



# Презентація

на тему:

« Розробка маркетингової програми ТОВ  
«Компанії Май Україна» з виробництва  
нового виду чаю зі смаком імбиру та  
лимону »



**"КОМПАНИЯ МАЙ"**



**ТМ**



**CURTIS®**

# Перед ТОВ «Компанія Май Україна» стоять наступні цілі:

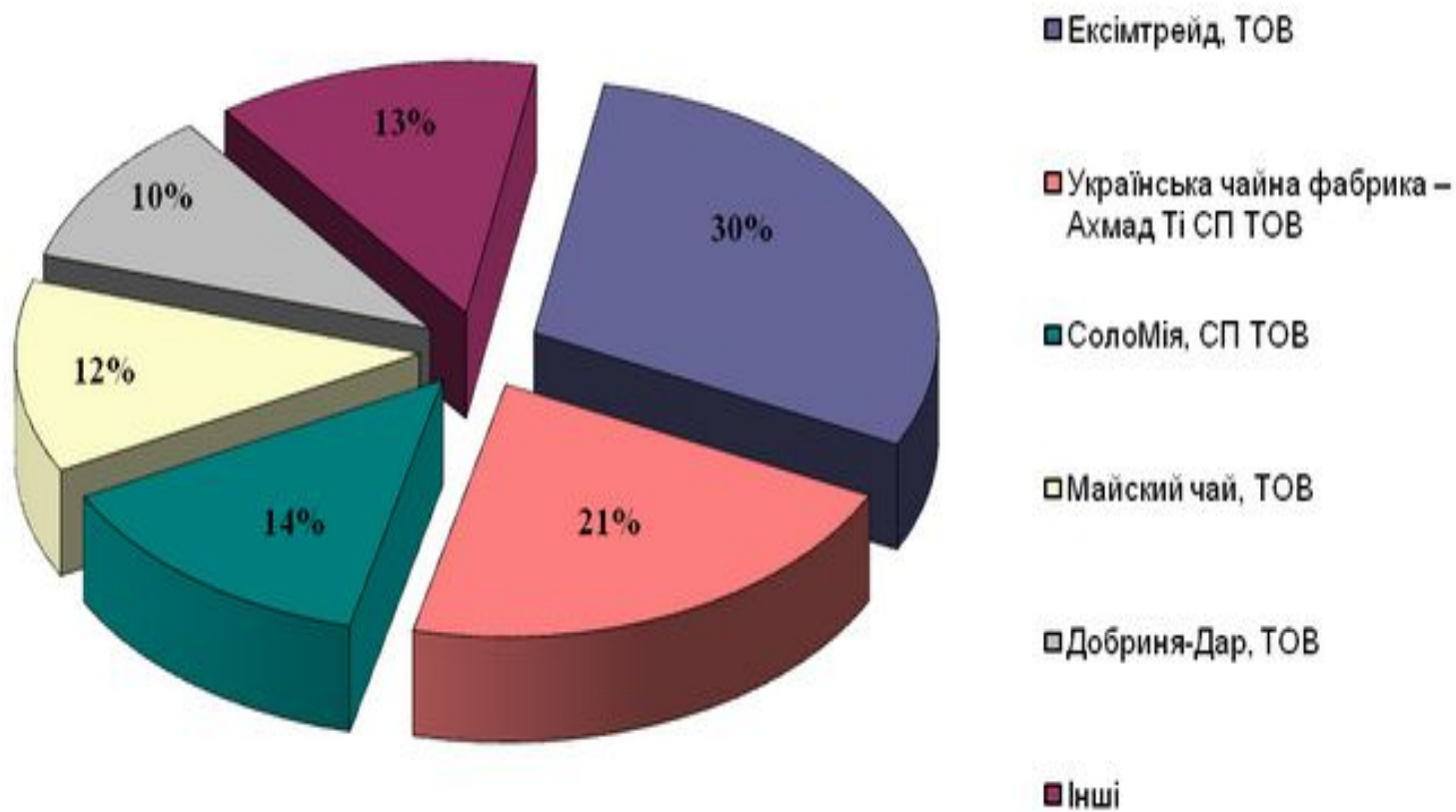
- ✓ забезпечення населення міста Суми високоякісним смачним чаєм;
- ✓ отримання прибутку від його продажу достатнього для покриття витрат;
- ✓ забезпечення рівня рентабельності не менше 130 %.



# Для досягнення такої цілі треба вирішити наступні задачі:

- організувати випуск нового чаю зі смаком імбиру;
- забезпечити його високу якість та смакові характеристики з урахуванням уподобань цільової аудиторії;
- проведення маркетингових заходів для звернення уваги на новий продукт зі сторони споживачів.

# Основні конкуренти ТОВ «Компанія Май Україна»



# SWOT-аналіз

## Сильні сторони

- Впізнаний бренд продукції підприємства;
- Висококваліфікований склад працівників;
- Велика кількість асортиментних позицій;
- Унікальна технологія пакування;
- Здійснення керівництвом активної та ефективної маркетингової політики;
- Тенденція зростання виробництва кількості новинок, в т.ч. і продукції класу преміум (чай «Curtis»);
- Наявність власних представників на чайних плантаціях, що позитивно впливає на якість і ціну чаю.



## Слабкі сторони

- Висока плинність кадрів;
- Відносно невеликий час перебування підприємства на ринку;
- Підвищення конкуренції всередині підприємства між власними торговими марками.



# Можливості

- ❑ Можливість виведення нових торгових марок;
- ❑ Широка мережа збуту;
- ❑ Високий рівень знання та впізнання споживачами торговельної марки «Майський» даного підприємства;
- ❑ Підвищення рівня споживання нових видів ароматизованих чаїв, які виробляє ТОВ «Компанія Май Україна», в тому числі елітні чаї та чаї класу преміум.

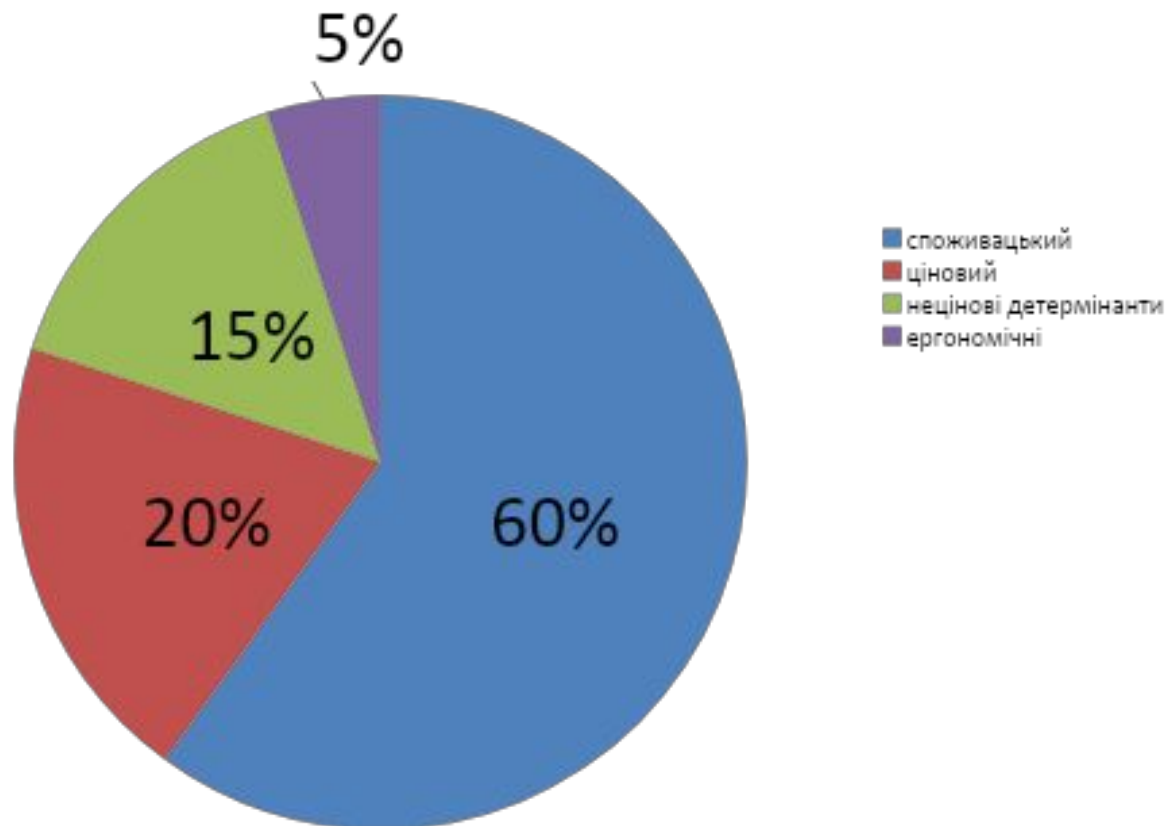


# Загрози

- ❖ Залежність від іноземної сировини;
- ❖ Високий рівень конкуренції на ринку чаю;
- ❖ Податковий тиск на підприємство на основі існуючого законодавства України;
- ❖ Зменшення попиту на продукцію у зв'язку зі зниженням рівня доходності населення;
- ❖ Високий рівень інфляції підвищує ціну, що в результаті може призвести до зниження продажу;

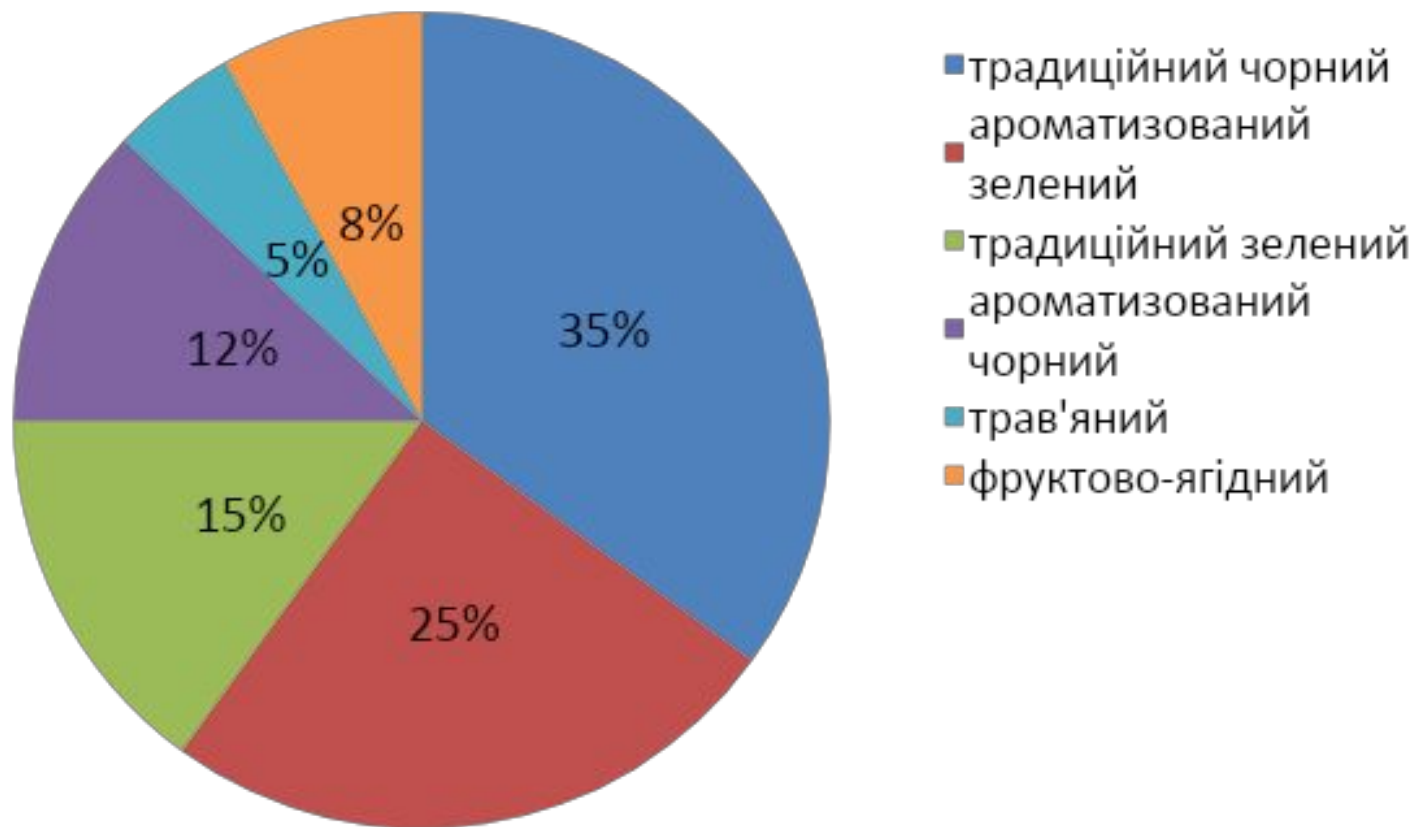


# Основні фактори впливу на споживачів чаю

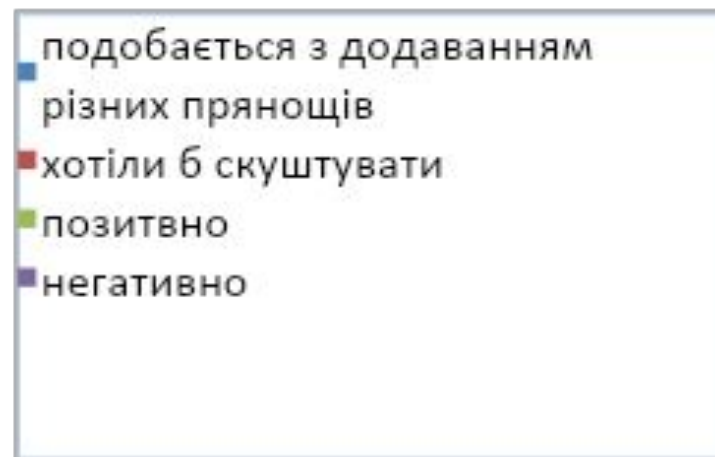
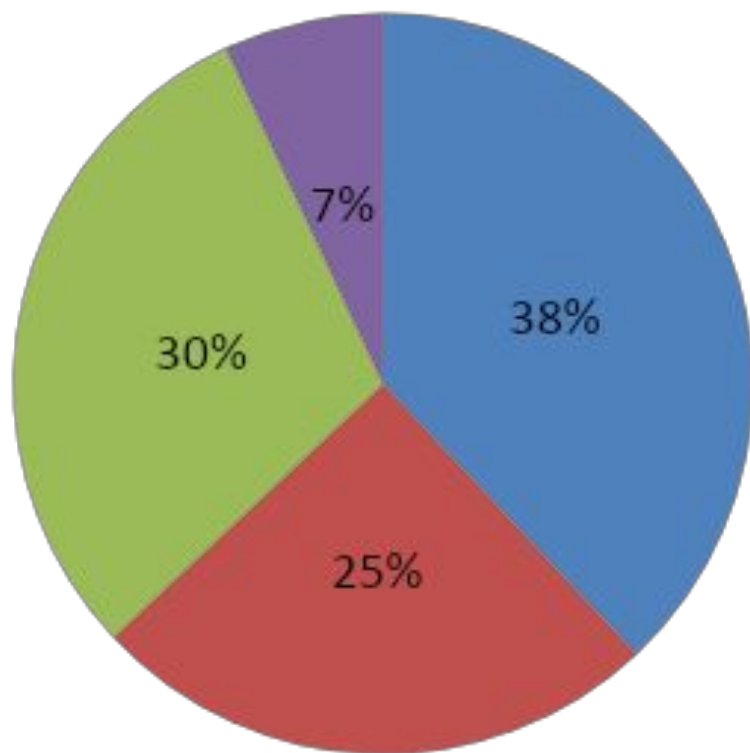




# Уподобання за видом чаю



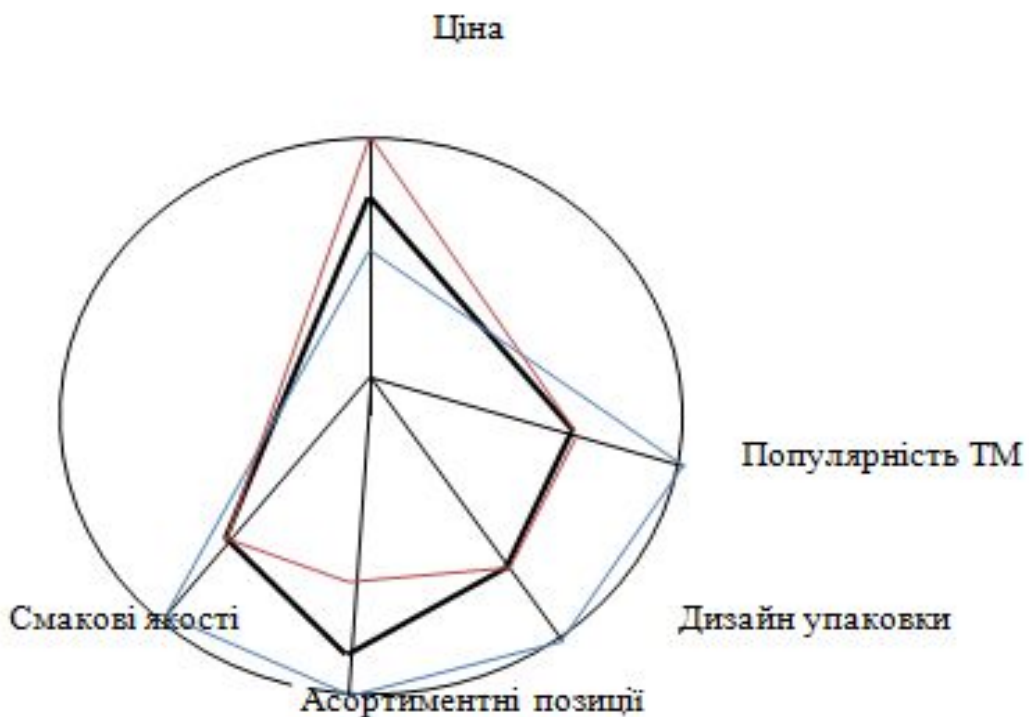
# Відношення респондентів до імбирного чаю



# Товарна політика



# Циклограма порівняльної оцінки якості чаю «Майський»

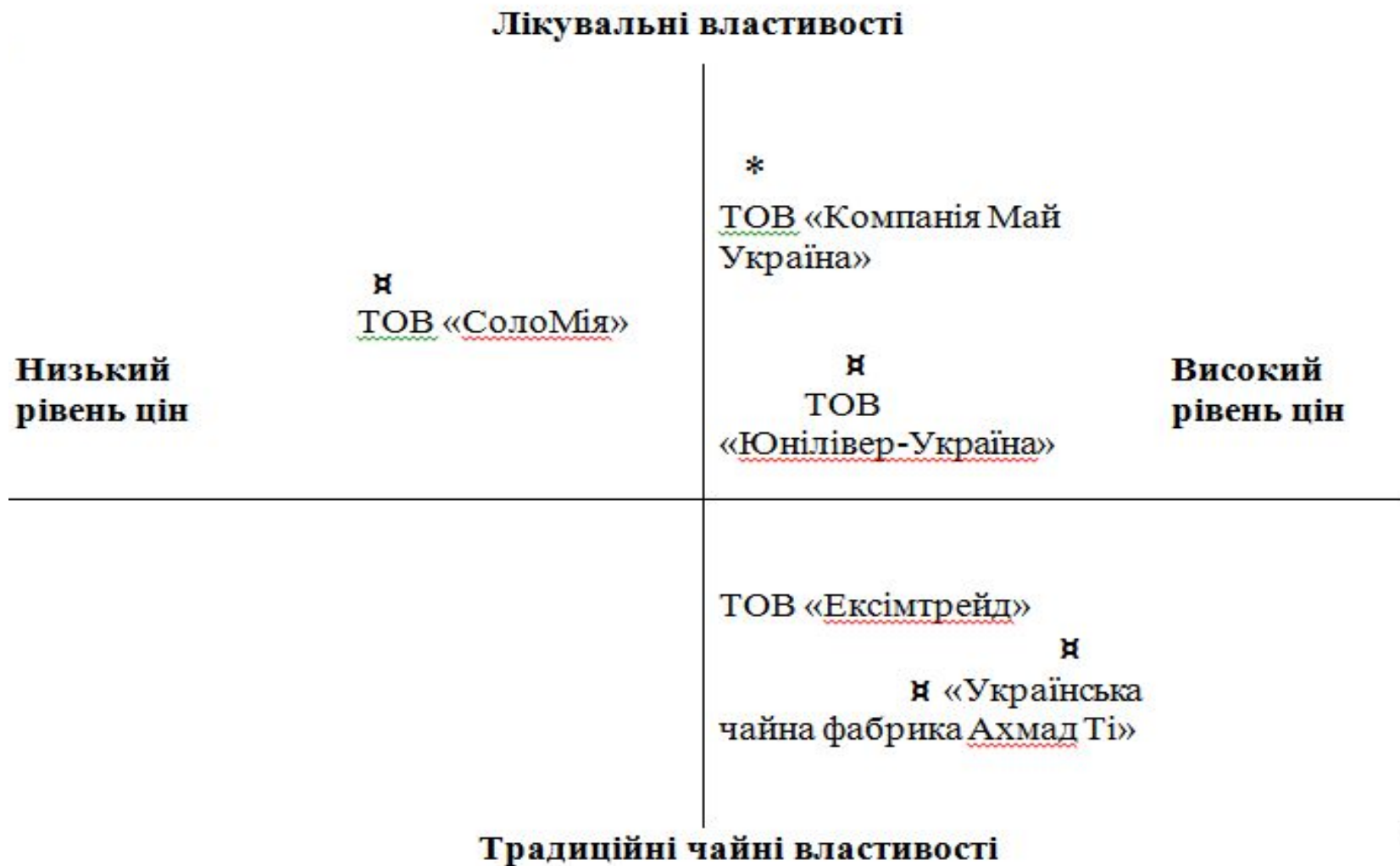


— чай «Принцеса Нурі»

— чай «Майський»

— чай «Ахмад»

# Двомірна карта-схема сприйняття позицій виробників чаю



# Цінова політика

$$E = \frac{\frac{4000 - 4500}{0,5 * (4000 + 4500)}}{\frac{15 - 16,5}{0,5 * (15 + 16,5)}} = 1,24$$



# Стратегія стимулювання

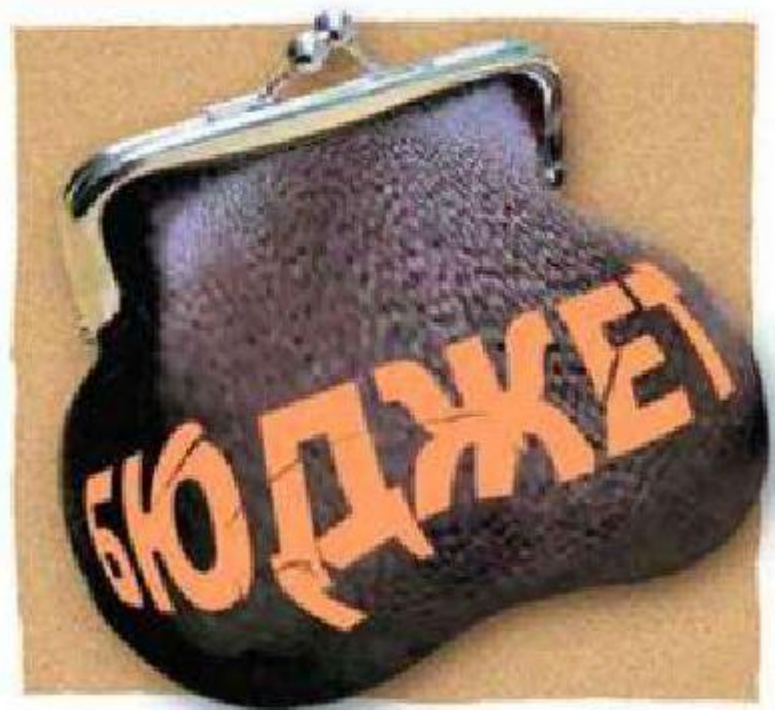


# Бюджет програми

$NPV = 25280,97$  грн

$PI = 171\%$

$IRR = 17\%$







**Дякую за увагу!**