

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 потребностями потребителей в проведении оценки конкурентоспособности каждой группы товаров ассортимента магазина, а также компаниями (увеличивая) количество обихода продаж. На сегодняшний день преобладает большой выбор ассортимента чая и покупатель вправе выбрать себе тот товар, который удовлетворит его физиологические потребности.

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
Исследовали ассортимент чая было проведено на примере розничного торгового предприятия ООО «Дюро» - один из лидеров российских компаний, занимающихся розничной торговлей продуктами питания и товарами повседневного спроса.

На предприятии отражена структура ассортимента магазина, ООО «Дюро».

Слайд 4
Для исследования был выбран чай органический базовый асортимент торговых марок: «Принцесса Анна», «Майский», «Араби».

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

- 1) Упаковка-дизайн
- 2) Уровень качества (потребительские свойства)
- 3) Упаковка (условия хранения)
- 4) Маркетинговые условия в продвижении торговой марки, промо-акции, количества представленных ассортиментных позиций.

Слайд 5
Среды потребителей помогло определить коэффициенты весомости каждого параметра

- I. Качество – коэффициент значимости в общей совокупности параметров – 0, 6
- II. Упаковка (условия хранения) – 0, 2
- III. Упаковка – 0, 2
- IV. Маркетинговые условия в продвижении товара – 0, 1

Слайд 6
Для анализа показателей конкурентоспособности была сформирована балльная шкала от 1 до 3 баллов, характеризующая уровень показателя конкурентоспособности. По отклонениям к уровню цены балльная оценка

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

Слайд 7
Для определения органолептических свойств чая была использована 10-ти балльная органолептическая шкала. Результаты сформировали иерархическую систему органолептических свойств чая, распределения места следующим образом:

По каждому показателю определяли максимальное количество баллов:

1. Вкус чая – 3,
2. Аромат чая – 2
3. Насыщенность чая – 2
4. Прочность чая – 1
5. Внешний вид сухого чая – 1
6. Цвет разваренного листа – 1

Итого: 10 баллов

По количеству баллов определяли коэффициенты весомости:

1. Вкус чая – 0, 3
2. Аромат чая – 0, 2
3. Насыщенность чая – 0, 2
4. Прочность чая – 0, 1
5. Внешний вид сухого чая – 0, 1
6. Цвет разваренного листа – 0, 1

Все данные представлены на слайде.

Слайд 8
Расчитав конкурентоспособность каждого вида чая, мы выяснили, что конкурентоспособность чая «Араби» для категории ООО «Дюро» выше, чем конкурентоспособность двух других товаров-аналогов. На основе результатов проведенного исследования, были даны некоторые предложения по увеличению конкурентоспособности исследуемых марок чая:

Увеличить объема закупок чая «Араби», снизить при этом объем закупок марок, обладающих меньшей конкурентоспособностью. Для повышения конкурентоспособности других марок-аналогов 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 ее соответствие требованиям ГОСТ 8, 51074-2002 «Информация для потребителей». Результаты анализа оформили в виде таблицы «Содержание маркировки», представленной на слайде. На диаграмме видно, что образцы «Принцесса Анна» на маркировке не имеют состава и информации с местом

производства данного продукта, образцы «Майский» на маркировке имеют информацию, что сразу бросается в глаза, но в составе указано, что чай высшего сорта, что говорит об информативной фактичности данных товаров. Образцы «Араби» имеют полную необходимую информацию.

Слайд 10
В ходе исследования была проведена органолептическая оценка качества торговых марок чая «Принцесса Анна», «Майский» и «Араби».

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

Слайд 11
На диаграмме слайде в таблице «Определение органолептических показателей» отображены данные, полученные в ходе исследования для торговой марки чая «Принцесса Анна».

Слайд 12
Для торговой марки чая «Майский» полученные в ходе исследования данные также представлены в таблице «Определение органолептических показателей».

Как видно из данных таблицы, образцы «Принцесса Анна» соответствуют требованиям норматива, но имеют отклонения в цвете разваренного листа и во внешнем виде упаковки. Образцы «Майский» по аромату и вкусу не соответствуют заявленному сорту. Цвет разваренного листа имеет желтоватый оттенок, что присуще 2 и 3 сортам чая. Образцы «Араби» на маркировке имеют указание сорта Юнот и так же указание высшего сорта. При этом по показателям аромата, вкуса и цвета чай слож с нормами ГОСТ сорта Юнот, но по цвету разваренного листа и упаковке чай имеет отклонения в заявленную 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 для образца друг от друга практически не отличаются. Но можно заметить, что третий образец «Араби» имеет наименьшие показатели 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.