

2011


Маркетинговый план торговли фруктами из Абхазии в РФ



Оглавление

1. Информация о компании-учредителе	3
2. Резюме маркетингового плана торговли фруктами	3
2.1. Сущность предполагаемого проекта и место реализации	3
3. Анализ положения дел в отрасли	4
3.1. Анализ состояния и перспектив развития отрасли	4
3.2. Основные потребительские группы	4
3.3. Ожидаемая доля компании в отрасли	5
3.4. Значимость данного бизнеса для развития РФ	5
3.5. Перечень основных (потенциальных) конкурентов	5
3.6. Общая концепция предполагаемого бизнеса	5
3.7. Учредители нового бизнеса, место регистрации, форма собственности и налогообложения.	5
3.8. Стратегические партнеры и контрагенты	6
4. Описание продукции и услуг	6
4.1. Основные характеристики продукции	6
4.2. Наличие опыта оказания данных услуг	7
5. Маркетинг и сбыт продукции	8
5.1. Факторный анализ состояния рынков сбыта	8
5.2. Оценка объема продаж	8
5.3. Обоснование рыночной ниши продукции	9
5.4. Общая стратегия маркетинга компании	9
5.5. Характеристика ценообразования	9
5.6. Тактика реализации продукции	10
5.7. Реклама и продвижение услуг на рынок	10
5.8. Стратегия в области качества	10
8. Организационный план	11
.....	11

На сайте размещены [примеры отчётов некоторых наших маркетинговых исследований](#), а также [процедура заказа исследования рынка](#). Вы можете также ознакомиться с возможностями [оптимизации расходов](#) на эту услугу в разделе ["Стоимость проведения маркетингового исследования"](#).

 Если вы [заполните эту форму](#), мы подготовим для вас [коммерческое предложение](#), учитывающее специфику вашей задачи.

1. Информация о компании-учредителе

.....

2. Резюме маркетингового плана торговли фруктами

2.1. Сущность предполагаемого проекта и место реализации

В настоящий момент импорт мандарин из Абхазии на территорию РФ сопровождается следующими негативными явлениями:

- Закупка фруктов на местах осуществляется многочисленными частными организациями, не осуществляющими ни проверку мандарин на возможные болезни, ни соответствующую обработку,
- Мандарины при приёмке у совхозов и населения не калибруются, не проходят сортировку,
- Поставка мандарин через границу идёт без прохождения соответствующих таможенных процедур и уплаты таможенных пошлин,
- Под видом абхазских мандарин на территорию РФ зачастую попадают фрукты неизвестного происхождения,
- Способы упаковки мандарин при поставке на территорию РФ не соответствуют современным требованиям, что способствует ухудшению качества товара после транспортировки,
- Учитывая характер поставок мандарин на территорию РФ и способ их реализации потребителям, санитарный контроль этой продукции на территории РФ также не организован должным образом,
- Есть уверенность в том, что этот бизнес в настоящее время сопровождается и иными нарушениями законодательства, такими как уклонение от уплаты налогов.

Тем не менее, учитывая традиционную популярность абхазских мандаринов в России, весь урожай ежегодно реализуется. В результате бюджет РФ и Абхазии ежегодно недополучают значительные суммы, граждане РФ рискуют своим здоровьем, а производители в Абхазии не получают достаточно средств для восстановления и развития этой отрасли.

Авторы маркетингового плана торговли фруктами предлагают организовать прозрачный и подконтрольный органам власти двух стран канал поставок абхазских мандарин на территорию РФ. Экономический анализ показывает, что, даже несмотря на таможенные платежи и расходы на цивилизованную логистику, этот бизнес будет не только прибыльным для его организаторов, но и позволит решить перечисленные выше социально-экономические вопросы.

Авторы проекта планируют для реализации проекта

- создать на территории Абхазии, вблизи с границей с РФ современный логистический центр,
- организовать закупку мандаринов, калибровку, обработку, упаковку,
- организовать дистрибьюцию мандаринов через сеть торговых партнёров на территорию РФ.

.....

3. Анализ положения дел в отрасли

3.1. Анализ состояния и перспектив развития отрасли

Поскольку большая часть импорта проходит в обход органов власти, достоверной информации о распределении абхазского мандарина в РФ нет. По некоторым данным за сезон в РФ поступает около 30 000 мандарин, по другим – более 100 000 тонн.

Несмотря на то, что на рынке РФ представлено много стран-производителей мандаринов, они не являются конкурентами абхазскому фрукту, поскольку у него есть своя, десятилетиями складывавшаяся ниша.

В настоящий момент на рынке РФ господствует мандарин марокканский, пакистанский, итальянский, греческий, израильский. Объём абхазского мандарина составляет незначительную долю рынка. Российский рынок с удовольствием примет существенно больший объём фруктов из Абхазии, если они будут поставляться достойного качества в современной упаковке и распространяться по цивилизованным каналам сбыта.

Однако, для расширения объёмов поставок, необходимо организовать и профинансировать посадку новых садов.

Перспектива планируемого бизнеса заключается не только в росте объёмов поставок мандарин, но и в расширении ассортимента. Рынок России с удовольствием примет из Абхазии другие традиционные продукты – киви, хурма, грейпфрут, лавровый лист, орехи, вино. Однако начать работу планируется с мандарин.

3.2. Основные потребительские группы

Основными регионами потребления абхазского мандарина являются Юг и Сибирь: Краснодарский край, Ростовская область, Москва и Московская обл., Ставропольский край, Воронежская обл., Белгородская обл., Саратовская обл., Самарская обл. и пр. В этих субъектах РФ представлены компании, которые предлагают абхазский мандарин оптом с доставкой и оформлением всех документов

В Санкт-Петербурге в сезон реализуется около 200-300 тонн, что является очень низким показателем. Причина в том, что в Санкт-Петербург везут абхазский мандарин в основном не оптовые компании, а частные предприниматели и реализуют его на оптовых рынках с машин.

Вообще, в целом, в Центральных регионах абхазский мандарин не распространён, так как имеет неприглядный вид, упакован в плохую тару, поставляется случайными поставщиками, а требования торговых сетей и потребителей в этих районах выше.

Планируемая компания при формировании региональной политики будет учитывать как распространённость абхазского мандарина в регионе, так и наличие цивилизованного канала сбыта. При расширении объёма поставок компания планирует осуществлять более активную региональную политику и способствовать организации достойных каналов сбыта во все регионы РФ.

3.3. Ожидаемая доля компании в отрасли

Задачей компании на первом периоде развития является монополизация канала поставок мандаринов из Абхазии в РФ, то есть к 5-му году своей деятельности добиться, чтобы 90% от выращиваемых в республике мандаринов перемещались в РФ через логистический центр компании.

3.4. Значимость данного бизнеса для развития РФ

Необходимо подчеркнуть значимость данного бизнеса для развития дружественных отношений с молодой республикой. Организация взаимовыгодных поставок мандаринов, а в дальнейшем и других товаров из Абхазии, позволит укрепить экономическое положение дружественного государства (на экспорт цитрусовых приходится более 80% поступлений в бюджет этой республики), а также снабдить граждан РФ экологически чистыми продуктами.

3.5. Перечень основных (потенциальных) конкурентов

Как уже ранее упоминалось, конкурентами компании на первом этапе деятельности являются не поставщики мандарин из других стран, а многочисленные мелкие поставщики мандарина из Абхазии.

Выявить всех поставщиков невозможно, но инициаторы проекта провели переговоры с рядом из них и получили следующую картину:

Название компании:	Адрес:	Заинтересованность предложением:
.....		

Достаточно просмотреть сайты этих компаний (у кого они есть), чтобы понять мизерный масштаб бизнеса и нецивилизованный способ его ведения. Однако их преимуществом являются проработанные связи с производителями и низкие цены, которые обеспечены зачастую отсутствием таможенных пошлин и низким уровнем оплачиваемых налогов.

3.6. Общая концепция предполагаемого бизнеса

Задача, стоящая перед инициаторами плана - выстроить цивилизованный рынок по абхазскому мандарину, учитывая текущую ситуацию в этом сегменте, а также сформировать дополнительную линейку ассортимента (киви, фундук, хурма, лавровый лист, вино, мед).

3.7. Учредители нового бизнеса, место регистрации, форма собственности и налогообложения.

.....

3.8. Стратегические партнеры и контрагенты

В качестве стратегических партнёров инициаторы будущего бизнеса рассматривают органы власти РФ и Абхазии. Организаторы полагают, что учитывая социально-экономическую и политическую значимость проекта, органы власти РФ создадут новому бизнесу дружественную поддержку со стороны пограничных служб, таможни и органов Россельхознадзора.

С другой стороны, авторы плана рассчитывают на помощь абхазских властей в части

- лоббирования интересов нового бизнеса среди поставщиков продукции,
- подбора надёжного персонала,
- поддержки органов контроля на абхазской стороне.

С учётом сложившейся обстановки, а именно, наличия нелегального бизнеса в этой отрасли, было бы желательно, заключение межправительственного соглашения о предоставлении новому бизнесу преференций, вплоть до освобождения на ограниченный период от таможенных платежей. В этом случае порядок в этой отрасли можно было бы навести быстро и безболезненно.

4. Описание продукции и услуг

4.1. Основные характеристики продукции

Мандарин - вечнозелёные субтропические плодовые растения рода цитрусовых семейства рутовых. Химический состав и свойства мандарина схожи со всеми остальными цитрусовыми.

В мякоти плодов мандарина содержится сахар, лимонная кислота, витамины, фитонциды. Употребление мандаринов, особенно зимой, способствует повышению стойкости организма к различным заболеваниям, эти фрукты обладают способностью повышать аппетит, улучшать обменные процессы. Подтверждено и противоастматическое действие мандаринов.

Сок мандарина обладает ярко выраженным антигрибковым действием. Постоянно втирая его в больные места, вы излечитесь от микроспории или же трихофитии.

Сок мандаринов рекомендуется употреблять в климактерический период, особенно при обильных кровотечениях. Его используют как общеукрепляющее, противогинготное средство. Полезен при заболеваниях органов дыхания.

Выращиваемые в Абхазии мандарины - пришли из Японии, они относятся к виду "Уншиу", входящие в большую группу "Сатсумы". В частности сорта: Овари, Сочинский-23, Пионер-80, Иберия, Мичуринец сухумский. Плоды среднего размера (4.9 X 6.8 см), средняя масса их 68-90 г., желто-оранжевой окраски и приятного сладкого вкуса. Кожура тонкая, хорошо отделяется от мякоти. Отличаются сочностью - выход сока 71,5%, высоким содержанием сахара - 7,6%, умеренной кислотностью - 1,07% и достаточно высоким содержанием витамина С 32 мг%.

Мандариновые деревья в Абхазии небольшие, вечнозеленые, хорошо растут на холодных почвах и на засушливых. Плоды сочные, вкусные, с кислинкой, кожура легко снимается. Самые вкусные мандарины - "карликовые" (плоды по

размеру меньше обычных, круглой формы). Мандарины начинают поспевать в середине ноября. Массовый сбор начинается с начала декабря и продолжается до середины января.

Мандарины, как и другие цитрусовые обладают массой полезных веществ. Фитонциды поднимают настроение, наличие органики и витаминов усиливает положительный эффект. Мандариновый сок улучшает пищеварение, а другие элементы, входящие в состав мандаринов благоприятно влияют на зрение. Прекрасная приправа к мясным блюдам - это мандариновый сок. Кашель, тошноту на Кавказе лечат отваром из мандариновой корки. Эфирные масла используются в косметике.

Плоды мандаринов богаты витаминами и минералами. 1 плод содержит:

Тиамин (В1) 0,058 мг

Рибофлавин (В2) 0,036 мг

Ниацин (В3) 0,376 мг

Пантотеновая кислота (В5) 0,216 мг

Пиридоксин (В6) 0,078 мг

Фолацин (В9) 16 мкг

Аскорбиновая кислота (вит. С) 26,7 мг

Кальций 37 мг

Железо 0,15 мг

Магний 12 мг

Фосфор 20 мг

Калий 166 мг

Натрий 2 мг

В кожуре мандаринов обнаружено до 1—2 % эфирного (мандаринового) масла, оранжевые и желтые пигменты, среди них каротин.

Кроме мандаринов в Абхазии растут и гибриды, получаемые от скрещивания мандаринов, апельсинов и грейпфрутов.

Плоды мандаринов транспортируют при температуре воздуха от 2 до 5°С в рефрижераторах, хранят при температуре воздуха от 2 до 6°С и относительной влажности воздуха 85-90%. При правильной транспортировке и хранении плод не теряет своих качеств в течение 2-х месяцев.

4.2. Наличие опыта оказания данных услуг

.....

4.4. Сравнительный анализ основных характеристик

Несмотря на то, что, как уже упоминалось, мандарины, импортируемые из других стран, не составляют конкуренции абхазскому в силу его положения в глазах потребителей, упомянем, что абхазский мандарин превосходит своих аналогов и по вкусу, и по богатству полезных веществ, и по безопасности, так как выращивается и хранится без применения химических реактивов.

5. Маркетинг и сбыт продукции

5.1. Факторный анализ состояния рынков сбыта

Несмотря на все сложности, которые пережила мандариновая отрасль Абхазии в последние 2 десятилетия, в России бренд абхазских мандаринов сохранил свою известность и привлекательность. В России потребляется каждый 20-ый из выращенных в Абхазии мандаринов и потреблялось бы ещё больше, если бы фрукты имели более товарный вид и попадали на рынок РФ более цивилизованным путём. Учитывая тот факт, что рынок цитрусовых составляет в РФ более 300 тыс. тонн, абхазские мандарины занимают на нём не более 10%, что, конечно, не соответствует их популярности у россиян.

Таким образом рынок сбыта на сегодня есть и речь идёт только о его цивилизованности.

В настоящий момент на территории Абхазии действуют 4 агрофирмы, выращивающие мандарины и поставляющие их в РФ «более-менее» легальным путём. Основные перевозки мандарин из Абхазии в Россию осуществляют физические лица, пользующиеся тем, что по действующему законодательству физическое лицо имеет право перевезти беспошлинно 200 кг фруктов за неделю. Причём эксперты рынка сомневаются, что агрофирмы платят таможенные пошлины в полном объёме, а челноки реально ограничены объёмом в 200 кг. По их оценкам агрофирмы завозят в РФ около 15 000 тон продукции, а «челноки» - более 100 000 тонн. Очевидно, что большую долю в этих поставках составляли грузинские мандарины, так как в Абхазии нет и третьей части таких объёмов.

По словам руководителя одного из поставщиков, с которыми общались сотрудники компании «Фреш», многие пытались структурировать рынок мандарина, но так и не смогли. Действующие поставщики видят следующие основные проблемы в организации поставок в РФ:

1. Таможенные барьеры на территории России: незаконные поборы, длительное время оформления и досмотра, трудности с законным оформлением требуемых документов.
2. Упаковка: мандарины из Абхазии до сих пор поставляются в деревянных 25-килограммовых ящиках, хотя пробные партии в 15-килограммовых пластиковых продавались лучше, несмотря на более высокую себестоимость.
3. Паллетирование груза: уменьшает время погрузки и выгрузки, сокращает время на таможне.
4. Заинтересованность в подобной ситуации всех участников: местного населения, таможенных и контролирующих органов, оптовиков.

5.2. Оценка объема продаж

Объём рынка абхазских мандаринов в РФ составляет на настоящий момент примерно ***** тонн за сезон. Авторы плана прогнозируют рост этого рынка на **% в год за счёт быстрого восстановления отрасли, разрушенной в период войны и непризнанной независимости.

Новая компания планирует занять уже в 1-ый сезон деятельность треть этого рынка, доведя свою долю к 5-ому сезону до 90%. Таким образом план продаж в натуральном выражении выглядит следующим образом:

тыс. тонн **2012*** **2013** **2014** **2015** **2016**

Объём рынка

Объём продаж

* год окончания сезона, то есть 2012 означает сезон 2011-2012 гг.

5.3. Обоснование рыночной ниши продукции

Обоснование нынешней ниши было дано выше. Оно основывается на

- Высоком качестве продукции,
- Высоком позиционировании продукции в глазах российского потребителя,
- Больших резервах в части улучшения товарного вида, снижения стоимости логистики, расширения сбытовой сети.

Дополнительные перспективы развития логистического центра в Абхазии создают планы по освоению других типов сельскохозяйственной продукции.

5.4. Общая стратегия маркетинга компании

В своей маркетинговой стратегии компания будет опираться на ценность бренда «абхазский мандарин», созданный ещё в советские времена. Дополнительные качества в глазах конечного потребителя будут создаваться за счёт современной упаковки и маркировки.

Немаловажную роль в коммерческом успехе данного бизнеса будут играть торговые посредники – дистрибьюторы. Для успешной работы с ними компания планирует

- Придерживаться конкурентного ценообразования, способного создать у партнёров коммерческие стимулы,
- Обеспечить сбор продукции от производителей, её входной контроль, обработку, упаковку, паллетирование,
- Организовать поддержку в работе с транспортными компаниями, органами санитарного контроля, таможенными органами,
- Организовать дополнительные услуги, такие как кредитование, информационную поддержку, сертификацию и другие.

Исходя из соображений коммерческой безопасности компания планирует создание собственного бренда, привязанного к понятию «абхазский мандарин», но допускает создание параллельного бренда за счёт абхазской стороны.

5.5. Характеристика ценообразования

Несмотря на то, что в глазах потребителя бренд «абхазский мандарин» имеет особую ценность, компания планирует придерживаться конкурентного принципа ценообразования, принимая во внимание тот факт, что большинство потребителей чувствительны к цене на мандарины, а торговым посредникам нужно дать возможность заработать.

С этой точки зрения полезно проанализировать сегодняшнее ценообразование на этот товар.

В самой Абхазии цены на мандарины по московским меркам смешные. Отборные фрукты на сухумском оптовом рынке можно купить по 7 рублей за килограмм, что похуже — и вовсе за три.

Крупные перекупщики скупают фрукты по всей республике и перепродают их уже на российской стороне, в поселке Веселое. Правда, сами на такой торговле зарабатывают не больше 2-х рублей с килограмма.

В случае мелкого опта схема такая: на границе с Россией, у моста через реку Псоу, ящики с фруктами грузят в специальные четырехколесные тачки, в одну тачку помещается около тонны фруктов. Передвигается эта мандариновая гора усилиями одного человека. За свои услуги возница просит по 50 рублей за ящик (в ящике приблизительно 25 — 30 кг). Дальше — таможенные пошлины абхазской стороне (1 руб. 60 коп. за килограмм) и российской (3 руб. 60 коп.). Плюс 10 рублей за ящик — карантинной службе. Итого: около 10 рублей сверх изначальной цены. Остается добавить расходы на транспортировку до места назначения, стоимость торгового места, зарплату продавца.

Добавим ещё «челноков», провозящих беспошлинно 200 кг в неделю минимум.

В общей сложности по дороге из абхазского села к новогоднему столу россиян цена мандарина вырастет раз в пять.

По информации источников из Интернета оптовая цена мандарина в Абхазии на декабрь-январь 2010-2011 года составляла от 3 до 10 руб/кг, на территории РФ «Казачий рынок» - 20-25 руб/кг, на территории г. Адлера - 30-35 руб/кг.

Исходя из ставок транспортных компаний и информации от абхазского сельхозпредприятия «София» транспортные расходы до г. Москвы составляли 5-6 руб/кг. Себестоимость мандарина в г. Москва предположительно составляла: 40-41 руб/кг

В декабре-январе 2011 года в г. Москве и Санкт-Петербурге абхазские мандарины продавались по оптовой цене: 50-55 руб/кг. Исходя из вышеперечисленных данных торговая наценка на абхазский мандарин в г. Москва составляла до 30%.

5.6. Тактика реализации продукции

Компания планирует в целях реализации продукции создание дистрибьюторской сети из числа действующих поставщиков цитрусовых на территории РФ.

5.7. Реклама и продвижение услуг на рынок

Учитывая характер бизнеса и особенности бренда, компания планирует минимальные усилия по рекламе на рынке:

- Регистрацию собственного бренда,
- Создание и продвижение Интернет-сайта для рекламы собственного бренда,
- Брендирование упаковки.

5.8. Стратегия в области качества

О потенциальном качестве абхазского мандарина написано выше. Однако, для того, чтобы донести это качество до потребителя, необходимо обеспечить

- Контроль качества выращивания путём периодических выездов к крупнейшим поставщикам,

- Входной контроль качества,
- Фитосанитарную обработку,
- Хранение продукции при оптимальной температуре и прочих условиях в пределах рекомендуемых сроков,
- Качественную упаковку (пластмассовые ящики),
- Обязательное паллетирование ящиков для транспортировки,
- Контроль за условиями транспортировки продукции до потребителя.

8. Организационный план

.....