

## תוכן עניינים

1.	תקציר מנהלים	3
2.	מבוא....	4
2.1	תאור המיזם החדש	4
2.2	מהות המוצר	4
2.3	יתרון יחסי	4
3.	שוק התה בישראל	5
3.1	שוק התה	5
3.2	סביבה עסקית	6
3.3	ניתוח הענף	10
4.	ניתוח SWOT	14
4.1	חוזקות	14
4.2	חולשות..	14
4.3	הזדמנויות	14
4.4	איומים	14
4.5	סיכום	15
5.	אסטרטגיה עסקית ושיווקית	16
5.1	מטרות ויעדים אסטרטגיים	16
5.2	אסטרטגיה עסקית	16
5.3	אסטרטגיה שיווקית	17
5.4	תמהיל השיווק	18
5.5	תחזית עסקית	21
6.	תוכנית תפעול וארגון	23
6.1	כוח אדם	23
6.2	המבנה הארגוני	26
7	סיכונים עיקריים ואלטרנטיבות למענה	27
8.	ביבליוגרפיה ומקורות	28
9.	נספחים	29

## תקציר מנהלים

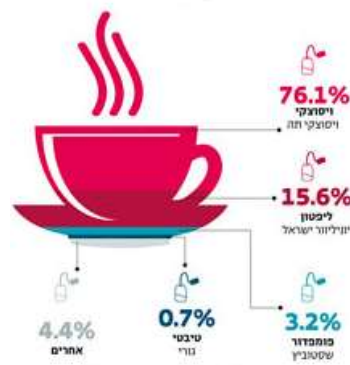
### תחום התוכנית

מהות הפרוייקט הינו **יבוא תה בריאות ייחודי**. המיזם יתמקד בפיתוח ערוצי שיווק ייחודיים והוא יפנה לקהל יעד ממוקד וזאת במטרה להבטיח חדירה יעילה ומהירה לשוק בטווח קצר ובמינימום עלות. בכוונת המיזם לייבא את מוצרי Traditional Medicinals הקנדית ולקדם את תחום הקפסולות.

שוק התה הינו שוק ריכוזי, הנשלט על ידי חברת ויסוצקי. יחד עם זאת השוק הינו שוק צומח ומתפתח. כניסה לתחום ייחודי המבוסס על יבוא מוצר איכותי של חברה בינלאומית מובילה, מוצר ממותג כמוצר בריאותי ובעל חדשנות גבוהה יאפשר להתמודד עם תנאי הסביבה העסקית. במסגרת זו כניסה לתחום הקפסולות תשדר מצד אחד חדשנות ומצד שני פשטות בשימוש ותאפשר לצמצם חסמי כניסה.

בשנים האחרונות התפתחה מודעות הולכת וגוברת לנושא הבריאות ולסוגיית הטבעונות והצמחונות. מודעות זו היא זו שמחוללת את השינוי בדפוסי הביקוש לתה בכלל ובישראל בפרט. היקף ההכנסות בשוק התה בישראל הסתכמו בשנת 2014 מוערך בכ-380 מיליון שקל בשנה, כולל שוק מבורקד, שוק מוסדי ובתי קפה. משפחת תה הבריאות בכלל והתה הירוק בפרט צומחים בקצב מהיר יותר ומהווים את מנוע הצמיחה העיקרי של השוק.

שוק התה נשלט על ידי חברת ויסוצקי. מפת התחרות בשוק מפורטת להלן



המודל העסקי עליו מתבסס המיזם מתמקד בהחדרת מוצר פרמיום יוקרתי הפונה לבעלי הכנסה גבוהה. פוטנציאל השוק מסתכם בכ-85 מ' ש"ח בשנת 2014. קהל המטרה של המיזם הינו אוכלוסיה בגילאים של 35-55 מקרב 4 העשירונים העליונים אשר משתכרים למעלה מ-16 אלף ש"ח ברוטו בחודש. המיזם יתמקד בציבור אשר פיתוח מודעות בתחום הבריאות והקיימות והוא פתוח להתנסות בדברים חדשנים. ציבור זה נגיש לרשת האינטרנט וערוך לבצע רכישות המזון באמצעות האינטרנט.

החדירה תתבסס התוכנית השיווקית על פיתוח שני מוצרים מרכזיים:

**א. תה בריאות איכותי בשקיות ובתפוזות**

**ב. תה בריאות בקפסולות תה ייחודיות**

להלן מפרט תחזית התוצאות הכספיות של המיזם במונחי תזרים מזומנים:

באלפי ₪	2015	2016	2017	2018	2019
הכנסות	958	3,275	8,635	16,579	23,004
סה"כ הוצאות שוטפות	6,074	6,714	10,703	13,555	15,479
תזרים מזומנים	-5,116.4	-3,439.3	-2,068.2	3,024.3	7,525.1

## מבוא

### תאור המיזם החדש

מהות הפרוייקט ותוכנית העבודה המפורטת הנגזרת הינה **יבוא תה בריאות ייחודי**. המיזם יתמקד בפיתוח ערוצי שיווק ייחודיים והוא יפנה לקהל יעד ממוקד וזאת במטרה להבטיח חדירה יעילה ומהירה לשוק בטווח קצר ובמינימום עלות. במסגרת זו בכוונת המיזם לייבא את מוצרי Traditional Medicinals הקנדית ולקדם את תחום הקפסולות.

### מהות המוצר

עולם התה מורכב משתי משפחות מרכזיות:

- חליטות תה - תה הינו חליטה של עלי הצמח *Camellia Sine sis*.
- תה צמחים *Herbal Tea*.

מקורו של התה הוא בסין. התה הובא למדינות המערב על ידי סוחרים הולנדים בסביבות 1610. תה הוא המשקה הנצרך ביותר בעולם אחרי מים.

דרכי העיבוד של עלי התה, הכוללים, בין היתר, חמצון מבדילים בין סוגי התה השונים:

- תה לבן** - חליטה של ניצנים ועלים צעירים העוברים חימצון מינימלי, כך שנשמר ריכוז גבוה מתכולת החומרים הפעילים.
- תה ירוק** - תה ירוק הוא חליטה של עלים בוגרים יותר, העוברים תהליך חימצון ארוך יותר מזה של התה הלבן, ולכן מכילים רמות גבוהות חומרים פעילים המצויים בעלי התה.
- תה אולונג (oolong)** - עלי התה עוברים תהליך חימצון רב יותר מאשר תה לבן ותה ירוק,
- תה שחור** - עלי תה המיועדים להיות תה שחור עוברים תהליך חימצון מלא, דבר שמוביל לכך שהוא מכיל מרכיבים נוספים.

התה ידוע כבעל תכונות ריפוי שונות. ברפואה הסינית המסורתית השתמשו בתה כתוסף בריאות וכחומר בעל סגולות ריפוי. לתה פוטנציאל לסייע בהמרצת הקצב המטבולי המסייע בירידה במשקל, לשמש כגורם מרגיע וכמו כן, לקדם בריאות. יחד עם זאת צריך לזכור שתה אינו הגורם היחיד בקביעת מצב בריאותנו.