СОДЕРЖАНИЕ

Введение3

1 Теоретические аспекты производства и реализации молотого кофе5

1.1 Современный российский рынок молотого кофе5

1.2 Классификация и товароведная характеристика кофе11

2 Анализ ассортимента молотого кофе, реализуемого магазином «Пятёрочка»20

2.1 Характеристика деятельности и основных экономических показателей магазина «Пятёрочка»20

2.2 Факторы, формирующие ассортимент молотого кофе магазина «Пятёрочка»25

2.3 Анализ ассортимента молотого кофе, реализуемого магазином «Пятёрочка»36

2.4 Анализ структуры ассортимента молотого кофе магазина «Пятёрочка» на основе моментных наблюдений41

3 Потребительская оценка ассортимента молотого кофе, реализуемого магазином «Пятёрочка»45

3.1 Методика проведения потребительской оценки45

3.2 Анализ результатов потребительской оценки47

3.3 Совершенствование ассортимента молотого кофе на основе проведённых исследований51

Заключение60

Список использованных источников64

Приложение А – Дополнительные виды деятельности магазина «Пятёрочка»70

Приложение Б – Анкета для проведения интернет-опроса покупателей магазина «Пятёрочка»76

ВВЕДЕНИЕ

В наше время каждый человек посещает розничные торговые предприятия ради покупки продовольственных товаров, ведь уже давно прошло время, когда каждый обеспечивал себя собственными продуктами питания. Сейчас же такой возможности нет, на это надо много места, денег и времени. Именно поэтому данная часть бизнеса всегда будет востребована.

В связи с тем, что спрос на продовольственные товары всегда высок, появилось и множество предложений, что привело к росту конкуренции. Сейчас на каждом углу можно встретить по 2-3 конкурентных магазина, расположенных в одном здании, так что организации каждый день рискуют потерять клиентов и обанкротиться.

Именно поэтому, чтобы не потерять потребителя, и необходимо постоянное совершенствование ассортимента. Для этого проводят потребительскую оценку, так как ассортимент должен быть рациональным, то есть максимально удовлетворять потребности разных сегментов потребителей. При этом стоит учитывать, что со временем потребности могут меняться. Эта проблема касается всех групп товаров, в том числе и молотого кофе, так как этот товар стал незаменимым в жизни многих людей, а также он имеет большое количество разнообразных характеристик. Исходя из вышесказанного, тема дипломной работы является актуальной.

Объектом исследования является структурное подразделение ООО «Агроторг» магазин «Пятёрочка».

Предметом дипломной работы выступает ассортимент молотого кофе.

Целью дипломной работы является совершенствование ассортимента продовольственных товаров на примере молотого кофе.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

- проанализировать российский рынок молотого кофе;

- определить существующие классификации кофе и его товароведную характеристику;

- рассмотреть организационно-экономическую характеристику магазина «Пятёрочка»;

- проанализировать факторы, формирующие ассортимент молотого кофе магазина «Пятёрочка»;

- провести анализ ассортимента молотого кофе, реализуемого магазином «Пятёрочка»;

- рассмотреть структуру ассортимента магазина «Пятёрочка» на основе моментных наблюдений;

- провести потребительскую оценку;

- проанализировать результаты потребительской оценки;

- сформулировать выводы и разработать рекомендации по совершенствованию ассортимента молотого кофе на основе проведённых исследований.

Методами исследования данной дипломной работы являются анализ, обобщение, сравнение и потребительская оценка.

Информационной базой служили федеральные законы, нормативная документация, статистические сборники, научная и учебная литература и материалы интернета.