

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

***«Товарознавча оцінка макаронних виробів
та оптимізація торгово-технологічного
процесу»***

**Виконав: здобувач 4 курсу,
групи ПТБкл-20
Спеціальності 076 Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність
Кириченко Володимир Володимирович
Керівник: Кузьменко О.В., к.е.н., доцент**

м. Дніпро

2024

АНОТАЦІЯ

Кириченко В.В. Товарознавча оцінка макаронних виробів та оптимізація торгово-технологічного процесу.

У роботі розглянуто сучасний стан та основні тенденції ринку макаронних виробів. Систематизовано класифікацію досліджуваної групи товарів та чинники, що формують асортимент і якість.

Надано SWOT-аналізу мережі сімейних маркетів. Досліджено якість та асортимент макаронних виробів.

Проведено розрахунки ефективності використання торгівельної площі магазину. Запропоновано шляхи удосконалення торгово-технологічного процесу в магазині.

Ключові слова: асортимент, якість, макаронні вироби, торгово-технологічний процес, торгівельна площа.

SUMMARY

Kyrychenko V.V. Commodity assessment of pasta products and optimization of the trade and technological process.

The work examines the current state and main trends of the pasta market. The classification of the studied group of goods and the factors forming the assortment and quality are systematized.

A SWOT analysis of the chain of family markets is provided. The quality and range of pasta products were studied.

Calculations of the efficiency of the use of the store's commercial space have been carried out. Ways to improve the trade and technological process in the store are proposed.

Keywords: assortment, quality, pasta products, trade and technological process, trade space.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. Теоретичні основи асортименту і якості макаронних виробів	8
1.1. Сучасний стан ринку макаронних виробів	8
1.2. Харчова цінність та технологія макаронних виробів	14
1.3. Асортимент та властивості макаронних виробів	17
РОЗДІЛ 2. Дослідження якості і асортименту макаронних виробів	21
2.1. Загальна характеристика мережі сімейних маркетів «Делві»	21
2.2. SWOT-аналізу мережі сімейних маркетів «Делві»	22
2.3. Дослідження якості та асортименту макаронних виробів в магазині мережі «ДЕЛВІ»	25
РОЗДІЛ 3. Оптимізація торгово-технологічного процесу в магазині «Делві»	34
3.1. Фактори, що впливають на торгово-технологічний процес в магазині	34
3.2. Дослідження ефективності використання торговельної площі в магазині «Делві»	36
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ	43
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	46
ДОДАТОК	50