

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/kurovaya-rabota/78846>

**Тип работы:** Курсовая работа

**Предмет:** Товароведение

Введение 3

1. Теоретические аспекты товароведной характеристики ассортимента чая отечественного и импортного производства 5

1.1 Настоящее и будущее мирового и отечественного рынка чая 5

1.2 Пищевая ценность тонизирующего напитка 9

1.3 Сравнение ассортимента и классификации отечественного и импортного чая. Характеристика наиболее популярных видов чая 12

1.4. Факторы, формирующие потребительские свойства и сохраняющие качество исследуемых товаров 16

2. Сравнительный анализ структуры ассортимента чая отечественного и импортного производства и сохранение его качества, реализуемого в розничных торговых предприятиях (на примере ООО «Кантата») 23

2.1. Организационно-экономическая характеристика предприятия 23

2.2. Товароведная характеристика чая 35

Заключение 41

Список использованной литературы 43

Введение

Актуальность исследования заключается в том, что товароведение как наука служит основой формирования характеристики товаров и принципов формирования его ассортимента. Использование основ товароведения позволяет классифицировать товары по группам, назначению, использованию и прочим характеристикам. Российский рынок чая с учетом падения потребления на внутреннем рынке сразу в обоих сегментах и в сегменте черного чая и в сегменте зеленого чая, переходит в стадию существенной активизации конкуренции как между отечественными игроками рынка, так между иностранными производителями чая, для которых российский рынок чая становится стратегическим регионом. Сокращение потребления чая на российском рынке носит долгосрочный тренд, фактически рынок чая достиг своего насыщения еще тремя годами ранее, а текущие показатели свидетельствуют об отрицательном векторе движения рынка чая. Так объем рынка чая за пятилетний период 2014-2018 показал сокращение практически на 8%. При этом основной вклад в уменьшение рынка внесло сокращение потребления именно черного чая (-4,5%), в то время как потребление зеленого чая уменьшилось на менее существенный показатель.

Относительно региональной структуры потребления чая на российском рынке, то она остается достаточно стабильной. Традиционно наиболее емкими регионами с точки зрения объемов продаж чая являются Центральный федеральный округ и Приволжский федеральный округ.

Объектом исследования в данной работе стало сетевое предприятие ООО «Кофейная Кантата».

Предметом исследования товароведческая характеристика чая.

Цель исследования состоит в исследовании товароведческой характеристики чая.

Исходя из поставленной цели, в работе решены следующие задачи:

1. Изучены теоретические основы товароведения.

2. Проведен сравнительный анализ структуры ассортимента чая отечественного и импортного производства и сохранение его качества, реализуемого в розничных торговых предприятиях на примере ООО «Кантата».

Методологическая основа исследования. Методы, при помощи которых осуществлена оценка конкурентоспособности изучаемого предприятия – метод «профиля требований», метод многоугольника конкурентоспособности, интегральный метод (балльная оценка), метод экспертных оценок.

Теоретическая база исследования. Работа написана с использованием теоретических работ отечественных и зарубежных исследователей по вопросам конкурентоспособности, результатов изучения рынка чая и кофе, проведенного маркетинговыми и консалтинговыми предприятиями России, материалов интернет-

источников и др.

## 1. Теоретические аспекты товароведной характеристики ассортимента чая отечественного и импортного производства

### 1.1 Настоящее и будущее мирового и отечественного рынка чая

В настоящее время в мире насчитывается более 30 стран, производящих чай в промышленных масштабах. Общий ежегодный объем производства составляет свыше 3,5 млн тонн чая, и с каждым годом эти цифры неизменно возрастают.

Структура рынка чая состоит в том, что идеальным условиям произрастания чайного растения существует лишь в небольшом количестве стран. Основные страны – это Китай, Индия, Шри-Ланка, Япония.

Выращивают чай, но в меньших количествах Тайвань, Кения, Непал, Корея и Россия.

Китай – это родина чайного дерева, именно тут зародилась чайная культура. Главное достоинство этого региона – это исключительное разнообразие сортов, здесь производят все виды чая. Основными чайными плантациями мирового значения находятся в провинциях: Юньнань, Хуннань, Аньхой, Фуцзянь.

Индия занимает большую с географической точки зрения выгодную территорию. Из-за характерно высоких температур и сухих зим, Индия является вторым крупнейшим производителем и экспортом чая в мире. На ее долю приходится более трети вырабатываемого в мире черного чая.

Шри-Ланка является одним из главных экспортеров чая в мире, чайная промышленность страны является самой молодой. На сегодняшний день она является одним из ведущих поставщиков чая на мировой рынок. Это идеальное место для произрастания чайных растений, круглогодичного сбора чайных листьев, полученные из высочайшего качества, известного на мировом рынке как «цейлонский». В настоящее время Шри-Ланка третий крупнейший производитель чая в мире, на него приходится 9% объема вырабатываемого в мире чая.

Из-за сложных климатических условий в России производство качественного чая снижается, поэтому 95% всего чайного ассортимента имеет импортное происхождение, 10% этой продукции поступает в готовом виде, а 85% – это чай, который только упаковывается в нашей стране.

На долю основных производителей чайной продукции приходится 79% рынка. Большую часть составляет черный чай.

Россия выращивает всего один процент потребляемого чая. Чайное сырье поставляется из Шри-Ланки, Китая, Индии, Кении, Вьетнама. Ежегодно в страну ввозится около 170 млн. тонн. В нефасованном виде объемы импорта составляют 93%.

На территории РФ пакетируется и фасуется около 80% чайного сырья.

Крупнейшие поставщики чая в РФ (тыс. тонн):

1. Индия – 50.
2. Шри-Ланка – 37.
3. Кения – 22.
4. Вьетнам – 19.
5. Китай – 15.

Осенью 2018 года розничная цена черного чая в РФ за 1 кг составляла 775,94 руб. В 2017 году в страну было ввезено продукции на 540 млн. долл.

В 2017 году РФ увеличила экспорт чая до 41,1 млн. долл. В 2015 году показатель был на уровне 36,1 млн. долл. Объемы поставок в Азербайджан за три года выросли на 60%. Ежегодно РФ поставляет 640 тонн продукции. Российские компании экспортируют чай в 50 стран мира.

Площади чайных плантаций в мире выросли с 3,78 до 4,25 млн. га. С 2017 по 2021 год ожидается их увеличение еще на 2,5%. К 2021 году показатель достигнет 4,81 млн. га.

В 2016 году показатель достиг 5,73 млн. тонн. Потребление чая в мире было на уровне 5,53 млн. тонн.

Крупнейшие производители чайной продукции:

1. Китай – 43%.
2. Индия – 22%.
3. Кения – 8%.
4. Шри-Ланка – 5%.

Стоимость чая осенью 2018 года составляла 2,7 долл. за килограмм. Самая высокая цена на чайную продукцию в Шри-Ланке – 3,34 долл.

КНР славится зелеными чаями. Настоящий китайский напиток нельзя ни с чем спутать. В 2015–2017 гг. было произведено 1,5 млн. тонн продукции. К 2027 году планируется увеличение показателя до 3,3 млн. тонн.

Объемы экспорта китайской чайной продукции составляют 286 тыс. тонн.

В Индии выращивать чай начали во второй половине XIX века. Сегодня страна занимает 2 место в мире по производству чая. Площадь чайных плантаций составляет 0,58 млн. га. В чайной индустрии трудится около 4 млн. человек.

За первое полугодие 2018 года объемы производства чая составили 583,8 тыс. тонн. Показатель уменьшился на 5% по сравнению с прошлым годом. Председатель Индийской чайной ассоциации А. Монем утверждает, что основной причиной является снижение количества осадков. Страна ежегодно экспортирует 193 тыс. тонн продукции. Из них гранулированный чай – 86,5%, листовая – 10,7%.

В Кении чайные плантации появились в начале XX века. Однако сегодня страна является одним из мировых лидеров по производству чая.

Объемы производства в 2017 году выросли до 440 тыс. тонн. Из них 92% было экспортировано в другие страны. В стране преимущественно выращивают черный чай. Производством продукции занимаются небольшие хозяйства. Контроль над деятельностью производителей осуществляет Агентство по развитию чайной индустрии KTDA.

Казахстан. Статистика потребления чая достигла абсолютного значения. В Казахстане практически 100% населения – любители тонизирующего напитка. Здесь существуют свои чайные традиции. Наиболее популярен черный чай. Объем потребления на душу населения в 2017 году составлял 1,6 кг продукции. Ежегодное потребление чая в Казахстане – 24,5 тыс. тонн. Половина приходится на индийский напиток.

Основные импортеры чая:

1. Кения – 6,97 тыс. тонн.
2. Индия – 6,92 тыс. тонн.
3. Россия – 1,74 тыс. тонн.

В 2016 году в страну было завезено 30,5 тыс. тонн продукции. Самые популярные торговые марки:

1. Assam.
2. Принцесса Нури.
3. Принцесса Канди, Принцесса Гита.
4. Lipton.

Англия

В стране 40% потребляемой жидкости приходится на чай. Традиционное чаепитие зародилось в XVIII веке. Первый магазин чая был открыт в Лондоне в 1717 году. Его назвали – Золотой лев. Классификация напитка по времени потребления заведена супругой Чарльза II принцессой Катериной Брагинской:

1. Afternoon tea.
2. Five-o-clock.
3. Tea-for-two.
4. High tea.

Статистика потребления чая в Англии впечатляет. Англичане ежедневно выпивают более 165 млн. чашек. На каждого жителя страны приходится около 4 кг продукции в год. Ежегодно в страну ввозится более 145 тыс. тонн продукции.

Беларусь. В стране чай не выращивают. Национальный рынок полностью зависит от импорта. Большую часть поставок осуществляет Россия – 70%. Ежегодное потребление чая на душу населения в стране составляет около 0,5 кг.

## 1.2 Пищевая ценность тонизирующего напитка

Чай – тонизирующий и ароматный напиток, энергетическая ценность которого в основном зависит от того, что в него входит и что в него добавляют (например, молоко, сахар, сироп и др.). Примерно его энергетическая ценность на 100 г. составляет 109 калорий.

В состав чая входит:

1. Кофеин;
2. Эфирные масла;
3. Пигменты;
4. Белки (белки + ферменты + аминокислоты);
5. Полифенолы (дубильные вещества, катехин, танин);

6. Пектин;
7. Минеральные вещества;
8. Витамины;
9. Органические кислоты;
10. Алкалоиды;

#### Список использованной литературы

##### Нормативно-правовые акты

1. Конституция Российской Федерации от 12.12.1993 г. (в ред. от 30.12.2017 г. № 6-ФКЗ, № 7-ФКЗ) // СЗ РФ. 2017. № 4. Ст. 445.

##### Научная и учебная литература

2. Александрова, А.В. Стратегический менеджмент: Учебник / Н.А. Казакова, А.В. Александрова, С.А. Курашова, Н.Н. Кондрашева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 320 с.
3. Андрейчиков, А.В. Стратегический менеджмент в инновационных организациях. Системный анализ и принятие решений: Учебник / А.В. Андрейчиков, О.Н. Андрейчикова. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 396 с.
4. Архипов В. М. Стратегическое управление. - СПб.: Изд-во СПб ГУЭФ, 2016. - 248 с.
5. АAKER, Д. Ю. Стратегическое рыночное управление: пер. с англ. / под ред. Ю. Н. Каптуревского. СПб.: Питер, 2015. - 256 с.
6. Бутенко Я.А. Оценка конкурентоспособности компании малого бизнеса / Я.А. Бутенко // Маркетинг в России и за рубежом. - 2015. - № 4. - С. 126 - 133.
7. Васильева З.А. Иерархия понятий конкурентоспособности субъектов рынка / З.А. Васильева // Маркетинг в России и за рубежом. - 2019. - № 2. - С. 83 - 90.
8. Воронов А. А. Моделирование конкурентоспособности компании// Стандарты и качество. - 2015. - № 11. - С. 44-47.
9. Виханский О. С. Организация управления в государственном секторе и фирмах Японии: диссертация...кандидата экономических наук: 08.00.05. - М.: Эксмо, 2016. - С. 56.
10. Гурков И. Б. Стратегический менеджмент организации. 2-е изд. - М.: ТЕИС, 2015. - С. 25.
11. Зуб А. Т. Стратегический менеджмент: Теория и практика. 2-е изд., доп. - М.: Аспект Пресс, 2015. - 425 с.
12. Кунах Ю. В. Стратегическое управление предприятием на основе бюджетных моделей: диссертация...кандидата экономических наук: 08.00.05. - Ставрополь, 2018. - 145 с.
13. Кочетков Г. Б. Конкурентоспособность/ Г. Б. Кочетков // Экономика - политика - культура. - 2015. - № 10. - С. 21-40.
14. Круглов В.В. Конкуренция: Учебное пособие. - М.:Т.К. Велби, Изд-во Проспект, 2015. - 369 с.
15. Катькало В. С. Теория стратегического управления: этапы развития и основы парадигмы. - М.: Юнити, 2016. - 145 с
16. Литвак, Б.Г. Стратегический менеджмент: Учебник для бакалавров / Б.Г. Литвак. - М.: Юрайт, 2016. - 507 с.
17. Ляско, А.К. Стратегический менеджмент: Современный учебник / А.К. Ляско. - М.: ИД Дело РАНХиГС, 2017. - 488 с.
18. Маленков, Ю.А. Стратегический менеджмент: Учебник / Ю.А. Маленков. - М.: Проспект, 2017. - 224 с.
19. Определения стратегического менеджмента. [http://inform. /articles/examen/str\\_menedgment. htm](http://inform. /articles/examen/str_menedgment. htm) (дата обращения 01.10.16)
20. Парахина, В.Н. Стратегический менеджмент.: Учебник / В.Н. Парахина, Л.С. Максименко, С.В. Панасенко. - М.: КноРус, 2016. - 496 с.
21. Пирс, II Д. Стратегический менеджмент / Д. Пирс II, Р. Робинсон; Пер. с англ. Е. Милютин. - СПб.: Питер, 2016. - 560 с.
22. Романов, Е.В. Стратегический менеджмент: Учебное пособие / Е.В. Романов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 160 с.
23. Райзберг Б.А. Экономический словарь. - М.: Юнити, 2015. - 452 с.
24. Ромашова Е. А. Стратегическое управление промышленным предприятием на основе системы сбалансированных показателей : дис. ... канд. экон. наук / Ромашова Е. А. - Нижн. Новгород, 2015. - 145 с.
25. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов (книги I—III). / Пер. с англ, ввводная статья и комментарии Е. М. Майбурда. - М.: Наука, 2015. - С. 175-176.

26. Томпсон, А.А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / А.А. Томпсон, А.Д. Стрикленд; Пер. с англ. А.Р. Ганиева, Э.В. Кондукова. - М.: Вильямс, 2015. - 928 с.
27. Тебекин, А.В. Стратегический менеджмент: Учебник для бакалавров / А.В. Тебекин. - М.: Юрайт, 2015. - 320 с.
28. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации: Учебник / Р. А. Фатхутдинов. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Маркет ДС, 2012. - 652 с.
29. Шеховцева Л. С. О некоторых понятиях стратегического управления // Менеджмент в России и за рубежом. - 2015. - № 6.- С. 2.
30. Шувалов В. Н. Кто на новенького?: влияние инновационной активности на повышение конкурентоспособности предприятия // Российское предпринимательство. - 2015. - № 10. - С. 28-31.
31. Shendel D. E., Hatten K. J. Business Policy or Strategic Management: A Broader View for an Emerging Discipline // Academy of Management Proceedings, 1972.
32. Pearce J. A., Robinson R. B. Jr. Strategic Management, 2nd ed. Homewood, Ill: Richard D. Irvin, 1985. - P. 6.

*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/kursovaya-rabota/78846>