

ПЕРЕЛІК ОРІЄНТОВНИХ ТЕМ КВАЛІФІКАЦІЙНИХ РОБІТ
за другим (магістерським) рівнем вищої освіти для здобувачів вищої освіти
за ОПП «Підприємництво, торгівля та логістика»
спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля»

Блок 1. Стратегії і стратегічне управління

1. Формування стратегії розвитку бізнесу в умовах невизначеності.
2. Стратегія довгострокового розвитку підприємства: сценарне планування, ризики та механізми реалізації.
3. Управління стратегічними можливостями підприємства.
4. Управління стратегічною гнучкістю підприємства в умовах викликів і загроз.
5. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства.
6. Конкурентні переваги підприємства як основа його стратегічного розвитку.
7. Керування ризиками бізнесу на стратегічному рівні.
8. Портфель стратегічних ініціатив як основа підвищення результативності торговельної мережі.
9. Стратегічні резерви підвищення ефективності діяльності торговельної компанії.
10. Оцінювання вартості підприємства у контексті стратегічних рішень.
11. Розвиток торговельного підприємництва в регіоні в умовах викликів та загроз.
12. Порівняльний аналіз стратегій розширення в галузі: нові ринки та партнерства.
13. Розроблення стратегії торговельної мережі в умовах змін.
14. Забезпечення ефективності використання стратегічного портфеля ініціатив у торговельній мережі.

Блок 2. Прибутковість, ефективність, ціноутворення і витрати

1. Формування системи управління ефективністю господарської діяльності підприємства.
2. Розробка стратегії ціноутворення для максимізації прибутку в умовах конкуренції.
3. Корпоративне ціноутворення у мережевій торгівлі: стратегія, тактика та вплив на довгострокову маржу і товарообіг.
4. Політика ціноутворення як основа посилення конкурентних позицій підприємства.

5. Управління прибутковістю підприємства.
6. Технології управління прибутковістю торговельного підприємства в умовах нестабільного попиту.
7. Методи підвищення прибутковості торговельного підприємства в умовах нестабільності.
8. Запровадження механізму управління рентабельністю торговельної компанії.
9. Оптимізація структури витрат для підвищення прибутковості підприємства.
10. Оптимізація структури витрат у закупівлях, доставці та збуті.
11. Моделі планування і контролю витрат підприємства.
12. Економічне обґрунтування витрат на підвищення якості сервісу та їхня віддача.
13. Інструменти прогнозування витрат і доходів для складання бюджету торговельної мережі.
14. Архітектура управління витратами в торгівлі: інтегрована модель впливу на рентабельність.
15. Управління фінансово-економічними результатами компанії: підходи до підвищення рентабельності.
16. Забезпечення ефективності використання політики ціноутворення для підвищення прибутковості підприємства.
17. Забезпечення ефективності управління операційними витратами підприємства.

Блок 3. Торговельне підприємництво (асортимент, «полиця», попит)

1. Забезпечення ефективності торгівлі на основі вдосконалення асортиментної структури товарообігу.
2. Забезпечення прибутковості торговельного підприємства на основі регулювання товарного асортименту.
3. Управління асортиментом і простором «полиці» на основі чутливості попиту: методи оптимізації.
4. Економіка власних торговельних марок: стратегія портфеля, ціна-якість і вплив на рентабельність категорій.
5. Регулювання асортименту під час промоакцій: запобігання дефіцитам, перевантаженням складу та перетіканням попиту.
6. Обґрунтування введення нових товарних позицій у торговельній мережі на основі попиту і маржі.
7. Сучасні технології планування викладки товарів у магазині для підвищення продажів та середнього чека.

8. Персоналізовані пропозиції і програми лояльності: вплив на повторні покупки і довічну цінність клієнта.
9. Оцінювання чутливості попиту до змін цін і промоцій у різних форматах торгівлі.
10. Синхронізація асортименту товарів з маркетинговими і логістичними обмеженнями.
11. Вплив якості сервісу на структуру попиту і товарний портфель.
12. Оцінювання довгострокових наслідків кризових рішень для попиту покупців у торговельній мережі.
13. Сучасні методи вивчення попиту та організації продажу продовольчих (непродовольчих) товарів.

Блок 4. Логістичний менеджмент

1. Впровадження логістичних підходів в управлінні діяльністю підприємства.
2. Оптимізація виробничих витрат на основі логістичних підходів.
3. Дистрибуційна діяльність у ланцюгу постачань.
4. Керування станом товарних запасів у дистрибуційній діяльності.
5. Інтегрована система управління ланцюгами постачання торговельної мережі: координація партнерів та контроль виконання.
6. Проектування розподільчої інфраструктури мережі: розміщення складів, пропускна спроможність і рівні сервісу.
7. Управління товарними запасами в багатоканальній торгівлі.
8. Підвищення ефективності складських операцій і технологій комплектування.
9. Забезпечення зберігання і транспортування товарів у торговельній мережі.
10. Забезпечення ефективності логістики та її зв'язок із фінансовими результатами підприємства.
11. Зменшення логістичних ризиків в умовах нестабільності.
12. Економічне обґрунтування інвестицій у безпеку і надійність ланцюгів постачання.
13. Розробка стратегії сталого розвитку підприємства на основі вдосконалення логістичного менеджменту.
14. Забезпечення керованості процесів зберігання і транспортування товарів у торгівлі.
15. Забезпечення сталого розвитку торговельної мережі через зворотну логістику.
16. Формування системи логістичного сервісу.

17. Вплив форматів магазинів на логістичні процеси і витрати торговельної мережі.
18. Забезпечення ефективності інтегрованої системи управління ланцюгами постачання торговельної мережі.
19. Методи оцінки ефективності ланцюга поставок у підприємницької діяльності.
20. Забезпечення ефективності логістичного менеджменту торговельної компанії.
21. Адаптаційний потенціал логістичної системи підприємства.
22. Вдосконалення логістичного менеджменту транспортного підприємства.
23. Організація та управління складською логістикою на підприємстві.
24. Логістичне забезпечення інноваційної активності підприємства.
25. Логістичне управління матеріальними потоками підприємства.
26. Логістичне управління міжрегіональною інтеграцією в умовах сталого розвитку.
27. Становлення (удосконалення) логістичного менеджменту на підприємстві.
28. Оптимізація інформаційних потоків на підприємстві.
29. Оптимізація логістичних процесів на підприємстві.
30. Оптимізація фінансових потоків у логістичній діяльності підприємства.
31. Підвищення ефективності функціонування логістичної системи підприємства.
32. Проектування логістичної системи роздрібною торговельної мережі.
33. Розвиток транспортної інфраструктури регіону.
34. Транспортно-логістичний потенціал регіону: оцінка та напрями покращення.
35. Оптимізація збутової логістики на підприємстві.
36. Оптимізація складської логістики підприємства.
37. Оптимізація логістичних витрат підприємства.
38. Управління логістичною діяльністю підприємства.
39. Забезпечення надійності логістичної системи підприємства.
40. Управління ризиками логістичної системи підприємства.
41. Управління логістичною діяльністю підприємства на засадах цифрової трансформації.

Блок 5. Електронна комерція і цифрові рішення

1. Стратегія електронної комерції для торговельного підприємства.
2. Цифрове оновлення бізнес-процесів на підприємстві.
3. Розробка концепції «розумного магазину».

4. Запровадження механізму використання технологій штучного інтелекту для оптимізації управління запасами.
5. Інноваційний розвиток системи аналізу споживчої поведінки на основі Big Data для формування персоналізованих пропозицій.
6. Розвиток торговельного підприємництва на основі інструментів електронної комерції.
7. Забезпечення прозорості та відстеження ланцюгів постачання на основі технологій блокчейн.
8. Економічне обґрунтування технологічних рішень щодо контролю за товарним рухом та якістю продукції.
9. Організація автоматизованого управління цінами у мережевій торгівлі.
10. Забезпечення ефективності електронної комерції на основі узгодження онлайн- і офлайн-операцій.
11. Забезпечення ефективності цифрового оновлення бізнес-процесів.

Блок 6. Маркетингова результативність і клієнтський досвід

1. Підвищення ефективності маркетингових технологій компанії.
2. Маркетингові технології формування іміджу підприємства і залучення клієнтів з позицій економічної та соціальної ефективності.
3. Узгодження маркетингу і постачання: процес планування продажів і операцій у торговельній мережі.
4. Оцінювання віддачі маркетингових інвестицій у підприємницькій діяльності.
5. Формування іміджу і довіри до торговельного бренду: інструменти та показники ефективності.
6. Оцінка результативності маркетингових технологій у підприємництві.
7. Синхронізація промоакцій із можливостями постачання для запобігання дефіциту і надлишків.
8. Модель впливу якості сервісу на поведінку покупців і довгострокову цінність клієнта.
9. Оцінювання впливу програм лояльності на показники прибутковості.
10. Етичні стандарти просування і прозорість комунікацій як чинники довіри покупців.
11. Забезпечення ефективності використання маркетингових технологій за показниками віддачі інвестицій.
12. Керування репутацією та якістю сервісу у підприємницькій діяльності.

Блок 7. Конкурентоспроможність підприємства та його продукції

1. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства.
2. Конкурентні переваги підприємства як основа його стратегічного розвитку.
3. Оцінка та забезпечення конкурентоспроможності продукції підприємства.
4. Методологічні основи управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства
5. Стратегія конкурентоспроможності підприємства в цифровій економіці.
6. Розвиток дистрибуційної діяльності як інструмент підвищення конкурентоспроможності торговельної компанії.
7. Ключові компетенції підприємства як основа його конкурентоспроможності.
8. Стимулювання розвитку франчайзингової мережі як метод підвищення конкурентоспроможності торговельних підприємств.
9. Інноваційні моделі взаємодії з постачальниками.
- 10.Формування та розвиток конкурентних переваг підприємства.
- 11.Діагностика чинників конкурентоспроможності в умовах цифровізації.
- 12.Стратегія підвищення конкурентних позицій компанії.
- 13.Вибір стратегії конкурентної боротьби у роздрібній торгівлі.
- 14.Роль якості обслуговування у формуванні стійких конкурентних переваг на ринку.
- 15.Розвиток партнерств із ключовими постачальниками як джерело доданої цінності та конкурентних переваг.
- 16.Управління конфліктами інтересів у взаємодії з постачальниками і виробниками в контексті підтримки конкурентоспроможності.
- 17.Спільні ініціативи зі сталого розвитку та якості як інструмент зміцнення партнерств та конкурентних позицій.
- 18.Забезпечення ефективності використання інноваційних моделей взаємодії з постачальниками як інструмент конкурентних переваг.
- 19.Забезпечення сталих конкурентних переваг через покращення сервісу і партнерську координацію.
- 20.Забезпечення конкурентних переваг у підприємництві на основі управління ризиками підприємництва в умовах нестабільності.

Блок 8. Міжнародна торгівля і вихід на зовнішні ринки

1. Стратегія забезпечення ефективного виходу компанії на міжнародний ринок.
2. Міжнародна експансія торговельної мережі: стратегія входу, адаптація пропозиції та управління ризиками постачання.
3. Просування українських товарів на ринки країн Європейського Союзу через торговельні мережі: вимоги, бар'єри та партнерства.
4. Оцінювання ризиків підприємництва в умовах виходу на зовнішні ринки.
5. Вдосконалення методів організації міжнародної торгівлі.
6. Оцінка ризиків роботи з іноземними постачальниками в умовах воєнних дій.
7. Адаптація асортименту до вимог зарубіжних ринків і споживчих вподобань.
8. Вибір партнерів для спільних торговельних проєктів на зовнішніх ринках.

Блок 9. Персонал, компетентності, корпоративна культура і якість товарів

1. Кадровий потенціал компанії: формування, використання та розвиток в умовах викликів та загроз.
2. Мотивація персоналу до підвищення якості обслуговування покупців торговельного підприємства.
3. Розвиток професійних компетентностей працівників підприємства у нових ринкових умовах.
4. Забезпечення ефективності мотиваційного менеджменту компанії.
5. Мотивація розвитку професійних компетенцій персоналу в умовах глобальних викликів.
6. Вплив компетентності у сфері товарознавства на прибуток та імідж торговельного підприємства.
7. Стимулювання продуктивної праці персоналу та якості обслуговування у роздрібній торгівлі.
8. Формування корпоративної культури, орієнтованої на споживача та ефективність діяльності.
9. Розвиток корпоративної культури торговельного підприємства в контексті підвищення якості обслуговування.
10. Технології зменшення кількісно-якісних втрат товарів від псування і прострочення продукції в торгівлі.
11. Вплив компетентності у сфері товарознавства на прибутковість і репутацію торговельної компанії.
12. Організація системи внутрішнього контролю якості на підприємстві.

- 13.Механізми збереження якості товарів на шляху від постачальника до споживача.
- 14.Запровадження механізму оцінки якості товарів у торговельному бізнесі.

Блок 10. Антикризове управління, стійкість, етика, соціальна відповідальність

1. Забезпечення антикризового управління на підприємстві.
2. Адаптація бізнесу до викликів та загроз.
3. Диверсифікація бізнес-моделі компанії як інструмент її виживання в умовах кризи.
4. Антикризове управління в торгівлі: моделі відновлення продажів і запасів після кризових подій.
5. Механізми підвищення стійкості підприємств під час війни.
6. Модель стійкості торговельної компанії в умовах шоків попиту та порушень постачання.
7. Запровадження механізму управління конфліктами на підприємстві на основі стратегії соціальної відповідальності.
8. Соціальна відповідальність і ділова етика у торгівлі: система запобігання порушенням і вплив на довіру та конкурентні переваги.
9. Діагностика взаємозв'язку доброчесності, соціальної відповідальності та ефективності підприємницької діяльності.
- 10.Аналіз впливу корпоративної соціальної відповідальності на імідж підприємства та його конкурентні переваги.
- 11.Корпоративна соціальна відповідальність та її вплив на ефективність бізнесу.
- 12.Доброчесність та етика як важелі системи управління конкурентними перевагами підприємства.
- 13.Політика управління ризиками репутації підприємництва в умовах невизначеності.
- 14.Комунікація з клієнтами і партнерами під час кризових подій: принципи і канали взаємодії.
- 15.Відновлення ділової репутації після кризових подій у торгівлі.
- 16.Забезпечення ділової етики і соціальної відповідальності як чинників довіри та конкурентних переваг.
- 17.Механізми запобігання корупційним ризикам у підприємницькій діяльності.

Блок 11. Соціальне підприємництво, податкові стимули, підтримка держави

1. Роль державної підтримки у підвищенні стійкості бізнесу.
2. Ефективність програм державної підтримки малого бізнесу України.
3. Податкові стимули для стартапів у підприємництві: світовий досвід і вітчизняна практика.
4. Роль громадсько-приватного партнерства у розвитку підприємництва.
5. Грантові програми для інноваційних підприємств: аналіз результатів.
6. Дерегуляція як інструмент стимулювання підприємництва.
7. Соціальне підприємництво: баланс між ефективністю та суспільною користю.
8. Моделі соціального підприємництва в регіоні та їх ефективність.
9. Торгівля: можливості для вітчизняних виробників та їх ефективне використання.
10. Вимірювання соціального впливу бізнесу на розвиток місцевих громад: методики та практики.
11. Соціальне підприємництво в умовах війни: підтримка ВПО.