

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ  
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ І ПІДПРИЄМНИЦТВА

# КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

*“Автентифікація поведінки споживачів  
на ринку хлібобулочних виробів”*

**Виконала: здобувач 2 курсу,  
групи ПТБ-20м  
Спеціальності 076 Підприємництво,  
торгівля та біржова діяльність  
Сергєєва Марія Миколаївна  
Керівник: Павлова В.А., д.е.н.,  
професор**

**м. Дніпро  
2022**

## АНОТАЦІЯ

Сергеєва М.М. Автентифікація поведінки споживачів на ринку хлібобулочних виробів.

У роботі розглянуто теоретичні аспекти та тенденції розвитку ринку хлібобулочних виробів. Проаналізовано стан, тенденції та перспективи розвитку ринку хлібобулочних виробів. Наведено товарознавчу характеристику хлібобулочних виробів. Систематизовано методичні підходи до автентифікації поведінки споживачів на ринку хлібобулочних виробів.

Охарактеризовано діяльність супермаркету «Варус-6» ТОВ «Омега». Проведено аналіз асортименту хлібобулочних виробів, що реалізується на ринку м. Дніпро та досліджено якість хлібобулочних виробів.

Проведено сегментування споживачів хлібобулочних виробів та визначення портрету потенційного споживача в роздрібній мережі. Прогнозовано ринковий попит на хлібобулочні вироби. Обґрунтовано доцільності застосування автентифікації поведінки споживачів хлібобулочних виробів за допомогою введення карток участі у програмі лояльності на прикладі мережі супермаркетів «Варус».

Ключові слова: автентифікація, якість, хлібобулочні вироби, асортимент, сегментування споживачів, поведінка споживача, ринок, споживчі переваги.

## SUMMARY

Serhieieva M. Authentication of consumer behavior in the bakery market.

Theoretical aspects and tendencies of bakery products market development are considered in the work. The state, tendencies and prospects of development of the bakery market are analyzed. The commodity characteristics of bakery products are given. Methodological approaches to the authentication of consumer behavior in the bakery market are systematized.

The activity of the supermarket "Varus-6" of Omega LLC is described. The analysis of the range of bakery products sold on the market of Dnipro city is carried out and the quality of bakery products is investigated.

Segmentation of consumers of bakery products and determination of the portrait of a potential consumer in the retail network are carried out. Market demand for bakery products is forecast. The expediency of application of authentication of behavior of consumers of bakery products by means of introduction of cards of participation in the loyalty program on an example of a network of supermarkets "Varus" is proved.

Key words: authentication, quality, bakery products, assortment, consumer segmentation, consumer behavior, market, consumer preferences.

## ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ	4
ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ ТА ПОВЕДІНКИ ЙОГО СПОЖИВАЧІВ	11
1.1. Ринок хлібобулочних виробів: стан та сучасні тренди розвитку	11
1.2. Товарознавча характеристика хлібобулочних виробів	17
1.3. Автентифікація хлібобулочних виробів як основа споживацької поведінки	21
РОЗДІЛ 2. ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ	28
2.1. Характеристика діяльності супермаркету «Варус-6» ТОВ «Омега»	28
2.2. Асортимент хлібобулочних виробів, що реалізуються на ринку м. Дніпро	37
2.3. Результати органолептичних та фізико-хімічних досліджень якості хлібобулочних виробів	46
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕДУРИ ВСТАНОВЛЕННЯ НАЛЕЖНОСТІ КОРИСТУВАЧЕВІ ІНФОРМАЦІЇ ЩОДО ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ	53
3.1. Прогнозування ринкового попиту на хлібобулочні вироби	53
3.2. Сегментування споживачів хлібобулочних виробів та визначення портрету потенційного споживача в роздрібній мережі	60
3.3. Обґрунтування вибору моделей споживацької поведінки за типами споживачів хлібобулочних виробів на підставі автентифікації отриманої інформації	64
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ	71
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	75
ДОДАТКИ	82