

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ  
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ І ПІДПРИЄМНИЦТВА

# **КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА**

на тему

## **Шляхи активізації продажів парфумерних виробів в спеціалізованих торговельних підприємствах**

**Виконала: здобувач 2 курсу,  
групи ПТБ-16м  
Спеціальності 076 Підприємництво,  
торгівля та біржова діяльність  
Мілінчук Ганна Сергіївна  
Керівник: Рижкова Г.А., к.е.н., доцент**

**м. Дніпро  
2021**

## АНОТАЦІЯ

Мілінчук Г.С. Шляхи активізації продажів парфумерних виробів в спеціалізованих торговельних підприємствах.

У роботі розглянуто теоретичні аспекти дослідження методів продажів. Проаналізовано стан і тенденції ринку парфумерних товарів, розглянуті сучасні методи продажів парфумерних товарів та методичні підходи до оцінки якості парфумерних виробів.

Досліджено діяльність торговельної мережі "Бомонд" та її асортиментний ряд. Проведено оцінку якості парфумерних виробів в торговельній мережі.

Надано пропозиції щодо збільшення обсягів продажу за допомогою активних методів продажів, створено он-лайн платформу магазину та розроблено програму з підбору парфуму відповідно до запитів споживачів. За рахунок сегментування ринку парфумерних товарів в ТМ "Бомонд" визначено портрет потенційного покупця та розроблено рекламну компанію.

Ключові слова: активізація, методи продажів, парфумерні вироби, якість, асортимент, сегментування.

## SUMMARY

Milinchuk H.S. Substantiation of ways to intensify sales of perfumes in specialized trading companies.

The theoretical aspects of research of sales methods are considered in the work. The state and tendencies of the market of perfumery goods are analyzed, modern methods of sales of perfumery goods and methodical approaches to an estimation of their quality of perfumery products are considered.

The activity of the Beaumonde retail chain and its range are studied. The quality of perfume products in the trade network was assessed.

Proposals were made to increase sales through active sales methods, an online store platform was created and a perfume selection program was developed in accordance with consumer demands. Due to the segmentation of the perfume market in Beaumonde TM, a portrait of a potential buyer was identified and an advertising campaign was developed.

Key words: activation, sales methods, perfume products, quality, assortment, segmentation.

## ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ	4
ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. Теоретичні аспекти дослідження якості та методів продажів парфумерних виробів	11
1.1. Стан і тенденції розвитку ринку парфумерних товарів	11
1.2. Сучасні методи активізації продажів непродовольчих товарів	14
1.3. Методичні підходи до оцінки якості парфумерних виробів	19
РОЗДІЛ 2. Дослідження асортименту і якості парфумерних виробів в торговельній мережі "Бомонд"	25
2.1. Організація, об'єкт та методи дослідження	25
2.2. Оцінка якості парфумерних товарів різними методами	33
2.3. Аналіз структури асортименту парфумерних виробів в ТМ "Бомонд"	39
РОЗДІЛ 3. Шляхи активізації продажів парфумерних виробів в торгівельній мережі "Бомонд"	46
3.1. Сегментування ринку парфумерних товарів та визначення портрету потенційного покупця ТМ "Бомонд"	46
3.2. Розробка програми підбору парфуму відповідно до запитів споживачів	52
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	62
ДОДАТКИ	65