

Analiza tržišta jagodastog voća u Ruskoj Federaciji i mogućnosti plasmana voća iz Srbije

**Pripremio:
Andriy Yarmak, konsultant
USAID DAI Agrobiznis projekat**

Andriy Yarmak

*Telefon.: +38 (067) 6342622
e-mail: andriy.yarmak@gmail.com*

Čačak-Beograd-Kijev 2011

Sadržaj:

1. Evaluacija srpskog jagodastog voća i njegove šanse na tržištu Rusije	3
2. Zahtevi ruskog tržišta po pitanju količina, vrsta i sezone jagodastog voća.....	6
3. Zahtevi kupaca po pitanju kanala distribucije, asortimana, kvaliteta, ambalaže i sertifikacije	16
4. Sistem marži i cena svežeg & zamrznutog voća.....	18
5. Model ulaska na rusko tržište i potencijalni partneri – uvoznici i/ili distributeri za jagodasto voće.....	21
6. Propisi po pitanju uvoza i bezbednosti hrane	23
7. Predložene marketinške aktivnosti	25
8. Kontakt informacije o potencijalnim kupcima.....	26

Uvod

Angažman koji je realizovan tokom marta 2011. godine imao je za cilj ocenu situacije u srpskoj industriji svežeg i zamrznutog jagodastog voća i identifikaciju sadašnjih i budućih šansi za snabdevanje ruskog tržišta.

Tokom zadatka sastali smo se sa 16 kompanija i organizacija (molimo vidite detaljan spisak priležen kao Excel dokument) i posetili mnoge kompanije koje se bave proizvodnjom, smrzavanjem i izvozom jagodastog voća u nekoliko regiona Srbije. Ja sam takođe komunicirao sa mnogim ruskim kompanijama koje se bave uvozom smrznutog i svežeg jagodastog voća u vezi sa mogućnostima koje postoje za ove proizvode.

Radeći na identifikaciji šansi za srpske proizvode u Rusiji, maksimalno sam koristio baze podataka i znanja sa projekta Fruit-Inform kompanije APK-Inform (sa sedištem u Ukrajini), koja se bavi monitoringom tržišta voća i povrća Rusije, Ukrajine i Poljske. Korišćeni su obilato i zvanični podaci i statistike, informacije dobijene od tržišnih aktera, kao i podaci koje je obezbedio DAI Agrobiznis Projekat.

U nastavku su neki od najvažnijih zaključaka do kojih se došlo tokom zadatka.

1. Evaluacija srpskog jagodastog voća i njegove šanse na tržištu Rusije

Tokom zadatka najviše pažnje je poklonjeno srpskoj industriji smrznutog jagodastog voća, mada su ocenjene i izvozne šanse za sveže jagodasto voće i druge proizvode od jagodastog voća.

Sektor jagodastog voća je očigledno najrazvijeniji segment industrije voća i povrća u Srbiji. Vrednost izvoza svežeg i smrznutog jagodastog voća (malina, kupina i jagoda) je mnogo veća nego vrednost izvoza svog drugog voća (oko 200 miliona dolara).

Prosečan godišnji izvoz smrznutog jagodastog voća iz Srbije iznosi 75,000 tona, od čega su 78% (59,000 tona) maline, 20% (15,000) kupine i ostatak od 2% jagode i drugo jagodasto voće. Ukupan izvoz smrznutog voća i jagodastog voća iz Srbije dostiže prosečnih 120,000 tona godišnje. Većina proizvoda koje ova industrija proizvede (93-95%) se izveze. Prema tome, ukupna veličina industrije se procenjuje na oko 130,000 tona.

Poslednjih godina je došlo do velike ekspanzije skladišnih kapaciteta za smrznuto jagodasto i drugo voće, koji se danas procenjuju na oko 100-110,000 tona. Tako bi praktično veći deo smrznutih proizvoda mogao biti uspešno uskladišten. Industrija se takođe konsolidovala da bi

postala efikasnija. Mnoge kompanije su investirale u maloprodajnu ambalažu smrznutog, jagodastog i drugog voća kako bi podigli vrednost svog proizvoda i biznisa.

Još jedan trend od skora prisutan među kompanijama koje se bave zamrzavanjem jagodastog i drugog voća je da počnu sopstvenu proizvodnju sirovine – većina intervjuisanih kompanija je ili počela da investira u primarnu proizvodnju ili upravo razmišlja da to uradi. Ovaj trend je posledica sve veće konkurencije na tržištu sirovine, kao i sve veća konkurencija na globalnom tržištu smrznutog jagodastog i ostalog voća. Još jedan važan razlog za ovo su i strožiji zahtevi evropskih kupaca po pitanju sledljivosti proizvoda, koju je gotovo nemoguće ostvariti u uslovima sadašnje strukture izdelađenih malih dobavljača.

Povećana proizvodnja sopstvene sirovine za zamrzavanje možda neće promeniti IQF industriju preko noći, ali bi mogla da ima veliki uticaj na industriju svežeg jagodastog voća u Srbiji, jer ovo su prve prave komercijalne investicije u primarnu proizvodnju jagodastog voća. Kompanije koje značajno ulažu u proizvodnju jagodastog voća za zamrzavanje, pokušavaju i da proizvedu bolje sorte, da uvedu nove tehnologije i prakse, a zapravo, u većini slučajeva, one to mogu da priušte. Kasnije one otkriju da jagodasto voće koje se proda sveže na tržištu može da donese mnogo veću vrednost nego smrznuto jagodasto voće, i onda počnu da razvijaju svoj biznis u ovom pravcu. Tokom naših sastanaka sa kompanijama imali smo nekoliko takvih primera.

Industrija svežeg jagodastog voća se u Srbiji upravo razvija. Fokusirana je na domaće tržište, ali uzgajivači postaju sve više zainteresovani za izvoz. Međutim, dok je konkurencija na tržištu sirovina među kompanijama koje se bave zamrzavanjem jagodastog voća rasla, izvoz svežeg voća se smanjivao. Izvoz je takođe bio smanjen jer je domaća industrija sokova i džema sada više koristila pothlađene jagode koje su se nekada izvozile u druge zemlje za dalju preradu. Na prodaju svežeg voća je takođe uticala i nedavna finansijska kriza. U 2009. godini izvoz svežeg jagodastog voća je pao za 25% u odnosu na 2005. godinu. Međutim, pad se odnosio uglavnom na maline, dok je izvoz svežih jagoda i borovnica značajno porastao.

Smatramo da Srbija ima odličnu šansu da poveća izvoz svežeg jagodastog voća, naročito svežu jagodu, borovnicu i malinu. Srbija ima veoma dobre klimatske uslove da uzgaja rano jagodasto voće i relativno jeftinu radnu snagu, a i nalazi se mnogo bliže u odnosu na glavna potrošačka tržišta severne Evrope u odnosu na Španiju¹, koja je trenutno njihov glavni snabdevač. Sve zajedno, ovo daje Srbiji veliku šansu da razvije ovu industriju, što bi bila velika podrška firmama koje se bave zamrzavanjem i što bi moglo da stvori zemlji dodatni prihod.

Međutim, bilo bi potrebno uložiti puno napora prilikom: izbora najboljih sorti za različite regione, podizanja specijalizovanih postrojenja za brzu pothladu (vakum, strujanje vazduha, mobilni uređaji, itd.), razvoja praksi sortiranja i pakovanja, kao i transporta do kupaca. Jedno od

¹ Razdaljina između oblasti gde se proizvodi jagodasto voće u Španiji i Berlinu je 2,000 km, a od Beograda do Berlina – 750km manje. Razdaljina između oblasti gde se proizvodi jagodasto voće u Španiji i Moskvi je 3,600km, a od Beograda do Moskve – 1,400 km manje.

pitanja koje industrija ne može da reši, već bi trebalo da to vlada uradi, je kvalitet puteva u zemlji. Za visoko osetljivu robu, kakva je jagodasto voće, to bi mogao biti značajan problem.

Preliminarni zaključci naše studije pokazuju da bi sledeći proizvodi od jagodastog voća imali dobre šanse na tržištu Rusije:

- Sveža jagoda (sa otvorenih polja i iz plastenika)
- Zamrznuta malina
- Zamrznuta kupina
- Sveža borovnica
- Ograničene količine zamrznutih jagoda kao dodatak asortimanu
- Veoma ograničene količine zamrznutih borovnica ako imaju konkurentnu cenu u odnosu na divlje
- Potencijalno, ako postoji odgovarajuća logistika, nešto svežih malina bi moglo da se izvozi.

Pored jagodastog voća, koje je bilo predmet istraživanja, mi smo takođe otkrili da bi ruski kupci takođe bili veoma zainteresovani za sledeće zamrznute proizvode iz Srbije:

- Zamrznuta šljiva
- Zamrznuta višnja
- Zamrznut sladak kukuruz
- Zamrznut grašak
- Zamrznuta boranija
- Zamrznut luk, ceo i sečen
- Zamrznuta paprika (cela, sečena – u svim bojama)
- Zamrznut karfiol, brokoli, prokelj

Pominjemo ove proizvode jer su kupci obično zainteresovani za dovoljno veliki asortiman, pa bi tako ubacivanjem ovih proizvoda u ponudu učinilo poziciju srpskog dobavljača mnogo jačom.

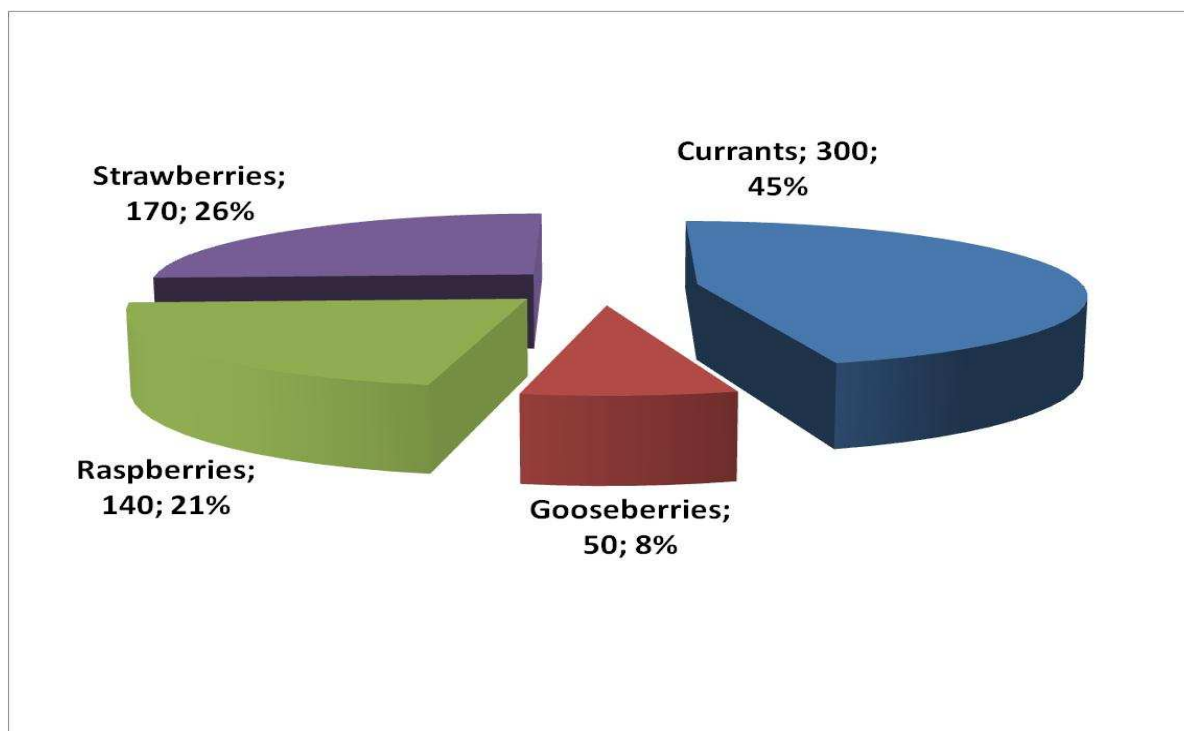
Budući da je Srbija poslednjih godina izgradila prilično dobre kapacitete za izvoz zamrznutih proizvoda u maloprodajnoj ambalaži, ona bi takođe mogla i da uveze neke od njih da bi ih ponudila u svom asortimanu i tako ih ponovo izveze. Pravljenje dobrog asortimana proizvoda je veoma važno, jer bi to omogućilo Srbiji da postane regionalni centar industrije zamrznutog voća i povrća, a podstaklo bi i domaću proizvodnju ovih proizvoda.

Evo pregleda situacije na tržištu Rusije kad su u pitanju ovi proizvodi, na osnovu koga bi mogle da se definišu potencijalne izvozne količine i tržišne niše.

2. Zahtevi ruskog tržišta po pitanju količina, vrsta i sezone jagodastog voća

Sveže jagodasto voće

Rusija je zvanično veliki proizvođač jagodastog voća. Međutim, zvanična statistika u Rusiji obuhvata kućnu proizvodnju za kućnu potrošnju, što znači da veliki deo ovih proizvoda nikada ne stigne do tržišta.

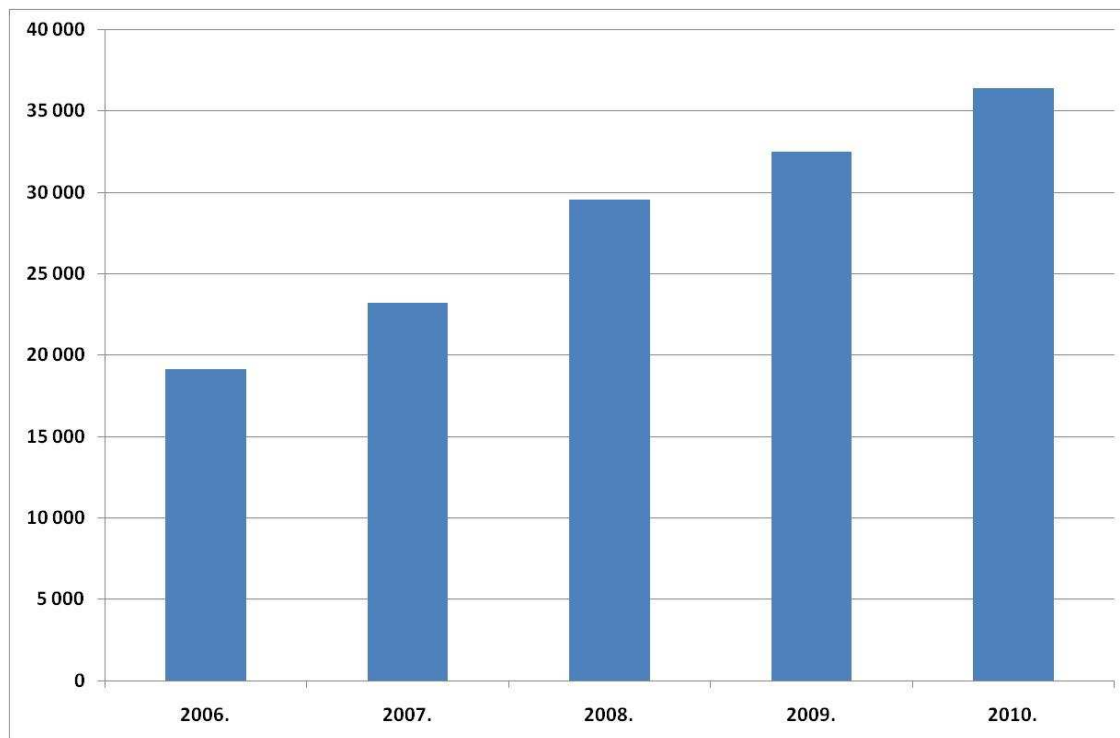


Dijagram 1. Struktura prosečne godišnje proizvodnje jagodastog voća u Rusiji u periodu 2006-2010, u hiljadama tona i procentima (procene projekta Fruit-Inform na osnovu zvaničnih statističkih izveštaja)

Kao što vidimo na gornjem dijagramu, ribizle u ukupnoj proizvodnji jagodastog voća učestvuju sa oko 45% što ih čini najvažnijim jagodastim voćem. Većina ribizli se koristi u kućnoj proizvodnji džemova i drugih sličnih proizvoda na bazi šećera. Nešto ribizli se prodaje industriji sokova, kao i pekarama i drugim oblicima prerade. Ipak, komercijalna proizvodnja ribizli u Rusiji je vrlo ograničena.

Sa druge strane, proizvodnja jagode je mnogo više komercijalizovana, iako je jedan njen deo i dalje u rukama ljudi koji proizvode koriste za kućne potrebe. Nešto jagoda (procenjuje se oko 2,000 tona) se prodaje za zamrzavanje. Potrošnja jagoda po glavi stanovnika u Rusiji se procenjuje na 1.3 - 1.4 kg godišnje, ali ove količine obuhvataju i preradu i kućnu upotrebu.

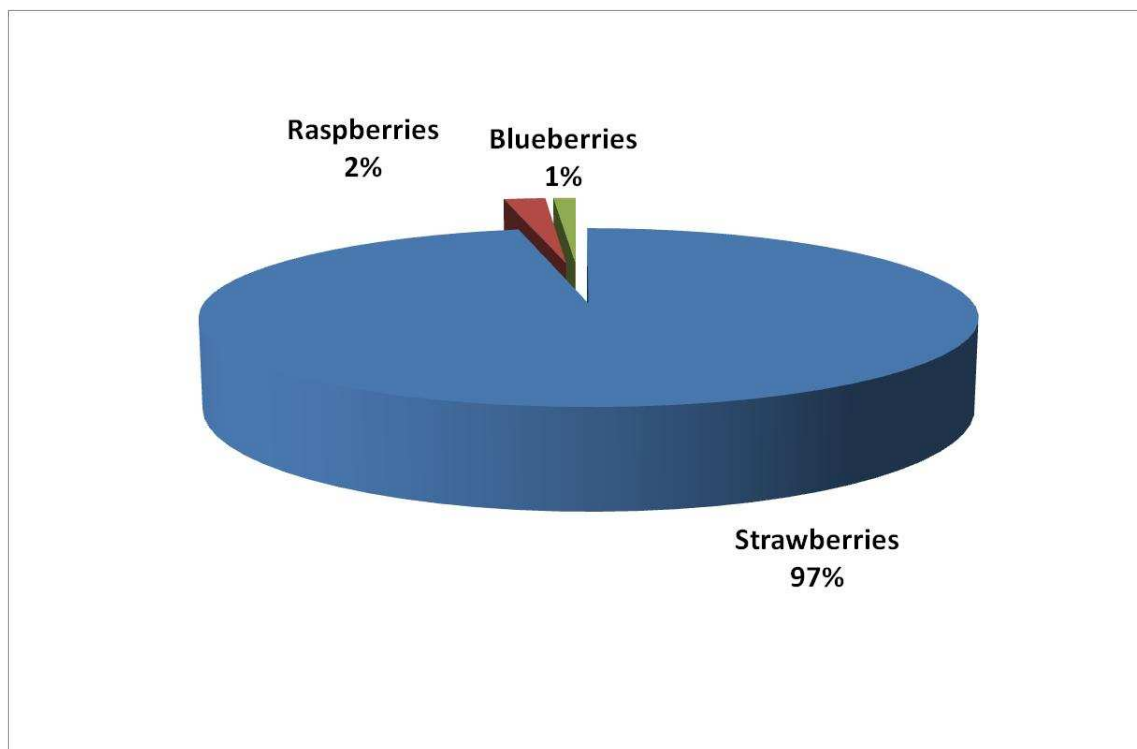
Proizvodnja malina u Rusiji se procenjuje na oko 130-150 hiljada tona godišnje, gde je veći deo proizvodnje koncentrisan u domaćinstvima, ali sa sve više velikih, srednjih i malih komercijalnih proizvođača. Prosečna potrošnja svežih malina se procenjuje na oko 700 grama po osobi godišnje, dok ostatak odlazi u preradu – uglavnom u sokove i džemove.



Dijagram 1a. Godišnji uvoz svežeg jagodastog voća u Rusiji u periodu 2006-2010, u tonama (statistika projekta Fruit-Inform zasnovana na zvaničnoj ruskoj statistici)

Uvoz svežeg jagodastog voća u Rusiju stalno raste, a takav trend nije prekinut čak ni nedavnom finansijskom krizom i devalvacijom valute. U proteklih pet godina, prosečan godišnji rast uvoza svežeg jagodastog voća u Rusiju dostigao je 15%.

Veći deo uvoza ovog voća čine jagode, budući da su borovnice i kupine skoro nepoznate ruskim potrošačima, ribizle se proizvode lokalno u velikim količinama i uglavnom ih troši industrija, dok je maline teško isporučiti zbog velike udaljenosti.

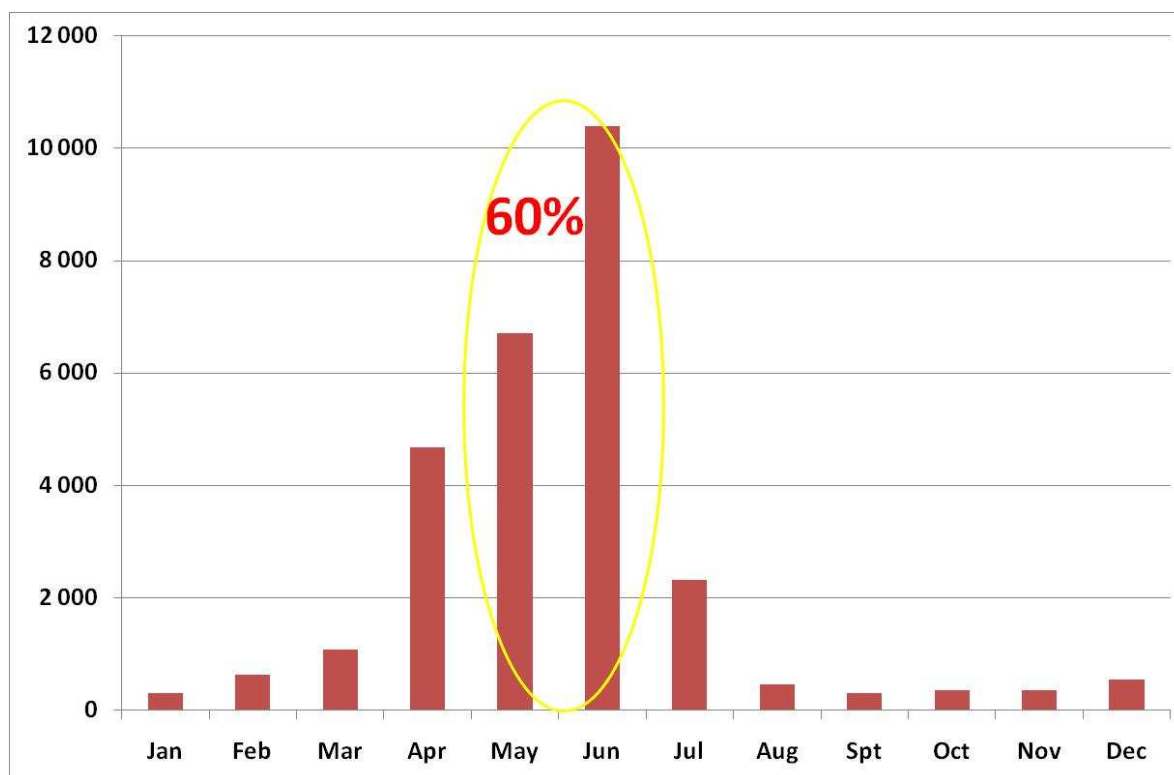


Dijagram 2. Geografija uvoza svežeg jagodastog voća u Rusiju u 2010. godini, u tonama (statistika projekta Fruit-Inform zasnovana na zvaničnoj ruskoj statistici)

Kao što možemo da vidimo na prethodnom dijagramu, jagode učestvuju sa oko 97% u prosečnom godišnjem uvozu svežeg jagodastog voća u Rusiju.

Rusija nije sama sebi dovoljna kad je u pitanju sveže jagodasto voće i ona uvozi sveže maline čak i tokom sezone kad je njena sopstvena proizvodnja na vrhuncu. Glavni razlog za to su teškoće pri organizovanju proizvodnje svežeg jagodastog voća velikog obima u Rusiji zbog nedostatka neophodne radne snage po razumnoj ceni. Šta više, klimatski uslovi velikih gradova koji su locirani u severnim delovima Rusije čine ovu proizvodnju rizičnim poslom, zbog mogućnosti stradanja tokom zime i moguće štete od prolećnih mrazeva.

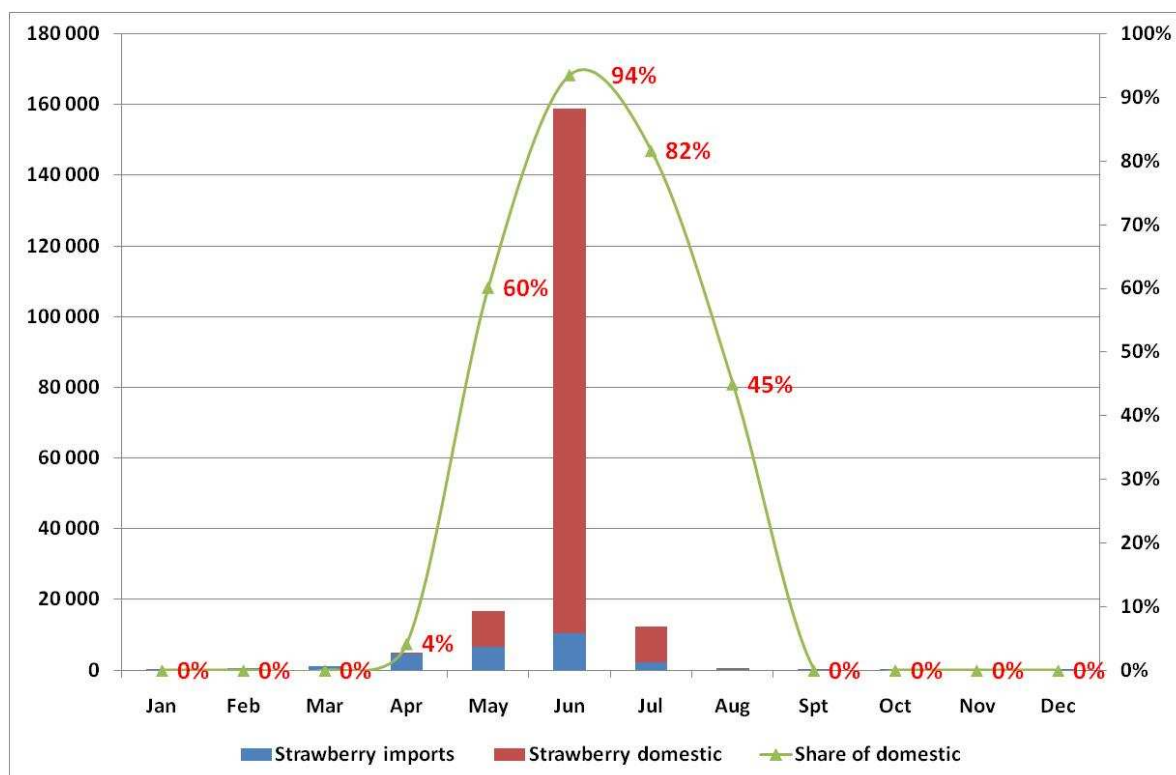
Prema tome, veći deo uvoza svežih malina se obavlja u periodu kada je i u Rusiji u toku aktivna berba njenog sopstvenog roda – dakle u mesecu junu.



Dijagram 3. Prosečan uvoz svežeg jagodastog voća u Rusiju u periodu 2006-2010, u tonama (statistika projekta Fruit-Inform zasnovana na zvaničnoj ruskoj statistici)

Prethodni dijagram pokazuje da se oko 60% ukupnog uvoza svežeg jagodastog voća obavlja u periodu may-jun. Najveći uvoz je zabeležen u junu, kada je obavljeno 37% ukupnog godišnjeg uvoza jagodastog voća. Naravno, ova statistika je uglavnom zasnovana na uvozu svežih jagoda. Trebalo bi da pomenemo da ovi brojevi obuhvataju i uvoz pothlađenog jagodastog voća na veliko koje se koristi za dalju preradu.

Iako se čini da je uvoz jako veliki u junu, kompletnu sliku o veličini ruskog tržišta svežeg jagodastog voća jedino je moguće sagledati kada se u obzir uzmu jagode koje se lokalno uzgajaju. Procene eksperata sa projekta Fruit-Inform pokazuju da je udeo domaćih jagoda na tržištu u junu, kada je izvoz najveći, 94% od ukupne prodaje! Domaći proizvođači takođe imaju veći udeo u prodaji nego uvezeni u maju i julu, ali su praktično na nuli u drugim mesecima u godini.

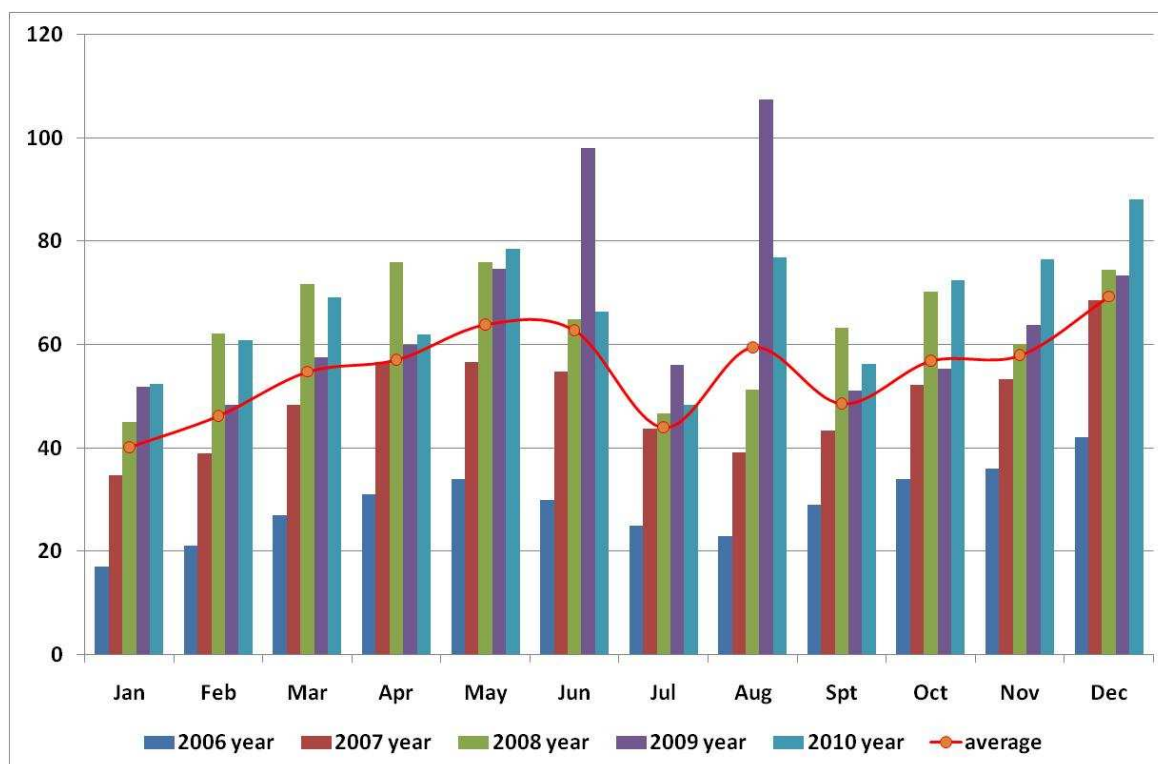


Dijagram 4. Prosečna mesečna prodaja svežih jagoda na tržištu svežeg voća u Rusiji u poslednjih 5 godina podeljena na lokalno uzgajano i uvozno voće u periodu 2006-2010, u tonama (podaci i procene sa projekta Fruit-Inform)

Ovaj dijagram, iako pokazuje koliko je veća potrošnja domaćeg voća u odnosu na uvozno, zapravo ukazuje na to da postoji veoma značajan potencijal za kupovinu još veće količine jagoda, ako bi se ponudile kvalitetne jagode sa konkurentnom cenom u periodu maj – jun. Dijagram takođe pokazuje da od ukupnih 1.4 kg jagoda koje konzumira jedna osoba u Rusiji, 81% ili 1.1 kg se konzumira u junu. To takođe znači da u junu Rusija konzumira oko 160,000 tona jagoda, u odnosu na oko 17,000 tona u aprilu.

Prema tome, očigledno je iz prethodnih dijagrama da u Rusiji postoji jaka veza između sezone i potrošnje jagoda i drugog jagodastog voća. Ovo se polako menja u pravcu veće potrošnje jagoda u maju i aprilu, kao i u drugim mesecima u godini. Takođe je interesantno pomenuti da je u proteklih pet godina najveće povećanje uvoza jagoda zabeleženo u januaru i februaru, kao i u avgustu, aprilu i maju. U međuvremenu, uvoz je najmanje rastao u junu i julu, mada je i tada zabeležen porast.

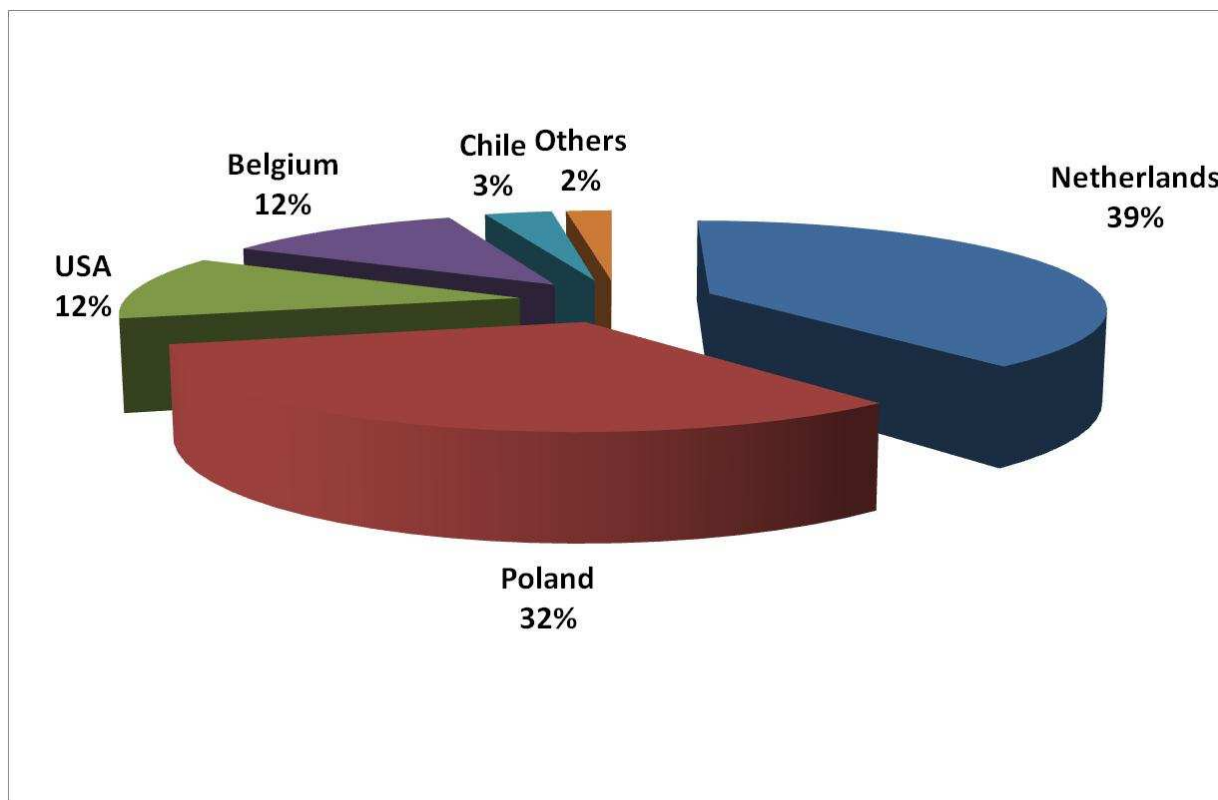
Prosečan mesečni uvoz svežih malina u Rusiju se procenjuje na samo 55 tona. Ova cifra obuhvata i izvesne količine pothlađenih malina koje se isporučuju za dalju preradu.



Dijagram 5. Mesečni uvoz svežih malina u Rusiju u proteklih pet godina, u tonama (podaci projekta Fruit-Inform zasnovani na zvaničnoj ruskoj uvoznj statistici)

Sezonsko usmerenje uvoza u ovom slučaju nije tako veliko kao kod uvoza jagoda, budući da je uvoz sveukupno manji. Šta više, veći deo sadašnjeg uvoza se odvija kada nema dovoljno domaćih malina. Najveći uvoz svežih malina se obavlja u decembru, neposredno pre novogodišnjih praznika. Poslednjih godina veliki uvoz je takođe zabeležen u maju – junu i u avgustu, što potvrđuje smanjivanje sezonskog usmerenja potrošnje.

Kao što se može videti na dijagramu u daljem tekstu, veći deo svežih malina se uvozi iz Holandije i Poljske. Tokom sezone, sveža malina se uglavnom uvozi iz Poljske (u junu – septembru). Holandija isporučuje maline van sezone i to su obično maline koje se uzgajaju na drugim lokacijama u svetu, a ne u Holandiji. Treći najveći snabdevač je SAD, s’obzirom da ova zemlja može da isporučuje maline van sezone zahvaljujući svojim oblastima sa toplijom klimom. Poslednjih godina smo takođe primetili sve veće isporuke svežih malina čileanskog i meksičkog porekla.



Dijagram 6. Geografski prikaz uvoza svežih malina u Rusiju u 2008 , u tonama (statistika projekta Fruit-Inform zasnovana na zvaničnoj ruskoj carinskoj statistici)²

Kao što smo već pomenuli, sveža borovnica je gotovo nepoznata u Rusiji. Neki potrošači znaju za divlju borovnicu, jer se ona bere u šumama i prodaje na pijacama i supemarketima tokom sezone. Međutim, čak i divlja borovnica je retka na policama, pa bi povećanje potrošnje ovog voća u Rusiji zahtevalo značajne promotivne aktivnosti.

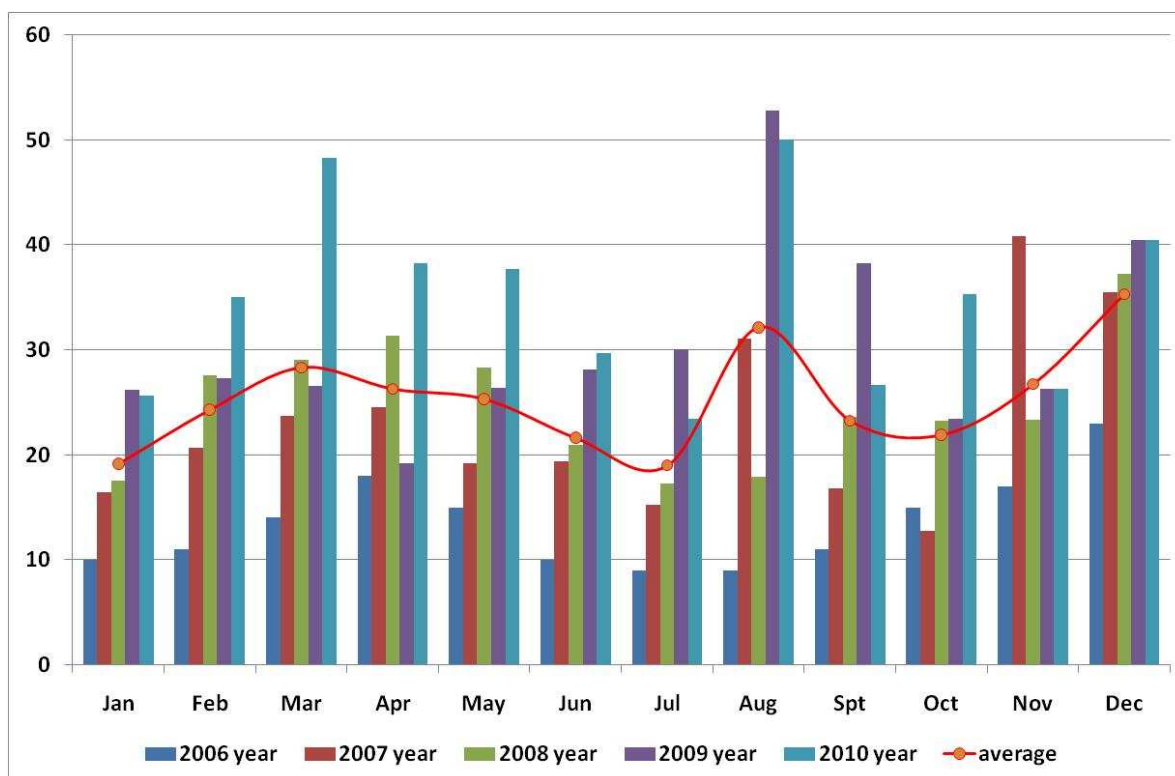
Međutim, mi verujemo da je potencijal ovog jagodastog voća u Rusiji ogroman. S obzirom na sve veće količine svežih borovnica i niže cene ovog voća na globalnom nivou, najveći svetski isporučioци mogu da usmere svoju pažnju na Rusko tržište i obezbede budžet za promotivne aktivnosti, što može značajno da podstakne lokalnu potrošnju. Činjenica da se sveža borovnica može lako transportovati na velike daljine, kao i da imaju dugačak rok trajanja, takođe govori u prilog potencijalima borovnice.

Iskustvo projekta Fruit-Inform sa promocijama u prodavnicama u Rusiji, čak i za obične proizvode, bilo je vrlo pozitivno. Prodaja proizvoda koje potrošači već poznaju može se povećati osam puta tokom kampanje i da bude četiri puta veća u nedelji posle kampanje. U naredne dve nedelje, prodaja bi bila još uvek duplo veća u odnosu na period pre kampanje. Ako bi kao

² Izabrali smo 2008. umesto 2010. godinu jer procenjuemo da je reprezentativnija po pitanju geografske raspodele uvoza svežeg voća i ima niži procenat pothlađenog jagodastog voća namenjenog daljoj preradi

podrška išla i reklama, te aktivnosti bi mogle da dovedu do stvaranja ogromnog tržišta, koje sada ne postoji.

Prosečan mesečni uvoz sveže borovnice u Rusiju je blizu 35 tona, a maksimalna količina ikad uvezena u jednom mesecu iznosi 53 tone. Za zemlju koja ima oko 140 miliona stanovnika, to je praktično zanemarljivo.

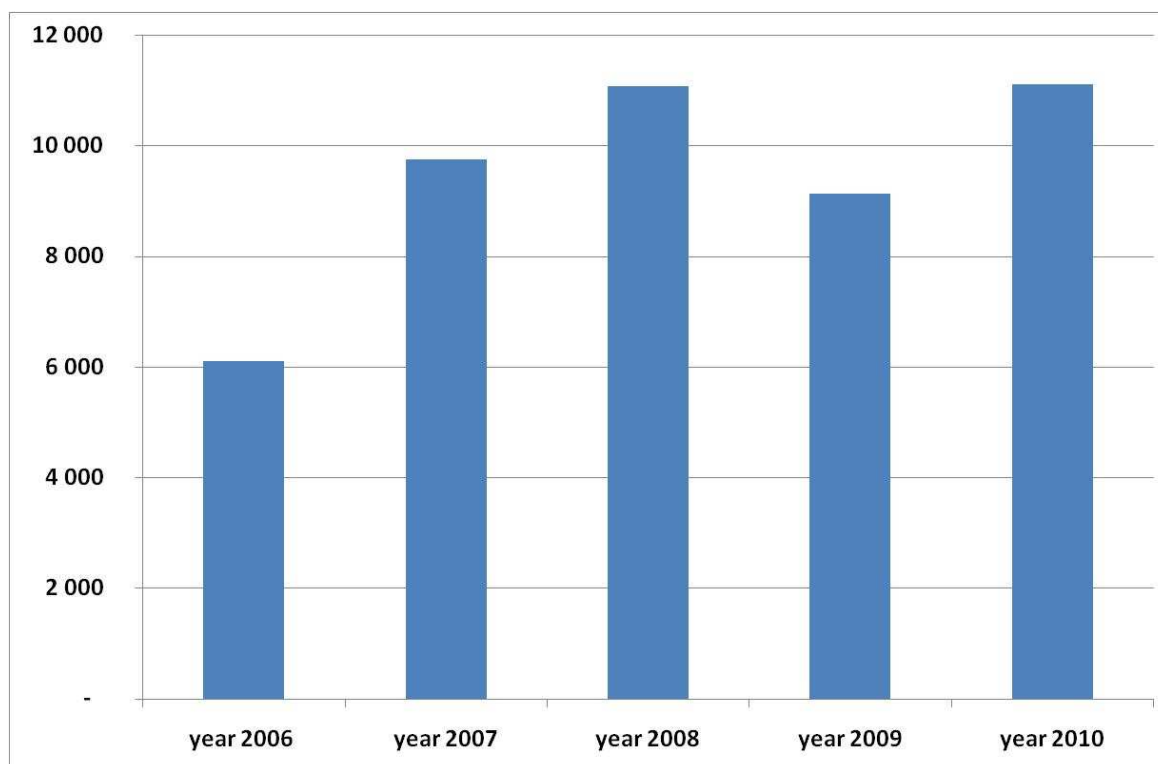


Dijagram 7. Mesečni uvoz sveže borovnice u Rusiju u proteklih pet godina, u tonama (podaci projekta Fruit-Inform zasnovani na zvaničnoj ruskoj uvoznoj statistici)

Najveće količine borovnice se u Rusiju uvoze u decembru, neposredno pre novogodišnjih praznika. Relativno veliki uvoz je poslednjih godina zabeležen i u avgustu i u martu. Međutim, sezonska usmerenost uvoza nije mnogo izražena zahvaljujući relativno maloj potrošnji ovog voća.

Zamrznute maline i kupine

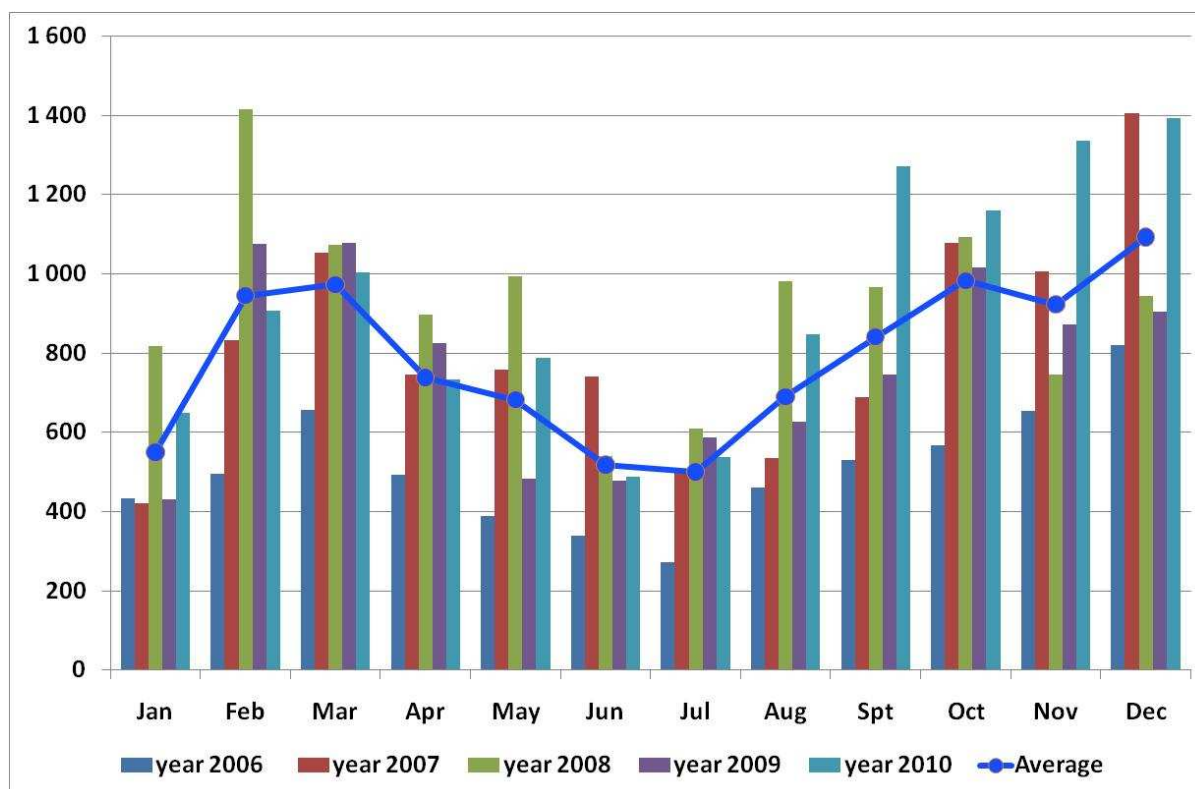
Rusija prosečno uvozi 11-12 hiljada tona zamrznutih malina i kupina godišnje. Zasebne statistike nisu dostupne, ali prema procenama eksperata iz ove industrije, malina čini oko 85-90% ove količine. Prema tome, procenjuje se da je ukupna veličina ruskog tržišta zamrznute maline oko 9.0-10.0 hiljada tona godišnje, a kupine – između 1 i 2 hiljade tona godišnje.



Dijagram 8. Godišnji uvoz zamrznute maline i kupine u Rusiju u periodu 2006-2010, u tonama (statistika projekta Fruit-Inform zasnovana na zvaničnoj ruskoj carinskoj statistici)

Kao što možemo videti na prethodnom dijagramu, Rusija je ubrzano povećavala uvoz zarznute maline u periodu od 2006-2008. godine, kada je izvoz rastao za 35-37% godišnje. Međutim, zbog svetske finansijske krize, koja je dovela do devalvacije ruske rublje i negativnog uticaja na prihode potrošača u Rusiji, uvoz je smanjen za 18% u 2009-oj godini. U 2010-oj godini uvoz se oporavljao kako se situacija poboljšavala. Na uvoz su značajno uticali i loši vremenski uslovi u 2010-oj godini u Rusiji, koji su pogodili lokalnu proizvodnju. Ipak, očekuje se da uvoz ostane na istom visokom nivou, pa čak i da poraste u 2011-oj godini.

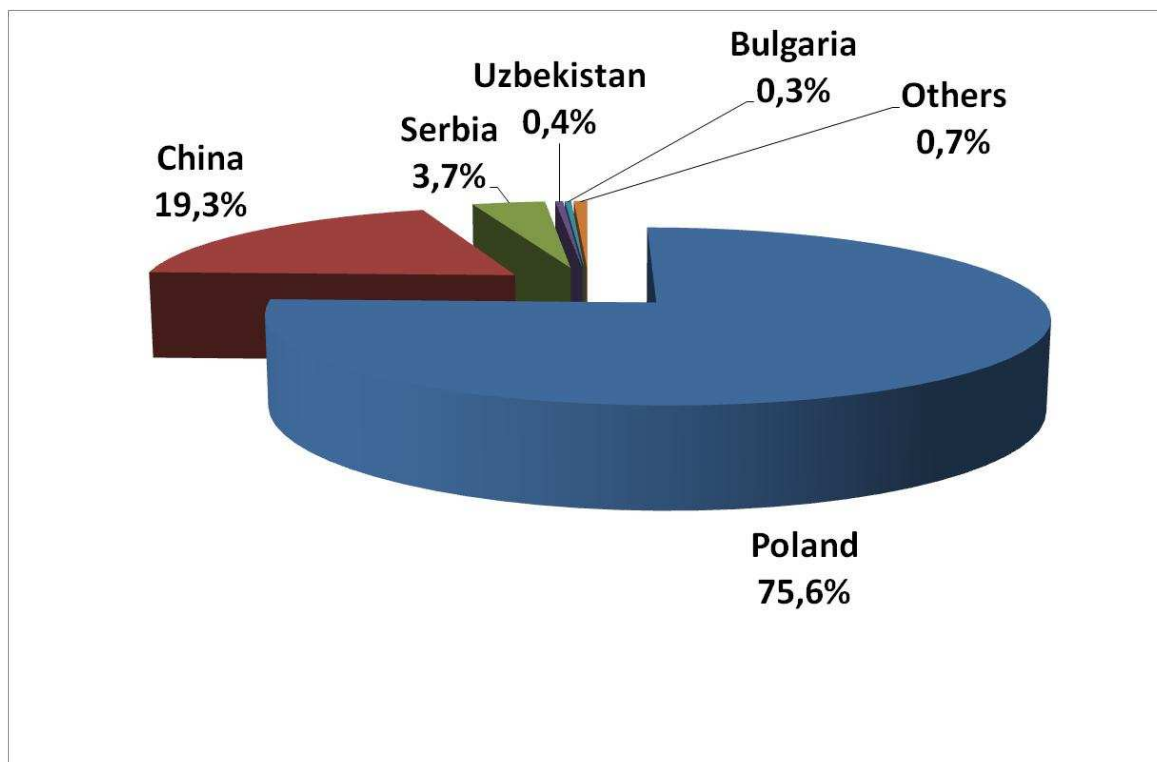
Ako analiziramo šemu uvoza u poslednjih pet godina (vidi dijagram u nastavku teksta), vidimo da je glavna sezona za uvoz zamrznute maline od oktobra do marta, sa prekidom samo u januaru zbog dve nedelje praznika u Rusiji.



Dijagram 9. Mesečni uvoz zamrznute maline i kupine u Rusiji u periodu od 2006-2010, u tonama (statistika projekta Fruit-Inform zasnovana na zvaničnoj ruskoj carinskoj statistici)

Tokom ovog perioda, oko 900-1,000 tona zamrznute maline i kupine se uvozi svakog meseca. Uvoz onda značajno opada u periodu april – maj i ostaje na nivou od oko 500-600 tona u letnjim mesecima.

Tri-četvrtine uvezene smrznute maline u Rusiju dolazi iz Poljske. Kina je drugi najveći dobavljač sa tržišnim učešćem od 19%, a Srbija je treći najveći isporučilac sa učešćem od ispod 4%. Međutim, treba napomenuti da isporučene količine iz Srbije, kao i njeno tržišno učešće, imaju određenu tendenciju rasta.



Dijagram 10. Geografski prikaz uvoza zamrznute maline i kupine u Rusiju u 2010. godini, u tonama (statistika projekta Fruit-Inform zasnovana na zvaničnoj ruskoj carinskoj statistici)

3. Zahtevi kupaca po pitanju kanala distribucije, asortimana, kvaliteta, ambalaže i sertifikacije

Sveže jagodasto voće

Ovde nećemo pričati o pothlađenom jagodastom voću koje se prodaje u rinfuzu, već samo o voću koje se konzumira u svežem stanju. Kao što je već rečeno, najvažniji proizvod od onih koje smo analizirali je jagoda, koja se najviše uvozi od svog jagodastog voća.

Većina svežih jagoda koja se isporučuje Rusiji je u malim pakovanjima – u plastičnim posudama/kontejnerima od 200-500 grama. Manja pakovanja se obično plasiraju van sezone. Posude se pakuju u kartonske kutije, koje se takođe koriste za izlaganje. Proizvođači obično prodaju ove posude na komad, pa tako oni već imaju bar kod. Uvozna jagoda se uglavnom prodaje u supermarketima (mi procenjujemo da se oko 60-70% uvozne jagode proda kroz ovaj kanal).

Sveže jagode obično uvoze velike kompanije i distribuiraju ih različitim lancima supermarketa i malim trgovcima, koji ih preprodaju na zelenim pijacama.

Sveža borovnica se skoro isključivo prodaje u supermarketima, obično u onim ekskluzivnijim. Isto važi i za uvoznju malinu, koja je obično dostupna van sezone.

Pakovanja ovog voća su obično manja – plastične posude od 100-200g koje se takođe pakuju u kartonske kutije.

Sveža jagoda i borovnica se obično uvozi u miksu sa drugim voćem zbog malih količina koje se troše.

Zamrznuto jagodasto voće

Većina zamrznutog jagodastog voća se prodaje industriji, a samo oko 15-20% u maloprodaji (uvoz za maloprodaju je oko 6,000 tona, od kojih je 2,200 tona malina a ostalo – jagoda).

Industrijska ambalaža je jednostavna – rinfuzna u velikim vrećama. Mnogi prerađivači rade direktan uvoz zamrznutog jagodastog voća, ali mnogi rade i preko uvoznčkih firmi. Procenjuje se da oko 70% uvoza zamrznutog jagodastog voća za dalju preradu ide kroz uvoznčke kompanije, koje ga onda distribuiraju lokalnim prerađivačima.

Ono voća što se proda za maloprodaju obično ide preko uvoznika, koji više vole da ga uvezu u rinfuznom stanju i onda ga prepakuju pod svojom etiketom ili pod etiketom lokalnog maloprodajnog lanca. Takođe je moguće da se zaključe poslovi sa lokalnim lancima i da se isporučuju proizvodi pod njihovom etiketom ili čak pod njihovim sopstvenim brendom, ali to je mnogo teže i zahtevalo bi isporuku jako velikog asortimana proizvoda, ne samo zamrznutog jagodastog voća.

Takođe je važno pomenuti da se veći deo zamrznutog jagodastog voća u ruskim supermarketima prodaje u rinfuznom stanju – potrošači mogu da ga stave u plastične kese i izmere željenu količinu pre nego što ga plate.

Pakovanja zamrznutog jagodastog voća se najčešće prodaju sa jednom vrstom voća ili kao mikš različitog jagodastog voća u plastičnim kesama od 400 grama. Veće kese (1-2 kg) su takođe dostupne kod HoReCa prodaje u velikoprodajnim lancima kao što je METRO Cash & Carry.

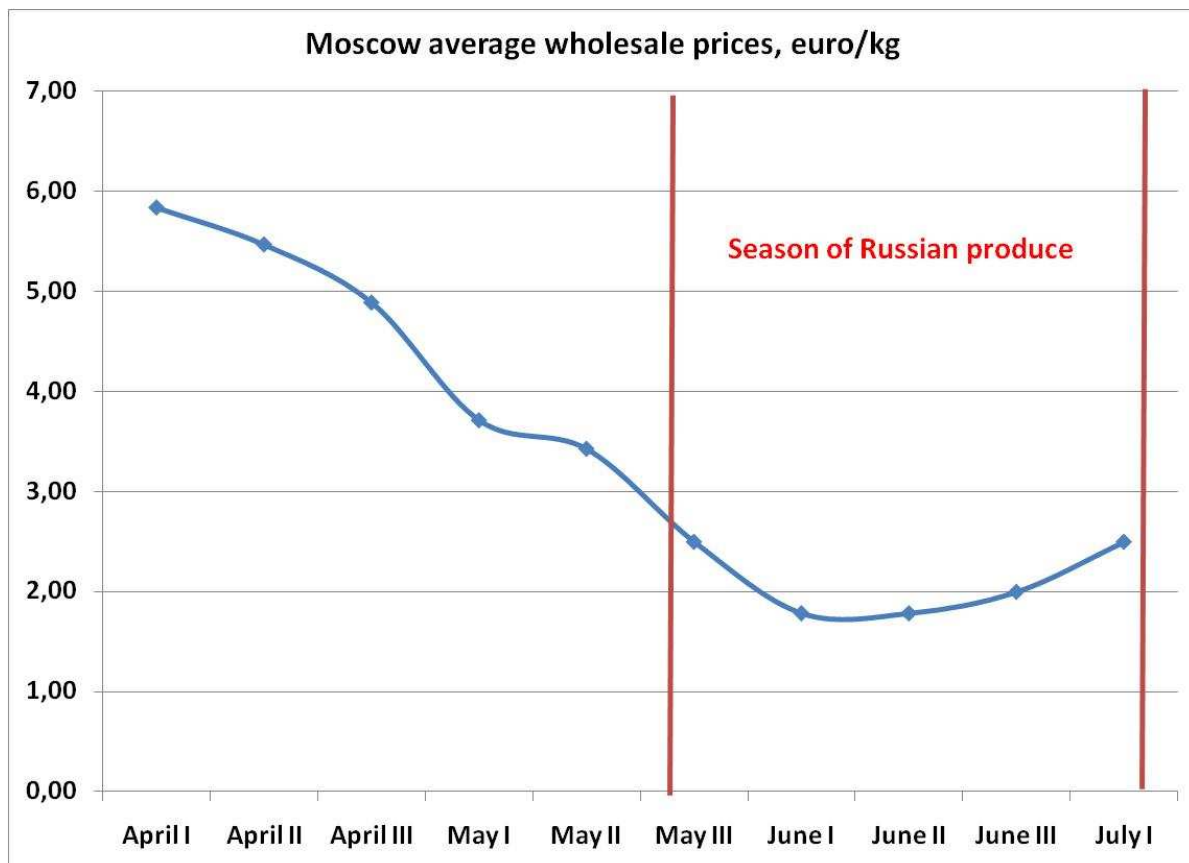
Zahtevi kupaca po pitanju sertifikacije se značajno razlikuju, međutim, oni moraju biti usaglašeni sa ruskim propisima o bezbednosti hrane. Svaka zemlja ima poseban protokol potpisan sa Rusijom, koji opisuje neophodne procedure. Ruski kupci obično traže sertifikat porekla, laboratorijske i mikrobiološke sertifikate, sertifikat o radijaciji, foto i druge sertifikate koji potvrđuju kvalitet proizvoda, u zavisnosti od zahteva kupca. Global GAP se obično ne traži. HACCP i ISO sertifikacija nije obavezna, ali može biti važan faktor za kupca kada donosi odluku o kupovini.

4. Sistem marži i cena svežeg & zamrznutog voća

Sveže jagodasto voće

Sveže jagode se u Rusiji isporučuju tokom cele godine i cene dosta variraju. Budući da bi Srbija mogla da isporučuje jagode uglavnom u maju i početkom juna, a potencijalno bi mogla i da proširi sezonu i na april, hajde da analiziramo situaciju po pitanju sezone u Srbiji u odnosu na sezonu lokalne proizvodnje.

U maju, kada je većina svežih jagoda dostupna u Srbiji, rusko tržište je relativno malo zato što većina jagodastog voća dolazi iz uvoza. Međutim, ako bi na tržištu bile ponuđene kvalitetne jagode po konkurentnim cenama, tržište bi se lako moglo proširiti.



Dijagram 11. Veleprodajne cene sveže jagode na tržištu Moskve u desetodnevni periodima (trogodišnji proseki), u eurima/kg (Izvor: Fruit-Inform)

Kao što možemo da vidimo iz prethodnog dijagrama, veleprodajna cena jagode na ruskom tržištu u prvih 20 dana maja je na nivou od oko 3,4-3,7 evra/kg. Ova cena obuhvata maržu i sve troškove uvoznika. Ovo u suštini znači da ako bi se proizvod isporučivao iz Srbije u ovom periodu, srpski proizvođači (ako bi izvozili direktno), bi bili plaćeni 2.4 - 2.8 evra/kg za svoje

voće. U poslednjoj dekadi maja cena koja bi se isplaćivala srpskim proizvođačima bi pala na 1.7 evra/kg, a u prvim nedeljama juna ona bi bila oko 1.1 evra/kg. Međutim, treba znati da ova cena uključuje i PDV, čiji povraćaj srpski proizvođači mogu da ostvare kada izvoze svoje proizvode. Prema tome, stvarna cena koja bi se mogla ostvariti u ovom slučaju bi bila veća.

Šta više, zahvaljujući tome što nema uvoznih dažbina, srpski dobavljači imaju prednost od oko 20 evrocenti po kilogramu u odnosu na isporučioce iz Turske i Španije, i skoro još toliko zbog kraće razdaljine. Sveukupna prednost se procenjuje na oko 0.35 - 0.55 evra/kg.

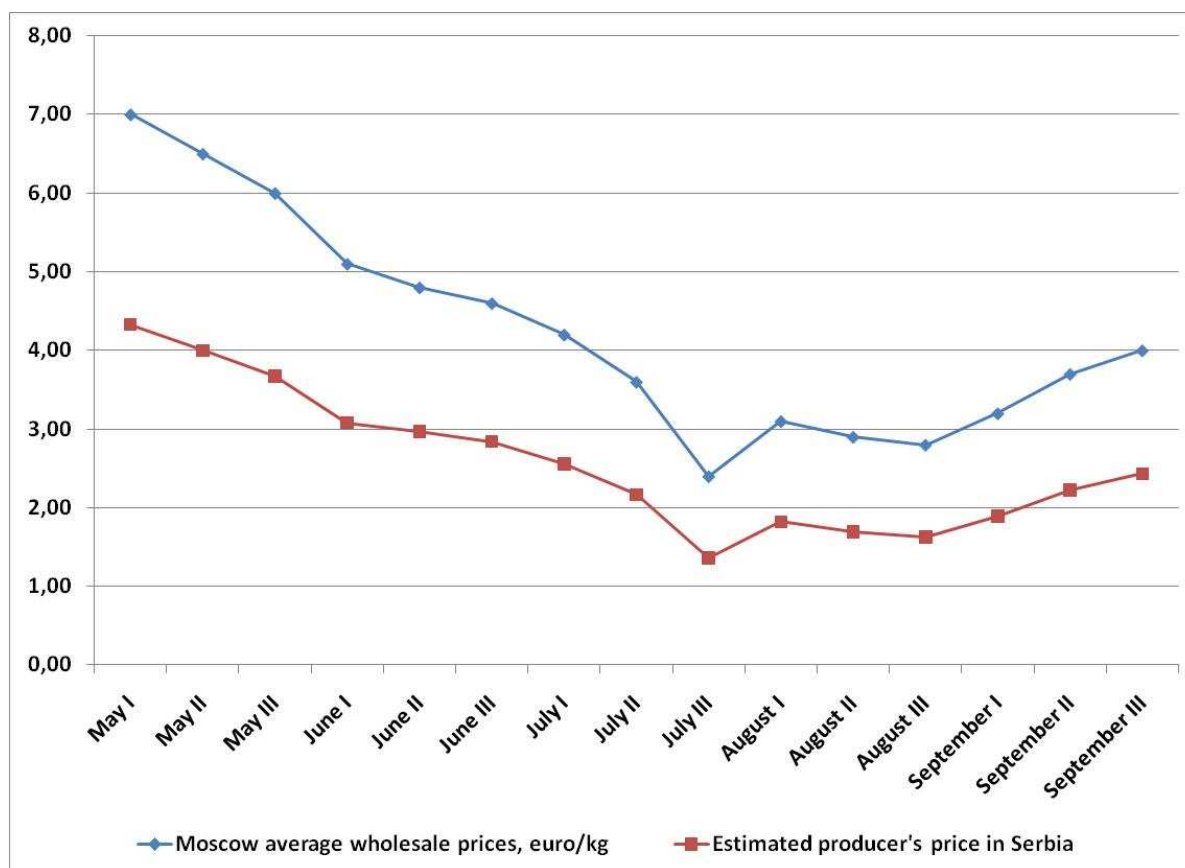
Marža na jagodama opadaju sa porastom količine kojima se trguje. Lanci supermarketata se obično ugrade dodatnih 15-40% (u zavisnosti od lanca i lokacije) preko veleprodajne cene, uključujući sve dodatne troškove.

Međunarodna trgovina malinom i borovnicom za konzumiranje u svežem stanju je veoma skromna (razlozi za to su opisani u prethodnim poglavljima).

Većina sveže maline se uvozi kada domaći proizvod nije dostupan. Maloprodajne cene ovog jagodastog voća van sezone mogu biti visoke i do 15-20 evra/kg. Tokom sezone, kada Srbija može da isporuči ovaj proizvod, cena maline je mnogo niža.

Lokalna malina u Rusiji je dostupna uglavnom u julu, mada su neke količine dostupne i u junu i u periodu avgust - september. Tako su i cene najniže u julu. U poslednjih 20 dana juna, kada bi srpska malina mogle biti dostupna, veleprodajna cena sveže maline u Rusiji dostiže 4.6 - 4.8 evra/kg. Ovo znači da bi dobavljači iz Srbije mogli da dobiju oko 3.1 - 3.2 evra/kg, plus refundiran PDV.

U prvih dvadeset dana jula cene padaju na 3.6 - 4.2 evra/kg i za srpske isporučioce bi one na kraju bile 2.4 - 2.9 evra/kg. Najniža cena se beleži u poslednjoj dekadi jula, kada cene u Moskvi padnu na 2.4 evra/kg. U slučaju srpskih kompanija koje isporučuju malinu u ovom periodu, one bi mogle da dobiju oko 1.5 evra/kg svežih malina.



Dijagram 12. Veleprodajne cene sveže maline na tržištu Moskve u desetodnevnom periodima (trogodišnji proseki), u evrima/kg (Izvor: Fruit-Inform)

Isporuke malina u kasnijim periodima sezone su takođe moguće pod pretpostavkom da se razviju proizvodnja i logistika. Međutim, isporuke u septembru bi bile manje profitabilne nego u junu, a potrošnja u junu bi bila značajno veća nego u septembru. Septembarske isporuke su za srpske dobavljače moguće po neto ceni od oko 2.1 - 2.8 evra/kg.

Cena borovnice je veoma visoka da bi se pratila, jer samo neznatan broj ljudi kupuje sveže gajenu borovnicu (manje od 1% ruske populacije). Naše procene pokazuju da veleprodajne cene gajene borovnice dostižu 10-15 evra/kg u zimu i proleće i blizu su 4 - 5 evra/kg tokom leta. Tako bi srpski dobavljači tokom svoje sezone berbe borovnice mogli od ruskih kupaca da dobiju cenu od 4 - 7 evra/kg, zbog toga što se one beru ranije nego borovnice u Poljskoj.

Zamrznuto jagodasto voće

Cene zamrznutog jagodastog voća zavise od puno faktora, ali u najvećoj meri od kvaliteta proizvoda. Budući da se većina jagodastog voća uvozi u Rusiju radi dalje prerade, cena postaje odlučujući faktor, dok kvalitet nije mnogo važan.

U isporukama smrznutog jagodastog voća za prodaju u svežem stanju (uglavnom kroz lance supermarketa), cena je takođe veoma važan faktor, budući da se značajan deo ovog voća prodaje u rinfuznom stanju na meru (potrošači mogu da uzimaju voće iz velikog pakovanja u pojedinačne kese i mere ga). Većinu uvoznog smrznutog jagodastog voća, čak i ako se ne prodaje u supermarketima na meru, lokalni distributeri prepakuju pod svojim brendom ili pod privatnom etiketom lanca supermarketa. Relativno mali procenat se prodaje pod brendom stranog dobavljača. Cene za sve ove kategorije jagodastog voća se u mnogome razlikuju.

Zamrznuta jagoda za industrijsku potrošnju u 2010. godini je bila uvožena po prosečnoj ceni od oko 0.65 - 0.85 evra po kilogramu, plus trošak dozvola. Zamrznuta jagoda za maloprodajnu potrošnju bila je skuplja za 35-45%, u zavisnosti od stepena kvaliteta.

Zamrznuta kupina je bila jeftinija od jagode i uvežena je po ceni od oko 0.6 - 0.7 evra/kg za preradu i oko 0.8 - 0.9 evra/kg za maloprodajnu potrošnju.

Cena zamrznute maline klase B (za dalju preradu) bile su malo više od cene zamrznute jagode, varirajući od 0.65 do 0.9 evra/kg, a cena maline za maloprodajnu potrošnju je bila mnogo veća – 1.3 - 2.0 evra/kg. Pakovana malina je uvožena po mnogo višoj ceni, ali je bilo teško precizno identifikovati cenu jer je ona u značajnoj meri zavisila od vrste ambalaže.

Maloprodajne marže za zamrznuto jagodasto voće zavise od različitih faktora kao što je lokacija, brend, tip prodavnice, ambalaža, itd. Najpopularniji brendovi zamrznutog voća i povrća u Rusiji - svi imaju jagodasto voće u svom asortimanu i ovi brendovi su ili ruski ili poljski. I ruski brendovi obično samo prepakuju poljsko jagodasto voće. Prema različitim procenama, marže uvoznika na zamrznute proizvode (ako ne prepakuju proizvode ili nisu krajnji korisnici) dostižu 30%, a marže maloprodajnih lanaca variraju od 25 do 50%.

5. Model ulaska na rusko tržište i potencijalni partneri – uvoznici i/ili distributeri za jagodasto voće

Rusko tržište ima neke specifičnosti u odnosu tržišta zemalja Evropske Unije. Dobre vesti su da srpski dobavljači svežeg voća već dobro razumeju kako treba raditi sa ruskim kupcima. Glavni problemi na koje srpske firme mogu naleteti su:

- nedostatak transparentnosti u poslovnim transakcijama;
- teška poslovna kultura;
- nedostatak osoblja sa znanjem engleskog jezika u ruskim kompanijama

Sveže jagodasto voće

Srbija ima dobru priliku da isporuči sveže jagode Rusiji zahvaljujući prednostima ranije sezone, uvoznih dažbina i transporta. Neke šanse postoje i za borovnicu, kao i, potencijalno, možda za svežu malinu.

Budući da su srpski isporučiooci jabuke, šljive i drugog svežeg voća već uspostavili dobar kontakt sa mnogim važnim kupcima iz Rusije, moći će lako da dodaju jagodu i drugo jagodasto voće u svoju ponudu, ako je ta roba dostupna. Prema tome, mi preporučujemo da se tesno saraduje sa postojećim izvoznicima da bi se povećao uvoz jagodastog voća. Takođe je vrlo važno biti u mogućnosti da se ponudi asortiman kako jagodastog, tako i drugog svežeg voća.

U skoro svim slučajevima, gotovo svi srpski dobavljači morali bi da pregovaraju sa uvoznicima svežih proizvoda. Isporuke direktno u lance supermarketeta bi zahtevale veću raznolikost i prisutnost na ruskom tržištu.

Zamrznuto jagodasto voće

Budući da se zamrznuto jagodasto voće iz Srbije još uvek uglavnom prodaje u Evropskoj Uniji, mnoge kompanije iz Srbije imaju poteškoća sa razumevanjem ruskog tržišta, njegove strukture i poslovne kulture. Međutim, one kompanije koje su ga istraživale nisu zažalile, jer su uglavnom mogle dobiti bolje cene za svoje proizvoda.

Postoji četiri tipa kompanija - uvoznika, sa kojima srpski dobavljači smrznutog jagodastog voća mogu da posluju:

1. prerađivači jagodastog voća (kompanije-mlekare, velike konditorske kompanije, itd.);
2. uvoznici-prodavci, koji kupuju, dobiju dozvolu i prodaju isti proizvod lokalno bez dodavanja bilo kakve vrednosti;
3. lokalni brend uvoznici – kompanije koje su vlasnici moćnog lokalnog brenda i uvoze proizvode da bi prepakovali u sopstvenu ambalažu ili pod privatnom etiketom lanca supermarketeta. Oni takođe mogu da prodaju određene proizvode prerađivačima;
4. lanci supermarketeta

Većina jagodastog voća bi morala biti isporučena prvom i drugom tipu kompanija, budući da većina uvezenog jagodastog voća ide u dalju preradu.

S'druge strane, treći tip kompanija mogao bi biti veoma interesantan klijent i one bi takođe predstavljale veoma veliki marketinški kanac. One bi mogle da plate skuplje za kvalitetan proizvod i zainteresovane su za pojedinačan proizvod, kao i za asortiman proizvoda.

Direktno poslovanje sa lancima supermarketeta može da bude veoma teško zbog specifičnog sistema isporuka i plaćanja. Šta više, lancima supermarketeta bi trebao širok asortiman proizvoda tokom cele godine, što većina srpskih dobavljača nema. Ipak, takvi ugovori bi mogli da osiguraju

prodaju veće količine proizvoda i veću stabilnost nego saradnja sa drugim tipovima uvoznika koji su osetljiviji po pitanju cena.

Prema našoj proceni, najveći uvoznici zamrznutog jagodastog voća u Rusiji obuhvataju sledeće kompanije: Metfors, Transparent World Trade, Iveks, Ortika Frozen Foods, Schteiherobst, Interkom i RTTO. Ovih sedam kompanija, prema našim procenama, pokrivaju oko 75% celokupnog uvoza, a lider uvoza, kompanija Metfors, ima udeo od skoro 22% celokupnog uvoza. Prve tri pomenute grupe (Metfors, Transparent World Trade, Iveks) uvezle su više od pola svog zamrznutog jagodastog i drugog voća u Rusiju.

6. Propisi po pitanju uvoza i bezbednosti hrane³

Srbija ima sporazum o slobodnoj trgovini sa Rusijom koji joj daje značajnu prednost u odnosu na konkurente, koji moraju da plate uvozne dažbine kada isporučuju proizvode u Rusiju. Međutim, srpski dobavljači moraju da plate PDV kada isporučuju sveže i zamrznute proizvode u Rusiju, koji, za jagodasto i drugo voće, iznosi 18%. Treba napomenuti da je stopa PDV-a za isporučeno povrće samo 10%.

Uprkos trenutnim pripremama Rusije za pridruživanje Svetskoj trgovinskoj organizaciji, kontrola agencija nad uvoznim prehrambenim proizvodima i dalje je komplikovana i birokratska. Prepreke trgovini zavise od tipa proizvoda, lokacije carinjenja, status uvoznika i drugih ne transparentnih faktora. Primena novih tehničkih propisa koji bi zamenili nacionalne standarde koji nisu usklađeni sa STO je bukvalno suspendovana.

Preporučuje se da carinjenje u Rusiji treba da obavi agencija koja se nalazi u zemlji gde carinjenje mora da se sprovede, ili bar predstavnik ove strane na licu mesta. Uvozne dozvole se izdaju na ime fizičkog ili pravnog lica koje je zvanično registrovano na teritoriji Ruske Federacije kod Ruskih poreske uprave. Obično, izvoznik proizvoda sprovodi izvoznu carinsku proceduru, a uvoznik proizvoda sprovodi uvoznu carinsku proceduru.

Generalno, kupci obezbeđuju detaljne informacije o uvoznjoj regulativi, zahtevima kvaliteta i bezbednosti hrane za određene proizvode. Ako isporučilac nema predstavnika u zemlji odredištu, najbolje je da kupac završi carinske formalnosti.

Izvoz proizvoda u Rusku Federaciju može da bude težak zadatak za neiskusne izvoznike, zato što se uvozni zahtevi i pravila carinjenja često menjaju. Prema tome, preporučuje se da uvoznik, uz pomoć ažurnih izvora informacija, detaljno proveri svu uvoznju dokumentaciju kako ne bi prekršio ruske zakone i propise ruskih agencija koji se odnose na konkretne proizvode. Važni i obavezni zahtevi za bezbednost i identifikaciju su dati ne samo u sanitarnim i regulatornim dokumentima, kao što je dokument "Sanitarna pravila i propisi" ("SanPiN"), ali i u nekim nacionalnim standardima (poznatim po ruskoj skraćenici "GOST") i tehničkim propisima.

³ Izvor: USDA FAS izveštaj

Važno je nabaviti dokumenta kao što su “Sanitarni i epidemiološki zaključak“ i “Sertifikat usaglašenosti“. Ovaj drugi dokument se izdaje pošto se drugi obavezni sertifikati i dokumenti pribave. Takođe treba znati da dobijanje sertifikata pre dolaska pošiljke (na osnovu uzoraka koje obezbeđuje izvoznik) omogućava da se provede manje vremena i smanje troškovi tokom carinjenja. Uvozne (veterinarske) dozvole i Uvozne karantinske dozvole koje izdaju različita odeljenja Ruske Federalne Službe za Veterinarsko i Fitosanitarno praćenje (VPSS) <http://www.fsvps.ru/fsvps/main.html? language=en> bilo posle pregleda tovara ili/i na osnovu relevantnih sertifikata zemlje koja izvozi, a koji se predaju VPSS-u od strane uvoznika.

Federalna služba za veterinarsko i fitosanitarno praćenje, poznata po ruskoj skraćenici Rosselkhoz nadzor, a na zapadu kao VPSS, prati veterinarske i fitosanitarne uslove u Rusiji i sprovodi ruske propise koji se tiču veterinarskog i zdravlja biljaka. Postoje veterinarske i fitosanitarne službe na ruskim granicama i u unutrašnjosti Rusije. VPSS je zadužen da štiti Rusku Federaciju od uvoznih proizvoda sa zaraznim životinjskim bolestima, biljnim štetočinama i patogenima biljnih bolesti, da stavi u karantin biljke i korenje, i bilo koje druge pošiljke za koje se veruje da predstavljaju opasnost prema sanitarnim i fitosanitarnim standardima.

Federalna služba za zaštitu prava potrošača i dobrobit ljudi Ministarstva zdravlja i socijalnog razvoja, takođe poznata kao Rospotrebnadzor <http://rospotrebnadzor.ru/en/web/en/>, je odgovorna za bezbednost hrane i prehrambenih proizvoda. Rospotrebnadzor može da zabrani prodaju proizvoda koji ne zadovoljavaju zvanične zahteve. Drugi državni organi koji regulišu uvoznu robu i prehrambene proizvode su: Federalna služba za tehničku regulativu i metrologiju, takođe poznata kao Rostekhnadzor <http://www.rugost.com/>, je deo Ministarstva industrije i trgovine. Rostekhnadzor upravlja ocenjivanjem, preradom i servisiranjem proizvoda, kako bi se utvrdilo da li su proizvodi usaglašeni sa nacionalnim sertifikacionim standardima i kriterijumima.

Federalna carinska služba Rusije (FTS) <http://www.customs.ru/en/> reguliše inostrane ekonomske aktivnosti sistemom carinskih naknada, dažbina i taksi. Tri agencije obavljaju carinsku kontrolu: Federalna carinska služba Rusije, pokrajinske carinske službe i carinarnice i carinske ispostave. Ministarstvo industrije i trgovine reguliše bescarinske eksterne ekonomske aktivnosti uključujući davanje dozvola i upravljanje kvotama. Kontakt informacije sertifikacionih agencija i tela su na kraju ovog izveštaja.

Opšti zahtevi za podacima na etiketi u Rusiji su:

- Naziv proizvoda;
- Tip, klasa ili kategorija proizvoda;
- Ime, zemlja, adresa proizvođača, pakler, izvoznik i uvoznik;
- Težina ili zapremina proizvoda (neto i bruto);
- Hranljiva vrednost proizvoda; sastojci;
- Datum prerade;
- Način čuvanja;
- Rok trajanja; i
- Pečat usaglašenosti (RST).

Zahtevi za uvoz svežeg jagodastog i ostalog voća i povrća u Rusku federaciju su karakteristični i za druge proizvode biljnog porekla. Kao orasi i sveže voće, i sveže jagodasto voće mora imati sanitarno-epidemiološku potvrdu. Ovi proizvodi su predmet fitosanitarnog pregleda. Sveže jagodasto voće je moguće uvoziti samo uz dozvolu VPSS-a. Na uvoz povrća se plaća PDV po stopi od 10%, što je manje nego za druge uvezene proizvode, ali na uvoz jagodastog i drugog voća se plaća PDV u iznosu od 18%.

Smrznuto ili prerađeno povrće, jagodasto i drugo voće koje se isporučuje Rusiji mora da ima sanitarno-epidemiološku potvrdu. Za 07013 – mahunasti suvi, bez ljuske, oljuštene kožice semena, očišćeni ili ne – proizvodi su predmet fitosanitarnog pregleda. Ove proizvode je moguće uvoziti samo uz prethodnu dozvolu VPSS-a.

Tipične greške prilikom isporuke prehrambenih proizvoda Rusiji

U nastavku su navedeni najčešći razlozi kojim se određenom dobavljaču zabranjuje ili suspenduje uvoz prehrambenih proizvoda u Rusiju:

- Nedostatak sanitarno-epidemiološkog zaključka za proizvode (55.4%); Nedostatak (neusaglašenost) etikete (41.0%);
- Neusaglašenost sa sanitarno-higijenskim zahtevima (2.4%);
- Neusaglašenost sa uslovima transporta (1.2%).

Ponekad se uvoz zaustavi zbog toga što uvoznici (pravna lica, pojedinačni preduzetnici) ne zahtevaju zvaničnu informaciju od proizvođača u vezi sa bezbednošću proizvoda, uključujući upotrebu pesticida. Potpisani ugovori o isporuci prehrambenih proizvoda ne regulišu detaljno pitanja koja se tiču etiketa na ruskom jeziku; a ni povraćaj potencijalno opasnih proizvoda isporučiocu nije regulisan. Drugi problemi uključuju odstupanja u ceni, pogrešna dokumentacija (npr., pogrešan zdravstveni sertifikat, pogrešni proizvodi opisani u fakturi i zdravstvenom sertifikatu) i neplaćanje naknada.

7. Predložene marketinške aktivnosti

Da bi promovisali izvoz svežeg jagodastog i drugog voća u Rusiju, srpski poslovni subjekti treba dobro da razumeju ciljno tržište. U ovom izveštaju su osnovne informacije o tržištu. Detaljne informacije se mogu dobiti od lokalnih izvora tržišnih informacija.

Bilo bi odlično kada bi srpski isporučioi svežeg jagodastog i drugog voća, kao i isporučioi smrznutih proizvoda, otvorili lokalno predstavništvo u Rusiji. Ovo bi moglo da se organizuje kroz neku asocijaciju odnosno udruženje. Lokalno predstavništvo sa budžetom za marketing je jedan od najefikasnijih načina da se promoviše proizvod u Rusiji. Lokalni predstavnik bi mogao da se bavi sledećim pitanjima:

- Traženje novih potencijalnih kupaca i davanje informacija o dostupnosti i cenama srpskih proizvoda;
- Učešće na lokalnim izložbama i sajmovima radi prezentacije i promocije srpskih proizvoda, uspostavljanja novih kontakata i pronalaženja novih potencijalnih kupaca;
- Učešće na važnim konferencijama i drugim događajima i prezentacija srpskog potencijala da isporuču proizvode;

- Pomoć kod praćenja prodaje srpskih proizvoda na lokalnim tržištima, njihovo pozicioniranje, praćenje tržišta i pružanje povratnih informacija srpskim dobavljačima o tome kako da poboljšaju svoju ponudu;
- Praćenje važnih tržišnih kretanja i novih tržišnih niša, i blagovremeno informisanje srpskih dobavljača;
- Pomoć kod rešavanja problema između lokalnih kupaca i srpskih isporučilaca na licu mesta, praćenju potvrda kvaliteta isporuka;
- Pružanje informacija o jedinstvenim karakteristikama srpskih proizvoda ruskim kupcima i potrošačima, direktno i preko lokalnih medija kako bi smanjili cenovnu elastičnost potražnje;
- Organizovanje studijskih putovanja u Srbiju za fokus grupe potencijalnih kupaca;
- Druge aktivnosti

Gore nabrojane aktivnosti se takođe mogu poveriti i lokalnim grupama u Rusiji.

Posete pažljivo odabranih i usmerenih grupa potencijalnih kupaca srpskim uzgajivačima i izvozniciima mogle bi biti vrlo produktivne. Ove posete bi mogle trajati 2-3 dana i program bi mogao da obuhvati prezentaciju stanja i perspektive srpskog sektora jagodastog voća, okrugli sto sa važnim potencijalnim isporučiocima, gde bi oni mogli da predstave svoje kompanije u 3 do 5 minuta, a onda da se sastanu sa potencijalnim kupcima pojedinačno, dok bi dva dana mogla da se iskoriste za posete najboljim kompanijama u sektoru kako bi se potencijalnim kupcima pokazala proizvodnja, skladištenje, pakovanje i ostale operacije nakon berbe.

Srbija još uvek ima relativno dobre kapacitete kad je ruski jezik u pitanju. Prema tome, ona može da koristi ruski jezik i regionalne trgovinske savete za sveže proizvode kako bi stvorila dodatne kontakte sa potencijalnim kupcima i napravila nove izvozne poslove.

Postavljanje web-portala o srpskim proizvodima na ruskom i engleskom jeziku značajno bi moglo da podstakne prodaju u ciljanim zemljama. Na takvom portalu bi trebalo ažurirati informacije na dnevnom nivou, informacije kao što su vesti sa tržišta, podaci o praćenju cena, ponude, katalog isporučilaca i druge relevantne informacije. Ako bi bio dobro napravljen i lako dostupan, portal bi bio citiran u ciljnim zemljama od strane specijalizovanih portala i upoznao bi profesionalce sa potencijalima Srbije. On bi takođe mogao i da direktno podstakne prodaju preko dobro organizovanog sistema ponuda i definitivno pomogne privlačenju novih stranih investicija u srpsku industriju voća & povrća.

Definisanje promotivne strategije i kampanje za ciljna tržišta moglo bi da koristi svim akterima u zemlji, pod pretpostavkom da postoji neka agencija koja bi osigurala da se izvoze samo kvalitetni proizvodi. Takva kampanja mora da bude osmišljena prema ciljnom tržištu i mogla bi da obuhvati odnose sa javnošću, reklamiranje i druge alate koji su već opisani u prethodnom tekstu.

8. Kontakt informacije o potencijalnim kupcima

Pogledati priloženi Excel dokument.

KRAJ IZVEŠTAJA