**Отчет**

**о результатах тренинга по маркетингу**

**6-8 июня 2015 года**

**Таджикистан**

**Наталия Козак, эксперт по маркетингу**

 5-я тренинговая сессия предусматривала посещение ряда предприятий и организаций в Хатлонской области, организованоое для всех участников тренига по маркетингу.

Поездки были организованы на следующие предприятия:

* некоммерческая общественная организация "Чашма" (Шахритузский район, председатель - Сановбар Имомназарова),
* завод по производству столовой воды "Чашма 44";
* Курган-Тюбинский пищекомбинат (пилотное предприятие проекта);
* Кооператив/малое предприятие «Бехбуди» (член маркетинговой группы проекта).

Общественная организация "Чашма" оказывает содействие в сокращении уровня бедности и развитию общин в регионе, в первую очередь женщинам и наиболее бедному населению региона. В настоящее время "Чашма" работает с неформальными группами, производящими домашние консервы, сухофрукты, сушеные специи. Организация также тесно работает с частными предпринимателями, вырабатывающими плодоовощные консервы. Еще одно направление работы «Чашма» - текстиль/производство школьной формы. Неформальной группе женщин, производящих домашние консервы, была дана рекомендация перейти к изготовлению уникальных консервов, которые не производятся перерабатывающими предприятиями ввиду их высокой трудоемкости. В то же время такие консервы могут стать визитной карточкой этой группы и вывести ее на рынок Таджикистана, как фирмы, которая производит уникальные продукты по национальной рецептуре из экологически чистого сырья. Эта ниша на местном рынке пока не занята, что может обеспечить участницам группы получение постоянного дохода. Во время посещения консервного завода, (малое предприятие расположенное неподалеку), который тоже сотрудничает с "Чашмой", были сделаны замечания по санитарии и гигиене производства; дополнительные замечания были сделаны по качеству и содержанию этикеток, которые не соответствуют требованиям современного законодательства Таджикистана.

Во время посещения Курган-Тюбинского пищекомбината участники тренинга заполнили оценочные анкеты НАССР, которые позже были проанализированы в ходе тренинга; протестировали вкусовые качества консервов и сделали замечания относительно визуальных и вкусовых характеристик продукции предприятия, которые позже также были обсуждены на занятиях по маркетингу.

 В тренинге приняли участие представители перерабатывающих предприятий и представители компаний/бизнес-посредников (КБП), предоставляющих консультационные услуги МСБ.

 Вниманию присутствующих были представлены презентации:

* «Методы продвижения продукции на рынок»,
* «Еще раз о маркировке консервов»,
* "Калькулирование себестоимости готовой продукции".

Материалы первой презентации содержали информацию о способах и методах продвижения продукции на рынок, видах и принципах создания эффективны рекламных текстов, о видах и принципах маркетинговых акций.

 Вторая презентация была посвящена маркировке консервной продукции, в том числе соковой продукции и других видов овощных и фруктовых консервов в соответствии с требованиями технических регламентов Таджикистана. На одном из предыдущих тренингов эта тема уже рассматривалась, но в соответствиями с пожеланиями участников тренингов, высказанных ими в анкетах, тема была рассмотрена более детально. У предприятий начался сезон переработки плодоовощного сырья и производства консервов, они вынуждены были приступить к разработке и изготовлению этикеток в соответствии с новыми требованиями в Таджикистане. Участники тренинга во время практических занятий сделали "Работу над ошибками", т.е. им были предложены примеры реальных этикеток, при разработке которых предприятия допустили ошибки в маркировке, оформлении этикеток.

В ходе презентаций были рассмотрены системы управления качеством на предприятии, основные требования Республики Таджикистан и Таможенного Союза (Евразийский Союз между Россий, Белоруссией, Казахстаном, Ктргизстаном и Арменией) к маркировке пищевой продукции, сформулированные в технических регламентах Республики Таджикистан от 14 октября 2014 года, № 642, от 3 января 2014 года №29, регламентах Таможенного Союза ТР ТС 023/2011, ТР ТС 021/2011, ТР ТС 005/2011.

 Особое внимание было уделено информации об упаковке, преимуществах и недостатках отдельных видов упаковок, а также перспективным/продвинутым видам упаковок, которые могут быть использованы в консервной промышленности.

 Материалы третьей презентации содержали информацию о методике разработки калькуляции себестоимости готовой продукции. Тема была выбрана для рассмотрения на тренинге тоже в соответствии с пожеланиями участников тренингов, поскольку многие предприятия не занимаются расчетами плановой и фактической себестоимости готовой продукции, в результате чего нередко выпускают убыточную продукцию.

 После завершения учебной сессии участники заполнили анкеты и оценили информацию, полученную во время всего уебного курса. Резульататы акетирования были обработаны и проанализированы.

 Данные анкет были обработаны и проанализированы, в таблице представлен краткий анализ оценки участниками тренинга презентаций по маркетингу в разрезе тем:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Название темы | Количество участников, которые указали эту тему, как интересную | В % от общего числа участников, заполнивших анкеты |
| **Методы продвижения продукции на рынок** |
| Рекламные кампании | 10 | 91 |
| Личная (персональная) продажа | 6 | 55 |
| Общественные связи | 3 | 27 |
| Промоакции | 2 | 18 |
| **Еще раз о маркировке консервов** |
| Работа над ошибками | 9 | 82 |
| Маркировка соковой продукции из овощей и фруктов, наносимая на этикетку | 5 | 45 |
| Маркировка консервной продукции, наносимая на этикетку | 5 | 45 |
| **Разработка калькуляции себестоимости готовой продукции** |
| Информация была полезной | 10 | 91 |
| Информация была интересной | 5 | 45 |
| Информация была ненужной |  |  |

 Таким образом, можно сделать вывод, что большинство вопросов для участников тренинга были интересными и полезными, о чем свидетельствуют данные анкетирования. Наиболее важными темами были определены вопросы разработки рекламы, разработки калькуляции готовой продукции, а также маркировки продукции.

 Также во время данной сессии была проведена вторая встреча предприятий - членов маркетинговой группы Хатлонской области. К этой встрече были подготовлены несколько вариантов логотипа для хатлонской маркетинговой группы, которые были предложены для рассмотрения и внесения замечаний участникам тренинга, в том числе членам группы.

 Кроме того, в ходе встречи были обсуждены направления дальнейшей деятельности маркетинговой группы, исходя из анализа рынка консервной продукции Таджикистана. Презентация с анализом продукции и будущих перспектив членов маркетинговой группы, на основе сущестующей ситуации с предложением-спросом в Таджикистане, а также короткий анализ основных международных рынков были представлены Зафаром Ализадой, руководителем неформальной маркетинговой группы.

 Как и было предусмотрено проектом, к проведению последней тренинговой сессии было разработано и издано в количестве 100 экземпляров "Учебное пособие по маркетингу и бизнес-менеджменту", которое получили все участники тренинга.

 В соответствии с техническим заданием, была проведена подготовительная работа по организации учебной поездки в Польшу, т.е. определены участники поездки, совместно с польскими коллегами разработана программа поездки, забронированы гостиницы по маршруту поездки, выбрана транспортная компания, которая будет оказывать услуги на территории Польши, подготовлены и отосланы приглашения с польской стороны, необходимые для получения шенгенских виз участниками поездки. От Таджикистана все четыре члена неформальной маркетинговой группы были отобраны для поездки в Польшу (см.список участников поездки в предыдущем отчете об учебном курсе по маркетингу).

 В ходе подготовки презентаций были использованы:

[1.](file:///C%3A%5C%5CUsers%5C%5CUSER%5C%5CDownloads%5C%5CCustoms%20Union.docx%22%20%5Cl%20%22_ftnref1%22%20%5Co%20%22) ТР ТС 021/2011 "О безопасности пищевой продукции".

[2.](file:///C%3A%5C%5CUsers%5C%5CUSER%5C%5CDownloads%5C%5CCustoms%20Union.docx%22%20%5Cl%20%22_ftnref2%22%20%5Co%20%22) ТР ТС 005/2011"О безопасности упаковки".

[3.](file:///C%3A%5C%5CUsers%5C%5CUSER%5C%5CDownloads%5C%5CCustoms%20Union.docx%22%20%5Cl%20%22_ftnref3%22%20%5Co%20%22) ТР ТС 023/2011 "Технический регламент на соковую продукцию

из фруктов и овощей" .

4. Технический регламент Республики Таджикистан "Маркировка пищевых продуктов" от 03.01.2014 № 29.

5. Технический регламент соковой продукции из фруктов и (или) овощей Республики Таджикистан от 14.10.2014 №642.

6. Методы формирования производственной себестоимости http://www.cfin.ru/management/finance/cost/production

7. Российский союз производителей соков " Маркировка соковой продукции из фруктов и (или) овощей, наносимая на потребительскую упаковку".

Август 2015