

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

***«Ідентифікація макаронних виробів
та сегментація їх споживачів»***

**Виконав: здобувач 2 курсу,
групи ПТБ-18м
Спеціальності 076 Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність
Танцюра Олександр Федорович
Керівник: Кузьменко О.В., к.е.н.,
доцент**

**м. Дніпро
2020**

АНОТАЦІЯ

Танцюра О.Ф. Ідентифікація макаронних виробів та сегментація їх споживачів.

У роботі розглянуто теоретичні і практичні аспекти ідентифікації якості макаронних виробів на цільовому ринку Дніпропетровського регіону, досліджено стан та тенденції його розвитку, систематизовано класифікацію досліджуваної групи товарів та фактори, що формують асортимент і якість макаронних виробів. Проведено ідентифікацію асортименту та якості, в результаті чого виявлено найбільш якісну та споживчу продукцію. Це дозволило змодельовати ситуацію на ринку, провести сегментування споживачів на досліджуваному ринку, визначити портрет потенційного споживача та скласти карту позиції макаронних виробів, що дозволило обґрунтувати виробничу та асортиментну політику підприємств досліджуваної сфери.

Ключові слова: макаронні вироби, класифікація, методи дослідження, ідентифікація, цільовий ринок, сегментація споживачів.

SUMMARY

Tanztura O.F. Pasta identification and consumer segmentation. The theoretical and practical aspects of identification of pasta quality in the target market of Dnepropetrovsk region are considered in the paper, the state and tendencies of its development are investigated, the classification of the studied group of goods and the factors shaping the range and quality of pasta are systematized. Identification of the assortment structure and quality was carried out, which resulted in the identification of the highest quality and consumed products. This made it possible to simulate the situation in the market of pasta, to conduct segmentation of consumers in the studied market, to determine the portrait of a potential consumer and to map the position of pasta, which allowed to substantiate the production and range of position of enterprises in the field.

Keywords: pasta, classification, research methods, identification, target market, consumer segmentation.

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. Теоретичні аспекти ідентифікації макаронних виробів в ТОВ

«Правда»

1.1. Аналіз ринку макаронних виробів в Україні

1.2. Фактори, що формують якість та асортимент макаронних виробів

1.3. Класифікація та асортимент макаронних виробів

РОЗДІЛ 2. Ідентифікація асортименту та якості макаронних виробів в

ТОВ «Правда»

2.1. Організація, об'єкти та методи дослідження

2.2. Аналіз структури асортименту макаронних виробів в ТОВ «Правда»

2.3. Ідентифікація якості макаронних виробів

РОЗДІЛ 3. Проведення сегментації споживачів макаронних виробів

3.1. Сегментація ринку макаронних виробів

3.2. Сегментація споживачів макаронних виробів в ТОВ «Правда»

3.3. Шляхи вдосконалення діяльності підприємства

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ