розподілу з урахуванням внутрішніх і зовнішніх факторів впливу.
О.Г. Череп [32, с. 32]	Управління товарним асортиментом підприємства – це комплексна діяльність, спрямована на планування, формування і реалізацію товарної пропозиції підприємства через ефективне використання маркетингових інструментів для досягнення стійкого ринкового позиціонування та конкурентоспроможності.

Джерело: сформовано автором на основі [3; 7; 10; 12; 19; 28; 31; 32].

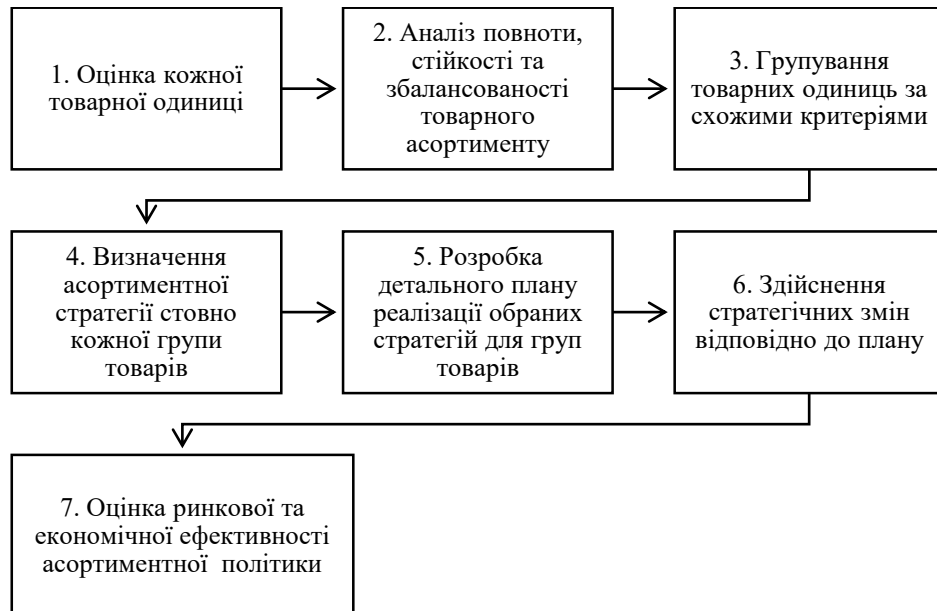
З аналізу підходів науковців до визначення сутності поняття «управління товарним асортиментом підприємства» можна зробити висновок, що воно є досить багатограним і комплексним процесом, який включає в себе розробку стратегії товарного асортименту, цінову політику, організацію просування товарів та ефективне управління каналами розподілу з метою задоволення різноманітних потреб споживачів та досягнення конкурентних переваг на ринку. Усі погляди науковців підкреслюють важливість інтеграції стратегічного планування з оперативним управлінням товарною пропозицією та врахуванням внутрішніх і зовнішніх факторів впливу для забезпечення сталого розвитку підприємства.

Успішне управління товарним асортиментом передбачає не лише правильне стратегічне планування, але також й ефективне впровадження конкретних управлінських заходів, орієнтованих на оптимізацію товарного асортименту. Однак реалізація даної стратегії потребує комплексного підходу, що включає тісну взаємодію різних структурних підрозділів підприємства, зокрема маркетингових, логістичних і фінансових, що в свою чергу визначає доцільність продажу певних категорій товарів на ринку.

## 1.2. Особливості формування та реалізації стратегії управління товарним асортиментом підприємства

Стратегія управління товарним асортиментом підприємства – це сукупність організаційних, управлінських і методичних заходів, які здатні забезпечити ефективне формування, реалізацію та коригування товарної політики суб'єкта господарювання з урахуванням змін на ринку, потреб споживачів та його внутрішніх можливостей. Він включає в себе процеси стратегічного планування товарного асортименту, ціноутворення, просування та розподіл. Все це вказує на те, що асортиментна політика є невід'ємною складовою маркетингової стратегії, оскільки чинить вплив на ефективність збутової діяльності, яка, у свою чергу, відіграє ключову роль у зміцненні конкурентних позицій підприємства.

Ключові етапи формування та реалізації стратегії управління товарним асортиментом підприємства наведено на рис. 1.1.



**Рис. 1.1. Ключові етапи формування та реалізації стратегії управління товарним асортиментом підприємства**

Джерело: сформовано автором на основі [31, с. 131].

С. Крамарчук та Ж. Крисько враховуючи етапи формування та реалізації стратегії управління товарним асортиментом у своїй науковій праці

пропонують напрями його здійснення на основі маркетингового підходу, що наведено на рис. 1.2.



**Рис. 1.2. Напрями здійснення формування та реалізації стратегії управління товарним асортиментом на основі маркетингового підходу**

Джерело: сформовано автором на основі [20, с. 192].

Таким чином, ефективне формування та реалізації стратегії управління товарним асортиментом підприємства є важливим елементом його стратегічного розвитку та конкурентоспроможності на ринку. Використання маркетингового підходу, що включає в себе всебічний аналіз ринкового середовища, оцінку асортименту, узгодження цілей та впровадження обґрунтованих змін у товарну політику, дасть змогу підприємству швидко адаптуватися до динамічних умов зовнішнього середовища, задовольняти потреби різних споживачів і досягати стабільного економічного зростання.

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ТОВАРИМ АСОРТИМЕНТОМ ТОВ «ВФ РИТЕЙЛ»

#### 2.1. Організаційно-економічна характеристика підприємства

ТОВ «ВФ Ритейл», офіційно зареєстроване як товариство з обмеженою відповідальністю, було створено у відповідності з рішенням зборів учасників ПрАТ «ВФ Україна» 11 липня 2017 року. Мета підприємства – стимулювання продажів телефонів та смартфонів для смартфонізації населення України [29].

Загальну інформацію про ТОВ «ВФ Ритейл» наведено в табл. 2.1.

*Таблиця 2.1*

#### Загальна інформація про ТОВ «ВФ Ритейл»

1. Повна назва підприємства	Товариство з обмеженою відповідальністю «ВФ Ритейл»
2. Скорочена назва підприємства	ТОВ «ВФ Ритейл»
3. Назва англійською мовою	LIMITED LIABILITY COMPANY “VF RETAIL”
4. Юридична адреса	01601, м. Київ, вул. Лейпцизька, 15
5. Телефон	+380 (800) 40-20-40
6. Код ЄДРПОУ	40853644
7. Дата заснування та фактичний термін діяльності	12.07.2017 р. 7 років 3 місяці
8. Форма власності	Господарське товариство
9. Організаційно-правова форма	Товариство з обмеженою відповідальністю
10. Види діяльності	Основний: 46.90 Неспеціалізована оптова торгівля Додаткові: 47.54 Роздрібна торгівля побутовими електротоварами в спеціалізованих магазинах 47.41 Роздрібна торгівля комп'ютерами, периферійним устаткуванням і програмним забезпеченням у спеціалізованих магазинах 95.12 Ремонт обладнання зв'язку та ін.

Джерело: сформовано автором на основі [35].

На сьогоднішній день ТОВ «ВФ Ритейл» представлений 250 магазинами «Vodafone» у 82 містах України, а також Інтернет-магазином за посиланням: <https://www.vodafone.ua/>. Команда підприємства налічує 661 працівника станом на кінець 2024 р. Асортимент налічує понад 3 000 товарів різних категорій.

ТОВ «ВФ Ритейл» використовує декілька основних джерел отримання доходів: доходи від роздрібною торгівлі: продаж телефонів і смартфонів; продаж аксесуарів; продаж гаджетів; продаж стартових пакетів і ваучерів; доходи від надання послуг при обслуговуванні покупців; комісійні доходи; інші доходи.

Основні економічні показники діяльності ТОВ «ВФ Ритейл» за 2022–2024 рр. наведено в табл. 2.2.

Таблиця 2.2

**Основні економічні показники діяльності ТОВ «ВФ Ритейл»,  
2022–2024 рр.**

Показник	Рік			Відхилення	
	2022	2023	2024	+/-	%
Чистий дохід, тис. грн	925244	1106206	1350855	425611	45,9
Валовий прибуток, тис. грн	405515	446237	560540	155025	38,2
Чистий прибуток, тис. грн	-65708	-63001	-41555	24153	36,7
Середньорічна вартість активів, тис. грн	492544	532286	566168	73624	14,9
Середньорічна вартість необоротних активів, тис. грн	162668	177426	197265	34597	21,2
Середньорічна вартість оборотних активів, тис. грн	329867	354860	368902	39035	11,8
Середньооблікова чисельність працівників, осіб	801	712	674	-127	-15,8
Фондовіддача	7,04	7,53	7,94	0,9	x
Фондомісткість	0,14	0,13	0,12	-0,02	x
Фондоозброєність, тис. грн/ос.	163	206	252	89	54,6
Продуктивність праці, тис. грн/ос.	1155	1553	2004	849	73,5
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	2,80	3,11	3,66	0,86	x

Джерело: сформовано автором на основі фінансової звітності ТОВ «ВФ Ритейл».

Аналізуючи основні економічні показники діяльності ТОВ «ВФ Ритейл» за 2022–2024 рр., можна відзначити позитивну динаміку основних фінансових результатів. Чистий дохід підприємства суттєво зріс на 425 611 тис. грн або на 45,9%, що свідчить про зростання обсягів реалізації продукції та покращення цінової політики. Валовий прибуток також демонструє значне зростання на 155 025 тис. грн або на 38,2%, що вказує на підвищення ефективності процесу управління витратами та збільшення маржинальності продукції.

Не зважаючи на те, що протягом 2022–2024 рр. у ТОВ «ВФ Ритейл» спостерігається чистий збиток, він скоротився на 24 153 тис. грн або на 36,7%,

що свідчить про поступове покращення фінансового стану та перспективи щодо прибутковості. Позитивні тенденції також простежуються у зростанні вартості активів: середньорічна вартість необоротних активів збільшилася на 21,2%, а оборотних активів – на 11,8%, що вказує на розширення ресурсної бази підприємства та його стабільний розвиток.

Водночас спостерігається скорочення середньооблікової чисельності працівників на 15,8%, що є результатом оптимізації трудових ресурсів. При цьому фондоозброєність зросла на 54,6%, а продуктивність праці – на 73,5%, що свідчить про підвищення ефективності використання трудових ресурсів та технологічного оснащення підприємства.

Оборотність оборотних активів покращилася, зростаючи з 2,80 у 2022 р. до 3,66 у 2024 р., що свідчить про прискорення обігу активів та підвищення їх ефективності. Позитивну динаміку демонструють фондовіддача – збільшення на 0,9 та фондомісткість – зменшення на 0,02, що вказує на раціональне використання основних засобів.

Таким чином, ТОВ «ВФ Ритейл» демонструє тенденцію до покращення фінансових показників, підвищення ефективності управління наявними активами, а також трудовими ресурсами, що створює сприятливі передумови для подальшого розвитку.

Механізм формування фінансових результатів ТОВ «ВФ Ритейл» за 2022–2024 рр. наведено в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

**Механізм формування фінансових результатів ТОВ «ВФ Ритейл»,  
2022–2024 рр., тис. грн**

Показник	Рік			Відхилення 2024 р. до 2022 р.	
	2022	2023	2024	+/-	%
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	925244	1106206	1350855	425611	45,9
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	519729	659969	790315	270586	52,0
Валовий: прибуток (збиток)	405515	446237	560540	155025	38,2

## Продовження таблиці 2.3

Інші операційні доходи	36021	14910	10267	-25754	-71,4
Адміністративні витрати	128863	151903	214318	85455	66,3
Витрати на збут	324853	345050	376394	51541	15,8
Інші операційні витрати	19873	13934	6171	-13702	-68,9
Інші фінансові доходи	6950	7057	7387	437	6,2
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток (збиток)	-32053	-49740	-26076	5977	18,6
Фінансові витрати	40605	20318	17491	-23114	-56,9
Інші витрати	0	0	5357	5357	x
Чистий фінансовий результат: прибуток (збиток)	-65708	-63001	-41555	24153	36,7

Джерело: сформовано автором на основі фінансової звітності ТОВ «ВФ Ритейл».

Аналіз механізму формування фінансових результатів ТОВ «ВФ Ритейл» за 2022–2024 рр. свідчить про зростання обсягів його діяльності. Чистий дохід від реалізації збільшився на 425611 тис. грн або на 45,9%, що є позитивним фактором розвитку бізнесу. У той же час собівартість реалізованих товарів демонструє ще більш значний темп зростання – на 270586 тис. грн або 52%, що свідчить про зростання витрат на закупівлю гаджетів для подальшого продажу. Водночас валовий прибуток підприємства збільшився на 155025 тис. грн або на 38,2%, що вказує на позитивну динаміку ефективності основної діяльності.

ТОВ «ВФ Ритейл» має певні проблеми з операційною діяльністю, так як фінансовий результат за даним напрямом залишається від’ємним напротязі всього аналізованого періоду. Проте, порівняно з 2022 р., операційний збиток скоротився на 5977 тис. грн або на 18,6%. Витрати на адміністративні потреби зросли на 66,3%, що є наслідком підвищення вартості управлінських процесів. Витрати на збут також зросли на 15,8%, що пов’язано з активізацією рекламних і маркетингових заходів, а також збільшенням витрат на логістику.

Позитивним фактором є зниження фінансових витрат на 23114 тис. грн або на 56,9%, що свідчить про оптимізацію боргового навантаження компанії. Водночас інші операційні доходи скоротилися на 71,4%, що значно вплинуло на фінансовий результат. У 2024 р. у ТОВ «ВФ Ритейл» з’явилися інші витрати у розмірі 5357 тис. грн через непередбачувані фінансові операції.

Незважаючи на чистий збиток протягом усього аналізованого періоду, він скоротився на 24 153 тис. грн або на 36,7%, що свідчить про вжиття компанією управлінських заходів, спрямованих на зменшення збитковості та стабілізації бізнесу. Якщо ТОВ «ВФ Ритейл» продовжить оптимізацію витрат і підвищення рентабельності, воно може вийти на прибутковий рівень у найближчі роки.

## 2.2. Оцінка ефективності стратегії управління товарним асортиментом підприємства

Процес оновлення товарного асортименту ТОВ «ВФ Ритейл» є ключовим елементом його стратегії. Управління цим процесом здійснюється в компанії цілеспрямовано, що забезпечує збереження стабільності асортименту протягом певного часу, ретельне прогнозування обсягів реалізації та суворий контроль за виконанням запланованих асортиментних завдань. Будь-які відхилення від встановлених цілей і планів розглядаються як недоліки в роботі структурних підрозділів, їх керівників та персоналу підприємства.

Аналіз реалізації товарів за різними асортиментними групами ТОВ «ВФ Ритейл» за 2022–2024 рр. наведено в табл. 2.4.

Таблиця 2.4

### Аналіз реалізації товарів за різними асортиментними групами ТОВ «ВФ Ритейл» за 2022-2024 рр.

Асортиментні групи	Обсяги реалізації, тис. грн			Частка у загальному обсязі, %		
	2022	2023	2024	2022	2023	2024
Смартфони та планшети	251782	317540	386742	27,2	28,7	28,7
Технічні аксесуари	133460	158379	188495	14,4	14,3	15,0
Ноутбуки і периферія	90325	106472	122013	9,8	9,6	9,0
Apple	161503	194810	229375	17,5	17,6	18,0
Геймерські товари	51980	61832	75560	5,6	5,6	5,6
Смарт-годинники та гаджети	59820	73920	92945	6,5	6,7	6,9
Аудіотехніка та телевізори	74012	87395	103248	8,0	7,9	7,8
Побутова техніка	92650	109872	127894	10,0	9,9	9,3
РАЗОМ	925244	1106206	1350855	100,00	100,00	100,00

Джерело: сформовано автором на основі фінансової звітності ТОВ «ВФ Ритейл».

Аналіз реалізації товарів за асортиментними групами ТОВ «ВФ Ритейл» за 2022–2024 рр. показує, що найбільшу частку у структурі продажів стабільно займають смартфони та планшети – 28,6% у 2024 р., техніка Apple – 17% та технічні аксесуари – 14%, що свідчить про високий попит на мобільні пристрої та супутні товари до них. При цьому асортиментні групи, як смарт-годинники та гаджети, а також ноутбуки і периферія, демонструють помірне зростання, що вказує на поступове розширення інтересу клієнтів до них.

Якісну оцінку товарного асортименту ТОВ «ВФ Ритейл» доцільно провести за допомогою PEST-аналізу – для дослідження впливу різноманітних макроекономічних факторів зовнішнього середовища на діяльність компанії та SWOT-аналізу – для визначення сильних та слабких сторін підприємства, а також можливостей і загроз, що впливають на її розвиток.

Результати PEST-аналізу ТОВ «ВФ Ритейл» свідчать про значний вплив факторів на діяльність підприємства. Політичні фактори мають помірний вплив через нестабільність у країні, постійні зміни податкового законодавства та митне регулювання – оцінка 6,8. Економічні фактори є найбільш критичними, оскільки підприємство залежить від валютних коливань, рівня інфляції, а також купівельної спроможності населення – оцінка 7,4. Соціально-демографічні фактори відіграють важливу роль завдяки зростанню рівня попиту на цифрові технології та впливу соціальних мереж – оцінка 7,8. Найбільш сприятливими для розвитку є технологічні фактори, оскільки інновації, автоматизація, а також впровадження ШІ відкривають нові можливості для бізнесу – оцінка 8,4. Все це підкреслює необхідність адаптації компанії до змін економічного середовища та використання технологічних можливостей для посилення конкурентних позицій (Додаток А).

SWOT-аналіз ТОВ «ВФ Ритейл» показує, що воно має значний потенціал для подальшого розвитку завдяки розширенню асортименту, впровадженню інноваційних технологій та розширенню ринкової частки. Міцні партнерські відносини та висока репутація дозволяють компанії підтримувати лояльність клієнтів та адаптуватися до змін на ринку. Однак існують і суттєві загрози, такі

як політична та економічна нестабільність, в країні, високий рівень конкуренції та коливання валютного курсу. Внутрішні слабкості, зокрема залежність від імпорту та високі адміністративні витрати, вимагають постійного оновлення стратегії та оптимізації операційних процесів. Використання можливостей для зниження витрат і вдосконалення логістики дасть змогу компанії зберегти свою конкурентоспроможність на ринку (Додаток Б).

Економічну оцінку ефективності товарного асортименту ТОВ «ВФ Ритейл» доцільно провести за використанням АВС-аналізу. Для цього варто розмістити товарні групи за зменшенням частки обсягу продажів з метою присвоєння відповідної категорії, що наведено в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

#### АВС-аналіз товарного асортименту ТОВ «ВФ Ритейл» за 2024 р.

Товарна група	Частка у загальному обсязі продажів, %	Частка з накопичувальним підсумком	Група
Смартфони та планшети	28,6	28,6	А
Apple	18,0	46,6	А
Технічні аксесуари	15,0	61,6	В
Побутова техніка	9,3	70,9	В
Ноутбуки і периферія	9,0	79,9	В
Аудіотехніка та телевізори	7,6	87,5	С
Смарт-годинники та гаджети	6,9	94,4	С
Геймерські товари	5,6	100,0	С

Джерело: сформовано автором на основі фінансової звітності ТОВ «ВФ Ритейл».

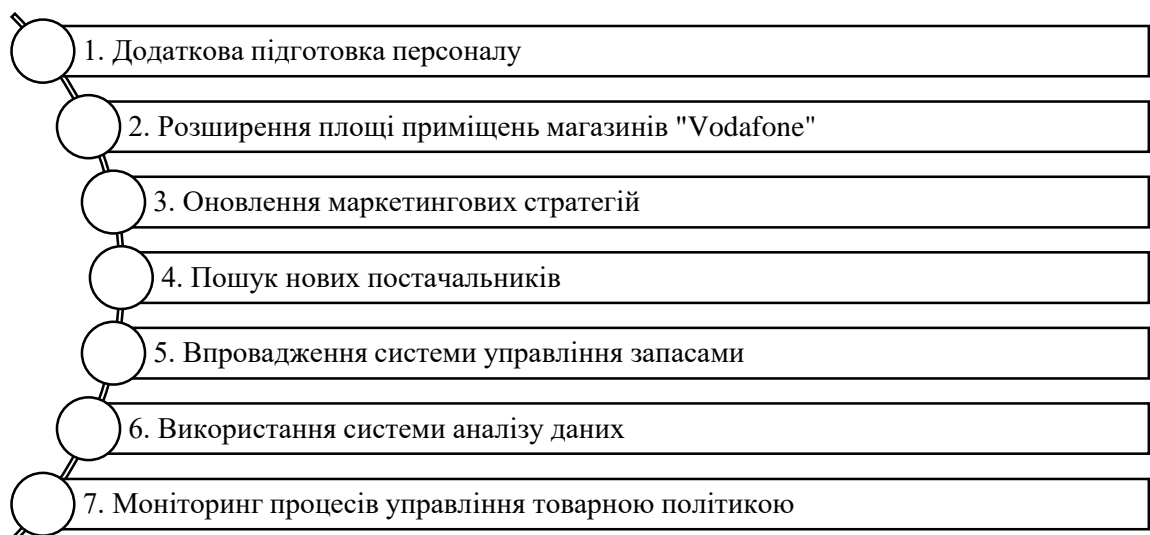
Згідно з результатами АВС-аналізу товарного асортименту ТОВ «ВФ Ритейл» за 2024 р., найбільшу частку у загальному обсязі продажів займають смартфони та планшети, а також продукція Apple, що належать до групи «А», що підтверджує стратегічну значущість даних категорій для компанії, оскільки вони генерують значну частину доходу. Товари групи «В» (технічні аксесуари, побутова техніка та ноутбуки з периферією) також займають важливу, але менш домінуючу позицію в асортименті. Товари групи «С» (аудіотехніка, смарт-годинники, геймерські товари) мають найменшу частку у загальному обсязі продажів, тому потребують більшої уваги з боку компанії для підвищення їх конкурентоспроможності та залучення більшої кількості покупців.

## РОЗДІЛ 3

### УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМ АСОРТИМЕНТОМ ТОВ «ВФ РИТЕЙЛ»

#### 3.1. Ідентифікація резервів та ключові напрями вдосконалення асортиментної політики підприємства

Проведена оцінка ефективності управління товарним асортиментом ТОВ «ВФ Ритейл» показала, що компанія має значні переваги у вигляді великого вибору цифрових аксесуарів, гаджетів та побутової техніки, наявності відомих та преміальних брендів, розвиненої системи продажів, гнучкості впровадження нових товарів, міцних партнерських відносин із постачальниками, високого рівня лояльності клієнтів та можливостей використання інновацій. Однак, не зважаючи на очевидні переваги, компанія має невикористані резерви, які можна використати в подальшому для вдосконалення товарної політики (рис. 3.1).



**Рис. 3.1. Пропоновані резерви для вдосконалення асортиментної політики ТОВ «ВФ Ритейл»**

Джерело: сформовано автором на основі власних досліджень.

Якісне навчання сприятиме підвищенню рівня обслуговування клієнтів, ефективності продажів та впровадженню сучасних технологій управління

товарними запасами. Оновлення знань персоналу про нові продукти, тренди ринку та методи роботи з різними клієнтами дозволить компанії підвищити конкурентоспроможність та покращити імідж бренду.

Збільшення торговельних площ у магазинах дозволить ТОВ «ВФ Ритейл» оптимізувати викладку товарів, представити ширший асортимент та покращити зручність для покупців. У результаті це сприятиме підвищенню середнього чека, збільшенню лояльності клієнтів та створенню комфортного простору для консультацій і демонстрації товарів.

Оновлення маркетингової стратегії допоможе компанії залучити нових клієнтів, утримати постійних покупців і підвищити впізнаваність на ринку. Використання діджитал-маркетингу, персоналізованих пропозицій та акцій дозволить підвищити рівень продажів та ефективніше конкурувати на ринку.

Розширення кола нових постачальників дозволить ТОВ «ВФ Ритейл» отримувати продукцію від них за вигіднішими цінами, зменшити залежність від окремих партнерів і забезпечити стабільність поставок. У процесі пошуку нових постачальників компанії відкриє для себе можливості для впровадження нових товарних категорій, що розширить асортимент і задовольнить потреби більшої кількості потенційних та вже існуючих клієнтів.

Автоматизація та більш ефективне управління товарними залишками дозволять ТОВ «ВФ Ритейл» уникнути дефіциту популярних товарів, а також надлишкових запасів найменш популярних позицій. У результаті це дозволить оптимізувати фінансові ресурси компанії, скоротити витрати на зберігання та підвищити швидкість обігу товарів.

Впровадження сучасних аналітичних інструментів дозволить краще розуміти поведінку покупців, прогнозувати попит та оптимізувати товарну політику. Використання технологій Big Data та штучного інтелекту дасть змогу більш точно формувати асортимент, встановлювати найбільш конкурентні ціни та підвищувати ефективність маркетингових кампаній.

Регулярний аналіз ефективності товарної стратегії дозволить оперативно виявляти слабкі місця, коригувати асортимент відповідно до змін ринку та

впроваджувати нові підходи. Постійний моніторинг забезпечить гнучкість управління товарною політикою, що є ключовим фактором успішного ведення бізнесу в динамічному середовищі.

На основі запропонованих резервів для вдосконалення асортиментної політики ТОВ «ВФ Ритейл» слід запропонувати наступні напрями їх реалізації:

1) додаткова підготовка персоналу – регулярно проводити навчальні та тренінгові заняття для працівників щодо особливостей товарного асортименту, технік продажів та роботи з клієнтами;

2) розширення площі приміщень мережі магазинів «Vodafone» – провести оптимізацію магазинів, забезпечивши досить зручне розміщення товарів, зон для консультацій і тестування гаджетів;

3) оновлення маркетингових стратегій – розробити персоналізовані рекламні кампанії, програми лояльності та активно використовувати цифрові інструменти для просування;

4) пошук нових постачальників – диверсифікувати джерела постачання, залучаючи нових партнерів для зниження витрат та розширення асортименту;

5) впровадження системи управління запасами на складах магазинів – використовувати автоматизовані системи обліку для оптимізації закупівель і мінімізації надлишкових запасів;

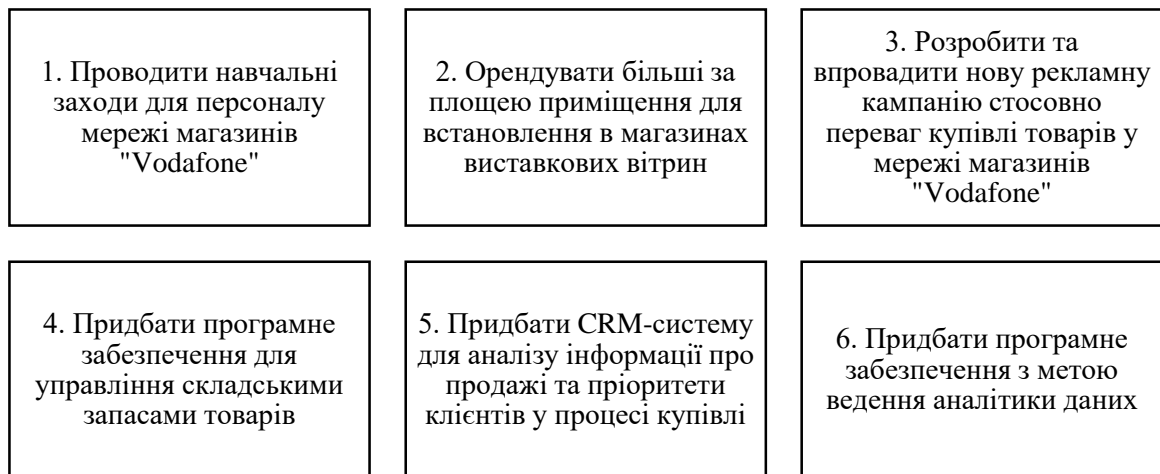
6) використання системи аналізу даних – застосовувати нові сучасні аналітичні платформи для оцінки попиту, прогнозування обсягів продажів і покращення асортиментної політики;

7) моніторинг процесів управління товарною політикою – регулярно оцінювати ефективність товарного асортименту, коригувати товарну стратегію та адаптуватися до змін на ринку.

Оптимізація поточної асортиментної політики вимагає від ТОВ «ВФ Ритейл» комплексних рішень, які здатні охопити вище зазначені резерви та напрями вдосконалення. Враховуючи їх, розробка практичних рішень стане ключовим фактором підвищення ефективності діяльності компанії та її адаптації до змін на ринку.

### 3.2. Розробка практичних рішень для підвищення ефективності стратегії управління товарним асортиментом підприємства

Для підвищення ефективності управління товарним асортиментом ТОВ «ВФ Ритейл» з урахуванням виявлених резервів та напрямів вдосконалення асортиментної політики доцільно визначити перелік конкретних рішень за кожним із них, що наведено на рис. 3.2.



**Рис. 3.2. Пропоновані практичні рішення для підвищення ефективності стратегії управління товарним асортиментом ТОВ «ВФ Ритейл»**

Джерело: сформовано автором на основі власних досліджень.

З метою проведення навчальних заходів для персоналу ТОВ «ВФ Ритейл» доцільно запропонувати організовувати регулярні тестування працівників, курси, вебінари, а також надання пам'яток в електронній або паперовій формі. Варіанти навчальних заходів наведено в Додатку В.

Оскільки ТОВ «ВФ Ритейл» через значні збитки станом на сьогоднішній день не має достатньо можливостей орендувати більші за площею приміщення під магазини, доцільно скористатися альтернативним варіантом – розміщення островних павільйонів у великих торговельних центрах у обласних центрах та у місті Київ. Потенційні покупці зможуть візуально оцінити техніку та гаджети, яку пропонує мережа магазинів «Vodafone», що спонукатиме їх до покупок. Приклад встановлення островного павільйону в торговельному центрі наведено в Додатку Г.

Ефективне управління товарним асортиментом вимагає від ТОВ «ВФ Ритейл» не лише оптимізації пропозицій товарів, але й активну комунікацію з потенційними покупцями щодо переваг купівлі. У сучасних умовах зростання конкуренції важливо не лише мати широкий вибір товарів, але й правильно позиціонувати їх на ринку. Тому розробка та впровадження нової рекламної кампанії для мережі магазинів «Vodafone» сприятиме впізнаваності бренду, залученню нових клієнтів та зміцненню лояльності існуючих. Кампанія має фокусуватися на унікальних перевагах покупок у мережі магазинів «Vodafone», включаючи якість обслуговування покупців, вигідні пропозиції, доступність ексклюзивних гаджетів та зручність покупки. Варіант рекламної кампанії для ТОВ «ВФ Ритейл» наведено в Додатку Г.

Для ефективного управління запасами ТОВ «ВФ Ритейл» доцільно впровадити програмне забезпечення, яке дозволить автоматизувати ключові операції. Використання системи «AinurPOS» дасть можливість контролювати залишки товарів у режимі реального часу, спрощувати управління закупівлями, здійснювати переміщення продукції між магазинами, а також створювати звітність щодо товарних запасів. Додатковою перевагою системи є можливість віддаленого керування запасами зі смартфона через мобільний додаток, що забезпечить оперативність і гнучкість у прийнятті рішень.

Для глибокого аналізу клієнтських даних та оптимізації бізнес-процесів ТОВ «ВФ Ритейл» варто запровадити CRM-систему, таку як «KeepinCRM». Вона дозволить вести облік взаємодії з клієнтами, автоматизувати комунікацію через SMS і Email, контролювати фінансові потоки та покращити складський облік. Інтеграція з різними маркетплейсами та службами доставки забезпечить ефективну координацію логістичних процесів, що сприятиме підвищенню рівня обслуговування клієнтів і зростанню продажів.

Для аналізу асортименту та виявлення проблемних аспектів у товарній політиці доцільно застосовувати програмне забезпечення «ABM Assortment». Дана система дозволить глибше аналізувати ефективність кожної категорії товарів, визначати слабкі місця у продажах, відстежувати успішність новинок і

знаходити можливості для оптимізації асортименту. Завдяки цьому компанія зможе приймати обґрунтовані рішення щодо формування товарного портфеля, мінімізувати ризики нестачі або надлишку продукції та покращувати загальну ефективність управління товарним асортиментом.

Отже, підвищення ефективності стратегії управління товарним асортиментом ТОВ «ВФ Ритейл» потребує комплексного підходу, що включає впровадження нових сучасних технологій, удосконалення маркетингових стратегій та оптимізацію торговельних процесів. Запропоновані практичні рішення, зокрема навчання персоналу, впровадження автоматизованих систем обліку та CRM-платформи, встановлення виставкових вітрин у торговельних центрах та використання рекламних кампаній, сприятимуть підвищенню рівня конкурентоспроможності. Реалізація заходів дозволить ТОВ «ВФ Ритейл» не лише оптимізувати товарний асортимент і покращити рівень обслуговування, а й вийти зі збиткового стану, забезпечивши зростання прибутковості та зміцнення ринкових позицій.

## ВИСНОВКИ

1. Управління товарним асортиментом є комплексним процесом, що поєднує в собі стратегічне планування, формування асортименту, цінову політику, організацію просування та ефективний розподіл продукції. Воно спрямоване на задоволення потреб споживачів, досягнення конкурентних переваг і зміцнення ринкових позицій підприємства. Ефективне управління товарним асортиментом вимагає інтеграції маркетингових, логістичних і фінансових підходів, що дозволяє підприємству не лише адаптуватися до змін ринкового середовища, а й забезпечувати сталий розвиток.

2. Ефективне формування та реалізація механізму управління товарним асортиментом підприємства є ключовим фактором для його стратегічного розвитку та конкурентоспроможності, оскільки включає в себе всебічний маркетинговий підхід, що забезпечує адаптацію до змінюваних умов ринку, задоволення потреб споживачів і досягнення стабільного економічного зростання. Все це вимагає стратегічного планування асортименту, ціноутворення, просування та розподілу товарів, що дозволяє підприємству реалізувати свою маркетингову стратегію та зміцнити позиції на ринку.

3. ТОВ «ВФ Ритейл» демонструє позитивні результати розвитку, зокрема збільшення чистого доходу і валового прибутку, що свідчить про розширення бізнесу та ефективність продажів. Зростання вартості активів і підвищення продуктивності праці вказують на покращення ресурсної бази та ефективність використання трудових і матеріальних ресурсів. Попри зниження чисельності працівників, компанія оптимізує витрати та підвищує фондоозброєність. Однак підприємство стикається з викликами у вигляді зростання адміністративних витрат і зниження інших операційних доходів. Незважаючи на чистий збиток, його скорочення на 36,7% свідчить про позитивні зміни у фінансовому стані та перспективи для подальшого стабільного розвитку і виходу на прибутковість у майбутньому.

4. Управління товарним асортиментом ТОВ «ВФ Ритейл» є ефективним завдяки ретельному контролю та прогнозуванню обсягу продажів, що дозволяє зберігати стабільність та швидко адаптуватися до змін на ринку. Висока частка продажів смартфонів, планшетів і продукції Apple підтверджує їх стратегічну важливість для компанії, водночас товари групи «С», такі як аудіотехніка та смарт-годинники, потребують додаткових зусиль від компанії для підвищення їх конкурентоспроможності. Враховуючи результати PEST та SWOT-аналізів, ТОВ «ВФ Ритейл» повинен активніше використовувати технологічні інновації, оптимізувати витрати і логістику для збереження своїх конкурентних переваг.

5. Оптимізація асортиментної політики потребує від ТОВ «ВФ Ритейл» комплексного підходу, що включає навчання персоналу, розширення торгових площ мережі магазинів, оновлення маркетингових стратегій, пошук нових постачальників, автоматизацію управління запасами та використання сучасних аналітичних інструментів. Реалізація визначених заходів дозволить покращити обслуговування клієнтів, підвищити ефективність продажів, знизити витрати та збільшити лояльність покупців. Завдяки таким ініціативам підприємство зможе ефективніше реагувати на зміни ринку, розширювати асортимент і зміцнювати свої конкурентні позиції.

6. Для підвищення ефективності управління товарним асортиментом ТОВ «ВФ Ритейл» запропоновано проводити навчання персоналу за допомогою тестування, групових курсів, проходження вебінарів та вивчення пам'яток. Через те, що станом на сьогоднішній день компанія не має достатньої кількості можливостей орендувати нові приміщення рекомендовано встановити виставкові павільйони в торговельних центрах. Для покращення асортиментної політики рекомендовано впровадити автоматизовану систему «AinurPOS» для управління запасами на складах магазинів, а для поліпшення взаємодії з клієнтами – CRM-систему «KeepinCRM». Оцінку ефективності товарного асортименту ТОВ «ВФ Ритейл» може проводити з застосуванням сучасної програми «ABM Assortment». Для залучення нових клієнтів рекомендується провести рекламну кампанію з фокусом на унікальність асортименту товарів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамович І.А. Товарний асортимент підприємства: сутність та умови формування. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2020. №12. С. 6–9.
2. Балабанова Л.В. Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємств: навчальний посібник. Київ: ВД «Професіонал», 2019. 336 с.
3. Балановська Т.І., Ніколаєнко С.О. Сучасні аспекти управління товарною політикою підприємств. *Підприємницька, торговельна, біржова діяльність: тенденції, проблеми та перспективи розвитку: Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції* (м. Київ, 10 січня 2024 року). Навчально-науковий інститут менеджменту та підприємництва ДУІКТ. Київ. 2024. С. 57–59.
4. Біляк Т.О. Розвиток сучасної асортиментної концепції торговельних підприємств. *Економіка, управління та адміністрування*. 2024. № 1. С. 10–16.
5. Близнюк С.В. Маркетинг в Україні: проблеми становлення та розвитку: монографія. К. : Політехніка. 2003. 384 с.
6. Бозуленко О.Я. Формування асортименту товарів як стратегічний елемент комерційної діяльності. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. №4. С. 294–297.
7. Бубенець І.Г., Швачко Р.С. Стратегічні напрями розвитку маркетингової товарної політики підприємства. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі: Матер. II Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., 2 листопада 2023 р.* Харків: ДБТУ. С. 130–131.
8. Булава М.І. Методичні підходи до оцінки ефективності асортиментної політики сучасного підприємства. *Молодий вчений*. №10(86). 2020. С. 209–214.

9. Василюха Н.В. Ассортиментна політика – важливий інструмент товарної політики торговельного підприємства. *Економіка і суспільство*. №19. 2018. С. 960–965.
10. Громова О.Є., Шевчук Ю.В. Товарна політика в системі маркетингу. *Молодий вчений*. 2022. №4. С. 75–79.
11. Гудзенко Н. М. Роль обліку збуту для забезпечення контролю процесу реалізації. *Науковий вісник Національного аграрного університету*. 2022. №56. С. 263–265.
12. Дячков Д. В., Потапюк І. П., Яковенко І. О. Особливості товарної політики підприємства. *Економіка та управління підприємствами*. №4(27). 2020. С. 46–51
13. Євченко Ю.М. Управління асортиментною політикою підприємства: оцінка ефективності методів. *Економіка і суспільство*. №7. 2016. С. 307–312.
14. Єфімова Є.О. Актуальність асортиментної політики в управлінні підприємством роздрібною торгівлі. *Міжнародний електронний науковий журнал «Траєкторії науки»*. 2019. № 7 (12). С. 31–34.
15. Іващенко О.М., Гуляницький В.В. Теоретичні засади формування асортиментної політики підприємства в умовах турбулентності. *Universum*. №14. 2024. С. 19–27.
16. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика: підручник. К.: КНЕУ. 2010. 240 с.
17. Касич А. О., Марченко К.О. Ассортиментна політика підприємства: мета, завдання, моделі. *Ефективна економіка*. 2018. №6. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6387>. (дата звернення: 22.05.2025).
18. Кириченко С.О., Половинка К.І. Ключові принципи формування асортиментної політики. *Агросвіт*. №1. 2021. С. 90–94.
19. Костромін А. Основні аспекти управління товарним асортиментом бізнес-організації. *Молодий вчений*. №1(89). 2021. С. 163–166.

20. Крамарчук С., Крисько Ж. Аспекти управління асортиментною політикою підприємства на сучасному етапі. *Цифрова економіка та економічна безпека*. №2. 2022. С. 191–195.
21. Кубишина Н.С. Управління асортиментною політикою підприємства. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. №16(32). 2019. С. 288–300.
22. Куденко К. Методи формування та реалізації асортиментної політики підприємств роздрібної торгівлі. *Траєкторія науки*. 2017. № 7. С. 315–337.
23. Мазепа Т.С. Цільові критерії оцінки ефективності асортиментної політики підприємств торгівлі. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. Харків: Харк. держ. ун-т харч. та торгівлі, 2018. С.219–226.
24. Молнар О.С., Ільченко О.Ю., Головей В.В. Асортиментні концепції в системі збуту підприємств. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2023. №1. С. 93–97.
25. Нагірняк С.В., Стефанишин Л.С. Основні завдання асортиментної політики підприємства. *Збірник тез доповідей науково-практичної конференції «Пріоритети економічної науки XXI століття»*, 17 червня 2020 року Івано-Франківськ: НАІР, 2020. у 2-х т. Т. 2. С. 138–140.
26. Нескуба Т.В., Верцанов А.С. Планування стратегічних та оперативних заходів оптимізації товарного асортименту підприємства. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2019. №67. С. 51–57.
27. Овсак О.П., Назаренко О.П., Зелінський В.В. Особливості формування асортиментної політики виробничого підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 34. С. 149–153.
28. Остапенко Т.М., Тімар В.С. Підходи до формування товарної політики підприємства. *Модернізація вітчизняної правової системи в умовах світової інтеграції: Матеріали Міжнар. наук.-практ. конференції*, м. Кропивницький, 23-24 червня 2022 р. Кропивницький: ЛА НАУ. 2022. С. 374–376.
29. Офіційний сайт ТОВ «ВФ Ритейл». URL: <https://www.vodafone.ua/>. (дата звернення: 22.05.2025).

30. Солнцев С.О., Салата Є.А. Удосконалення асортиментної політики компанії. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. №29. 2024. С. 193–201.
31. Хамініч С.Ю., Сокол П.М., Чубакова А.А. Формування асортиментної політики суб'єкта господарювання в сучасних умовах. *Економіка та управління підприємствами*. №53. 2020. С. 129–134.
32. Череп О.Г. Формування системи маркетингової товарної політики. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2021. №1. С. 320–323.
33. Hernandez G., Lee J., Silva, D. Cost Efficiency in Product Assortment. *Retail Supply Chain Review*. №5(3). 2023. С. 95–112.
34. Kim S., Park, Y. Artificial Intelligence in Assortment Planning. *Journal of Retail Technology*. №15(1). 2022. P. 39–54.
35. Opendatabot: сервіс моніторингу реєстраційних даних українських компаній. ТОВ «ВФ Ритейл». URL: <https://opendatabot.ua/c/41457291>.
36. Tymchenko, Y., Okhrii, M., Okselenko, O., & Kurbatska, L. Product policy of the enterprise, its essence and features of implementation. *European Science*. №2. 2023. P. 88–97.
37. Vodafone відкрив новий магазин у Києві в Techno-форматі. URL: <https://rau.ua/novyni/novini-partneriv/vodafone-u-kiievi-v-techno-formati/>. (дата звернення: 22.05.2025).
38. Vodafone йде у ритейл і створює власну роздрібну мережу. URL: <https://rau.ua/novyni/vodafone-jde-u-ritejl/>.(дата звернення: 22.05.2025).
39. Vodafone оновлює концепцію своїх фірмових магазинів. Що змінюється. URL: <https://mc.today/uk/vodafone-onovlyuye-kontseptsiyu-svoyih-firmovih-magaziniv-shho-zminuyetsya/>.(дата звернення: 22.05.2025).
40. YouControl: українська аналітична онлайн-система для бізнесової аналітики, конкурентної розвідки та перевірки контрагентів. ТОВ «ВФ Ритейл». URL: [https://youcontrol.com.ua/catalog/company\\_details/41457291/](https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/41457291/). (дата звернення: 22.05.2025).

## **ДОДАТКИ**

## Додаток А

## PEST-аналіз ТОВ «ВФ Ритейл»

Політичні фактори (Р)	Оцінка впливу	Економічні фактори (Е)	Оцінка впливу
1. Регулювання ринку мобільного зв'язку та електроніки	8	1. Рівень інфляції та зміни купівельної спроможності	7
2. Постійні зміни податкового законодавства та фіскальний тиск	6	2. Коливання валютного курсу та залежність від імпортних товарів	9
3. Митне регулювання імпорту електроніки	7	3. Доступність кредитування для бізнесу та споживачів	6
4. Політична нестабільність в Україні	8	4. Низька заробітна плата серед населення	8
5. Державні програми підтримки цифровізації та діджиталізації	6	5. Високий рівень конкуренції у сфері ритейлу	7
<b>РАЗОМ:</b>	<b>6,8</b>	<b>РАЗОМ:</b>	<b>7,4</b>
Соціально-демографічні фактори (S)	Оцінка впливу	Технологічні фактори (Т)	Оцінка впливу
1. Зростання попиту на цифрові пристрої	9	1. Розвиток мобільних технологій в Україні	10
2. Зміна поведінки споживачів на користь онлайн-покупок	8	2. Інновації у сфері електронної комерції	9
3. Високий рівень цифрової грамотності населення	7	3. Автоматизація процесів логістики та складування товарів	8
4. Вплив соціальних мереж на рішення про купівлю товарів	6	4. Інвестиції в кібербезпеку та захист даних	7
5. Демографічні зміни та старіння населення	9	5. Використання технологій штучного інтелекту	8
<b>РАЗОМ:</b>	<b>7,8</b>	<b>РАЗОМ:</b>	<b>8,4</b>

Джерело: сформовано автором на основі власних досліджень.

## Матриця SWOT-аналізу ТОВ «ВФ Ритейл»

	<p><b>Можливості:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Зростання попиту на цифрові пристрої та аксесуари</li> <li>2. Розвиток онлайн-торгівлі та е-комерції</li> <li>3. Підвищення рівня цифрової грамотності населення</li> <li>4. Впровадження інноваційних технологій</li> <li>5. Розширення асортименту та впровадження нових брендів</li> <li>6. Державні підтримки цифровізації та діджиталізації</li> <li>7. Покращення інфраструктури мобільного зв'язку в Україні</li> <li>8. Розширення ринкової частки</li> <li>9. Розвиток партнерських відносин з іншими компаніями</li> <li>10. Інвестиції в кібербезпеку для покращення захисту даних</li> </ol>	<p><b>Загрози:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Політична та економічна нестабільність в Україні</li> <li>2. Зростання конкуренції у сфері ритейлу</li> <li>3. Коливання валютного курсу, що впливає на імпорتنі ціни</li> <li>4. Низька купівельна спроможність населення</li> <li>5. Недостатнє регулювання ринку мобільних технологій з боку держави</li> <li>6. Постійні зміни в податковому законодавстві та фіскальний тиск</li> <li>7. Високий рівень фальсифікованої продукції</li> <li>8. Ризики захисту даних користувачів</li> <li>9. Зменшення попиту через економічну кризу</li> <li>10. Вплив негативних соціальних явищ</li> </ol>
<p><b>Сильні сторони:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Великий асортимент товарів</li> <li>2. Міцні партнерські відносини з постачальниками</li> <li>3. Висока репутація на ринку та лояльність клієнтів</li> <li>4. Розвинена мережа офлайн-магазинів по всій Україні та Інтернет-магазин</li> <li>5. Наявність маркетингової стратегії та іміджу бренду</li> </ol>	<p><b>ПОЛЕ «СiМ»</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- розширення асортименту та інтеграція нових ліній у лінійку товарів;</li> <li>- підвищення лояльності клієнтів через вдосконалення онлайн-торгівлі;</li> <li>- використання можливостей державних програм;</li> <li>- розвиток нових ринків завдяки партнерству;</li> <li>- підвищення ефективності роботи завдяки системі захисту даних</li> </ul>	<p><b>ПОЛЕ «СiЗ»</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- висока конкуренція на ринку може знизувати частку компанії;</li> <li>- вплив політичної нестабільності на бізнес-операції;</li> <li>- зміни в податковому законодавстві можуть підвищити витрати;</li> <li>- ризики, пов'язані з коливанням валютного курсу;</li> <li>- проблеми з захистом даних та кібербезпекою</li> </ul>
<p><b>Слабкі сторони:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Залежність від імпорту, що створює ризики</li> <li>2. Високий рівень адміністративних витрат</li> <li>3. Необхідність постійних інвестицій в оновлення асортименту для підтримки стабільного попиту</li> <li>4. Обмеженість внутрішніх ресурсів для масштабування офлайн-торгівлі</li> <li>5. Проблеми з управлінням ланцюгами постачання в умовах війни</li> </ol>	<p><b>ПОЛЕ «СлМ»</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- можливість зниження витрат за рахунок покращення логістики;</li> <li>- залучення інвестицій для подолання обмежень у внутрішніх ресурсах;</li> <li>- зниження залежності від імпорту за рахунок розвитку локального виробництва;</li> <li>- використання технологій для вдосконалення асортименту;</li> <li>- розвиток нових ринків для компенсації слабкості в управлінні постачанням</li> </ul>	<p><b>ПОЛЕ «СлЗ»</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- зниження витрат через використання податкових пільг для бізнесу;</li> <li>- підвищення купівельної спроможності для покращення фінансових результатів;</li> <li>- зміна підходів до логістики для швидкої доставки товарів;</li> <li>- зниження фальсифікованості товарів для підвищення своєї репутації;</li> <li>- оптимізація асортиментної політики в контексті зниження витрат на закупівлю товарів</li> </ul>

Джерело: сформовано автором на основі власних досліджень.

## Додаток В

## Варіанти навчальних програм для персоналу ТОВ «ВФ Ритейл»

Тестування	Пам'ятки	Курси	Вебінари
<u>ЮК</u> Проведення щомісячних обов'язкових тестувань для працівників мережі магазинів «Vodafone»	<u>Пам'ятка «ЕПЗ»</u> Самостійне опрацювання та ознайомлення протягом робочого дня та відпрацювання на практиці в процесі обслуговування покупців	<u>Послуга Trade-In</u> Самостійне вивчення впродовж 5 днів по 40 хвилин	<u>Galaxy AI</u> Групове онлайн навчання протягом 5 днів за підтримки керівництва компанії
	<u>Smart Home</u> Самостійне опрацювання та ознайомлення протягом робочого дня та відпрацювання на практиці в процесі обслуговування покупців		<u>Послуга Trade-In</u> Групове онлайн навчання протягом 5 днів за підтримки керівництва компанії
			<u>Новинки навушників та акустики JBL</u> Групове онлайн навчання протягом 5 днів за підтримки керівництва компанії

Джерело: сформовано автором на основі власних досліджень.



**Приклад встановлення острівного павільйону у торговельному центрі  
для ТОВ «ВФ Ритейл»**

Джерело: наведено автором на основі власних досліджень.

## Додаток Д

## Варіант рекламної кампанії для ТОВ «ВФ Ритейл»

Елемент кампанії	Опис реалізації
Цільова аудиторія	Активні користувачі смартфонів, молодь, бізнес-клієнти, поціновувачі сучасних технологій
Канали комунікації	- соціальні мережі (Facebook, Instagram, Tik-Tok); - YouTube-реклама; - банери на Інтернет-сайтах; - POS-матеріали в мережі магазинів «Vodafone»
Ключові повідомлення	- «Купуй у Vodafone – отримуй більше!»; - «Ексклюзивні гаджети та аксесуари за доступними цінами лише у нас!»
Акційні пропозиції	Знижки на популярні гаджети, кешбек на аксесуари, розширена гарантія на техніку
Формат реклами	Відеоролики, інфографіка, пости з реальними відгуками, інтерактивні конкурси
Період проведення	3 місяці з можливістю продовження залежно від ефективності
Очікувані результати	Збільшення обсягу продажів на 20%, розширення клієнтської бази, підвищення впізнаваності мережі магазинів «Vodafone»

Джерело: сформовано автором на основі власних досліджень.

Додаток 1

до Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку  
1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»

Підприємство <u>Товариство з обмеженою відповідальністю «ВФ Ритейл»</u>	Дата (рік, місяць, число)	КОДИ		
	за ЄДРПОУ	2023	01	01
	за КОАТУУ	41457291		
	за КОПФГ	8038200000		
	за КВЕД	240		
Територія <u>ПЕРЕЧЕРСЬКА</u>		46.90		
Організаційно-правова форма господарювання <u>Товариство з обмеженою відповідальністю</u>				
Вид економічної діяльності <u>46.90 Неспеціалізована оптова торгівля</u>				
Середня кількість працівників <sup>1</sup> <u>801</u>				
Адреса, телефон <u>01601, м. Київ, вул. Лейпцизька, 15</u>				

Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):  
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку  
за міжнародними стандартами фінансової звітності

v
---

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)  
за 2022 р.**

Форма № 1 Код за ДКУД 1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Необоротні активи</b>			
Нематеріальні активи	1000	18137	18019
первісна вартість	1001	49722	57735
накопичена амортизація	1002	31585	39716
Незавершені капітальні інвестиції	1005	11523	15128
Основні засоби	1010	114588	147937
первісна вартість	1011	350630	424034
знос	1012	236042	276097
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		
інші фінансові інвестиції	1035		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		
Відстрочені податкові активи	1045		
Інші необоротні активи	1090	4	
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	144252	181084
<b>II. Оборотні активи</b>			
Запаси	1100	139497	123405
Виробничі запаси	1101	3599	3158
Товари	1104	135898	120247
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	49494	43410
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	3862	4537

з бюджетом	1135		
у тому числі з податку на прибуток	1136		
із внутрішніх розрахунків	1145	120	328
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	564	191
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	111517	174463
Рахунки в банках	1167	99091	164211
Витрати майбутніх періодів	1170	99	73
Інші оборотні активи	1190	4527	3666
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	309680	350073
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>	<b>1200</b>		
<b>Баланс</b>	<b>1300</b>	453932	531157
Пасив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
<b>I. Власний капітал</b>		1260140	1260140
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400		
Капітал у дооцінках	1405		
Додатковий капітал	1410	180333	507510
Резервний капітал	1415		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-1468377	-1534085
Неоплачений капітал	1425	( )	( )
Вилучений капітал	1430	( )	( )
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	-27904	233565
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Довгострокові кредити банків	1510		
Інші довгострокові зобов'язання	1515	21431	64346
Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525		
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1595</b>	21431	64346
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>			
Короткострокові кредити банків	1600		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	57726	71556
товари, роботи, послуги	1615	153083	96938
розрахунками з бюджетом	1620	14090	13050
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625	1900	3142
розрахунками з оплати праці	1630	13580	21860
Поточні забезпечення	1660	14621	24867
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	205405	1833
<b>Усього за розділом III</b>	<b>1695</b>	460405	233246
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>	<b>1700</b>		
<b>Баланс</b>	<b>1900</b>	453932	531157

Керівник Мироненко Олена Леонідівна

Головний бухгалтер Чирик Людмила Стефанівна

Підприємство ТОВ «ВФ Ритейл»  
(найменування)

Дата (рік, місяць, число) 2023 | 01 | 01  
за ЄДРПОУ 40853644

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)  
за 2022 р.**

Форма № 2 Код за ДКУД 1801003

**I. Фінансові результати**

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	925244	954925
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(519729)	(622319)
<b>Валовий:</b> прибуток	2090	405515	332606
збиток	2095		
Інші операційні доходи	2120	36021	21783
Адміністративні витрати	2130	(128863)	(127372)
Витрати на збут	2150	(324853)	(403643)
Інші операційні витрати	2180	(19873)	(13437)
<b>Фінансовий результат від операційної діяльності:</b> прибуток	2190		
збиток	2195	(32053)	(190063)
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220	6950	2377
Інші доходи	2240		
Фінансові витрати	2250	(40605)	(21883)
Втрати від участі в капіталі	2255		
Інші витрати	2270		
<b>Фінансовий результат до оподаткування:</b> прибуток	2290		
збиток	2295	(65708)	(209569)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300		
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
<b>Чистий фінансовий результат:</b> прибуток	2350		
збиток	2355	(65708)	(209569)

Керівник Мироненко Олена Леонідівна

Головний бухгалтер Чирик Людмила Стефанівна

Додаток 1

до Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку  
1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»

Підприємство <u>Товариство з обмеженою відповідальністю «ВФ Ритейл»</u>	Дата (рік, місяць, число)	КОДИ		
	за ЄДРПОУ	2024	01	01
	за КОАТУУ	41457291		
	за КОПФГ	8038200000		
	за КВЕД	240		
Територія <u>ПЕРЕЧЕРСЬКА</u>		46.90		
Організаційно-правова форма господарювання <u>Товариство з обмеженою відповідальністю</u>				
Вид економічної діяльності <u>46.90 Неспеціалізована оптова торгівля</u>				
Середня кількість працівників <sup>1</sup> <u>712</u>				
Адреса, телефон <u>01601, м. Київ, вул. Лейпцизька, 15</u>				

Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):  
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку  
за міжнародними стандартами фінансової звітності

v
---

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)  
за 2023 р.**

Форма № 1 Код за ДКУД 1801001

Актив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
<b>I. Необоротні активи</b>			
Нематеріальні активи	1000	18019	19536
первісна вартість	1001	57735	68149
накопичена амортизація	1002	39716	48613
Незавершені капітальні інвестиції	1005	15128	8577
Основні засоби	1010	147937	145655
первісна вартість	1011	424034	467003
знос	1012	276097	321348
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		
інші фінансові інвестиції	1035		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		
Відстрочені податкові активи	1045		
Інші необоротні активи	1090		
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	181084	173768
<b>II. Оборотні активи</b>			
Запаси	1100	123405	126452
Виробничі запаси	1101	3158	3440
Товари	1104	120247	123012
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	43410	57947
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	4537	8809

з бюджетом	1135		
у тому числі з податку на прибуток	1136		
із внутрішніх розрахунків	1145	328	334
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	191	9
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	174463	158138
Рахунки в банках	1167	164211	151186
Витрати майбутніх періодів	1170	73	974
Інші оборотні активи	1190	3666	6984
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	<b>350073</b>	<b>359647</b>
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>	<b>1200</b>		
<b>Баланс</b>	<b>1300</b>	<b>531157</b>	<b>533415</b>
Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Власний капітал</b>		1260140	1260140
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400		
Капітал у дооцінках	1405		
Додатковий капітал	1410	507510	507510
Резервний капітал	1415		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-1534085	-1597086
Неоплачений капітал	1425	( )	( )
Вилучений капітал	1430	( )	( )
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	<b>233565</b>	<b>170564</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Довгострокові кредити банків	1510		
Інші довгострокові зобов'язання	1515	64346	57570
Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525		
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1595</b>	<b>64346</b>	<b>57570</b>
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>			
Короткострокові кредити банків	1600		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	71556	74724
товари, роботи, послуги	1615	96938	156946
розрахунками з бюджетом	1620	13050	15731
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625	3142	2574
розрахунками з оплати праці	1630	21860	21742
Поточні забезпечення	1660	24867	32396
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	1833	1168
<b>Усього за розділом III</b>	<b>1695</b>	<b>233246</b>	<b>305281</b>
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>	<b>1700</b>		
<b>Баланс</b>	<b>1900</b>	<b>531157</b>	<b>533415</b>

Керівник Мироненко Олена Леонідівна

Головний бухгалтер Чирик Людмила Стефанівна

Підприємство ТОВ «ВФ Ритейл»  
(найменування)

Дата (рік, місяць, число) 2024 | 01 | 01  
за ЄДРПОУ 40853644

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)  
за 2023 р.**

Форма № 2 Код за ДКУД 1801003

**I. Фінансові результати**

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	1106206	925244
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(659969)	(519729)
<b>Валовий:</b> прибуток	2090	446237	405515
збиток	2095		
Інші операційні доходи	2120	14910	36021
Адміністративні витрати	2130	(151903)	(128863)
Витрати на збут	2150	(345050)	(324853)
Інші операційні витрати	2180	(13934)	(19873)
<b>Фінансовий результат від операційної діяльності:</b> прибуток	2190		
збиток	2195	(49740)	(32053)
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220	7057	6950
Інші доходи	2240		
Фінансові витрати	2250	(20318)	(40605)
Втрати від участі в капіталі	2255		
Інші витрати	2270		
<b>Фінансовий результат до оподаткування:</b> прибуток	2290		
збиток	2295	(63001)	(65708)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300		
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
<b>Чистий фінансовий результат:</b> прибуток	2350		
збиток	2355	(63001)	(65708)

Керівник Мироненко Олена Леонідівна

Головний бухгалтер Чирик Людмила Стефанівна

Додаток 1

до Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку  
1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»

Підприємство <u>Товариство з обмеженою відповідальністю «ВФ Ритейл»</u>	Дата (рік, місяць, число)	КОДИ		
	за ЄДРПОУ	2025	01	01
	за КОАТУУ	41457291		
	за КОПФГ	8038200000		
	за КВЕД	240		
Територія <u>ПЕРЕЧЕРСЬКА</u>		46.90		
Організаційно-правова форма господарювання <u>Товариство з обмеженою відповідальністю</u>				
Вид економічної діяльності <u>46.90 Неспеціалізована оптова торгівля</u>				
Середня кількість працівників <sup>1</sup> <u>674</u>				
Адреса, телефон <u>01601, м. Київ, вул. Лейпцизька, 15</u>				

Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма N 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):  
за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку  
за міжнародними стандартами фінансової звітності

v
---

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)  
за 2024 р.**

Форма № 1 Код за ДКУД 1801001

Актив	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
<b>I. Необоротні активи</b>			
Нематеріальні активи	1000	19536	17247
первісна вартість	1001	68149	75752
накопичена амортизація	1002	48613	58505
Незавершені капітальні інвестиції	1005	8577	9030
Основні засоби	1010	145655	194486
первісна вартість	1011	467003	562803
знос	1012	321348	368317
Інвестиційна нерухомість	1015		
Довгострокові біологічні активи	1020		
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030		
інші фінансові інвестиції	1035		
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040		
Відстрочені податкові активи	1045		
Інші необоротні активи	1090		
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	173768	220763
<b>II. Оборотні активи</b>			
Запаси	1100	126452	150991
Виробничі запаси	1101	3440	3629
Товари	1104	123012	147362
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	57947	70590
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	8809	7945

з бюджетом	1135		
у тому числі з податку на прибуток	1136		
із внутрішніх розрахунків	1145	334	258
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	9	33
Поточні фінансові інвестиції	1160		
Гроші та їх еквіваленти	1165	158138	139069
Рахунки в банках	1167	151186	134933
Витрати майбутніх періодів	1170	974	1221
Інші оборотні активи	1190	6984	8051
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	<b>359647</b>	<b>378158</b>
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>	<b>1200</b>		
<b>Баланс</b>	<b>1300</b>	<b>533415</b>	<b>598921</b>
Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
<b>I. Власний капітал</b>			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	1260140	1260140
Капітал у дооцінках	1405		
Додатковий капітал	1410	507510	507510
Резервний капітал	1415		
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-1597086	-1638641
Неоплачений капітал	1425	( )	( )
Вилучений капітал	1430	( )	( )
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	<b>170564</b>	<b>129099</b>
<b>II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення</b>			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500		
Довгострокові кредити банків	1510		
Інші довгострокові зобов'язання	1515	57570	82659
Довгострокові забезпечення	1520		
Цільове фінансування	1525		
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1595</b>	<b>57570</b>	<b>82659</b>
<b>III. Поточні зобов'язання і забезпечення</b>			
Короткострокові кредити банків	1600		
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	74724	83854
товари, роботи, послуги	1615	156946	205287
розрахунками з бюджетом	1620	15731	6805
у тому числі з податку на прибуток	1621		
розрахунками зі страхування	1625	2574	2288
розрахунками з оплати праці	1630	21742	20918
Поточні забезпечення	1660	32396	53888
Доходи майбутніх періодів	1665		
Інші поточні зобов'язання	1690	1168	14213
<b>Усього за розділом III</b>	<b>1695</b>	<b>305281</b>	<b>387253</b>
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>			
<b>Баланс</b>	<b>1700</b>		
<b>Баланс</b>	<b>1900</b>	<b>533415</b>	<b>598921</b>

Керівник Мироненко Олена Леонідівна

Головний бухгалтер Чирик Людмила Стефанівна

Підприємство ТОВ «ВФ Ритейл»  
(найменування)

Дата (рік, місяць, число) 2025 | 01 | 01  
за ЄДРПОУ 40853644

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)  
за 2024 р.**

Форма № 2 Код за ДКУД 1801003

**I. Фінансові результати**

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	1350855	1106206
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(790315)	(659969)
<b>Валовий:</b> прибуток	2090	560540	446237
збиток	2095		
Інші операційні доходи	2120	10267	14910
Адміністративні витрати	2130	(214318)	(151903)
Витрати на збут	2150	(376394)	(345050)
Інші операційні витрати	2180	(6171)	(13934)
<b>Фінансовий результат від операційної діяльності:</b> прибуток	2190		
збиток	2195	(26076)	(49740)
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220	7387	7057
Інші доходи	2240		
Фінансові витрати	2250	(17491)	(20318)
Втрати від участі в капіталі	2255		
Інші витрати	2270		
<b>Фінансовий результат до оподаткування:</b> прибуток	2290		
збиток	2295	(41555)	(63001)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300		
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
<b>Чистий фінансовий результат:</b> прибуток	2350		
збиток	2355	(41555)	(63001)

Керівник Мироненко Олена Леонідівна

Головний бухгалтер Чирик Людмила Стефанівна