

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТОРГІВЛІ ТА БІРЖОВОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

***«ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОДАЖІВ СОЛОДКИХ
ГАЗОВАНИХ НАПОЇВ З
ВИКОРИСТАННЯМ МЕТОДУ
МЕРЧАНДАЙЗИНГУ»***

Виконав: здобувач 2 курсу,
групи ПТБ-18вм
Спеціальності 076 Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність
Корнієнко Єгор Володимирович
Керівник: Орлова В.М., к.т.н., доцент

м. Дніпро
2020

АНОТАЦІЯ

Корнієнко Є.В. Організація продажів солодких газованих напоїв з використанням методу мерчандайзингу.

У роботі розглянуто теоретичні і практичні аспекти збільшення споживчого попиту на солодку газовану воду. Розглянуто стан ринку солодкої газованої води в Україні. Систематизовано властивості, які характеризують якість солодко газованої води.

Запропонована трьох бальна оцінка якості товарів. Проведено порівняльну оцінку якості солодко газованої води. Проведено аналіз асортименту солодко газованої води.

Розглянуто вплив мерчандайзингові стратегії на споживчий попит. Запропоновано розширення асортименту товару, додавання додаткових місць продажу і додавання у інтер'єр магазину рекламної продукції.

Ключові слова: солодко газованої вода, якість, асортимент, «Coca-cola», мерчандайзинг.

SUMMARY

Korniiyenko Y.V. sales organization in the liquor market with vikoristan method of merchandising.

The robot has the theoretical and practical aspects of living with a drink of licorice carb water. I took, a look at the market of licorice gas in Ukraine. The systematization of power, characterizing the character of licorice gas water is systematized.

Arrived trioeh ballroom otsinka yakosti goods_v. Conducted a regular assessment of the accuracy of liquor gas. The assortment of licorice gas water was analyzed.

There is a glimpse of the merchandising and strategic strategies for living drinks. It was spread to expand the assortment of goods, added additional sales and information from the Internet to the store of advertising products.

Key words: liquor water, yakist, assortment, Coca-cola, merchandising.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСУ	
УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖУ	9
1.1. Теоретичні аспекти дослідження процесу управління продажу	9
1.2. Фактори, які впливають на управління продажу солодких газованих напоїв	15
1.3 Стан тенденції ринку солодких газованих напоїв в Україні	21
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ЯКОСТІ ТА АНАЛІЗ АСОРТИМЕНТУ	
КРІПИЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ	25
2.1. Загальна характеристика ТОВ «Київська Кріпильна Компанія»	25
2.2. Товарознавча оцінка кріпильних виробів різних виробників	27
2.3. Аналіз асортименту кріпильних виробів	38
РОЗДІЛ 3. ПІДВИЩЕННЯ СПОЖИВЧОГО ПОПИТУ НА КРІПИЛЬНІ	
МАТЕРІАЛИ	46
3.1. Вплив упаковки товару на споживчий попит	46
3.2. Розробка нового дизайну етикетки для кріпильних матеріалів	55
3.3. Дослідження ефективності нового дизайну етикетки кріпильних матеріалів	59
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	62
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	65
ДОДАТКИ	69