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://stuservis.ru/kontrolnaya-rabota/433653

Тип работы: Контрольная работа

Предмет: Маркетинг

Глава 1. Характеристика товара 3
Глава 2. Маркетинговый анализ товара 9
Список использованной литературы 14

Глава 1. Характеристика товара

Полное наименование товара, который рассматривается в данной контрольной работе, – шоколад. Существует ряд классификаций шоколада по различным признакам. В первую очередь, шоколад дифференцируется по такому критерию как объем содержания в нем какао. В данной классификации, в частности, выделяются такие виды шоколада как :
– горький;
– полугорький (десертный);
– молочный;
– белый.
По критерию технологии производства и рецептуре выделяются такие виды шоколада как :
– десертный (меньше сахара, больше какао);
– обыкновенный (много сахара и мало какао).
Также в некоторых источниках шоколад классифицируется по типам добавок, которые могут быть в виде орехов, алкоголя, сухих сливок, злаков, кофе и т.д. .
Последняя классификация шоколада, которая известна на сегодняшний день, основана на критерии «форма выпуска». В данной классификации выделяются такие виды шоколада как :
– фигурный (объемные фигуры из шоколада);
– плиточный (плитка, которая имеет вес от 10 до 250 г);
– шоколадные батончики;
– узорчатый шоколад, который представляет собой небольшие фигуры плоской формы.
Можно выделить основные факторы, которые оказывают влияние на потребительское поведение в процессе выбора и покупки шоколада. В частности, это :
– социально-демографические факторы (пол, возраст, семейное положение (в частности, наличие или отсутствие детей), уровень образования, профессиональная принадлежность);
– экономические факторы (широта ассортимента шоколада, стоимость шоколада, материальное положение потребителей);
– технологические факторы (наличие / отсутствие большого количества видов качественного шоколада на прилавках магазинов);
– медицинские факторы (наличие / отсутствие у потребителей заболеваний, которые исключают включение шоколада в рацион, стремление к снижению веса у потребителей, наличие / отсутствие аллергических реакций на шоколад, представления о шоколаде как о средстве от стресса и для повышения настроения и умственной активности);
– социально-психологические факторы (тип личности, характер, темперамент, активность, самоконтроль, наличие / отсутствие хорошо сформированных волевых качеств);
– социально-культурные факторы (наличие / отсутствие моды на включение шоколада в рацион в целом и конкретных видов или брендов в отдельности).
На рисунках 1 и 2 представлены товары производителей шоколада «Славянка» и «Красный Октябрь».

Рисунок 1 – Пример товара кондитерской фабрики «Славянка» (Белгородская область)
Рисунок 2 – Пример товара кондитерской фабрики «Красный Октябрь» (г. Москва)

В Таблице 1 представлены показатели ежемесячных расходов жителей Нижегородской области на шоколад в 2022 году

1. Воловская, Н.М., Идрисова, А.И. Факторы, влияющие на потребительское поведение / Н.М. Воловская, А.И. Идрисова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/faktory-vliyayuschie-na-povedenie-potrebiteley?ysclid=lu18sfndu6824092361 (дата обращения: 20.03.2024).
2. Григорьев, А.В., Козин, П.А., Остапчук, А.В. Методика определения значения весовых коэффициентов / А.В. Григорьев, П.А. Козин, А.В. Остапчук // Имущественные отношения в Российской Федерации. – 2004. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/metodika-opredeleniya-znacheniy-vesovyh-koeffitsientov?ysclid=lu19ofxsbb823341535 (дата обращения: 20.03.2024).
3. Жидкова, Е.В., Жидков, А.Н. Методы ценообразования на современном рынке / Е.В. Жидкова, А.Н. Жидков // Лесной вестник. – 2011. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/metody-tsenoobrazovaniya-na-sovremennom-rynke?ysclid=lu198el9tf534177906 (дата обращения: 20.03.2024).
4. Засыпкина, П., Дворовенко, С. Удивительный мир шоколада / П. Засыпкина, С. Дворовенко // Наука и образование online. – 2023. – URL: https://eee-science.ru/item-work/2021-4494/?ysclid=lu18pd4yw4107364191 (дата обращения: 20.03.2024).
5. Зюзина, Н.Н., Самойлова, Л.И. Сегментация рынка потребительских товаров / Н.Н. Зюзина, Л.И. Самойлова // Экономика и социум. – 2016. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/segmentatsiya-rynka-potrebitelskih-tovarov?ysclid=lu18zecglj731016295 (дата обращения: 20.03.2024).
6. Иванченко, С.М., Фирсова, А.К., Мануйлова, В.В. Принципы оценки конкурентоспособности в современных социально-экономических условиях / С.М. Иванченко, А.К. Фирсова, В.В. Мануйлова // Материалы международной научно-практической конференции «Основные проблемы экономической деятельности: российский и мировой опыт». – Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2022. – С. 81–96.
7. Истомин, П.О. Сегментация рынка / П.О. Истомин // Теория и практика современной науки. – 2016. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/segmentatsiya-rynka?ysclid=lu1929ldc079173542 (дата обращения: 20.03.2024).
8. Казакова, П.А. Сравнительный анализ качества молочного шоколада некоторых торговых марок / П.А. Казакова // Молодой ученый. – 2023. – № 34 (481). – URL: https://moluch.ru/archive/481/105567/?ysclid=lu18gx7hg1606423653 (дата обращения: 20.03.2024).
9. Колесников, М.А. Экспертная оценка различных видов шоколада / М.А. Колесников // Материалы XVII международного конкурса научно-исследовательских и творческих работ учащихся «Старт в науке». – 2023. – URL: https://school-science.ru/17/13/52559?ysclid=lu18lxuq1d57711475 (дата обращения: 20.03.2024).
10. Кондитерское объединение «Славянка». Официальный сайт. – 2024. – URL: https://slavyanka.com/?ysclid=lu18ufnchq501330702 (дата обращения: 20.03.2024).
11. Мокроносов, А.Г., Маврина, И.Н. Конкуренция и конкурентоспособность. Учебное пособие / А.Г. Мокроносов, И.Н. Маврина. – Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2014. – 320 с.
12. Молоковская, И.М., Сименеева, Г.А., Горбункова, А.А. Актуальные тенденции организации современных исследований конкурентоспособности: социологический и экономический подходы / И.М. Молоковская, Г.А. Сименеева, А.А. Горбункова // Сборник статей Челябинского государственного университета. Вып. 7. Маркетинг и массовые коммуникации. – Челябинск: Издательство Челябинского государственного университета, 2023. – С. 50–62.
13. Московское кондитерское предприятие «Красный Октябрь». Официальный сайт. – 2024. – URL: https://www.uniconf.ru/factories/krasny-octyabr/ (дата обращения: 20.03.2024).
14. Рейтинг российских производителей шоколада и шоколадных конфет по объему выручки за 2022 год // Кондитерские изделия. Специализированный отраслевой интернет-ресурс. – 2023. – URL: https://ki.snkigb.ru/files/files/shokolad-2023-reiting.pdf?ysclid=lu13akghbt663645915 (дата обращения: 20.03.2024).
15. Рудь, Е.М. Конкурентоспособность: концептуальные подходы и уровни исследования / Е.М. Рудь // Известия Саратовского университета. Серия «Экономика, управление, право». – 2021. – Т. 21. Вып. 1. – С. 20–25.
16. Территориальный орган Федеральной службы государственный статистики по Нижегородской области. Официальный сайт. – 2024. – URL: https://52.rosstat.gov.ru/?ysclid=lu185oe0fe393027982 (дата обращения: 20.03.2024).
17. Федорович, М.И. Конкурентоспособность: виды, уровни, формы проявления. Монография / М.И. Федорович. – Тюмень: Перекресток, 2022. – 324 с.
18. Худякова, О.Д., Табаторович, А.Н. Особенности формирования ассортимента и экспертизы качества шоколада в современных условиях / О.Д. Худякова, А.Н. Табаторович // Сибирский торгово-экономический журнал. – 2014. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-formirovaniya-assortimenta-i-ekspertizy-kachestva-shokolada-v-sovremennyh-usloviyah?ysclid=lu18elo5pg290774314 (дата обращения: 20.03.2024).

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://stuservis.ru/kontrolnaya-rabota/433653