

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ  
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ

# КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

*«Товарознавча характеристика морозива  
та визначення його споживчих переваг»*

**Виконав: здобувач 4 курсу,  
групи ПТБкл-21  
Спеціальності 076 Підприємництво,  
торгівля та біржова діяльність  
Бондарь Дмитро Анатолійович  
Керівник: Орлова В.М., к.т.н., доцент**

м. Дніпро  
2025

## АНОТАЦІЯ

Бондарь Д.А. Товарознавча характеристика морозива та визначення його споживчих переваг.

У кваліфікаційній роботі окреслено загальні характеристики українського ринку морозива, проаналізовано його сучасні тенденції, попит та зміни у вподобаннях споживачів. Досліджено специфіку формування та контролю якості асортименту морозива в умовах роздрібної торгівлі.

Проведено дослідження якості морозива за органолептичними, фізико-хімічними та мікробіологічними показниками на прикладі зразків вітчизняних торговельних марок. Здійснено аналіз асортименту морозива в магазині за критеріями широти, повноти, глибини та стійкості.

Проведено дослідження споживачів методом анкетування, за результатами якого визначено їхні споживчі переваги та пріоритетні фактори вибору морозива. Визначено типовий портрет споживача морозива.

Ключові слова: морозиво, ринок морозива, якість, асортимент, споживчі переваги, портрет споживача.

## SUMMARY

Bondar D.A. Product characteristics of ice cream and determination of its consumer benefits.

This thesis outlines the general characteristics of the Ukrainian ice cream market, analyzing its current trends, demand, and changes in consumer preferences. The study examines the specifics of forming and controlling the quality of ice cream assortments in the context of retail trade.

Quality research of ice cream was conducted based on organoleptic, physicochemical, and microbiological indicators using samples from domestic brands. An analysis of the ice cream assortment in the store was carried out according to the criteria of width, completeness, depth, and stability.

A consumer survey was conducted, and based on the results, their consumer preferences and the key factors influencing their choice of ice cream were determined. The typical consumer profile for ice cream was established.

Keywords: ice cream, ice cream market, quality, assortment, consumer preferences, consumer profile.

## ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. Теоретико-методологічні основи ринку морозива	9
1.1. Аналіз ринку морозива в Україні і в світі	9
1.2. Актуальні тренди та інновації у виробництві морозива	15
1.3. Особливості виробництва, поживна цінність та класифікація морозива	18
РОЗДІЛ 2. Дослідження якості морозива та його асортименту в магазині «Продукти»	22
2.1. Характеристика та оцінка ефективності діяльності магазину «Продукти»	22
2.2. Товарознавча характеристика морозива, що реалізується в магазині «Продукти»	24
2.3. Дослідження асортименту морозива в магазині «Продукти»	34
РОЗДІЛ 3. Виявлення споживчих пріоритетів щодо морозива у магазині «Продукти»	39
3.1. Визначення споживчих переваг методом анкетування: значення, особливості та практичні аспекти	39
3.2. Оцінка споживчого вибору морозива у магазині «Продукти»	40
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	50
ДОДАТОК	54