

ИНТЕНСИВ
**Архипелаг
2121**

АГЕНТСТВО
СТРАТЕГИЧЕСКИХ
ИНИЦИАТИВ

20.35
УНИВЕРСИТЕТ

ПЛАТФОРМА НТИ



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ
И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Юные Эксперты

Выполнили:

- 1) Жестева Анна Васильевна
- 2) Степанова Анастасия Андреевна

Наставник:

Носова Анжелика Николаевна

Актуальность проекта

Идентификация и оценка качества - это работа по определению соответствия товарной позиции различным документам технического и нормативного характера, а также инструкциям и этикеткам.

Важно, чтобы любая вещь соответствовала документации по множеству признаков, которые влияют на подлинность объекта. Это касается основополагающих характеристик, среди которых не может быть несущественных или тех, которые легко подделывать.

С целью доведения информации и определения качества, этот проект поможет многим потребителям.

ЦЕЛЬ ПРОЕКТА:

внедрения новых идей, методов изучения качества товаров, исследований на практике

ЗАДАЧИ:

- 1) определения качества продукции;
- 2) определение потери качества;
- 3) определение наличие дефектов и причины их появления;
- 4) выраженность и возможность устранения дефекта и определение стоимости такой работы.

Проблема клиента, которую вы решаете.

Качество сегодня определяется двумя параметрами:

- 1) соответствие продукции установленным требованиям;
- 2) способность продукции удовлетворять потребность потребителя.

Первая составляющая подразумевает выполнение не только требований, заданных потребителем, но и требований соответствующих регламентирующих документов.

Но существует вторая, не менее важная, а с точки зрения потребителя, пожалуй, как раз самая важная часть качества: способность продукции удовлетворять потребность. И эту составляющую сам производитель никак проверить не может! Это можно сделать только в процессе эксплуатации, т.е. это может сделать только сам потребитель.

При этом критерии оценки и ожидания у потребителей разные. Вы можете сколь угодно долго убеждать покупателя, что эта пара обуви соответствует всем мыслимым и немыслимым стандартам, подходит ему по размеру, цвету, фасону, но в ответ услышите: «Нет, не возьму — не модно (некрасиво, неудобно, вычурно и др.)». Порой бывает, что приобретаем некачественную продукцию

Почему существующих вариантов решения не достаточно?

Сегодня качество сугубо индивидуализировано и в этом, безусловно, большая проблема для производителей. Именно поэтому любая система менеджмента качества предполагает наличие двух равноценных механизмов оценки качества: у себя до выпуска и у потребителя.

Чтобы снизить риски, связанные со второй составляющей качества, производители используют инструменты маркетинга: заранее изучают предпочтения разных групп, изучают восприятие потребителями приобретенной продукции, сами формируют ожидания потребителей (Ты все еще носишь зеленое? Это не круто — в тренде синее!).

Но в целях экономии времени можно создать небольшие предприятия, оказывающие услуги по решению проблем качества — оценка качества продукции, услуг и работ и документальное оформление.

Что вы предлагаете, уникальные преимущества и выгоды для клиента.

Экспертиза и установление:

1. Принадлежности товара к определенной группе (например, виду или марке);
2. Наличие дефектов и как они повлияли на качество товара;
3. Соответствие товара нормативным документам;
4. Соответствие товара своей маркировке и информации на ярлыках;

В рамках исследования можно охватить широкий круг вопросов, которые затрагивают и характеристики товара, и его фактическое состояние, и факторы, влияющие на сохранность или снижение качества, и стоимость товара с учетом его состояния.

Рынок, на котором вы работаете, его объем, рост и уровень конкуренции.

В республике работают операторы розничной сети межрегионального уровня: «Пятерочка», «Евроспар», «Спар», «Перекресток», «Магнит», «Эссен», «Лента», «Эльдорадо», «М.Видео», «Детский мир», «Медиа Маркт», «Евросеть», «585» и др. В общем объеме оборота розничной торговли за 2015 год торговые сети в среднем по Республике Марий Эл заняли 34,8%. Тенденция роста сетевой торговли позволяет внедрять современные, передовые технологии, расширять географию сбыта для производителей. Конкурентные преимущества сетевой торговли перед магазинами традиционных методов обслуживания - возможность осуществления высокотехнологичной логистики, эффективной ассортиментной политики в более комфортных условиях обслуживания покупателей.

В республике действует 972 предприятия общественного питания с количеством посадочных мест более 50,0 тысяч. Вся сеть предприятий общественного питания республики делится на общедоступную и социальную. К первой относятся коммерческие предприятия общественного питания - это столовые, рестораны, кафе, бары, закусочные. Вторая группа - это предприятия социальной сферы, которые предоставляют услуги определенному контингенту населения по месту учебы и работы. В общедоступной сети в последнее время наметилась тенденция к возрастанию сети предприятий быстрого питания, которые отличаются быстрым приготовлением и подачей блюд и их невысокой стоимостью. Это такие модные и востребованные заведения как: фастфуд, кафе, бары и пабы разной специализации, кофейни различной направленности, пиццерии, шашлычные. У населения растет потребность в оказании ресторанами и кафе дополнительных кейтеринг-услуг - доставка блюд заказчику, обеспечение готовыми обедами, выездное обслуживание (банкет, фуршет, барбекю) на любой необходимой заказчику территории.

На современном этапе республиканский рынок потребительских услуг продолжает формироваться и призван повысить степень комфортности проживания населения. В структуре объема платных услуг населению 87,5% приходится на жизненно важные услуги: коммунальные (27,9%), связи (17,9%), бытовые услуги (11,7%), транспортные (9,3%), жилищные (8,3%), образования (7,0%), медицинские (5,4%). Услуги в сфере туризма и отдыха, в том числе услуги гостиниц и аналогичных средств размещения, учреждений культуры, санаторно-оздоровительные и туристские услуги составили в более 10% от всех видов оказанных услуг.

Рынок бытовых услуг в Республике Марий Эл продолжает динамично развиваться, оставаясь одним из социально значимых видов среди платных услуг. Наибольшую долю (80,6%) в структуре бытовых услуг в 2015 году занимали такие виды, как ремонт и техническое обслуживание автотранспортных средств - 35,4%, ремонт и изготовление мебели - 8,5%, ремонт бытовой РЭА и ремонт и изготовление металлоизделий - 10,0%, ремонт и строительство жилья и других построек - 10,2%, парикмахерские и косметические услуги - 9,7%, ремонт и индивидуальный пошив одежды, индивидуальный пошив и вязка трикотажных изделий - 6,8%.

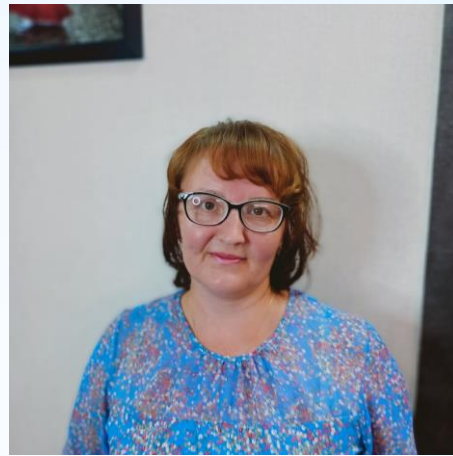
Бизнес-модель

Бизнес-модель – как вы зарабатываете или планируете.



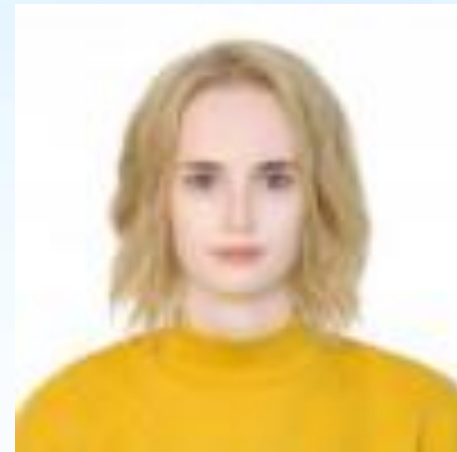
Команда

Ключевые члены вашей команды (СЕО, СТО и СМО), опыт и компетенции;



Носова Анжелика Николаевна

Наставник проекта



Жестева Анна Васильевна

Лидер проекта

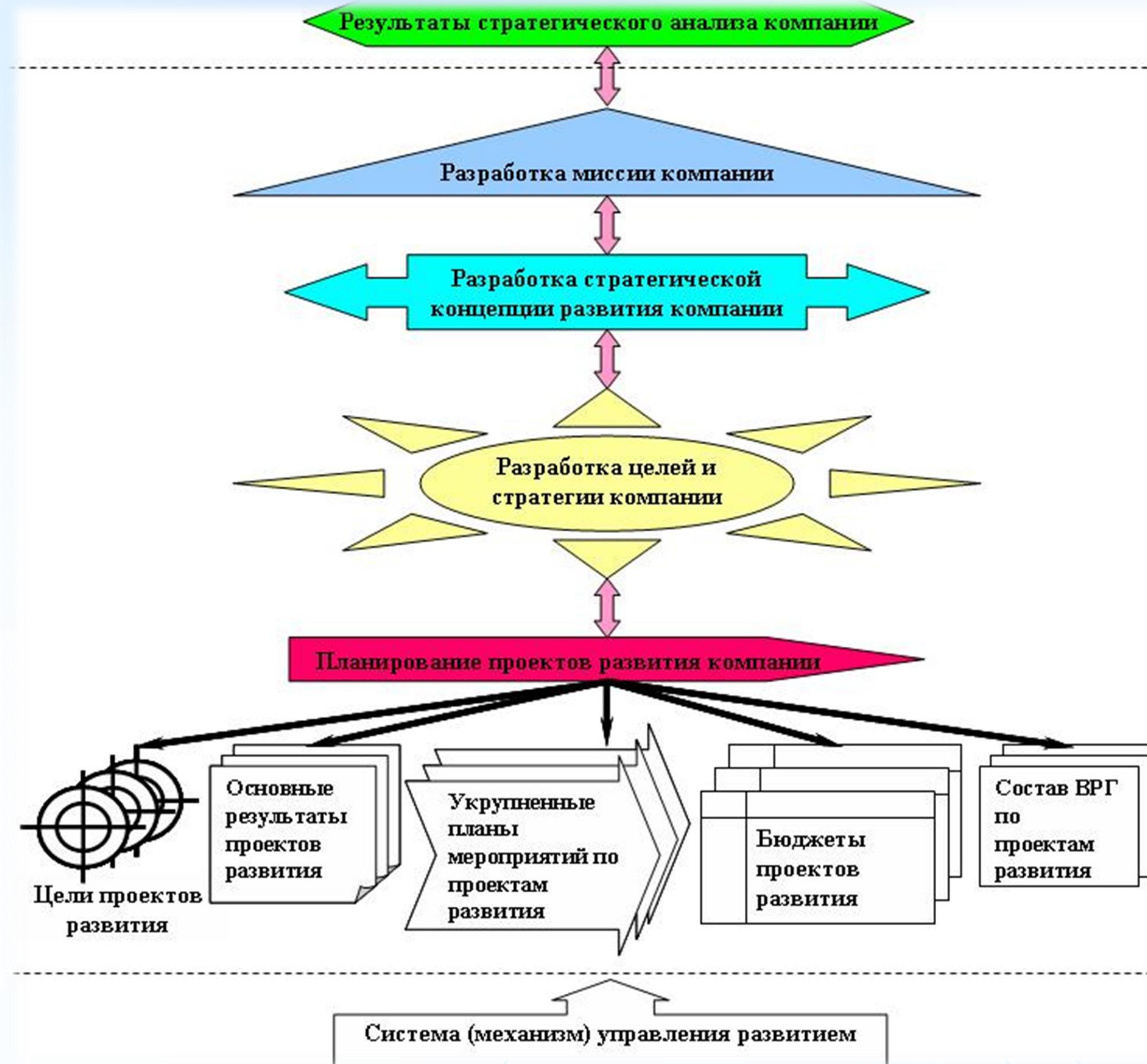


Степанова Анастасия Андреевна

Участник проекта

Планы развития

Планы развития, потребности и предложение для того, кому вы адресуете презентацию.





ИНТЕНСИВ
**Архипелаг
2121**

АГЕНТСТВО
СТРАТЕГИЧЕСКИХ
ИНИЦИАТИВ

20.35
УНИВЕРСИТЕТ

ПЛАТФОРМА НТИ



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ
И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Контакты

Сайт

Телефон **+7 (902) 739-43-54**

email **NosovaAN79@mail.ru**