

Слайд 1

Здравствуйте, уважаемые члены аттестационной комиссии!

Тема моей дипломной работы - **«Анализ конкурентоспособности и экспертиза качества торговых марок чая на основе изучения его ассортимента»**

Актуальность темы обусловлена подтверждением необходимости в проведении оценки конкурентоспособности каждой группы товаров ассортимента магазина, в целях сохранения (увеличения) имеющихся объемов продаж. На нынешнем рынке преобладает большой выбор ассортимента чая и покупатель вправе выбирать себе тот товар, который удовлетворяет его физиологическим потребностям.

Слайд 2

Целью дипломной работы является анализ конкурентоспособности торговых марок чая в розничной торговой сети на основе изучения ассортимента и проведения экспертизы качества образцов чая.

Слайд 3

Исследование ассортимента чая было проведено на примере розничного торгового предприятия ООО «Дикси» - одной из ведущих российских компаний, занимающихся розничной торговлей продуктами питания и товарами повседневного спроса.

На диаграмме отражена структура ассортимента магазина ООО «Дикси».

Слайд 4

Для исследования был выбран чай черный байховый весовой торговых марок: «Принцесса Нури», «Майский», «Ахмад»

Для оценки конкурентоспособности чая были выбраны следующие параметры (параметры определены в ходе анкетирования):

- 1) Упаковка-Дизайн
- 2) Уровень качества -Потребительские свойства
- 3) Уровень цены -Уровень продажной цены
- 4) Маркетинговые усилия в продвижении торговой марки, промо-акции, количества представленных ассортиментных позиций.

Слайд 5

Опрос потребителей помог определить коэффициенты весомости каждого параметра

- I. Качество – коэффициент значимости в общей совокупности параметров – 0, 4
- II. Уровень цены – 0, 3
- III. Упаковка – 0, 2
- IV. Маркетинговые усилия в продвижении товара – 0, 1

Слайд 6

Для анализа показателей конкурентоспособности была сформирована бальная шкала от 1 до 3 баллов, характеризующая уровни показателя конкурентоспособности. По отношению к уровню цены бальная оценка

дается в обратном порядке. Диаграмма показателей конкурентоспособности чая «Принцесса Нури», «Ахмад», «Майский» представлена на слайде.

Слайд 7

Для определения органолептических свойств чая была использована 10-ти балльная оценочная шкала. Респонденты сформировали иерархию весомости органолептических свойств чая, распределив места следующим образом:

По каждому показателю определили максимальное количество баллов:

1. Вкус настоя – 3,
2. Аромат настоя – 2
3. Интенсивность настоя - 2
4. Прозрачность настоя - 1
5. Внешний вид сухого чая - 1
6. Цвет разваренного листа – 1

Итого: 10 баллов

По количеству баллов определили коэффициенты весомости:

1. Вкус настоя – 0, 3
2. Аромат настоя – 0, 2
3. Интенсивность настоя – 0, 2
4. Прозрачность настоя – 0, 1
5. Внешний вид сухого чая – 0, 1
6. Цвет разваренного листа – 0, 1

Все данные представлены на слайде.

Слайд 8

Рассчитав конкурентоспособность каждого вида чая, мы выяснили, что конкурентоспособность чая «Ахмад» для магазина ООО «Дикси», выше, чем конкурентоспособность двух других товаров-аналогов. На основе результатов проведенного исследования, были даны некоторые предложения по увеличению конкурентоспособности исследованных марок чая:

Увеличение объема закупок чая «Ахмад», снизив при этом объем закупок марок, обладающих меньшей конкурентоспособностью. Для повышения конкурентоспособности других марок-лидеров было предложено увеличить количество ассортиментных позиций каждой марки и периодически проводить рекламные кампании с целью ознакомления потребителей с ассортиментом товаров.

Слайд 9

Мы рассмотрели информативность маркировки и её соответствие требованиям ГОСТ Р 51074-2003 «Информация для потребителя». Результаты анализа оформили в виде *таблицы* «Содержание маркировок», представленной на слайде. Из данных таблицы видно, что образец «Принцесса Нури» на маркировке не имеет состава и надписи с местом

произрастания данного продукта, образец «Майский» на маркировке имеет надпись «букет», что сразу бросается в глаза, но в составе указано, что чай высшего сорта, что говорит об информационной фальсификации данных товаров. Образец «Ахмад» имеет полную необходимую информацию.

Слайд 10

В ходе исследования была проведена органолептическая оценка качества торговых марок чая «Принцесса Нури», «Майский» и «Ахмад».

Полученные в ходе исследования данные отображены в таблице «Определение органолептических показателей» для торговой марки чая «Ахмад»

Слайд 11

На данном слайде в таблице «Определение органолептических показателей» отображены данные, полученные в ходе исследования для торговой марки чая «Принцесса Нури»

Слайд 12

Для торговой марки чая «Майский» полученные в ходе исследования данные также представлены в таблице «Определение органолептических показателей».

Как видно из данных таблицы, образец «Принцесса Нури» соответствует требованиям норматива, но имеет отклонения в цвете разваренного листа и во внешнем виде уборки. Образец «Майский» По аромату и вкусу не соответствует заявленному сорту. Цвет разваренного листа имеет зеленоватый оттенок, что присуще 2 и 3 сортам чая. Образец «Ахмад» на маркировке имеет указание сорта букет и так же указание высшего сорта. При этом по показателям аромата, вкуса и настоя чай схож с нормами ГОСТ сорта букет, но по цвету разваренного листа и уборки чая имеет отклонения в наихудшую сторону.

Слайд 13

Существует несколько критериев для определения качества сухого чайного листа. Результаты полученных данных исследуемых марок чая по критериям представлены в таблице на слайде.

По данным таблицы можно увидеть, что два образца друг от друга практически не отличаются. Но можно заметить, что третий образец «Ахмад» имеет наивысшие показания по внешнему виду и совершенно отличается от других образцов.

Слайд 14

Таким образом, можно сделать вывод, что цель работы - анализ конкурентоспособности торговых марок чая в розничной торговой сети на основе изучения ассортимента и проведения экспертизы качества образцов чая – достигнута.

Спасибо за внимание! Доклад окончен.