

ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ
Система забезпечення якості освітньої діяльності та якості вищої освіти
сертифікована на відповідність ДСТУ ISO 9001:2015 / ISO 9001:2015

ЗАТВЕРДЖЕНО

вченою радою

(постанова п. 132, протокол № 10

від 30 квітня 2026 р.)

Ректор



Анатолій МАЗАРАКІ

ПРОГРАМА

вступного іспиту до аспірантури зі спеціальності
D7 Торгівля

Київ 2026

**Розповсюдження і тиражування без офіційного дозволу КНТЕУ
заборонено**

Укладачі: Анатолій МАЗАРАКІ, д-р екон. наук, проф.
Наталія ІЛЬЧЕНКО, д-р екон. наук, проф.
Ніна МЕРЕЖКО, д-р. техн. наук, проф.
Олена СИДОРЕНКО, д-р техн. наук, проф.

Розглянуто і затверджено на засіданні членів групи забезпечення спеціальності, протокол № 7 від 10.04.2026

Рецензенти:

Світлана БЕЛІНСЬКА, д-р техн. наук, проф.
Ольга КАВУН, к.е.н., доцент
Віта ВОЙНІЛОВИЧ, Директор ТОВ «Віта Фешн», PhD

ПРОГРАМА

**вступного іспиту до аспірантури
D7 Торгівля**

Автори: Анатолій МАЗАРАКІ, д-р екон. наук, проф.
Наталія ІЛЬЧЕНКО, д-р екон. наук, проф.
Ніна МЕРЕЖКО, д-р. техн. наук, проф.
Олена СИДОРЕНКО, д-р техн. наук, проф.

Вступ

Зміст програми та форму вступного іспиту обумовлено вимогами Стандарту третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти зі спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність галузі знань 07 Управління та адміністрування, затвердженого та введеного в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 20.07.2022 р. № 645 та у відповідності до Постанови Кабінету Міністрів України від 16.12.2022 р. №1392 «Про внесення змін до переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів освіти» за спеціальністю «Підприємництво та торгівля», зокрема в частині відповідності вхідних компетентностей вступників вихідним компетентностям магістрів зі спеціальності «Підприємництво та торгівля», визначених стандартом вищої освіти зі спеціальності Підприємництво та торгівля для другого (магістерського) рівня вищої освіти (затв. наказом Міністерства освіти і науки України №962 від 5.07.2024), а саме:

Інтегральна компетентність:

Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі підприємництва та торгівлі або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначених умов і вимог

Загальні компетентності (ЗК)

ЗК 1. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.

ЗК 2. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

ЗК 3. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети.

ЗК 4. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК 5. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.

ЗК 6. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

Спеціальні компетентності (СК)

СК 1. Здатність розробляти та реалізовувати стратегію розвитку підприємницьких та торговельних структур

СК 2. Здатність проводити оцінювання продукції, товарів і послуг в підприємницькій та торговельній діяльності

СК 3. Здатність до ефективного управління діяльністю суб'єктів господарювання в сфері підприємництва та торгівлі.

СК 4. Здатність до вирішення проблемних питань і прийняття управлінських рішень у професійній діяльності.

СК 5. Здатність до ініціювання і реалізації інноваційних проєктів в підприємницькій та торговельній діяльності

Програма вступного іспиту складається з трьох розділів:

1. Зміст програми вступного іспиту
2. Структура екзаменаційного білету та критерії оцінювання
3. Список рекомендованих джерел

1. ЗМІСТ ПРОГРАМИ ВСТУПНОГО ІСПИТУ

Тема 1. Торгівля як галузь економіки: теоретичні засади, структура та розвиток

Торгівля як вид економічної діяльності. Сутність, функції, принципи та роль торгівлі в економіці. Організаційна структура сфери торгівлі. Суб'єкти торговельної діяльності та їх характеристика. Внутрішня та зовнішня торгівля. Форми та види торгівлі.

Оптова та роздрібна торгівля, їх місце в системі товароруку. Торговельна інфраструктура та її складові. Товарооборот роздрібної торгівлі: сутність, склад та структура. Показники товарообороту: обсяг, динаміка, питома вага. Методи аналізу та прогнозування товарообороту. Фактори, що впливають на обсяг товарообороту. Планування товарообороту в умовах нестабільного попиту та воєнного стану.

Попит і пропозиція в торгівлі. Формування попиту, поведінка споживачів, сегментація ринку та позиціонування товарів. Асортиментна політика торговельного підприємства та управління товарними запасами.

Ціноутворення в торгівлі, торговельна надбавка, цінова політика, цінова конкуренція та державне регулювання цін. Державне регулювання процесів ціноутворення. Ціноутворення в умовах оголошення воєнного стану в Україні.

Сталий розвиток і соціальна відповідальність торговельного бізнесу. Цілі сталого розвитку ООН (SDGs) та їх імплементація в стратегію торговельного підприємства.

Прозорість ланцюгів постачання та етична торгівля. Цивільний захист персоналу та активів торговельного підприємства в умовах воєнного стану та надзвичайних ситуацій. Взаємодія з партнерами, постачальниками, клієнтами та державними органами.

Антикризові стратегії та діяльність підприємства в умовах ринкової турбулентності. Особливості прийняття стратегічних рішень в умовах ризику або невизначеності. Загальні підходи до оцінювання ефективності підприємницької діяльності. Критерії та показники ефективності функціонування суб'єктів підприємництва.

Інноваційне та венчурне підприємництво в торгівлі. Ідентифікація інноваційних можливостей та розробка бізнес-ідей. Управління інноваційними проектами: ініціювання, планування, реалізація, контроль. Стартап-культура та акселератори в торгівлі. Комерціалізація прав інтелектуальної власності. Венчурне фінансування та залучення інвестицій.

Digital-маркетинг та SMM-стратегії у торгівлі. Стратегії міжнародного розвитку торговельного бізнесу. Формування експортних стратегій підприємств торгівлі. Інтелектуальні системи прогнозування попиту та продажів. Blockchain-технології у торгівлі та логістиці. Формування екосистем торговельного бізнесу. Кризове управління та сценарне стратегічне планування. Agile- та Scrum-підходи в управлінні торговельними проектами.

Інвестиційна стратегія підприємства торгівля. Управління репутаційними ризиками та брендом роботодавця.

Процес глобалізації у торгівлі. Перспективи розвитку торгівлі в Україні та світі.

Тема 2. Роздрібна торгівля

Сутність, роль та функції роздрібною торгівлі в економіці. Місце роздрібною торгівлі в системі товароруху. Форми та види роздрібною торгівлі. Принципи організації роздрібною торговельною діяльності. Економічні та соціальні функції роздрібною торгівлі. Тенденції розвитку роздрібною торгівлі та цифровізація торговельних процесів.

Формування попиту та споживча поведінка в роздрібній торгівлі. Закон попиту та чинники його формування. Еластичність попиту за ціною та доходом. Психологія прийняття рішення про купівлю. Сегментація покупців та управління лояльністю. Програми лояльності та CRM-системи.

Сутність та класифікація магазинів. Характеристика сучасних типів магазинів: гіпермаркет, супермаркет, дискаунтер, дрогері, склад-клуб, Cash & Carry, Convenience Store, Forecourt Store, Health Food Store, Frozen Food Store тощо. Сутність та класифікація торговельних центрів. Види об'єктів дрібно-роздрібною та пересувної торговельною мережі. Методичні підходи щодо визначення потреби у торговельних об'єктах та їх розміщення.

Вплив спеціалізації магазину на структуру товарного асортименту. Особливості формування товарного асортименту у різних типах магазинів. Антикризове управління асортиментною політикою.

Позамагазинні форми роздрібною продажу товарів: організація торгівлі на ринках, організація продажу товарів у дрібно-роздрібній торговельній мережі, продаж товарів на замовлення покупців. Організація пересувної торгівлі. Роздрібний продаж товарів через торговельні автомати.

Формування конкурентоспроможності торговельних послуг. Моделі управління якістю надання торговельних послуг. Розробка програм лояльності покупців. Автоматизовані системи управління взаємовідносинами з покупцями.

Організація праці торговельно-оперативного персоналу підприємства роздрібною торгівлі. Управління персоналом торговельного підприємства. Організація праці торговельно-оперативного персоналу. Нормування, мотивація та оцінка ефективності роботи персоналу. KPI торгового персоналу: виторг на касира, конверсія, середній чек. Навчання та розвиток персоналу в торгівлі.

Фінансово-економічні результати діяльності підприємства роздрібною торгівлі. Аналіз доходів, витрат та рентабельності. Управління оборотним капіталом та товарними запасами. Показники ефективності: ROI, EBITDA, маржинальний дохід. Фінансове планування та бюджетування в торгівлі. Фірмова торгівля, її форми та методи. Структура елементів споживчої цінності фірмових товарів. Цінова дискримінація та диференційоване ціноутворення. Цінова війна в роздрібній торгівлі: причини, наслідки та стратегії участі. Системи знижок, акцій та промоційного ціноутворення. Оцінка цінової ефективності: показники та методика. ABC-аналіз та цінова

архітектура асортименту. Ціновий моніторинг та автоматизовані системи управління цінами (Revenue Management).

Співробітництво регіональних виробників з роздрібною торгівлею. Адаптивні моделі прогнозу продажу. Методичні підходи до розробки та реалізації стратегії розвитку у роздрібній торгівлі.

Тема 3. Торговельні мережі

Сутність та класифікація підприємницьких мереж у торгівлі.

Корпоративні роздрібні торговельні мережі як окремі суб'єкти ринку. Переваги корпоративної мережевої торгівлі перед іншими формами торгівлі.

Основні аспекти формування мережевих структур. Ефект синергізму. Види стратегій корпоративних торговельних мереж. Методичні засади розробки стратегії формування корпоративних торговельних мереж.

Організація функціонування корпоративних торговельних мереж. Профіль корпоративної роздрібної торговельної мережі: масштаби діяльності, стратегія позиціонування, спеціалізація, типи магазинів та інших закладів обслуговування покупців, рівень роздрібних цін. Соціальна відповідальність торговельної мережі в умовах воєнного стану в Україні. Організація ринкової експансії торговельної мережі. Сутність та форми диверсифікації діяльності торговельних мереж. Методика обґрунтування стратегічних зон господарювання.

Товарооборот торговельної мережі: структура, аналіз та планування. Ключові показники ефективності мережі: like-for-like, середній чек, трафік, конверсія. Управління категоріями (category management) та власні торговельні марки (private label). Стратегії розвитку власних торговельних марок. Управління асортиментною та ціновою політикою мережі. Форматна диверсифікація мережі. Цінова архітектура формування асортименту товарів. Промоційна діяльність та управління акційними кампаніями. Програми лояльності в мережевій торгівлі. Основні етапи впровадження категорійного менеджменту у корпоративній торговельній мережі.

Основні етапи впровадження категорійного менеджменту у корпоративній торговельній мережі. Сутність та класифікація власних торговельних марок, основні мотиви та переваги від використання. Види стратегій розвитку власних торговельних марок.

Управління товаропостачанням корпоративної торговельної мережі. Автоматизовані системи управління товаропостачанням торговельної мережі. Власний імпорт в системі товаропостачання торговельної мережі. Основні підходи до організації роботи розподільного центру торговельної мережі. Власний імпорт та взаємодія з логістичними операторами. Соціальна відповідальність торговельної мережі. Основні підходи до організації товароруку торговельної мережі. Автоматизовані системи управління товаропостачанням торговельної мережі.

Сутність і класифікація франчайзингових торговельних мереж. Основні етапи формування франчайзингової мережі у торгівлі. Управління взаємовідносинами між суб'єктами у франчайзинговій торговельній мережі.

Види добровільних об'єднань у роздрібній торгівлі та принципи їх формування. Особливості формування торговельних мереж на ринку побутових послуг.

Мерчандайзинг у торговельних мережах. Візуальний мерчандайзинг та стандарти викладки товарів у мережевому ритейлі. Планограми та управління торговельним простором магазину.

POS-матеріали та рекламні засоби у місцях продажу. Реклама в торговельних мережах та її види. ATL-, BTL- та digital-реклама у ритейлі. Брендинг торговельної мережі та маркетингові комунікації. Програми лояльності покупців та персоналізований маркетинг. Просування власних торговельних марок у торговельних мережах. Омніканальні комунікації з покупцями. CRM-системи та цифрові інструменти взаємодії з клієнтами. Big Data та аналітика продажів у торговельних мережах. Smart Retail та цифрова трансформація мережевої торгівлі. Автоматизація бізнес-процесів торговельних мереж. Адаптивні моделі розвитку та управління стійкістю торговельних мереж.

Тема 4. Електронна торгівля

Інтернет як середовище ведення підприємницької діяльності. Глобальна інформаційно-комунікаційна інфраструктура. Техніко-економічні та організаційно-правові основи електронної торгівлі. Роль і функції держави стосовно забезпечення легітимного застосування електронної мережі телекомунікації для здійснення комерційної діяльності.

Сучасна модель цифрової економіки. Інтернет-торгівля в мовах оголошення воєнного стану. Сутність та функції електронних платіжних систем. Етапи розвитку платіжних систем в Інтернеті.

Основні бізнес-моделі електронної торгівлі: інтернет-торгівля, мобільна електронна торгівля. Характеристика основних бізнес-процесів електронної торгівлі. Електронні торговельні ряди. Електронні моли (торговельні майданчики) як перспективна форма електронної торгівлі. Інтернет-вітрини. Поняття інтернет-магазину і особливості його функціонування. Функції інтернет-магазину. Класифікація інтернет-магазинів. Обґрунтування бізнес-плану створення інтернет-магазину. Розробка проекту сайту, її основні етапи. Основні підходи до створення сайту інтернет-магазину, їх переваги та недоліки. Особливості організації логістичної діяльності інтернет-магазину. Вибір і обґрунтування моделі логістичної діяльності інтернет-магазину. Організація продажу товарів і обслуговування покупців в інтернет-магазинах. Оцінка економічної ефективності функціонування інтернет-магазину.

Електронна торгівля як елемент омні- та мультиканальності організації торгівлі. Мобільна електронна торгівля: сутність і відмінні риси. Характеристика основних бізнес-процесів мобільної електронної торгівлі.

Оптимізація та просування сайту інтернет-магазину в пошукових системах.

Організація оптової електронної торгівлі. Організаційні моделі торговельних майданчиків: каталоги, аукціони та біржі. Механізм функціонування електронних торговельних майданчиків і особливості їх

логістичного забезпечення. Організація оптового продажу товарів і послуг через електронні торговельні майданчики.

Електронний аукціон, його сутність і характерні особливості. Класифікація електронних аукціонів. Механізм і технологія проведення електронних аукціонів. Організаційне забезпечення функціонування Інтернет-аукціону. Процедури участі в електронних торгах. Електронні біржі. Процедури участі в електронних торгах. Система електронних біржових торгів INDX. Інтернет-біржа Forexite. Брокерські послуги в Інтернет. Інтернет-представництва бізнес-структур. Віртуальні торговельні представництва товаровиробників та організація їх функціонування. Головні компоненти електронного біржового трейдингу.

Сутність та правові основи електронної торгівлі. Бізнес-моделі e-commerce: B2C, B2B, C2C, marketplace. Інтернет-магазин: організація функціонування, логістика, обслуговування покупців. Мобільна торгівля (m-commerce). Омні- та мультиканальність як стратегія розвитку.

Товарооборот електронної торгівлі: методологія обліку, аналіз динаміки та структури. Ключові показники ефективності інтернет-магазину: конверсія, SAC, CLTV, середній чек, показник повернень. Оцінка економічної ефективності e-commerce платформи.

Попит в електронній торгівлі: особливості формування та прогнозування. Поведінка онлайн-покупця та Customer Journey. Персоналізація пропозицій на основі Big Data. SEO та SEM як інструменти залучення попиту. Цифровий маркетинг: SMM, email, контент, програматична реклама.

Цінова політика в електронній комерції. Динамічне ціноутворення та Revenue Management. Цінова конкуренція на маркетплейсах. Особливості ціноутворення в умовах воєнного стану.

Тема 5. Оптова торгівля та дистрибуція

Організаційні основи діяльності підприємств оптової торгівлі. Роль підприємств оптової торгівлі у доведенні товарів від виробників до споживачів на внутрішньому і зовнішніх ринках. Організація діяльності підприємств оптової торгівлі в умовах воєнного стану в Україні. Організація оптових закупівель і продажу товарів та їх документальне оформлення. Управління договірними відносинами із постачальниками та споживачами як фактор розвитку конкуренції.

Товарооборот оптової торгівлі: структура та методи аналізу. Формування ресурсного потенціалу оптового підприємства. Розробка унікальної торгової пропозиції та обґрунтування рівня обслуговування корпоративних клієнтів. Методичні підходи до оцінювання ефективності оптового продажу.

Попит у каналах оптової торгівлі: прогнозування та управління. Цінова політика в оптовій торгівлі та каналах дистрибуції. Механізм формування каналів розподілу. Мерчандайзинг та трейд-маркетинг як інструменти стимулювання попиту в каналах збуту. Формування ресурсного потенціалу підприємства оптової торгівлі як чинник оптимізації бізнес-процесів. Розробка унікальної торгової пропозиції та обґрунтування рівня обслуговування корпоративних клієнтів.

Організація технологічних процесів і праці на складах. Організація і технологія товаропостачання роздрібної торгової мережі підприємствами оптової торгівлі. Організація перевезень торговельних вантажів і транспортно-експедиторське обслуговування. Методичні підходи до оцінювання ефективності організації продажу товарів підприємством оптової торгівлі.

Особливості дистрибуції сільськогосподарської продукції. Кон'юнктура ринку сільськогосподарської продукції: оцінка та напрямки оптимізації. Формування каналів дистрибуції сільськогосподарської продукції. Оцінки критеріїв відбору посередників для дистрибуції сільськогосподарської продукції. Системи державного регулювання ринку сільськогосподарської продукції. Перспективи розвитку каналів розподілу сільськогосподарської продукції. Формування цінової політики в каналах дистрибуції сільськогосподарської продукції.

Особливості формування каналів дистрибуції органічної продукції. Передумови становлення ринку органічної продукції в Україні. Структура потенційного ринку органічної продукції. Експортноорієнтована модель розвитку органічного агропродовольчого ринку України. Партнерські програми розвитку та підтримки органічного сектору в Україні.

Дистрибуція швидкопсувних продуктів: стратегія ціноутворення та технологія «холодової» дистрибуції, «холодових ланцюгів». Особливості організації дистрибуції харчових товарів. Вибір каналів розподілу харчових товарів. Оцінювання результативності вибору каналів розподілу харчових товарів. Дистрибуція тютюнової продукції. Особливості дистрибуції тютюнової продукції в Італії, Франції та Іспанії.

Основні принципи дистрибуції фармацевтичних препаратів. Сукупність правил і вимог до дистрибуції фармацевтичних препаратів в умовах оголошення воєнного стану. Про затвердження Ліцензійних умов провадження господарської діяльності з виробництва лікарських засобів, оптової та роздрібної торгівлі лікарськими засобами, імпорту лікарських засобів. Використання логістичного підходу в дистрибуційній діяльності фармацевтичних підприємств. Принципи та правила (вимоги) до оптового продажу фармацевтичних препаратів в Європі та Україні. Специфіка роботи фармацевтичних дистриб'юторів. Формування цінової політики в каналах дистрибуції фармацевтичних препаратів.

Реклама та маркетингові комунікації в оптовій торгівлі та дистрибуції: B2B-маркетинг, участь у виставках, цифрові канали залучення корпоративних клієнтів. Автоматизовані системи управління товаропостачанням.

Тема 6. Управління бізнес-процесами в торгівлі

Сутність, основні види та особливості формування бізнес-процесів у торгівлі. Наскрізні бізнес-процеси в системі процесів підприємства. Сутність та складові системи бізнес-процесів в торгівлі. Підходи до побудови системи бізнес-процесів підприємства торгівлі.

Моделювання бізнес-процесів підприємства торгівлі та його принципи. Цикл та етапи моделювання бізнес-процесів. Підходи до моделювання бізнес-процесів. Нотація моделювання бізнес-процесів. Архітектура типового

середовища моделювання бізнес-процесів. Політики підприємства в галузі регламентації бізнес-процесів.

Механізм управління бізнес-процесами на підприємстві торгівлі. Ключові показники ефективності бізнес-процесів на підприємстві. Інструменти та методи управління бізнес-процесами на підприємстві торгівлі.

Концепція покращання бізнес-процесів. Сутність перепроєктування бізнес-процесів підприємства торгівлі. Сутність реінжинірингу та його значення для підприємства торгівлі. Диференціація перепроєктування та реінжинірингу бізнес процесів. Класифікація видів реінжинірингу. Методи реінжинірингу бізнес-процесів. *BPMN-моделювання та реінжиніринг бізнес-процесів. Автоматизація та роботизація бізнес-процесів у торгівлі*

Реклама та маркетингові комунікації як бізнес-процес: планування, реалізація, оцінка ефективності (ROI, ROAS). Мерчандайзинг як бізнес-процес: стандартизація, контроль виконання, аудит. Інструменти управління бізнес-процесами.

Тема 7. Міжнародна торгівля

Сутність міжнародної торгівлі як сфери підприємництва. Рамкові стандарти забезпечення безпеки та спрощення процедур міжнародної торгівлі. Стратегія процедур у сфері міжнародної торгівлі в рамках Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом.

Міжнародні організації з регулювання міжнародної торгівлі. Регулювання міжнародної торгівлі в системі СОТ.

Методи міжнародної торгівлі. Торгівля через торговельно-посередницькі підприємства. Торгівля через лізингові компанії. Міжнародні виставки та ярмарки. Міжнародні товарні аукціони. Міжнародні тендери (торги). Міжнародна ліцензійна торгівля. Міжнародна електронна торгівля. Технології експортного та імпортного маркетингу.

Вибір зовнішнього ринку. Пошук та оцінка закордонних партнерів. Способи виходу на зовнішні ринки. Види та процес організації експортно-імпортних операцій. Загальні підходи до регулювання підприємництва в сфері зовнішньої торгівлі. Технології управління зовнішньоторговельними конфліктами.

Митне регулювання міжнародної торгівлі. Спрощення та гармонізація митних процедур відповідно до міжнародних конвенцій. Мінімізація митних ризиків при митному контролі та оформленні товарів і транспортних засобів.

Забезпечення національних економічних інтересів шляхом реалізації митно-тарифних та нетарифних методів регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Вплив воєнних конфліктів на структуру світової торгівлі та торговельну політику окремих країн. Економічні санкції як інструмент впливу на зовнішню торгівлю країни під час проведення бойових дій в Україні. Торговельна політика України в умовах воєнного стану.

Женевська конвенція передбачає дотримання права людини до доступу до харчування під час військового конфлікту або окупації.

Тема 8. Товарознавство

Значення товарознавства в системі наук про торгівлю. Об'єкт і предмет товарознавства. Методологія та категоріальний апарат товарознавства: методи дослідження якості, ідентифікація та визначення фальсифікації товарів. Наукові основи формування потреб у товарах.

Методологія кваліметричних досліджень. Ймовірно-статистичне оцінювання. Теорія оцінювання. Кваліметрія товарів.

Асортимент товарів та тенденції його формування. Роль брендів у формуванні асортименту товарів. Показники та характеристики асортименту товарів. Методологія формування асортименту товарів. Вплив військових дій та інших непрогнозованих факторів на формування асортименту товарів.

Вимоги до харчових продуктів та непродовольчих товарів. Споживні властивості харчових продуктів та непродовольчих товарів. Харчові продукти як фізико-хімічна або біологічна система. Хімічний склад харчових продуктів та непродовольчих товарів, його вплив на формування та збереженість споживних властивостей. Шляхи підвищення споживних властивостей товарів.

Поняття якості та безпечності товарів. Характеристика чинників формування якості. Показники якості товарів. Рівень якості товарів. Принципи розрахунку та побудови моделі якості товарів.

Законодавчо-нормативне регулювання безпечності та якості товарів в Україні та інших країнах світу. Методи оцінювання безпечності та якості харчових продуктів і непродовольчих товарів. Підходи до безпечності та якості товарів в умовах військових дій та інших непрогнозованих факторів.

Управління якістю товарів. Системний та процесний підхід до управління якістю продукції. Ключові елементи та інструменти розгортання функції якості. Планування якості нової продукції з використанням методології Quality Function Deployment – QFD. Особливості споживчої оцінки якості товарів з використанням моделі Кано.

Управління безпечністю харчових продуктів. Аналіз законодавчої бази, що регламентує безпечність харчових продуктів в Україні та світі. Значення НАССР в управлінні безпечністю харчових продуктів. Державний контроль у сфері безпечності харчових продуктів.

Конкурентоспроможність товарів як фактор національної безпеки. Поняття критеріїв та чинників конкурентоспроможності товарів. Показники якості споживчих товарів, які забезпечують їх конкурентоспроможність.

Критерії ідентифікації товарів, методи виявлення фальсифікації та заходи щодо її запобігання. Роль і значення експертизи у мінімізації ризиків безпечності товарів та митних ризиків.

Гармонізація національного законодавства в сфері технічного регулювання з європейськими та міжнародними нормами. Реформування адаптованої до вимог ЄС і СОТ системи технічного регулювання України. Трансформація продовольчих систем в Україні та світі в умовах військових дій та інших непрогнозованих факторів впливу.

Екологічні проблеми виробництва, споживання та утилізації товарів та тари. Формування показників безпечності непродовольчих товарів в екологічно орієнтованих технологіях. Екологізація виробництва харчових продуктів.

Прогресивні способи пакування та зберігання харчових продуктів і непродовольчих товарів. Оптимальні умови і режими зберігання товарів. Процеси, що відбуваються під час зберігання харчових продуктів та непродовольчих товарів. Види втрат товарів в процесі життєвого циклу.

Формування продовольчої безпеки в умовах воєнного стану. Особливості виробництва та системи розподілу товарів в умовах військового стану. Забезпечення гарантованого рівня споживання товарів. Принципи формування системи держрезерву.

2. СТРУКТУРА ЕКЗАМЕНАЦІЙНОГО БІЛЕТУ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Екзаменаційний білет складається з двох завдань

Завдання 1 передбачає надання відповіді на поставлене в екзаменаційному білеті комплексне проблемне питання, яке пов'язане зі стратегією розвитку торговельних структур, що сприяють вирішенню проблемних питань і прийняттю управлінських рішень у професійній діяльності.

Завдання 2 передбачає надання відповіді на поставлене в екзаменаційному білеті комплексне проблемне питання, яке пов'язано з оцінюванням товарів, що сприяє забезпеченню ринку України якісною та безпечною продукцією.

Критерії оцінювання:

Завдання 1 оцінюється за шкалою від 0 до 100 балів у розрізі таких критеріїв:

<i>Критерій</i>	<i>Бали</i>
усвідомлення сутності та підходів до розвитку торгівлі, як галузевої економічної системи	0-25
здатність визначити вплив інноваційних технологій на розвиток торгівлі	0-35
здатність розв'язання існуючих проблемних питань стратегії розвитку торгівлі як на вітчизняному так й на міжнародному рівні	0-40

Завдання 3 оцінюється за шкалою від 0 до 100 балів у розрізі таких критеріїв:

<i>Критерій</i>	<i>Бали</i>
здатність визначити методологічні підходи до оцінювання конкурентоспроможності товарів	0-25
вміти оцінювати асортимент та якість товарів	0-35
здатність визначати та характеризувати інноваційні товари	0-40

Особи, які отримали менше 100 балів участі у конкурсному відборі не беруть.

Особи, які отримали менше 200 балів участі у конкурсному відборі не беруть.

3. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основний

1. Мазаракі А.А. *Оптова торгівля в Україні : моногр.* / А. А. Мазаракі, Г. М. Богославець, О. М. Трубей, А. М. Носуліч ; за ред. А.А. Мазаракі. — Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 208 с.
2. *Анатомія ритейлу. Як стати лідером роздрібного ринку : із циклу «Онтологія менеджменту»* / В. Корсак, Р. Корсак. — Луцьк : Коло, 2021. — 816 с.
3. Анопій В. В., Міщук І. П., Ребицький В. М., Рудницький С. І., Хом'як Ю. М. *Організація торгівлі : підручник.* — Київ : Центр учбової літератури, 2021. — 632 с.
4. *Експертиза та митне оформлення товарів : навч. посіб. для студ. закл. вищ. освіти* / А.А. Мазаракі, Н.В. Мережко, Н.В. Калуга, Т.М. Коломісць, Т.А. Караваєв, В.В. Осієвська, С.В. Галько; за заг. ред. А.А. Мазаракі. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. — 368 с.
5. Кавун-Мошковська О. О. *Торговельні мережі : підручник* / О. О. Кавун-Мошковська. — Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2021. — 488 с.
6. Кавун-Мошковська О.О., Котова М.В., Нечипорук А.В. *Маркетплейси в Україні: 2022 рік // Товари і ринки. - 2022. - № 3 (43). - С. 19-36.*
7. Комаха В.О., Глушкова Т.Г., Комаха О.С. *Товарознавство: підручник. Т. 6: Електронні товари.* Київ: ДТЕУ, 2024. 384 с.
8. Краус К. М. *Електронна комерція та Інтернет-торгівля : навч.-метод. посіб.* Київ : Аграр Медіа Груп, 2021. 454 с. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/37044/1/Kraus_Elektronna_komertsii_2021.pdf
9. Лабурцева О. І., Бондаренко О. С., Яковець Т. М. та ін. *Стратегічний маркетинг / за ред. А. А. Мазаракі.* Київ : Державний торговельно-економічний університет, 2023. DOI: <https://doi.org/10.31617/p.knute.2023-180>
10. Мережко Н.В., Мокроусова О.Р., Коптюх Л.А. та ін *Товарознавство: підручник. Т. 1: Непродовольчі товари.* Київ: КНТЕУ, 2019. 760 с.
11. *Міжнародні економічні відносини: підручник / за наук. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник/ Т.М Мельник, Л.П. Кудирко [та ін.];* — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. — 612 с.
12. *Моделювання та реінжиніринг бізнес-процесів: підручн.* / С.В. Козир, В.В. Слесарєв, С.А. Ус, Т.В. Хом'як; М-во освіти і науки України; Нац. техн. ун-т «Дніпровська політехніка». — Дніпро: НТУ «ДП», 2022. — 163 с. URL : https://ir.ntu.org.ua/bitstream/handle/123456789/160245/%D0%9F%D0%BE%D1%81%D1%96%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D0%BA_%D0%9C%D0%A0%D0%91%D0%9F.pdf?sequence=1
13. *Товарна номенклатура ЗЕД: підручник* / Н.В Мережко, Н.В. Калуга, Т.А. Караваєв. — Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. — с. 312
14. *Управління якістю : підручник* / Н.В Мережко, В.В. Осієвська, Ю.М.Мотузка — Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. — 328 с.

Додатковий

1. Мазаракі А.А., Герасименко А.Г. та ін. *Внутрішня торгівля України: моног.* – К.: Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2016. – 864 с
2. *Економіка підприємства [Текст]: підручник у 3-х ч. ч. 1* / А. А. Мазаракі, Г. В. Блакита, Г. В. Ситник, ін. та ; за ред. А.А. Мазаракі. – Київ : ДТЕУ, 2022. – 432 с. – ISBN 978-966-918-048-3 : 350,00.
3. *Економіка підприємства [Текст]: підручник у 3-х ч. ч. 3* / А. А. Мазаракі, Г. В. Блакита, Г. В. Ситник, ін. та ; за ред. А.А. Мазаракі. – Київ : ДТЕУ, 2023. – 356 с. – ISBN 978-966-918-048-3(заг.), 978-966-918-051-3(Ч.3.) : 300,00.
4. *Основи бізнесу: навчальний посібник* / Доброва Н.В., Осипова М.М. – Одеса: Бондаренко М. О., 2018. – 305 с
5. *Deep and comprehensive free trade agreement with the EU: advantages and downsides for the Ukrainian society : monograph* / G. Duginets, O. Diachenko, N. Mazarakı, O. Golovachova ; edited by Ganna Duginets. – Kyiv : Kyiv National University of Trade and Economics, 2019. – 212 p
6. Сегеда І.В. *Товарознавство: продовольчі товари: навч. посібник.* Харків: ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2022. 224 с.
7. Тимошенко К. В. *Основи електронної торгівлі : навч. посіб.* Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2023. URL: https://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/30720/1/поз.579_%20Основи%20електронної%20торгівлі%202023.pdf
8. *Цифрова економіка: підруч.* / А.Ю. Голобородько, О.Ю.Гусєва, С.В. Легомінова, Київ: Видавництво ДУТ, 2020. 400 с.
9. Янковець, Т. М. *Технології цифрового маркетингу [Текст] : підручник* / Т. М. Янковець. – Київ : ДТЕУ, 2024. – 260 с. – Бібліогр.: с. 254-259. – ISBN 978-966-918-105-3 : 210.00.
10. Кавун-Мошковська О.О. Глобалізаційні тренди розвитку лідерів світової роздрібної торгівлі / О.О. Кавун-Мошковська // *Науковий вісник Ужгородського національного університету.* - 2022. - № 42. - С. 69-73.
11. Kavun-Moshkovska O. Structural and regional characteristics of the world retail trade leaders // *VUZF REVIEW.* - Volume 6, Issue 3, September 2021. - P. 108-118. - Режим доступу: <http://papersvuzf.net/index.php/VUZF/issue/view/21>
12. Кавун-Мошковська О.О. Структурно-регіональні аспекти формування роздрібного товарообороту України / О.О. Кавун-Мошковська // *Проблеми економіки.* - 2020. - № 3 (45). - С. 56-64.
13. Кавун О.О., Белінський М.О, Концептуалізація омніканального обслуговування споживачів в роздрібній торгівлі. *Економіка та суспільство.* 2024. № 67. <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4812DOI:https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-67-122> (0,7 др.арк.)
14. Laudon K. C., Traver C. G. *E-commerce 2023–2024: Business, Technology, Society.* Global Edition. Pearson, 2023.
15. Притульська Н.В., Антюшко Д.П., Мотузка Ю.М. *Органічні харчові продукти: реалії та перспективи виробництва і споживання.* Товарознавчий

Вісник. 2022. №1 (15). С. 129-137.

16. Sydorenko O., Petrova O. Qualimetry of innovative products with the addition of the shrimp *Palaemon Adspersus* // Food science and technology. Volume 15 Issue .- 2021, с. 133 – 142

17. Adaptation of risk management in the supply chains of e-commerce enterprises under the conditions of political instability / L. Kharsun, O. Kavun-Moshkovska, M. Kotova, A. Nechyporuk // Eastern-European Journal of Enterprise Technologies. 2022. - Issue No 5/13 (119). - P. 6-20.

Нормативно-правові акти

1. Про електронну комерцію : Закон України від 03.09.2015 № 675-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19>

2. «Законодавство України»/ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3392-17> (дата звернення: 12.06.24).

3. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.1991 № 959-XII/91-ВР // База даних «Законодавство України»/ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text> (дата звернення: 12.06.24).

4. Митний кодекс України: Закон, Кодекс від 13.03.2012 № 4495-VI/12-ВР // База даних «Законодавство України»/ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17> (дата звернення: 12.06.24).

5. Про захист прав споживачів : Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>

6. Про затвердження Правил торговельного обслуговування : постанова Кабінету Міністрів України від 11 лютого 2025 р. № 144. — URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/144-2025-%D0%BF#Text>

Інтернет-ресурси

7. Війна. Все, що відбувається з економікою, бізнесом в Україні та світі URL: <https://forbes.ua/news/viyna-vse-shcho-vidbuvaetsya-z-ekonomkoju-biznesom-v-ukraini-ta-sviti-03032022-4086>

8. The reshaping of global trade: How developing countries can strategize. URL : <https://unctad.org/news/reshaping-global-trade-how-developing-countries-can-strategize>

9. Baird, N. (2018). What digital transformation actually means for retail. Forbes. Retrieved May 12, 2019, from <https://www.forbes.com/sites/nikkibaird/2018/03/13/what-digital-transformation-actually-means-for-retail/#7e24e8eb7038>

10. Trade and Globalization. URL : <https://ourworldindata.org/trade-and-globalization>

11. World trade organization. URL : https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/oneyukr_e.htm

12. EVO : аналітичні матеріали з розвитку електронної комерції в Україні. URL: <https://evo.company>

13. Handbook on Measuring Digital Trade. 2nd ed. / WTO, IMF, OECD, UNCTAD. Geneva : WTO, 2023. URL: https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/digital_trade_2023_e.htm
14. Electronic Commerce and Digital Technologies / World Trade Organization. URL: https://www.wto.org/english/tratop_e/ecom_e/ecom_e.htm
15. Дослідження українського eCommerce: тренди та прогнози на 2025 / Promodo. URL: <https://www.promodo.ua/ukrayinskiy-ecommerce-2024-2>
16. Digital 2025: Ukraine / DataReportal. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-ukraine>

**Курсивом у списку рекомендованих джерел виділено літературу, представлену в бібліотеці ДТЕУ*

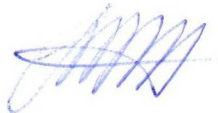
ВИТЯГ

з протоколу № 7
засідання Членів групи забезпечення спеціальності D7 Торгівля
від 10.04.2026 року

СЛУХАЛИ: про рекомендацію програми вступного іспиту до аспірантури D7 Торгівля, яка розроблена колективом авторів, а саме: д.е.н., проф. Мазаракі А.А., д.е.н., проф. Ільченко Н.Б., д.т.н., проф. Мережко Н.В, д.т.н., проф. О.В. Сидоренко

УХВАЛИЛИ: рекомендувати до видання програму вступного іспиту до аспірантури D7 Торгівля, яка розроблена колективом авторів, а саме: д.е.н., проф. Мазаракі А.А., д.е.н., проф. Ільченко Н.Б., д.т.н., проф. Мережко Н.В, д.т.н., проф. О.В. Сидоренко

Секретар



Наталія ІЛЬЧЕНКО

РЕЦЕНЗІЯ
на програму вступного іспиту до аспірантури
D7 Торгівля

Автори: А.А. Мазаракі, доктор екон. наук, професор
Н.Б. Ільченко, доктор екон. наук, професор
Н.В. Мережко, доктор техн. наук, професор
О.В. Сидоренко, доктор техн. наук, професор

Програму вступного фахового випробування до аспірантури розроблено відповідно до вимог, що висуваються до здобувачів та складено відповідно до освітньо-наукової програми підготовки докторів філософії спеціальності D7 Торгівля.

Програму вступного складена з урахуванням статусу дисциплін та її належності до циклу спеціальної підготовки. За структурно-логічною схемою викладення враховує місце та значення дисциплін, формулювання назв розділів, логічна послідовність викладеного матеріалу достатньо розкривають зміст дисциплін, що виносяться до вступного іспиту до аспірантури та надає можливість здобувачам отримати знання та навички для вирішення проблем організації торговельної, логістичної діяльності підприємств торгівлі.

У цілому, програма відповідає вимогам, що висуваються до підготовки навчально-методичних розробок та може бути рекомендовано до видання.

Рецензент:

канд. екон. наук, доцент кафедри
логістики та торговельного бізнесу



Ольга КАВУН

РЕЦЕНЗІЯ

на програму вступного іспиту до аспірантури D7 Торгівля

Програма вступного іспиту до аспірантури D7 Торгівля, яка розроблена колективом авторів, а саме: д.е.н., проф. Мазаракі А.А., д.е.н., проф. Ільченко Н.Б., д.т.н., проф. Мережко Н.В, д.т.н., проф. Сидоренко О.В складена у відповідності до актуальних потреб практичної діяльності підприємств торгівлі, з дотриманням принципів систематичності і послідовності у навчального матеріалу, та структурою, що відображає систему управління діяльністю підприємств торгівлі.

У програмі чітко дана загальна характеристика структури та окремих компонентів програми. Зміст дисциплін, що виносяться до складання вступного іспиту до аспірантури D7 Торгівля містить обґрунтовану систему знань, умінь і навичок з дисциплін, які мають бути реалізовані під час підготовки та відповідає практичним аспектам діяльності підприємств торгівлі, логістичних підприємств, охоплює практичні та теоретичні аспекти товарознавства та біржової торгівлі.

Програма вступного іспиту до аспірантури D7 Торгівля відповідає вимогам практичної діяльності підприємств торгівлі та може бути рекомендована до використання в освітньому процесі.

Рецензент

Директор ТОВ «Віта Фешн»,

PhD 075 Маркетинг



Віта ВОЙНІЛОВИЧ