

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

**"Вибір стратегії підприємства за оцінкою
якості морепродуктів та поведінки
споживачів"**

**Виконав: здобувач 2 курсу,
групи ПТБ-22м
Спеціальності 076 Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність
Самойлов Денис Олексійович
Керівник: Сергєєва О.Р.,
к.н.держ.упр., доцент**

**м. Дніпро
2024**

АНОТАЦІЯ

Самойлов Д.О. Вибір стратегії підприємства за оцінкою якості морепродуктів та поведінки споживачів

Робота ретельно розглядає аспекти товарознавчої характеристики устриць та формування попиту на них в Україні. Автор аналізує стан ринку устриць та виявляє тенденції його розвитку, проводить порівняльний аналіз різних типів устриць, враховуючи різноманітні фактори, які можуть впливати на їхню якість, такі як умови вирощування, географічне розташування та управління якістю виробництва, розглядає стратегії вибору підприємства для устричного виробництва, зокрема, удосконалення технологічних процесів та вирощування, щоб забезпечити найвищу якість продукції. Також, вивчається стратегія вибору цільового сегменту споживачів, з урахуванням їхніх вимог та потреб, що сприяє більш ефективному виведенню товару на ринок і задоволенню попиту. Отримані результати дозволяють зробити висновки щодо оптимальних умов для досягнення високої якості устриць і визначити чинники, які можуть бути важливими для виробників та споживачів цих дорогоцінних морських дарунків.

Ключові слова: устриці, якість, органолептичні та фізико-хімічні дослідження, смак, морепродукти, поведінка споживача, сегмент ринку.

ANNOTATION

Samoilov D.O. The choice of the company's strategy based on the assessment of the quality of seafood and consumer behavior

The work carefully examines the aspects of commodity characteristics of oysters and the formation of demand for them in Ukraine. The author analyzes the state of the oyster market and reveals trends in its development, conducts a comparative analysis of different types of oysters, taking into account various factors that can affect their quality, such as growing conditions, geographical location and management of production quality, considers strategies for choosing an enterprise for oyster production, in particular, improvement of technological processes and cultivation to ensure the highest quality of products. Also, the strategy of choosing the target segment of consumers is being studied, taking into account their requirements and needs, which contributes to more effective introduction of goods to the market and satisfaction of demand. The obtained results allow us to draw conclusions about the optimal conditions for achieving high quality oysters and identify factors that may be important for producers and consumers of these precious marine gifts.

Key words: oysters, quality, organoleptic and physicochemical studies, taste, seafood, consumer behavior, market segment.

3MICT

No table of contents entries found.