

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ  
КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТОРГІВЛІ ТА БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

# КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

***“Вибір постачальників ковбасних  
виробів у торговельну мережу”***

(за матеріалами ТРЦ «Караван»)

**Виконав: здобувач 2 курсу,  
групи ПТБ-17вм  
Спеціальності 076 Підприємництво,  
торгівля та біржова діяльність  
Корсун Дмитро Валерійович  
Керівник: Сокурєнко П.І., к.е.н.,  
доцент**

**м. Дніпро  
2019**

## АНОТАЦІЯ

Корсун Д.В. Вибір постачальників ковбасних виробів в торговельну мережу.

У роботі розглянуто теоретичний і практичний аспекти дослідження ринку сирокочених ковбас, дослідження якості, асортименту сирокочених ковбас, приведено науково–методичну базу їх дослідження, визначено ринкові умови дослідження ринку сирокочених ковбас та обгрунтовано вибір постачальників сирокочених ковбас у роздрібну торговельну мережу за матеріалами ТРЦ «Караван» у місті Дніпро.

Ключові слова: постачальники, торговельна мережа, ковбасні вироби, вибір.

## SUMMARY

Korsun D.V. The choice of suppliers of sausage products to the trading network.

The paper considers theoretical and practical aspects of market research sausages, research quality and range of uncooked sausages, given scientific and methodological basis of their investigation, identified market conditions market research uncooked sausages and the choice of provider, uncooked sausages in retail chains for materials TRC "Caravan" in city of Dnepro.

Keywords: suppliers, trade network, sausage wares, choice/

## ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ	4
ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ ТА АСОРТИМЕНТУ СИРОКОПЧЕНИХ КОВБАС	9
1.1. Стан та динаміка розвитку ринку ковбас в Україні	9
1.2. Класифікація копчених ковбас та характеристика їх асортименту	18
1.3. Вплив чинників на формування якості сирокопчених ковбас	20
1.3.1. Сировина	20
1.3.2. Технологія виробництва	23
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ЯКОСТІ ТА АСОРТИМЕНТУ СИРОКОПЧЕНИХ КОВБАС	29
2.1. Організація, об'єкт, методи дослідження та охорона праці	29
2.2. Результати дослідження якості сирокопчених ковбас	37
2.3. Дослідження асортименту сирокопчених ковбас, які реалізуються в ТРЦ «Караван»	51
РОЗДІЛ 3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПОСТАЧАЛЬНИКІВ СИРОКОПЧЕНИХ КОВБАС В ТРЦ «КАРАВАН»	56
3.1. Сегментування споживачів та визначення портрету потенційного споживача сирокопчених ковбас	56
3.2. Характеристика основаних постачальників сирокопчених ковбас в ТРЦ «Караван»	64
3.3. Вибір постачальників експертним методом	69
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	74
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	78
ДОДАТКИ	81