



MILEȘTII MICI

PLAN DE AFACERI al ÎS "Combinatul de Vinuri de Calitate "Mileștii Mici"

A. DESCRIEREA ÎNTREPRINDERII, A PRODUSELOR ȘI SERVICIILOR

I. DATE DE IDENTIFICARE

| | |
|---------------------------------|--|
| Denumirea întreprinderii | Întreprinderea de Stat "Combinatul de Vinuri de Calitate "Mileștii Mici" |
| Codul fiscal | 1002601002907 |
| Forma organizatorică | Întreprindere de stat |
| Capitalul social | 15 501 336 lei |
| Cota statului | 100% Agenția Proprietății Publice |
| Adresa juridică | c. Mileștii Mici, r. Ialoveni, MD-6819, Republica Moldova |
| Administrator Interimar | Alexei SOTNIC |
| Telefon de contact | +373 69 699 566 |

ÎS "Combinatul de Vinuri de Calitate "Mileștii Mici" a fost fondată în anul 1969 ca secție de păstrare și maturare a vinurilor de calitate produse în proximitatea imediată a localității Ialoveni.

La data de 10 august 2001, prin Hotărârea de Guvern Nr. 798, ÎS Sovhoz- fabrică "Moldova" este reorganizat prin divizare și se întemeiază ca rezultat ÎS "Combinatul de Vinuri de Calitate "Mileștii Mici", înregistrată la data de 08 noiembrie 2001.

Acumulând experiență, "Mileștii Mici" și-a construit în timp o bună reputație în colaborarea cu distribuitori din întreaga lume. Cartea de vizită a vinăriei este colecția de vinuri din galeriile subterane, cu peste 1,5 milioane de sticle, care în anul 2005 a fost înregistrată în Cartea Recordurilor Guinness drept cea mai mare colecție de vinuri din lume.

Principalele genuri de activitate (conform statutului):

- Producerea și păstrarea vinurilor de calitate și a vinurilor spumante; precum și a altor tipuri de producție vinicolă;



MILEȘTII MICI

- Prestarea serviciilor pentru agricultură;
- Stocarea, comerțul cu ridicata și amănuntul a producției alcoolice produse în țară sau importate;
- Stocarea, prelucrarea și conservarea fructelor, legumelor.

II. PRODUSE ȘI SERVICII PRESTATE

A II.1. Esența afacerii

ÎS "CVC "Mileștii Mici" este specializată în producerea, păstrarea și comercializarea vinurilor de calitate. O nouă ramură dezvoltată vertiginos în ultimii 15 ani este turismul viti-vinicol, care se datorează fluxului mare de turiști care vizitează vinăria, îndeosebi pentru a vedea "Colecția de Aur", situată la adâncimea de 80 de metri sub pământ.

Pe cele 100 hectare de podgorii ale vinăriei sunt plantate soiuri locale și internaționale. În sortimentul de struguri albi intră Sauvignon, Riesling de Rhin și Riton, iar dintre soiurile roșii - Cabernet Sauvignon și Merlot. Din acestea și nu numai, la vinărie se produc atât vinuri efervescente, cât și liniștite - albe, rosé, roșii și licoroase.

A II.2. Principalele piețe de desfacere pentru vinurile cu marca comercială "Mileștii Mici"

ÎS CVC "Mileștii Mici" este prezentă pe piața națională și cea internațională cu produse vinicole la un raport preț-calitate accesibil. Pe piața internă, vinurile sunt comercializate la magazinele specializate și prin intermediul distribuitorului local.

Totodată, produsele vinicole cu marca "Mileștii Mici" sunt prezente în țări de la cele mai apropiate geografic - România, Polonia, Lituania, Croația, Marea Britanie - până la cele mai îndepărtate - China, Coreea de Sud, Canada.

A II.3. INDICATORII DE PERFORMANȚĂ

| Nr. | Indicatori | UM | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 |
|-----|--|---------|--------|--------|--------|--------|
| 1. | Creșterea veniturilor din vânzări ($\geq 5\%$) | mii lei | 50 987 | 53 536 | 56 213 | 59 024 |
| | | | 165 | 170 | 175 | 180 |
| 2. | Majorarea profitului | mii lei | 6 500 | 6 825 | 7 166 | 7 524 |
| 3. | Rentabilitatea activelor (optim 0-10%) | % | 5,0 | 5,3 | 5,5 | 5,8 |



MILEȘTII MICI

| | | | | | | |
|-----|--|--------------|----------|----------|----------|----------|
| 4. | Rentabilitatea veniturilor din vânzări | % | 55,7 | 58,5 | 61,4 | 64,5 |
| 5. | Majorarea rentabilității financiare | % | 4,9 | 5,1 | 5,3 | 5,6 |
| 6. | Menținerea nivelului optim (>1) al ratei solvabilității generale | % | 19,7 | 20,7 | 21,7 | 22,8 |
| 7. | Viteza de rotație a stocurilor | număr | 542 | 515 | 489 | 465 |
| 8. | Productivitatea personalului | lei/salariat | 309012,1 | 314917,6 | 321217,1 | 327911,1 |
| 9. | Creșterea numărului de turiști deserviți | număr | 42 000 | 44 100 | 46 305 | 48 620 |
| 10. | Lipsa reclamațiilor | număr | 0 | 0 | 0 | 0 |

A II.4. PUNCTELE TARI ALE ÎS CVC "MILEȘTII MICI"

PUNCTELE TARI, TURISM:

- Atracția turistică unică;
- Amplasarea în proximitatea imediată a capitalei Chișinău;
- Pachete turistice diversificate;
- Interfața digitală și opțiunea de booking online;
- Tururi ghidate în trei limbi și degustări în galeriile subterane;
- Ambianța și originalitatea;
- Facilități pentru turiști (mobilitate, spații de agrement);
- Parteneriate cu agenții de turism.

PUNCTELE TARI, VÂNZĂRI DE PRODUS:

- Raportul optim preț-calitate;
- Varietatea portofoliului de produse vinicole;
- Recunoașterea brandului;
- Design atractiv;
- Distribuție eficientă și vizibilitate la raft;
- Participări la competiții și expoziții internaționale.



MILEȘTII MICI

B. ORGANIZARE ȘI MANAGEMENT

Notă: vezi Anexa nr.1

I. STRUCTURA PERSONALULUI ÎN FUNCȚIE DE VÂRSTĂ

| Nr. | Categorie de vârstă | Număr de persoane | Pondere în totalul personalului, % |
|-----|---------------------|-------------------|------------------------------------|
| 1. | până în 35 ani | 28 | 18 |
| 2. | între 35-45 ani | 49 | 30 |
| 3. | între 45-55 ani | 20 | 13 |
| 4. | peste 55 ani | 68 | 39 |
| | TOTAL | 165 | 100 |

II. STRUCTURA ANGAJAȚILOR ÎN FUNCȚIE DE STUDII

| Nr. | Nivel de calificare | Număr de persoane | Pondere în totalul personalului, % |
|-----|------------------------|-------------------|------------------------------------|
| 1. | Studii superioare | 41 | 26 |
| 2. | Studii medii | 67 | 40 |
| 3. | Muncitori necalificați | 57 | 34 |
| | TOTAL | 165 | 100 |

III. FONDUL DE SALARIZARE

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 |
|---------------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Numărul mediu scriptic al angajaților | 157 | 165 | 170 | 175 | 180 |
| Fondul de salarizare | 12 388 202 | 15 827 443 | 19 033 500 | 20 936 850 | 23 030 535 |
| Salariu lunar pe angajat | 6 575,5 | 7 993,6 | 9 330,1 | 9 969,9 | 10 662,3 |



MILEȘTII MICI

C. PLAN DE MARKETING

TABEL: STRUCTURA VENITURILOR DIN VÂNZĂRI

| N r. | Venituri din vânzări (mii lei), din care: | Total 2023 | | Total estimat 2024 | | Total estimat 2025 | | Total estimat 2026 | |
|------|---|---------------|------------|--------------------|------------|--------------------|------------|--------------------|------------|
| | | | | | | | | | |
| 1. | Venituri din vânzarea produselor și mărfurilor | 25 261 | 49 | 26 523 | 49 | 27 849 | 49 | 29 241,8 | 49 |
| 2. | Venituri din prestarea serviciilor și executarea lucrărilor | 25 726 | 51 | 27 013 | 51 | 28 364 | 51 | 29 782,2 | 51 |
| | Total | 50 987 | 100 | 53 536 | 100 | 56 213 | 100 | 59 024 | 100 |

Notă: Ponderea plăților prin transfer online în totalul plăților efectuate de clienți pentru serviciile de turism prestate continuă să crească. În anul 2023, aceasta a fost de 27%, ceea ce înseamnă că aproape fiecare al treilea grup de vizitatori la vinărie accesează platforma de booking online.

TABEL: DATE PRIVIND PIAȚA

| Clienți | Vânzări pe clienți principali (mii lei) | Total 2023 | | Total estimat 2024 | | Total estimat 2025 | | Total estimat 2026 | |
|-----------------|---|--------------|-----------|--------------------|-----------|--------------------|-----------|--------------------|-----------|
| | | | | | | | | | |
| Clienți interni | Magazine specializate | 10 807 | | 11 347 | | 11 915 | | 12 510 | |
| | Distribuitor | 4 650 | | 4 882 | | 5 127 | | 5 383 | |
| | Total piața internă | 15457 | 61 | 16 229 | 61 | 17 042 | 61 | 17 893 | 61 |
| Clienți externi | Total piața externă | 9 804 | 39 | 10 294 | 39 | 10 807 | 39 | 11 348,8 | 39 |



MILEȘTII MICI

| | | | | | | | | |
|----------------------------|--------|-----|--------|-----|--------|-----|----------|-----|
| Total intern+extern | 25 261 | 100 | 26 523 | 100 | 27 849 | 100 | 29 241,8 | 100 |
|----------------------------|--------|-----|--------|-----|--------|-----|----------|-----|

TABEL: CHELTUIELI PENTRU PROMOVARE

| | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 |
|---|-------|--------|--------|--------|
| Cheltuieli pentru promovarea produselor/serviciilor (mii lei) | 690,0 | 1500,0 | 2000,0 | 2500,0 |

RECOMANDĂRI

- Deoarece Internetul (prin rețelele de socializare și prin site-uri specializate) și magazinele (prin rafturi, prin ambalaje, prin etichetele produselor și prin vânzător) reprezintă principala sursă de informare pentru consumatori, este necesară o comunicare intensă la raft, printr-un design atrăgător și convingător, care să transmită clar informații despre produs.
- Asigurarea accesibilității cât mai largi și vizibilității produselor în cât mai multe canale de vânzare, acoperind în special comerțul modern (hypermarketuri, supermarketuri), dar fără a neglija magazinele de specialitate.

TABEL: PRINCIPALII FURNIZORI DE MATERII PRIME

| | Furnizori | Valoarea anuală a achizițiilor (mii lei) |
|--------------------------------|---|---|
| Materie primă/serviciu: | Sticla ("Vetropack Chisinau" SA) | 2 651,9 |
| | Dop de pluta ("Capsulit Grup" SRL) | 953,9 |
| | Capsule ("Firstline" SRL) | 203,7 |
| | Etichete ("Proficon Arh" SRL, "Flexlabel" SRL...) | 709,6 |
| | Cutie ("Horn" SRL) | 480,8 |
| Total | | 4 999,9 |

TABEL: CHELTUIELI ANUALE DE PRODUCȚIE



MILEȘTII MICI

| Cheltuieli de producție directe | Suma (mii lei) | % din total cheltuieli |
|--|-----------------------|-------------------------------|
| Materii prime, (producție proprie) | 300,0 | |
| Materiale auxiliare | 12 958,0 | |
| Manoperă directă (salarii + taxe și contribuții sociale) | 17 410,2 | |
| Energie, alte utilități | 2 090,0 | |
| Subansamble | 19,0 | |
| Servicii sau lucrări subcontractate | 100,0 | |
| Alte cheltuieli directe | - | |
| <i>Total cheltuieli directe</i> | 32877,20 | 73 |
| Cheltuieli de producție indirecte | Suma (mii lei) | % din total cheltuieli |
| Administrație / Management (incl salariu) | 6000,0 | |
| Cheltuieli de Birou / Secretariat | 80,0 | |
| Cheltuieli de Transport | 365,0 | |
| Cheltuieli de Pază | 25,0 | |
| Cheltuieli de protecția muncii și a mediului | 164,0 | |
| Alte cheltuieli indirecte | 5 259 | |
| <i>Total cheltuieli indirecte</i> | 11893,0 | 27 |
| TOTAL | 44 770,2 | 100 |

D. INDICATORII FINANCIARI DE PERFORMANȚĂ

ANALIZA INDICATORILOR DE LICHIDITATE

| Indicatori | 31.12.2021 | 31.12.2022 | 31.12.2023 | Nivele recomandate |
|----------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------------|
| Lichiditatea curentă | 10,61 | 9,43 | 13,05 | 2,00 - 2,50 |



MILEȘTII MICI

| | | | | |
|---------------------------|------|------|------|-------------|
| Lichiditatea intermediară | 2,01 | 1,3 | 2,2 | 0,70 - 0,80 |
| Lichiditatea absolută | 1,0 | 0,62 | 0,65 | 0,20 - 0,25 |

Interpretare: În perioada analizată, valorile indicatorilor de lichiditate au respectat nivelele recomandate. Creșterea valorii numerarului și a dus la creșterea lichidității intermediare la finalul perioadei de gestiune 2023.

TABEL: ANALIZA INDICATORILOR DE ÎNDATORARE

| Nr. | Indicatori | 31.12.2021 | 31.12.2022 | 31.12.2023 |
|-----|--|-------------|-------------|-------------|
| 1. | Capital propriu | 125 038 361 | 125 073 437 | 131 027 451 |
| 2. | Datorii pe termen lung, total | 7 944 867 | 1 071 674 | 1 071 674 |
| 3. | Datorii pe termen scurt, total | 7 059 815 | 7 489 769 | 7 066 815 |
| 4. | Total datorii | 15 004 682 | 8 561 443 | 8 138 489 |
| 5. | Total pasiv | 141 317 755 | 135 409 626 | 139 175 716 |
| 6. | Ggl = rd.4/rd.5 | 0,11 | 0,06 | 0,06 |
| 7. | Ggl = rd.4/rd.1 | 0,12 | 0,07 | 0,06 |
| 8. | Capacitatea maximă de îndatorare, lei | 250 076 722 | 250 146 874 | |
| 9. | Capacitatea de îndatorare efectivă, lei | 235 072 040 | 241 585 431 | |
| 10. | Capacitatea de îndatorare pe termen lung, lei | 117 093 494 | 124 001 763 | |
| 11. | Capacitatea de îndatorare pe termen scurt, lei | 117 978 546 | 117 583 668 | |



MILEȘTII MICI

Interpretare: Din analiza indicatorilor de îndatorare, stabilim că întreprinderea are o situație financiară confortabilă, determinată de nivelul redus al datoriilor. ÎS "CVC "Mileștii Mici" poate să se îndatoreze în limitele de 250 146 874 lei. Pentru că Datoriile pe termen lung constituie 1 071 674 lei, capacitatea de îndatorare pe termen lung este de 124 001 763 lei, iar pe termen scurt de 117 583 668 lei. Diminuarea datoriilor în ultimii doi ani a condus la creșterea capacității de îndatorare efectivă și de îndatorare pe termen lung.

ANALIZA RENTABILITĂȚII ACTIVELOR ȘI A EFECTULUI ECONOMIC DIN ÎNCETINIREA VITEZEI DE ROTAȚIE A STOCURILOR

TABEL: ANALIZA RENTABILITĂȚII ACTIVELOR

| Nr. | Indicatori | 2021 | 2022 | 2023 |
|-----|---|---------------|---------------|-------------|
| 1. | Venituri din vânzări, lei | 39 035 935 | 37 796 694 | 50 987 222 |
| 2. | Profit (pierdere) până la impozitare, lei | 7 158 341 | 2 718 572 | 7 064 330 |
| 3. | Valoarea medie a activelor, lei | 137 694 781,5 | 138 363 690,5 | 139 175 716 |
| 4. | Rentabilitatea veniturilor din vânzări, % | 18,3 | 7,2 | 13,8 |
| 5. | Rentabilitatea activelor, % | 5,2 | 2 | 5 |

TABEL: APRECIEREA EFECTULUI ECONOMIC DIN MODIFICAREA STOCURILOR

| Nr | Indicatori | 2021 | 2022 | 2023 |
|----|---|--------------|--------------|------------|
| 1. | Venituri din vânzări, lei | 39 035 935 | 37 796 694 | 50 987 222 |
| 2. | Valoarea medie a stocurilor, lei | 72 572 088,5 | 73 598 251,5 | 76 795 278 |
| 3. | Durata de rotație a stocurilor, zile | 669,27 | 700,99 | 542 |
| 4. | Efectul economic ($\pm E$) din modificarea rotației stocurilor, lei | x | 3 330 308,7 | |



MILEȘTII MICI

Interpretare: În anul 2023, entitatea a înregistrat venituri din vânzări în valoare de 50 987 222 lei, cu 13 190 528 lei mai mult față de anul precedent. În același an, profitul până la impozitare a constituit 7 064 330 lei. Durata de rotație a stocurilor a încetinit cu 158,99 de zile.

TABEL: APRECIEREA DINAMICII VENITURILOR DIN VÂNZĂRI

| Nr. | Indicatori | 2021 | 2022 | 2023 | Abaterea absolută, 22/21 | Abaterea absolută 23/22 |
|------|--|------------|------------|------------|--------------------------|-------------------------|
| 1. | Venituri din vânzări, lei | 39 035 935 | 37 796 694 | 50 987 222 | -1 239 241 | 13 190 528 |
| 2. | Profitul brut, lei | 17 664 420 | 20 749 437 | 28 436 553 | +3 085 017 | 7 687 116 |
| 3. | Profitul din activitatea operațională, lei | 2 633 695 | 2 853 263 | 7 893 260 | +219 568 | 5 039 997 |
| 4. | Profitul până la impozitare, lei | 7 158 341 | 2 718 572 | 7 064 330 | -4 439 769 | 4 345 758 |
| 5. | Profitul net (pierderea netă) lei | 6 660 607 | 2 289 049 | 6 500 000 | -4 371 558 | 4 210 951 |
| 6. | Rentabilitatea veniturilor din vânzări (%), calculată în baza: | | | | | |
| 6.1. | Profitului brut | 45,25 | 55 | 56 | +9,75 | 1 |
| 6.2. | Profitului din activitatea operațională | 6,7 | 7,5 | 15,5 | +0,8 | 8 |
| 6.3. | Profitului până la impozitare | 18,33 | 7,19 | 13,8 | -11,14 | 6,61 |
| 6.4. | Profitului net (pierderii nete) | 17,06 | 6,05 | 12,7 | -11,01 | 6,65 |



MILEȘTII MICI

Interpretare: Rentabilitatea veniturilor din vânzări exprimă legătura care există între rezultatul financiar și veniturile din vânzări obținute. În anul 2023, ca rezultat al creșterii veniturilor din vânzări cu 13 190 528 lei, întreprinderea a obținut la un leu venituri din vânzări profituri până la impozitare de 6,61 bani, față de anul 2022.

TABEL: ANALIZA INDICATORILOR ECHILIBRULUI FINANCIAR

| Nr. | Indicatori | 31.12.2021 | 31.12.2022 | 31.12.2023 |
|-----|---------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| 1. | Active curente, lei | 88 455 622 | 87 379 323 | 92 253 207 |
| 2. | Active totale, lei | 141 317 755 | 135 409 626 | 139 175 716 |
| 3. | Datorii curente, lei | 7 059 815 | 7 489 769 | 7 066 815 |
| 4. | Datorii totale, lei | 15 004 682 | 8 561 443 | 8 138 489 |
| 5. | Activul net contabil (ANC), lei | 126 313 073 | 126 848 183 | 131 037 227 |
| 6. | Fondul de rulment (FR), lei | 81 395 807 | 79 889 554 | 85 186 392 |

Interpretare: Activele nete reflectă mărimea activelor controlate de entitate, care sunt formate pe seama surselor proprii de finanțare și nu sunt împovărate de datorii. Întreprinderea a înregistrat la sfârșitul anului 2023 active nete în mărime de 131 037 227 lei, cu 4 189 044 mai mult față de anul precedent. Se constată respectarea echilibrului financiar, care presupune că activele imobilizate trebuie finanțate pe seama capitalului permanent (46 922 509 lei < 126 145 111 lei). La finalul 2023, valoarea activelor imobilizate nete a constituit 46 922 mii lei, cu 1 108 mii lei mai puțin față de aceeași perioadă a anului precedent. În perioada analizată, ponderea activelor imobilizate nete a crescut cu două puncte procentuale.

E. ANALIZA MEDIULUI CONCURRENTIAL AL ÎS CVC "MILEȘTII MICI"

Scopul analizei: Identificarea principalelor forțe motrice ale mediului concurențial care afectează direct și/sau indirect



MILEȘTII MICI

performanța ÎS CVC “Mileștii Mici” pe piața locală și internațională.

Metode utilizate: Abordare formală logică, abordare sistemică, cadru analitic strategic, cercetare de piață.

I. AVANTAJUL COMPETITIV AL ÎS ”CVC “MILEȘTII MICI”

| Output | Avantaj competitiv | Output | Avantaj competitiv |
|--------|-----------------------------|----------|--|
| Produs | Recunoașterea brandului; | Servicii | Notorietatea atracției turistice; |
| | Raport optim preț-calitate; | | Atracție turistică unică, dificil de replicat; |
| | Narațiunea brandului. | | Proximitatea imediată a urbei Chișinău. |

II. CEREREA SOLVENTĂ

| | |
|----------------------------|--|
| Produse vinicole | <ul style="list-style-type: none">• Prețurile EXW competitive permit vinăriei să stabilească parteneriate avantajoase pentru ambele părți cu distribuitori internaționali, oferind un preț accesibil pentru consumatorii finali. |
| Tururi cu degustare de vin | <ul style="list-style-type: none">• Număr impunător de turiști: Anual, peste 42 000 de turiști vizitează crama, printre aceștia numărându-se persoane cu putere înaltă de cumpărare.• Turismul generează venituri din servicii, diversificând astfel sursele de venit ale companiei, dar în același timp catalizează cererea pentru vinurile cramei, având în vedere specificul produsului, consumul căruia este determinat de degustarea prealabilă.• Promovare gratuită prin “word-of-mouth”: Feedback-ul experienței pozitive a grupurilor de vizitatori se transpune prin recenzii bune și recomandări rudelor, prietenilor și cunoscuților. |

III. CLIENȚII ÎS ”CVC “MILEȘTII MICI”

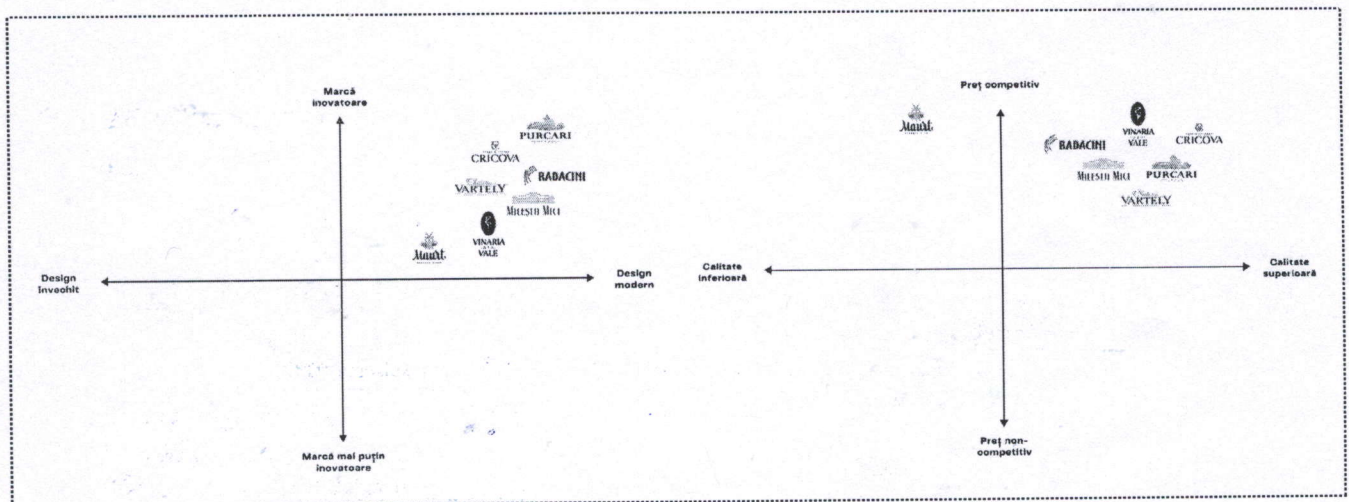


MILEȘTII MICI

| Output | Produse vinicole | Servicii de turism |
|---------------------------|--|--|
| Clienți potențiali | Canale de distribuție: <ul style="list-style-type: none">- retaileri,- distribuitori independenți (internaționali),- rețele HoReCa,- platforme online. Clienți finali: <ul style="list-style-type: none">- adulți tineri, adulți și seniori cu putere de cumpărare și disponibilitate de a procura vin,- entuziaști și connoisseuri. | Context: <ul style="list-style-type: none">- femei și bărbați de toate vârstele,- persoane cu venituri medii până la foarte ridicate,- vizitatori solitari și grupuri de vizitatori. Geografie: <ul style="list-style-type: none">- cetățeni ai Republicii Moldova, din țară și din diasporă,- turiști din țările vecine - România și Ucraina,- turiști din Cehia, Polonia, Italia, Germania, Belgia, Țările de Jos, Marea Britanie, SUA, etc. |

IV. HARTA PERCEPTUALĂ A POZIȚIONĂRII MĂRCILOR

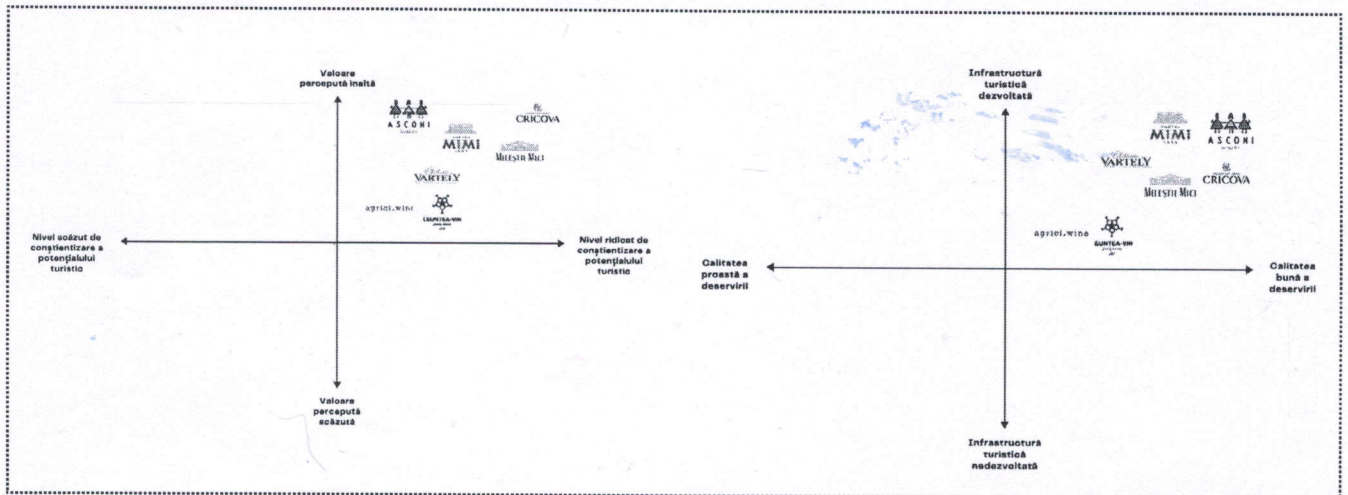
A.IV.1. HARTA PERCEPTUALĂ A POZIȚIONĂRII MĂRCILOR, PRODUS



A.IV.2. HARTA PERCEPTUALĂ A POZIȚIONĂRII MĂRCILOR, SERVICII



MILEȘTII MICI



V. CONCURENȚI INDIRECTE

| Output | Concurenți indirecti |
|----------|--|
| Produs | <ul style="list-style-type: none"> • Bere • Băuturi răcoritoare • Băuturi răcoritoare în ambalaj Tetra Pak • Băuturi alcoolice mixte (alcopops) • Vin dealcoolizat • Vin de fructe |
| Servicii | <ul style="list-style-type: none"> • Turism viti-vinicol “open door” • Tururi digitale • Restaurante |

VI. PIAȚA CUNOSCUTĂ ȘI NECUNOSCUTĂ

Pentru ÎS ”CVC ”Mileștii Mici”, piața necunoscută, neatinsă de competiție până în prezent, poate fi creată prin dezvoltarea sentimentului de exclusivitate. De exemplu, în nicio altă cramă din Moldova clienții pot închiria atât de ușor un spațiu unde să-și depoziteze propria colecție de vinuri. Deși această opțiune nu este promovată la vinăria ”Mileștii Mici”, tendința din ultimii ani este în creștere.

VII. ANALIZA SWOT A MEDIULUI CONCURENȚIAL AL ÎS ”CVC ”MILEȘTII MICI”



MILEȘTII MICI

| | |
|--|--|
| <p>PUNCTE TARI (STRENGTHS)</p> <ol style="list-style-type: none">1. Recunoașterea brandului, care contribuie la retenția clienților și atragerea altora;2. Ofertă turistică unică, dificil de replicat;3. “Colecția de Aur”, în Cartea Recordurilor Guinness - distinctă, creatoare de valoare;4. Acces la un număr substanțial de canale de distribuție;5. Surse diversificate de generare a veniturilor - compania obține venituri din comercializarea produselor vinicole și a prestării serviciilor de turism;6. Raport preț-calitate oportun. | <p>PUNCTE SLABE (WEAKNESSES)</p> <ol style="list-style-type: none">1. Costuri operaționale ridicate, care afectează rentabilitatea;2. Viteză mică de rotație a stocurilor;3. Nivel ridicat de birocrație, care poate afecta eficiența operațională;4. Productivitate scăzută a muncii și lipsa de resurse umane calificate;5. Structură organizatorică orientată spre producere și nu spre echipă. |
| <p>OPORTUNITĂȚI (OPPORTUNITIES)</p> <ol style="list-style-type: none">1. Oportunitatea de a pătrunde pe noi piețe internaționale în contextul creșterii prețurilor la export a concurenților.2. Relansarea turismului viticol în Republica Moldova, după o perioadă îndelungată de criză, poate aduce venituri suplimentare ca urmare a creșterii fluxului de vizitatori.3. Creșterea vizibilității Republicii Moldova la nivel internațional, în contextul inițierii negocierilor de aderare la Uniunea Europeană. | <p>AMENINȚĂRI (THREATS)</p> <ol style="list-style-type: none">1. Creșterea costurilor la materia primă poate afecta marjele de profit;2. Emigrația și fenomenul “brain drain” - condițiile necompetitive au dus la pierderea forței de muncă calificate;3. Războiul din Ucraina continuă să descurajeze potențiali turiști și investitori.4. Lipsa investițiilor împiedică dezvoltarea structurală a vinăriei și capacitatea sa de a concura echitabil cu alți jucători importanți.5. Competiția intensă și schimbările constante în mediul de afaceri. Investițiile semnificative ale altor companii din sector pot face ca mediul competitiv să devină dinamic și imprevizibil. |

VIII. REFLECȚII FINALE

În urma analizei mediului concurențial al ÎS CVC “Mileștii Mici”, se constată că următoarele acțiuni ar putea contribui la diferențierea și consolidarea poziției



MILEȘTII MICI

întreprinderii pe piața vinului, atât la nivel local, cât și internațional:

1. Reducerea birocrăției și facilitarea investițiilor pe scară largă

-Reducerea birocrăției.

2. Realizarea investițiilor în procesele tehnologice pentru îmbunătățirea calității produsului și a eficienței operaționale

- Implementarea tehnologiilor avansate pentru a îmbunătăți calitatea vinurilor.

3. Realizarea investițiilor în condiții de depozitare

- Asigurarea condițiilor necesare pentru depozitarea mărfii, într-un depozit cu sistem de ventilație, pentru a menține calitatea vinurilor nealterată.

4. Analizarea opțiunii de private labeling pentru vinurile de masă

- Inițierea unui parteneriat de ambalare sub marcă (private label) ar facilita contactul ÎS CVC "Mileștii Mici" cu mari retaileri și ar accelera rata de rotație a stocurilor.

5. Realizarea investițiilor în calitatea produsului

- Investiții în îmbunătățirea structurală a facilităților de întreținere a plantațiilor de viță-de-vie și producere, pentru a crea vinuri de înaltă calitate;
-Participarea activă la competiții internaționale de profil.

6. Reducerea gamei de produse a vinurilor îmbuteliate

- Reducerea costurilor asociate cu producția unui număr mare de SKU-uri, care necesită materie primă costisitoare și variată;
-Optimizarea costurilor la nivelul input-urilor pentru economii de scară;
- Concentrarea pe un număr redus de SKU-uri (vin îmbuteliat) cu potențial competitiv ridicat; promovarea activă a acestora.

7. Realizarea investițiilor în infrastructura turistică

- Construirea de facilități turistice noi și eventual crearea de noi atracții la prețuri competitive, pentru a atrage un număr mai mare de turiști.

8. Extinderea prezenței pe piețele străine de desfacere prin construirea parteneriatelor de încredere

- Identificarea și cultivarea relațiilor parteneriale pe piețele internaționale pentru a extinde prezența mărcii "Mileștii Mici" și a beneficia de noi oportunități.



MILEȘTII MICI

Plan de dezvoltare a ÎS CVC "Mileștii Mici" pentru anul 2024

I. Vânzări

1. Magazinele de firmă

- Re-desing-ul magazinelor de firmă, pentru a fi cât mai moderne și atractive pentru cumpărători.
- Deschiderea a încă cel puțin 1 magazin de firmă în locuri strategice din or. Chisinau. Acest fapt va asigura nu doar creșterea volumelor de vânzări, dar și vizibilitatea brandului printre consumatori.
- Instruirea continuă a echipei de vânzători-consultanți, în scopul creșterii competențelor acestora.

Buget estimativ pentru deschiderea magazinului / reparație / mobilier – 100 000 lei.

II. Turism

1. Amenajarea Zonei de Camping. În vara anului 2023 vinăria "Mileștii Mici" a găzduit timp de 3 zile festivalul motocicliștilor „Dacii Liberi”, astfel am depistat necesitatea amenajării zonelor de camping (cu locuri de acomodare și cu facilitățile necesare – apă, canalizare, wc, etc.), atât pentru camparea turiștilor, cât și pentru organizarea cât mai multor evenimente în aer liber.

Buget estimativ – 60 000 lei. Sursa de finanțare – fonduri proprii.





MILEȘTII MICI

3. Procurarea unui Tren electric nou. Pe parcursul anului 2023, vinăria "Mileștii Mici" a fost vizitată de un număr de 42 000 turiști – cifră-record pentru întreprindere. Tot în anul 2023 a fost procurat un tren electric nou cu capacitatea de 29 locuri, iar trenul electric procurat în 2020 are deja un grad de uzură sporit și necesită investiții. În luna ianuarie 2024 trenul procurat în 2020 a ieșit din funcțiune, iar reparația acestuia urmează să coste în jur de 130 000 lei, pentru a-l aduce din nou pe traseu. La moment, unitățile de transport electric din dotare sunt insuficiente pentru deservirea turiștilor.



Oferta comercială pentru un Tren electric cu 29 de locuri (China)

Preț – 12 400 \$

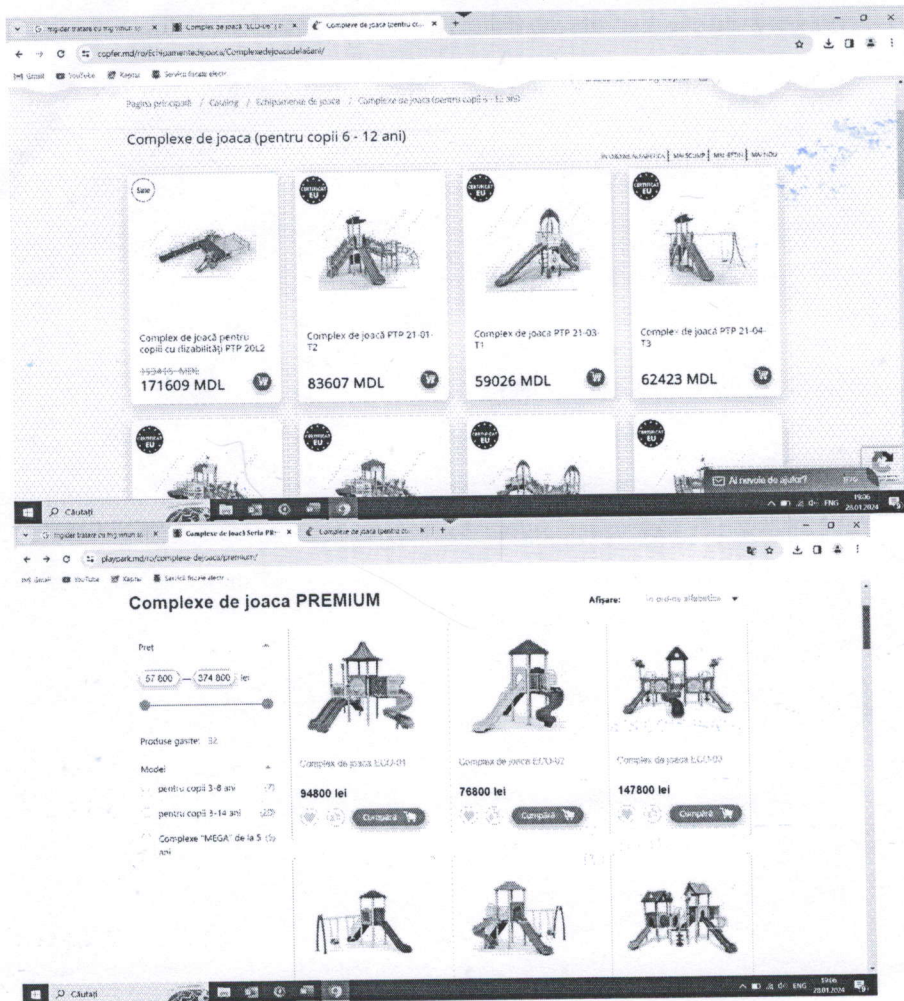
Transport China-Republica Moldova – 4 000 \$

Preț final + Taxe – 20 000 \$

4. Amenajarea unui teren de joaca pentru copii. Vinăria "Mileștii Mici" găzduiește 42 000 turiști anual, iar construcția unei terase de tip iarnă-vară va crește numărul de turiști, care vor putea vizita întreprinderea în orice moment, nu doar cu programare. Un teren de joacă va fi un element atractiv pentru familiile cu copii, așadar ne propunem amenajarea unei zone destinată celor mici.



MILEȘTII MICI



Buget estimativ – 100 000 lei

III. Producere

1. Lansarea seriei noi de vinuri spumante. În noiembrie 2023 vinăria "Mileștii Mici" a scos în vânzare o serie de vinuri spumante la preț promoțional de 29,99 lei, oferta fiind plasată atât în magazinele de firmă, cât și pentru distribuitor. O cantitate de 32 000 sticle a fost comercializată în timp-record de doar 25 de zile. Aspectul utilizat pentru acest vin spumant a fost unul grăbit și a avut aceeași denumire ca și produsul de bază, "Moldova de Lux". Pentru diferențierea și lărgirea sortimentului, ne propunem crearea unei linii noi de vinuri spumante "Mileștii Mici", care va avea doar două produse „Mileștii Mici” (vin spumant alb dulce) și „Mileștii Mici” (vin spumant alb demisec).

Buget elaborare design proiect – 25 000 lei.

2. Procurarea butoaielor de stejar cu volume de 225 L, în număr de 20 va permite maturarea calitativă a vinurilor și producerea de noi serii de vinuri TOP, cu arome naturale de păstrare în butoi.



MILEȘTII MICI

Buget estimativ – 340 000 lei.

IV. Agricultura

1. Vița-de-vie de care dispune vinăria este de 65 ha, iar calitatea și durata de viață a acesteia se va reduce mult în următorii 10 ani. Dacă în 2025 nu se vor planta primele 15 ha de viță-de-vie, vinăria va fi nevoită să recurgă în cel mai apropiat timp la procurarea de struguri de la producătorii regionali sau a materiei prime – vin în vrac.

Buget pentru pregătirea terenurilor pentru plantarea a 15 ha de viță-de-vie în sezonul de toamnă – 350 000 lei.

V. Eficienta economica

1. Progresul tehnologic oferă tot mai multe soluții pentru eficientizarea activității și utilizarea rezonabilă a resurselor materiale și financiare ale unei companii. Un exemplu bun sunt panourile fotovoltaice. În condițiile în care aproape toate resursele planetei scad semnificativ, atenția tuturor se mută în direcția alternativelor regenerabile, iar această investiție este mai mult decât profitabilă. Cu ajutorul acestui sistem putem reduce cu până la 50% consumul de energie electrica

Buget estimativ 300 KW-3 200 000 lei (recuperare 50% prin aplicare la subvenții).

VI. Sală de degustări

Ne propunem extinderea restaurantului prin construcția unei Sali cu o capacitate de 150 oameni.

Echipament necesar:

- Lucrări de hidroizolare a pereților și a tavanului: 15 000 euro
- Podea (gresie, piatra decorative): 50 000 euro
- Ventilație, climatizoare (restaurant și bucătărie): 75 000 euro
- Corpuri de iluminat și rețea electrica: 15 000 euro
- Echipament Bucătărie : 40 000 euro
- Accesorii (pahare, farfurii, tacâmuri) : 10 000 euro
- 4 Uși de acces (sala și bucătărie) : 15 000 euro
- Mobilier (60 mese, 150 scaune): 50 000 euro

Sursa de finanțare: fonduri proprii

Buget estimativ: 270 000 euro

Alexei SOTNIC

Administrator interimar ÎS "CVC "Mileștii Mici"