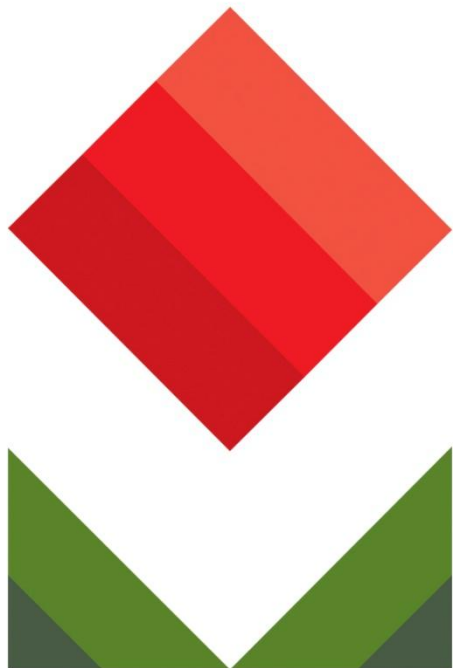




**ПОКУПАЙ
ПРИДНЕСТРОВСКОЕ!**

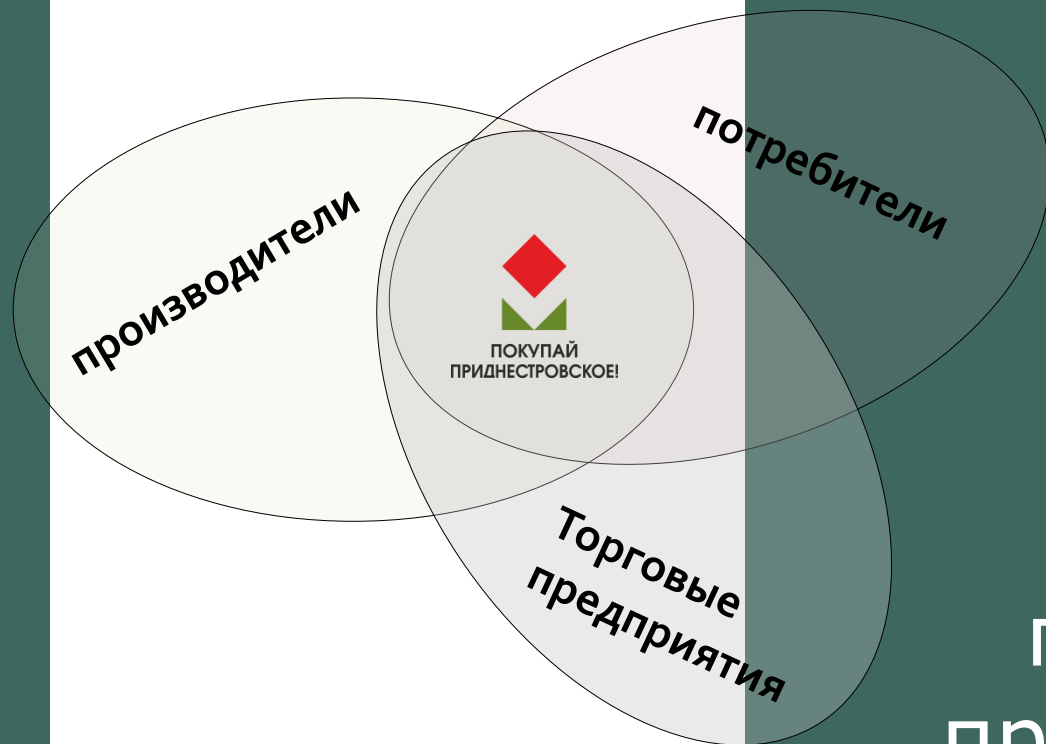


ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА ПРИДНЕСТРОВЬЯ

ОТЧЁТ об организации и проведении общереспубликанского проекта

«Покупай Приднестровское» в 2017 году

24 ноября 2017



ЦЕЛЬ
продвижение
приднестровских
товаропроизводителей и
их товаров на
внутреннем рынке



ЗАДАЧИ ПРОЕКТА

Экономические аспекты:

- продвижение на внутреннем рынке товаров местного производства
- снижение объемов импорта товаров для внутреннего рынка;
- сокращение дефицита иностранной валюты;
- формирование долгосрочных партнерских отношений между товаропроизводителями и предприятиями торговли;
- создание единого бренда приднестровской продукции.

Социально-идеологический аспект:

- формирование у граждан Приднестровья убеждения в том, что покупая приднестровское они вносят вклад в создание новых рабочих мест, стимулируют развитие предприятий, способствуют увеличению поступлений в бюджет, а значит способствуют повышению зарплат, пенсий и росту общего благосостояния, укрепляют национальную экономику, проявляют свой патриотизм.

ЗАПЛАНИРОВАННЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ

- ✓ PR-кампания
- ✓ Общереспубликанское маркетинговое исследование
- ✓ Презентация проекта
- ✓ Передвижная выставка-ярмарка
- ✓ Акции в магазинах
- ✓ Серия круглых столов
- ✗ Недельные акции «Потребляем приднестровское»
- ✓ Конкурс «Приднестровское Качество!»

PR- кампания

Реклама проекта

- Создание логотипа и фирменного стиля
- Создание и ведение соц. страниц и страницы на сайте ТПП
- Разработка и размещение билбордов и лайтбоксов проекта по всему Приднестровью
- Популяризация идеи Проекта через СМИ

Освещение мероприятий

- Анонсирование мероприятий через СМИ и официальные страницы в интернете
- Изготовление и распространение афиш и листовок

Создание логотипа и фирменного стиля

2017 ГОД ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ
В ПРИДНЕСТРОВЬЕ



ПОКУПАЙ



ПРИДНЕСТРОВСКОЕ!

Вместе укрепим экономику, поддержим предприятия,
проявим свои патриотизм.



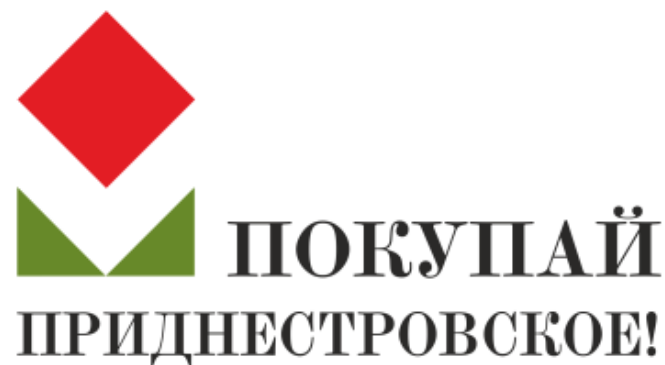
Создание логотипа и фирменного стиля

ТПП ПМР, 2017

Варианты оформления фирменной продукции проекта

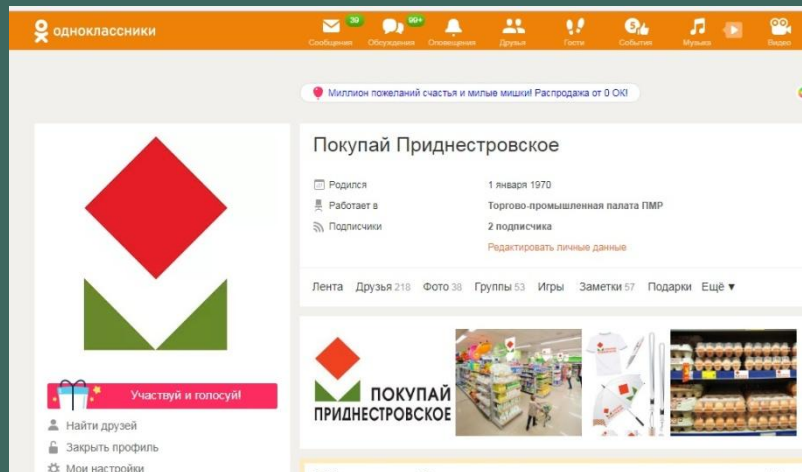
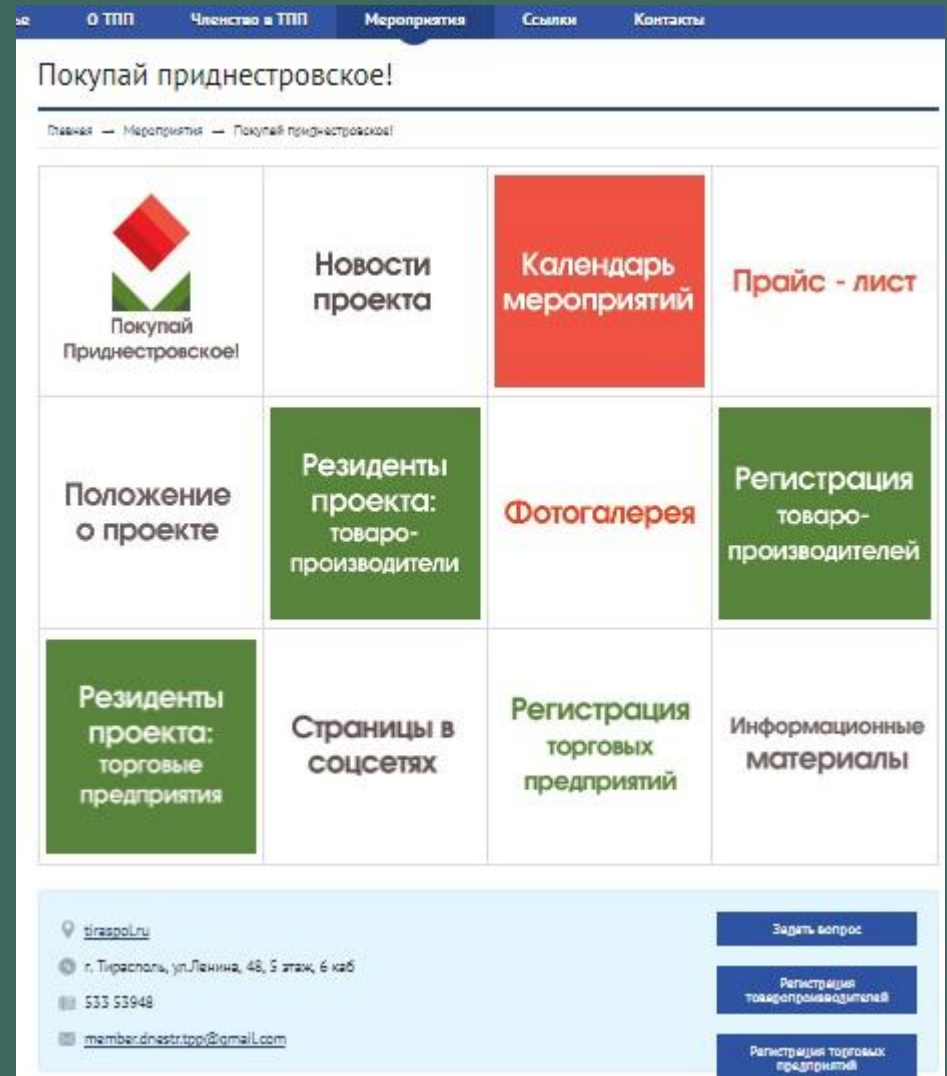
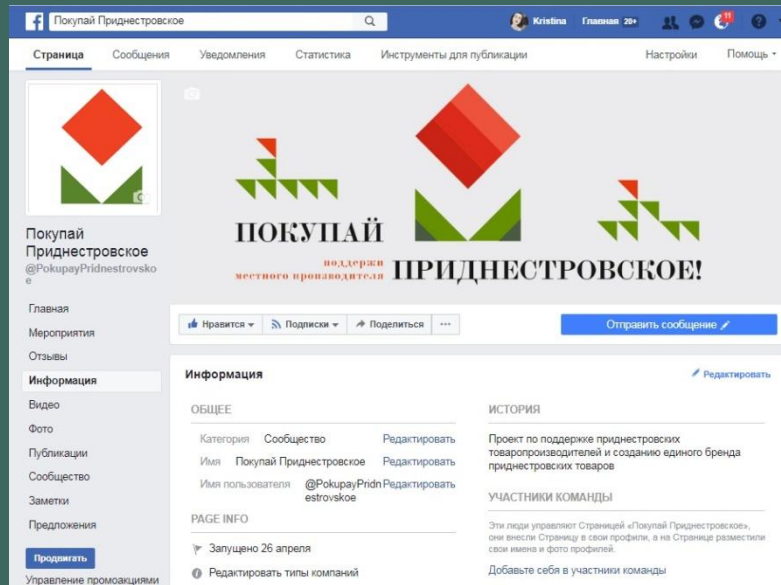


ТПП ПМР, 2017



Это руководство предназначено для использования символики проекта резидентами проекта (торговыми предприятиями для оформления торговых площадей и товаропроизводителями для оформления своей продукции, а также выставочных площадей и рекламной продукции)

Создание онлайн страничек



8 городов

ВЫСТАВКИ- ЯРМАРКИ

Работа с товаропроизводителями

Приглашено к участию более **300** предприятий

Привлечено к участию **184** предприятия

Среднее количество участников каждой выставке **65** предприятий

Средний прирост новых предприятий на выставке **15** участников

Количество участвующих не менее 4-х раз из 8-ми **50** предприятий

Количество 8-ми кратных участников **9** предприятий

Опрошено **320** анкет

Количество выданных наград **61** наград

Работа с посетителями

Итого изготовлено рекламных афиш более **3 000** афиш

Итого изготовлено рекламных
видео и аудио роликов **7** рекламных роликов

Конкурсы с участием посетителей **2** конкурса

Опрошено **1 200** респондентов



ВЫСТАВКИ- ЯРМАРКИ

**Более 2 млн рублей - общая сумма продаж
20 200 посетителей выставок**

18 наград

«за вклад в развитие внутренней торговли»

Товаропроизводители

- ЗАО Тиротекс
- ТПФ ООО "Интерцентр Люкс"
- ОАО "Флоаре"
- ЗАО "Каменский консервный завод"
- LIDER - Группа Компаний, ООО "Евродизайн"
- ГУП "Бендерский хлеб"
- ООО "Карди"
- ИП Кольца Александр Владимирович
- ООО "Акватир"
- ООО "Тавера"
- ЗАО «Одема» им. В. Соловьевой
- ООО "Рилла"
- ООО "Молтекс"
- ГУП Приднестровская газета
- ООО «Букет Молдавии»

Торговые предприятия

- ООО «Паоло»
- ООО «Пимес»
- ООО «Фуршет»



ВЫСТАВКИ-ЯРМАРКИ ИТОГИ

Тирасполь

60

УЧАСТНИКОВ

Около	Примерно
1545	3500
наименований товаров	посетителей

Объем продаж –
470 тыс. руб.

Бендеры

80

УЧАСТНИКОВ

Около	Примерно
3000	2800
наименований товаров	посетителей

Объем продаж –
315 тыс. руб.

Днестровск

69

УЧАСТНИКОВ

Более	Примерно
2300	2100
наименований товаров	посетителей

Объем продаж –
256,7 тыс. руб.

Слободзея

64

УЧАСТНИКА

Около	Примерно
2800	2300
наименований товаров	посетителей

Объем продаж –
253,4 тыс. руб.

Григориополь

72

УЧАСТНИКА

Около	Примерно
2800	2600
наименований товаров	посетителей

Объем продаж –
312 тыс. руб.

Каменка

43

УЧАСТНИКА

Более	Примерно
1400	2500
наименований товаров	посетителей

Объем продаж –
260 тыс. руб.

Рыбница

70

УЧАСТНИКОВ

Около	Примерно
2300	2300
наименований товаров	посетителей

Объем продаж –
245 тыс. руб.

Дубоссары

55

УЧАСТНИКОВ

Около	Примерно
1500	2100
наименований товаров	посетителей

Объем продаж –
230 тыс. руб.

ВЫСТАВКИ-ЯРМАРКИ ИТОГИ

Структура участников сбалансирована



Топ продаж среди представленных товаров

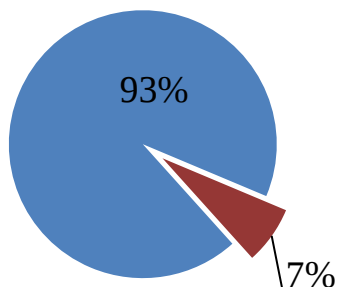
1 место	Грибы, овощи и фрукты <i>68% посетителей купили как минимум один из этих товаров</i>
	Мясо, рыба, колбасные изделия, молочные продукты <i>66 % посетителей купили как минимум один из этих товаров</i>
2 место	Товары легкой промышленности (одежда обувь, текстиль) <i>30 % посетителей купили как минимум один из этих товаров</i>
3 место	Пром. товары (строительные товары, канцтовары, пакеты, сувенирная продукция) <i>16% посетителей купили как минимум один из этих товаров</i>
	Напитки (алкогольные и безалкогольные) <i>16% посетителей купили как минимум один из этих товаров (каждый четвертый)</i>

ВЫСТАВКИ-ЯРМАРКИ

ВЫВОДЫ

94%
участников

90%
посетителей



■ Получение прямой прибыли

■ Формирование имиджа



- Предприятия выражают желания и необходимость участвовать в выставках ярмарках Проекта
- Присутствует массовая поддержка идеи проекта среди населения
- Основная цель участия является получения прямой прибыли
- Необходимо организовать крытые выставки – ярмарки.
- Необходимо усилить медиа поддержку Проекта



АКЦИИ В МАГАЗИНАХ

85 магазинов оформлено
в 36 населенных пунктах
(8 городов и 28 сел)



2 недельные дегустации

- 20 производителей
- в 4 магазинах
- в 2-х городах Тирасполе и Рыбнице

Дегустации

Мясные и рыбные продукты

- ООО «Анекс Групп»
- ООО «Рилла»
- ООО «Карди»
- ООО «Фиальт Агро»
- КФХ Тютюников А.А.

Мучные продукты

ЗАО «Рыбницкий хлебокомбинат»
ООО «Креолина»
ООО «Тавера»

Молочные продукты

- ООО «Агро-Бастет»
- ООО «Карди»
- Овощная продукция
- ООО «Тираспольтрансгаз-Приднестровье»
- ООО «Роксат»
- ООО «Аквина»

Напитки

(алкогольные и безалкогольные)

- МУП «Гарант-Сервис»
- ЗАО «Букет Молдавии»
- ЗАО ТВКЗ KVINT
- ООО «Аквина»
- ООО «Геос»

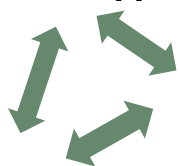
Сувенирные изделия

- ООО «ТехДизайн»
- ИП Юлии Пантюшенко.





производитель



ритейл

потребитель

↑ 5%

50%

не желают участвовать
в Проекте

Акции в магазинах **ВЫВОДЫ**

- Указатели в магазинах привлекают внимание покупателей к товарам местного производства и делает их узнаваемыми
- Проведение дегустаций открывают площадки для общения всех участников рынка
- Ассортимент приднестровских товаров увеличился
- Результативность акций зависит от заинтересованности торговых предприятий

Пожелания торговых предприятий

- Увеличить количество рекламы товаров местных производителей;
- Возобновить выпуск товаров для детей (детское питания);
- Расширять ассортимент местных продовольственных товаров, таких как: кондитерская группа, молочная продукция, консервация, крупы
- Повысить качество производимых товаров продовольственной группы, таких как: крупы, молочная продукция и т.д.
- Увеличить выпуск молочной продукции.

ТОРГОВЫЕ ДИАЛОГИ



3 круглых стола

13 ИЮНЯ

«Ассортимент и качество продукции, востребованной торговыми предприятиями для обеспечения потребностей внутреннего рынка»

04 августа

«Выставки-ярмарки и акции в магазинах, как важнейшие элементы продвижения продукции отечественных производителей».

28 октября

«Предварительные итоги проекта «Покупай приднестровское» и перспективы его развития»

Круглые столы

ВЫВОДЫ

- Отсутствует статистика движения товаров отечественного производства внутри рынка;
- Некоторые производители предпочитают продавать свою продукцию на зарубежных рынках при наличии дефицита на их продукцию на внутреннем рынке;
- Местные покупатели не всегда знают продукцию местного производства из-за слабой рекламной кампании этих продуктов;
- В среднем по году только 10% овощей и фруктов в магазинах занимают местные товары, остальные – импортные;
- Действующее налоговое законодательство содержит барьеры в торговых отношениях между ИП и торговыми предприятиями.
- Нет коммерческой заинтересованности торговых предприятий в продаже продукции местного производства
- Местное население не достаточно осведомлено о выпускаемой продукции в Приднестровье.

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

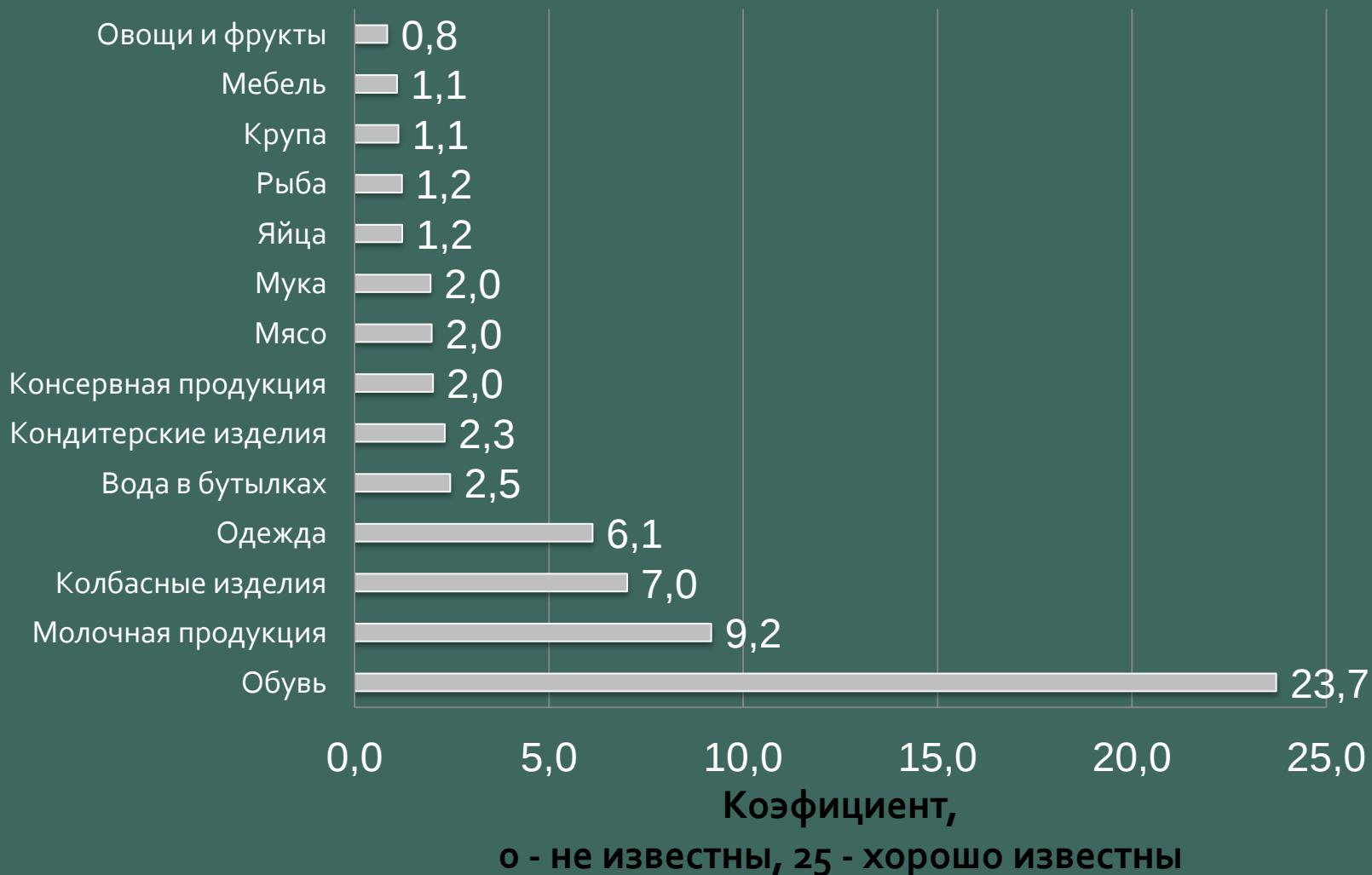
ЦЕЛЬ - изучив предпочтения населения выявить мероприятия и рекомендации по повышению продаж продукции местного производства

500 респондентов

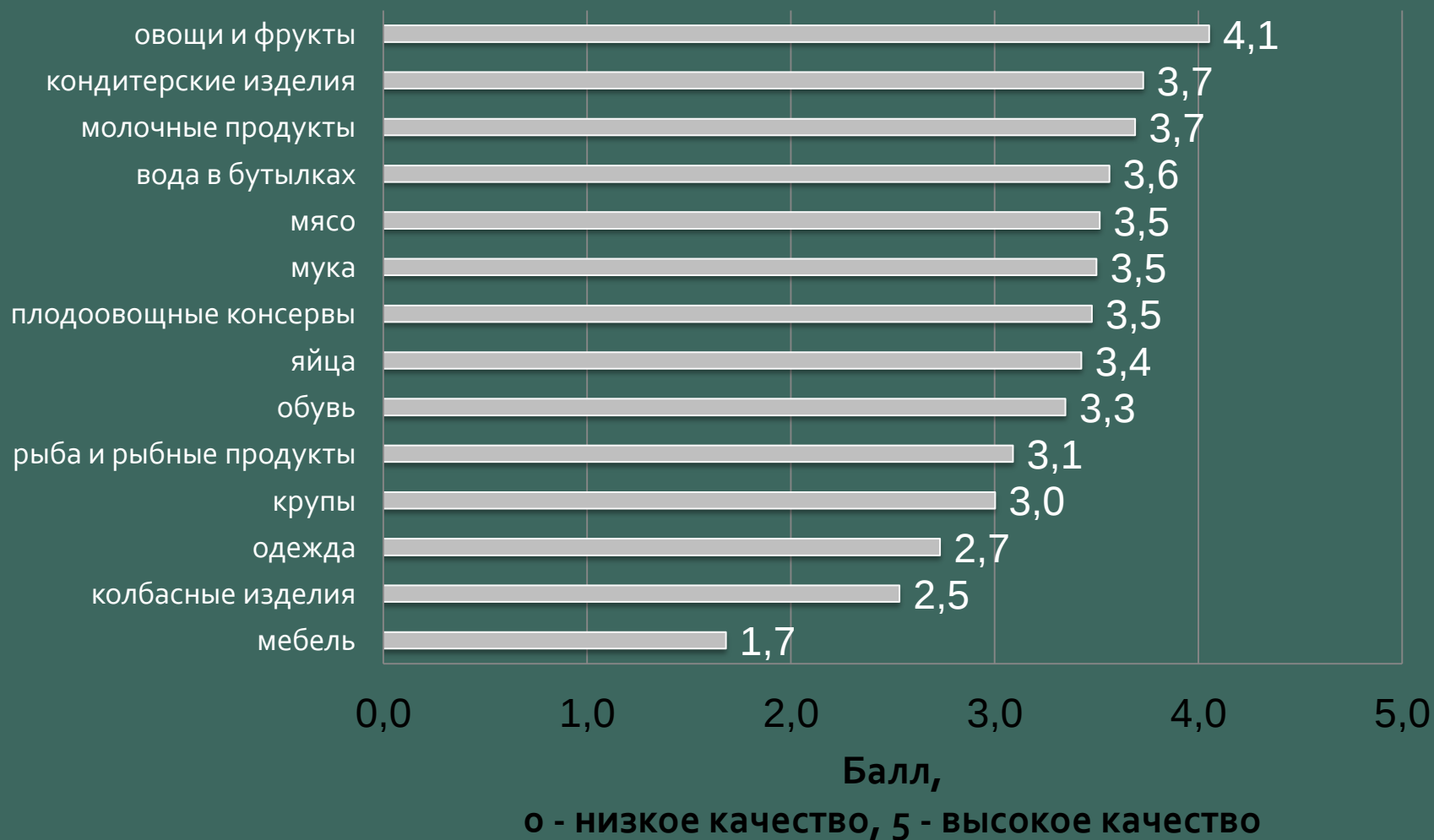
30 населенных
пунктов



КОЭФФИЦИЕНТ ИЗВЕСТНОСТИ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПО ГРУППАМ ТОВАРОВ



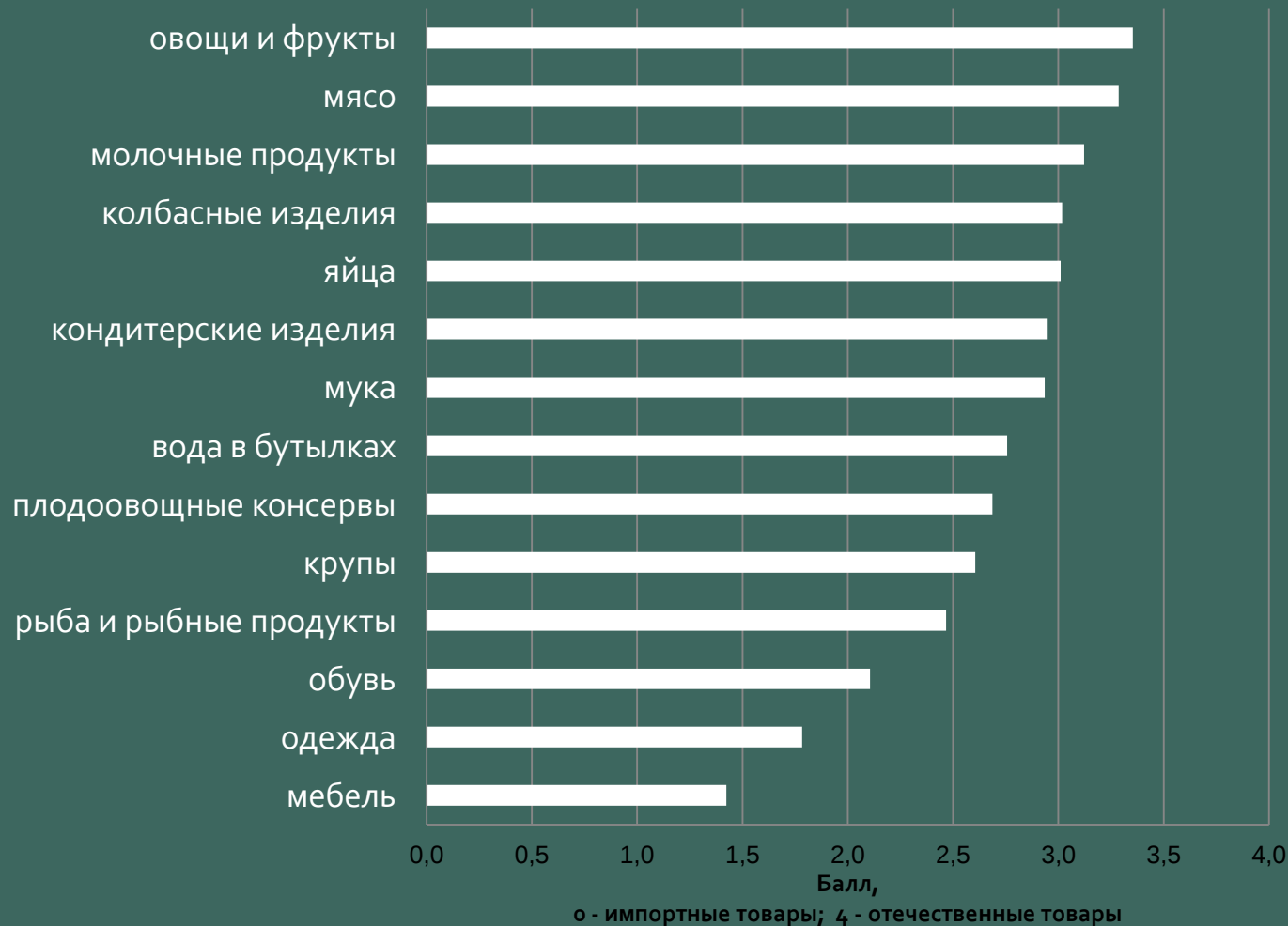
КАЧЕСТВО



ЦЕНА



Отечественные или импортные?



Какую продукцию потребители посоветовали бы приобрести своим иностранным гостям.?

Группа товаров	Частоты	%*	Марка/ производитель	Частоты	%**
1. Алкогольная продукция	259	53%	1. ЗАО ТВКЗ «KVINT» 2. ЗАО "Букет Молдавии" 3. ЗАО «БПЗ»	220 24 9	85% 9% 3%
2. Текстильная продукция	92	19%	1. ЗАО «Тиротекс»	92	100%
3. Обувь	41	8%	1. ЗАО «Тигина» 2. ОАО «Флоаре» 3. ТМ «Флоти»	19 11 8	46% 27% 20%
4. Нечего рекомендовать	25	5%			
5. Молочная продукция	16	3%	1. ОАО «ТМК»	15	94%
6. Колбасные изделия	14	3%	1. ЗАО «БМК» 2. ООО «Фиальт-Агро» 3. ЗАО «ТМК»	12 1 1	86% 7% 7%
7. Одежда	13	3%	1. ТПФ «ИЦЛ» 2. ЗАО «Одема» 3. ЗАО «Вестра»	6 3 2	46% 23% 15%
8. Хлебобулочные и кондитерские изделия	7	1%	1. ЗАО «ТХК» 2. ООО «Смак» 3. ЗАО «РХК»	3 3 1	43% 43% 14%



Какую продукцию потребители посоветовали бы приобрести своим иностранным гостям.?

Группа товаров	Частоты	%*	Марка/ производитель	Частоты	%**
9. Консервная продукция	6	1%	1. ЗАО "ККЗ"	6	1%
10. Фрукты и овощи	5	1%	Без указания производителей		
11. Рыба и рыбные продукты	3	1%	1. ООО «Акватир» 2. ООО «Рилла»	2 1	67% 33%
12. Мёд	2	0%	Частные производители	2	100%
13. Цемент	2	0%	1. ЗАО «РЦК»	2	0%
14. Мясо	1	0%	1. ООО «Пиазис»	1	100%
15. Вода, упакованная для розничной продажи	1	0%	1. ЗАО «ТХК»		
16. Мебель	1	0%	1. ООО «МФ «Евростиль»	1	100%
17. Электрооборудование	1	0%	1. НП ЗАО «Электромаш»	1	100%
18. Домашние продукты	1	0%		1	100%
19. Чай	1	0%	1. ЗАО "Букет Молдавии"	1	100%
20. Яблочные чипсы	1	0%	1. ОАО «Завод консервов детского питания»	1	100%

Выводы маркетингового исследования

- Потребители считают, что цены на местную продукцию значительно завышены – предприятиям необходимо конкурировать по цене с импортными аналогами (мебель, мясо, колбасные изделия, обувь, одежда, рыбная продукция, кондитерские изделия)
- Некоторые категории местных товаров потребители считают некачественными – предприятиям необходимо продолжать работу над качеством (особенно усиленно над теми свойствами, которые потребители отметили, как самые важные - свежесть, вкус, натуральность) (мебель, колбасные изделия, одежда, крупы, рыбная продукция, обувь)
- Потребители не всегда имеют доступ к тем или иным товарам – предприятиям необходимо активнее вести работу с торговыми сетями, осуществлять регулярные поставки (обувь, молочная продукция)
- Предприятиям необходимо оперативно откликаться на пожелания потребителей, особенно это касается работы над качеством и увеличением ассортимента (его разнообразием) (молочная продукция, обувь, одежда, мебель,

РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА

- 1. Разработать методологию оценки доли приднестровских товаров на внутреннем рынке для анализа динамики роста/падения их продаж;**
- 2. Ликвидировать налоговые барьеры, существующие в торговых отношениях между ИП - товаропроизводителями и ритейлерами в форме юридических лиц;**

Закон «О ПОДОХОДНОМ НАЛОГЕ С ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ»_Статья 26-1:

п.6. «Установить, что в период с 1 января 2012 года по 31 декабря 2017 года доходы в размере не более 100 000 (ста тысяч) рублей в месяц, выплаченные юридическим лицом индивидуальному предпринимателю при приобретении у последнего товаров или оказании последним услуг, не подлежат налогообложению подоходным налогом с физических лиц.

Нормы части первой настоящего пункта не применяются при налогообложении доходов, полученных индивидуальными предпринимателями от продажи товаров юридическим лицам, приобретающим данные товары для дальнейшей перепродажи».

При этом, согласно этого же закона п.1.Ст.1. «...К физическим лицам – плательщикам подоходного налога относятся также индивидуальные предприниматели в части доходов, не связанных с осуществлением индивидуальной предпринимательской деятельности».

РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА



3. Товаропроизводителям принять во внимание рекомендации покупателей и торговых предприятий: предприятия поставляют на внутренний рынок товары в недостаточном ассортименте, с высокой ценой и не всегда с высоким качеством.
4. Повысить активность товаропроизводителей по продвижению своих товаров на местном рынке. Местные бренды малоизвестны. Покупатели не всегда знают продукцию местного производства из-за слабой рекламной кампании этих продуктов;
5. Выработать систему мотивации местных торговых предприятий по первоочередной реализации товаров местного производства;

РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА

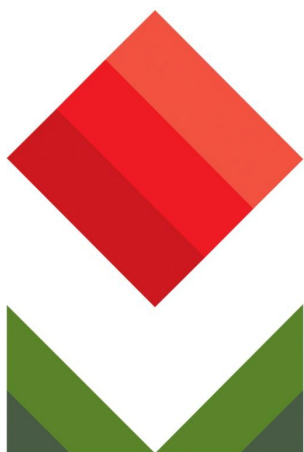
6. Создать диалоговую площадку между товаропроизводителями и торговыми предприятиями, работающую на регулярной основе.
7. Предпринять экстренные меры по остановке процесса сворачивания внутреннего рынка, возникшего с 2015 года в результате падения покупательской способности населения и продолжающегося в результате проводимой монетарной политики. Внутренний рынок требует реанимации.

Оборот розничной торговли (оценка), тыс. руб.

2012	2013	2014	2015	2016
7004460	7714483	7372806	5381482	5375733

8. Разработать государственную программу (дорожную карту) развития внутреннего рынка

ЗАКЛЮЧЕНИЕ



**ПОКУПАЙ
ПРИДНЕСТРОВСКОЕ!**

**ПОКУПАТЬ
ПРИДНЕСТРОВСКОЕ**

**—
ВЫГОДНО,
ПРАВИЛЬНО
И ПАТРИОТИЧНО !**



ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ
ПАЛАТА ПРИДНЕСТРОВЬЯ

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

Торгово-промышленная палата ПМР

www.tiraspol.ru

+373 533 94203

dnestr.tpp@gmail.com