

УНІВЕРСИТЕТ імені АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА ТОРГІВЛІ ТА БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

## КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему

***“Впровадження інноваційних молочних продуктів дегустаційними методами на підприємстві”***

(за матеріалами ТОВ «А.В.А.Н.Г.А.Р.Д»)

**Виконала: здобувач 2 курсу,  
групи ПТБ-17 мв  
Спеціальності 076 «Підприємництво,  
торгівля та біржова діяльність»  
Махайлова Владислава Ігорівна  
Керівник: Кузьменко О.В., к.е.н.**

Дніпро  
2018

## АНОТАЦІЯ

Михайлова В.І. Впровадження інноваційних молочних продуктів дегустаційними методами на підприємстві.

Розглянуто теоретичні засади щодо впровадження інноваційних молочних продуктів дегустаційними методами на підприємстві. Проведено діагностику профілів нових молочних продуктів підприємств-конкурентів, ідентифікацію та виявлення фальсифікації молочних продуктів шляхом дегустацій. Запропоновано низку пропозицій щодо формування системи показників якості продукції до рівня «бажаності» споживача.

Ключові слова: ідентифікація, фальсифікація, молочні продукти, ринок, споживачі.

## SUMMARY

Mykhailova V.I. Introduction of innovative dairy products by tasting methods at the enterprise.

The theoretical principles concerning introduction of innovative dairy products by tasting methods at the enterprise are considered. Diagnostics of profiles of new dairy products of competitor companies, identification and identification of falsification of dairy products by tasting was conducted. A number of suggestions on the formation of a system of indicators of product quality to the level of "desirability" of the consumer are offered.

Key words: identification, falsification, dairy products, market, consumers.

## ЗМІСТ

### ВСТУП

Розділ 1. Теоретичні аспекти дослідження молочних продуктів на засадах дегустаційного підходу

1.1. Сутність інновацій в розробці нових продуктів

1.2. Дегустаційні методи досліджень як інструменту процесу створення інноваційного продукту

1.3. Взаємодія елементів комплексу маркетингу при розробці нових харчових продуктів

Розділ 2. Дослідження нових молочних продуктів дегустаційними методами

2.1. Сучасний стан молочного ринку та перспективи виведення інноваційної продукції

2.2. Ідентифікація та виявлення фальсифікації молочних продуктів шляхом дегустацій

2.3. Діагностика профілів нових молочних продуктів підприємств-конкурентів

Розділ 3. Управління створенням інноваційних молочних продуктів дегустаційними методами

3.1. Формування системи показників якості продукції до рівня «бажаності» споживача

3.2. Розробка «реального взірця» нового молочного продукту

Висновки та пропозиції

Список використаних джерел