

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/diplomnaya-rabota/347479>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Стандартизация и нормирование

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ 2

Глава 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ АССОРТИМЕНТА И КАЧЕСТВА ЗУБНОЙ ПАСТЫ 5

1.1. История производства зубной пасты 5

1.2 Факторы формирующие ассортимент и качество зубной пасты 6

1.3. Классификация зубной пасты и характеристика современного ассортимента 10

1.4 Характеристика потребительских свойств зубной пасты 13

1.5. Требования к качеству зубной пасты, дефекты 17

Глава 2 АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ АССОРТИМЕНТА И ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ЗУБНОЙ ПАСТЫ, РЕАЛИЗУЕМОЙ В ООО "РОЗНИЦА К-1" 22

2.1 Характеристика торгового предприятия ООО "РОЗНИЦА К-1" 22

2.2. Особенности организации продажи зубной пасты в ООО "РОЗНИЦА К-1" 23

2.3 Анализ структуры ассортимента зубной пасты, реализуемой в ООО "РОЗНИЦА К-1" 27

2.4. Результаты оценки качества образцов 31

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 35

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 36

ВВЕДЕНИЕ

Потребительское поведение определяется как поведение, которое потребитель проявляет при поиске, покупке, использовании, оценке и утилизации продуктов, услуг и идей, которые, как он ожидает, удовлетворяют его потребности. Изучение потребительского поведения связано не только с тем, что потребители покупают, но и с тем, почему они это покупают, когда и как они это покупают и как часто они это покупают. Она направлена на изучение специфических значений, которые продукты имеют для потребителей. Исследования потребителей проводятся на каждом этапе процесс потребления, до покупки, во время покупки и после покупки. Согласно определению Филиппа Котлера, потребительское поведение - это "все психологическое, социальное и физическое поведение потенциальных клиентов, когда они узнают, оценивают, покупают, потребляют и рассказывают другим о товарах и услугах". Сфера потребительского поведения включает в себя не только фактического покупателя и его акт покупки, но и различные роли, которые играют разные люди, и влияние, которое они оказывают на конечную покупку решение. На индивидуальное потребительское поведение влияют экономические, социальные, культурные, психологические и личностные факторы.

Решение потребителя о покупке. Решение - это выбор действия из двух или более альтернативных вариантов. Решение потребителя приобрести товар из доступных альтернативных вариантов известно как "решение потребителя о покупке". Различные варианты потребителя можно разделить на пять основных типов решений. Это то, что покупать, сколько покупать, где покупать, когда покупать, как покупать. Участниками принятия решений о покупке могут быть классифицируется как инициатор, оказывающий влияние, принимающий решения, покупатель и пользователи. Специалисты по маркетингу должны инициировать принятие участниками решения о покупке продукта с использованием различных маркетинговых стратегий. Существует ряд причин, по которым изучение потребительского поведения развилось как отдельная дисциплина. Маркетологи давно заметили, что потребитель не всегда действует или реагирует так, как предполагает теория маркетинга.

Размер потребительского рынка зубной пасты в стране огромен и постоянно расширяется. Когда дело доходит до здоровья полости рта, вы хотите убедиться, что ваши усилия максимальны. Таким образом, вы считаете необходимым изучить различные аспекты ухода за полостью рта, чтобы добиться наилучших результатов. Ваш стоматолог является защитником здоровья ваших зубов, поэтому он взвешивает информацию об одном из наиболее часто используемых средств для чистки зубов и профилактики кариеса - зубной пасте. По мере того, как вы продолжите читать, он объяснит различные типы и их цели, чтобы вы могли принимать обоснованные решения о том, какие из них использовать.

Зубная паста является одним из наиболее широко используемых стоматологических продуктов с наибольшими продажами. Его использование является одним из самых популярных методов гигиены полости рта в развитых странах. За последние 30 лет произошло большое разнообразие изменений в составе зубной пасты. Одним из основных изменений является использование зубной пасты в качестве системы доставки терапевтических средств в полость рта. На рынке можно найти большое разнообразие зубных паст для различных целей: профилактика кариеса, профилактика гингивита, образование зубного камня, профилактика гиперчувствительности дентина и отбеливание зубов. Зубные пасты имеют широкий спектр ингредиентов: абразивы, увлажнители, консерванты, загустители или связующие вещества, моющие средства, ароматизаторы и терапевтические средства.

Таким образом, целью данной работы является анализ структуры ассортимента и оценка качества зубной пасты, реализуемой в ООО "Розница К-1" г. Новосибирска.

Задачами выпускной квалификационной работы являются:

- проанализировать теоретические источники по изучаемой проблеме;
- определить экспериментальную базу;
- выбрать методы исследования органолептических показателей качества;
- выполнить анализ результатов исследования развернутого ассортимента товаров;
- оценить правильность размещения товаров в магазине и их выкладку;
- сделать выводы и разработать рекомендации.

Объект исследования – зубная паста.

Предмет исследования – потребительские свойства зубных паст.

Объект наблюдения (место исследования) – организация ООО «Розница К-1» г. Новосибирск.

Глава 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ АССОРТИМЕНТА И КАЧЕСТВА ЗУБНОЙ ПАСТЫ

1.1. История производства зубной пасты

Сегодня вечером, когда вы пользуетесь зубной нитью и чистите зубы, считайте, что вам повезло: вы можете использовать зубную пасту со вкусом мяты или корицы. В прошлом люди состряпали какой-нибудь мусор из копыт волов или песка.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1Абрютина М.С. Экономический анализ товарного рынка и торговой деятельности: учеб. Пособие для вузов. -м.: дело и сервис, 2017. -464 с.

2Айвазян К.З. К вопросу о методах управления ассортиментом на промышленном предприятии / проблемы совершенствования организации производства и управления промышленными предприятиями: межвузовский сборник научных трудов. 2019. № 2. [электронный источник] / url: <http://elibrary.ru/item.asp?id=22553577>

3Брагин Л.А. Торговое дело: экономика, маркетинг, организация: учебник. -2-е изд., перераб. И доп./под общ. Ред. Проф. Л. А. Брагина и проф. Т. П. Данько. -м.: инфра-м, 2019. -560 с. С. 349.

4Горяинова Е.О. Управление ассортиментом торговой компании / под редакцией И.Е. Никулиной, л.р. тухватулиной, н.в. черепановой; национальный исследовательский томский политехнический университет. Томск, 2018. С. 10-14.

5Губернаторов, А.М. Оптимизация ассортиментной политики в многопродуктовых производствах//наука и экономика. 2019. № 1. С. 22-26.

6Гужина Г.Н. Методы управления товарным ассортиментом / инновации и инвестиции. 2018. № 2. [электронный источник] / url: <http://elibrary.ru/item.asp?id=23477073>

7Гужина г.н., Гужин а.а. Разработка новых товаров и проблемы жизненного цикла в рыночных отношениях/социальная политика и социология. 2018. № 1 с. 131-137.

8Дихтль Е., Хершген Х. Практический маркетинг: учеб. Пособие/под ред. И.С. Минко. М.: Высш. шк.: Инфра-м, 2018.

9Димитрова Т.В. Теория ограничений и решений в ассортименте продукции / экономика и финансы (Украина). 2019. № 2. С. 54-57.

10Дюженкова Н.В. Использование abc и хуз анализа в процессе управления ассортиментом производственного предприятия / вестник научных конференций. 2020. № 1-6 (1). [электронный источник] / url: <http://elibrary.ru/item.asp?id=24485354>

11Елкин С.Е. Вопросы теории управления товарным ассортиментом//сибирский торгово-экономический

- журнал. -2018. -№ 9. -с. 48-55.
- 12Еремина О.Ю., Евдокимова О.В., Уварова В.И. Товарный менеджмент: учебное пособие. -м.: инфра-м, 2019. -234 с.
- 13Жариков в. В. Ассортиментная политика промышленного предприятия в условиях нестабильного спроса//вестник ТГТУ. 2019. Том 10. № 3. С. 850-852.
- 14Захарова Ю.А. Продакт - менеджмент, или искусство управления товаром: Практик. Пособие. -м.: издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2017. -128 с.
- 15Иванова, и. А. Менеджмент: учеб. Пособие. -3-е изд. -М.: Риор: инфра-м, 2017. -128 с.
- 16Кожаев Ю.П., Миришли Ф.Р. маркетинг/учебник для студентов вузов/издательство: ИМЭ, м.: 2017 г. -с. 483
- 17Кондрашов В.М. менеджмент продаж: учеб. Пособие. -м.: вузовский учебник, 2017. -279 с.
- 18Кораблева А.А., Карсюк Е.Н. оптимизация ассортиментной деятельности предпринимательской структуры//актуальные вопросы развития региональной экономики. Материалы международной научно-практической конференции, 7 декабря 2017 г. -г. Омск. -2017. -с. 250-252.
- 19Котлер ф. Основы маркетинга/ф. Котлер. -СПб.: Питер, 2018. -1056 с.
- 20Крипак, Е.М., Шаталова, Т.Н., Шепель, В.Н. Методы анализа ассортиментной политики производственного предприятия//Вестник ОГУ. 2017. № 1. С. 126-132.
- 21Ксенофонтова о.л., новосельская н.а. авс-хуз-анализ как средство управления товарным ассортиментом торгового предприятия//современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. 2018. № 2 (34). С. 70-76.
- 22Кубахов, п.и. маркетинг инновационных продуктов: учебник/п.и. кубахов/маркетинг: методы, формы, исследования. 2019. № 6. С. 41-54.
- 23Кублин и.м. роль маркетинга в формировании ассортимента промышленного предприятия / современные инструментальные системы, информационные технологии и инновации сборник научных трудов XI-ой международной научно-практической конференции: в 4-х томах. Ответственный редактор горохов а.а.. Курск, 2019. С. 268-272.
- 24Любушин н.п. экономический анализ. М.: юнити-дана, 2019. 423 с.
- 25Молоткова н.в., герасимов б.и., блюм м.а. маркетинг рекламы: учебное пособие. Москва: изд-во «форум», 2018. 143 с
- 26Морецкий а.а. рынок товаров и услуг военного назначения.//библиотека диссертаций. [электронный источник] /url: <http://www.dslib.net/econom-teoria/rynok-tovarov-i-uslug-voennogo-naznachenija.html>
- 27Парамонова Т.Н., Красюк И.Н. маркетинг в розничной торговле: учебно-практическое пособие/под общей редакцией профессора Т.Н. Парамоновой. -м.: ид фбк-пресс, 2019. -224 с
- 28Переверзев М.П. менеджмент учебник/Шайденко Н.А. 2-е изд., доп. И перераб. -м.: инфра-м, 2018. -330 с.
- 29Пикалова М.Б. Управление ассортиментом с использованием категорийного менеджмента / материалы международной научно-практической конференции 12 февраля 2015 года. Букэп. Курск, 2017. С. 59-64.
- 30Пластилина в.г. управление ассортиментом в розничной торговле на основе методики авс анализа / потенциал современной науки. 2019. № 4 (12). [электронный источник] /url: <http://elibrary.ru/item.asp?id=23649922>
- 31Репникова в.в. о некоторых особенностях управления ассортиментом с учетом результатов авс – анализа / модернизация российской экономики: перспективы, парадигмы, решения сборник научных статей. Новосибирск, 2019. [электронный источник] /url: <http://elibrary.ru/item.asp?id=23814234>
- 32Савицкая г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие/г. В. Савицкая. -7-е изд., перераб. И доп. -м.: мн.: инфра-м, 2018. -535 с.
- 33Синицина м.а. ассортимент. Планирование ассортимента в современных условиях. / актуальные проблемы экономики в современных условиях сборник научных статей преподавателей кафедры экономики и финансового права филиала ргсу в г. Люберцы: москва, 2019. С. 120-128.
- 34Скороходова, л. А., назаров, д. М. Инструменты компаративного анализа ассортиментной политики малого предприятия и разработка его маркетинговой стратегии//гуманитарные и социальные науки. 2017. № 6. С. 81-84.
- 35Упоров в. А. Формирование и управление ассортиментом производственного предприятия//бизнес. Образование. Право. Вестник волгоградского института бизнеса. 2019. № 1 (13). С. 119-123.
- 36Халявина м.л. ассортиментная политика предприятий: анализ основных взглядов/м.л. халявина//политематический сетевой электронный научный журнал кубанского государственного аграрного университета. -2017. -№ 84 (10). -с. 718-726.
- 37Щербаков в.а., щербакова н.а. оценка стоимости предприятия (бизнеса). -4-е изд., перераб.и доп. -м.: изд-

во «омега-л», 2019. -315 с

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/diplomnaya-rabota/347479>