

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТОРГІВЛІ ТА БІРЖОВОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«ОЦІНКА ЯКОСТІ ЧАЮ ТА ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ»

**Виконала: здобувач 2 курсу,
групи ПТБ-18 вм
Спеціальності 076 Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність
Шаповал Діана Валентинівна
Керівник: Орлова В.М., к.т.н., доцент**

**м. Дніпро
2020**

АНОТАЦІЯ

Шаповал Д.В. Оцінка якості чаю та вдосконалення системи мерчандайзингу.

У роботі розглянуто теоретичні і практичні аспекти системи мерчандайзингу на торговельному підприємстві, надана характеристика сучасного етапу розвитку мерчандайзингу у роздрібній торгівлі, проаналізовано поведінку споживачів та визначено особливості візуального мерчандайзингу в магазині.

Проведено дослідження якості та асортименту зеленого байхового чаю, в результаті чого виявлено найбільш якісну та споживану продукцію.

Проаналізовано ефективність використання торгової площі групами товарів, які реалізуються в магазині. Визначено споживчі переваги щодо чаю. Запропоновано систему заходів щодо удосконалення системи мерчандайзингу в магазині та підтверджена їх ефективність.

Ключові слова: торговельне підприємництво, якість, асортимент, чай, споживчі переваги, ефективність використання торгової площі.

SUMMARY

Shapoval D.V. Tea Quality Assessment and Merchandising System Improvement.

The paper deals with theoretical and practical aspects of merchandising at a trading company, characterizes the current stage of merchandising in retail trade, analyzes consumer behavior and identifies features of visual merchandising in the store.

The quality and assortment of green bay tea has been investigated, resulting in the identification of the highest quality and consumed products.

The efficiency of using the retail space by the groups of goods sold in the store is analyzed. Consumer preferences for tea have been identified. A system of measures to improve the merchandising system in the store has been proposed and their effectiveness has been confirmed.

Keywords: trade entrepreneurship, quality, assortment, tea, consumer preferences, efficiency of use of retail space.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ У РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ	9
1.1. Сучасний етап розвитку мерчандайзингу у роздрібній торгівлі	9
1.2. Поведінка споживачів як основа мерчандайзингу	12
1.3. Основи візуального мерчандайзингу в магазині	16
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ ЗЕЛЕНОГО БАЙХОВОГО ЧАЮ ТА СТРУКТУРА ЙОГО ТОРГОВЕЛЬНОГО АСОРТИМЕНТУ, ЩО РЕАЛІЗУЄТЬСЯ В МАГАЗИНІ «ПРОДУКТИ»	22
2.1. Загальна характеристика магазину «Продукти»	22
2.2. Аналіз якості досліджуваних зразків зеленого байхового чаю	24
2.3. Аналіз торгового асортименту зеленого чаю, що реалізується в магазині «Продукти»	37
РОЗДІЛ 3. ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ ЩОДО ТОВАРІВ ГРУПИ «ЧАЙ» В МАГАЗИНІ «ПРОДУКТИ»	44
3.1. Визначення ефективності використання торгової площі групами товарів, які реалізуються в магазині «Продукти»	44
3.2. Визначення споживчих переваг щодо чаю, котрий реалізується в магазині «Продукти»	48
3.3. Вдосконалення системи мерчандайзингу щодо товарів групи «Чай» в магазині «Продукти»	55
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	62
ДОДАТКИ	65