

ექსპორტის გზამკვლევი



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

REAP

მწვანე ექსპორტის გზამკვლევი



CBI-ის ბაზრის საინფორმაციო პორტალი

CBI (განვითარებადი ქვეყნებიდან ევროპაში იმპორტის ხელშეწყობის ცენტრი) წარმოადგენს ნიდერლანდების სამეწარმეო სააგენტოს ნაწილს. CBI-ის ბაზრის საინფორმაციო პორტალზე განთავსებული მასალა დიდი გულისყურით შემუშავდა, თუმცა CBI და პუბლიკაციების ავტორები არ არიან პასუხისმგებელი პორტალზე გამოქვეყნებული ინფორმაციის გამოყენების შედეგებზე. პორტალზე განთავსებულ ინფორმაციას არა აქვს იურიდიული ძალა. ამდენად, საჭიროების შემთხვევაში, უნდა დაგვეყრდნობთ შესაბამის წყარო-დოკუმენტებს. მონოღებელი ინფორმაცია მკითხველს არ ათავისუფლებს შესაბამისი საკანონმდებლო, მარეგულირებელი ან/და სამართლებრივი მოთხოვნების და მათში შეტანილი ცვლილებების გათვალისწინების ვალდებულებისგან. ბაზრის საინფორმაციო პორტალის მიზანია CBI-ის სამიზნე ჯგუფის - განვითარებად ქვეყნებში ექსპორტირებისა და ბიზნესის მხარდამჭერი ორგანიზაციების (BSO) - დახმარება. ცენტრი ინფორმაციას აქვეყნებს არაკომერციული მიზნით.

USAID/REAP პროექტმა, CBI-სთან შეთანხმებით თარგმნა ექსპორტის გამკვლევეების წინამდებარე სერია ქართულ ენაზე და მოახდინა მათი ადაპტირება საქართველოს რეალობასთან. (თაფლის ექსპორტის გამკვლევი მომზადებულია USAID/REAP პროექტის მიერ).

ნაშრომში გამოთქმული შეხედულებები ეკუთვნის ავტორს და არ გამოხატავს აშშ-ს საერთაშორისო განვითარების სააგენტოსა და აშშ-ს მთავრობის შეხედულებებს.

სერიაში შედის 9 გამკვლევი, რომლებიც მიმოიხილავს ქვემოჩამოთვლილ პროდუქციას ევროპის ბაზარზე გაყიდვის შესაძლებლობის კუთხით:

- ▶ **კენკრა**
- ▶ **ჩაი**
- ▶ **ცოცხალი მწვანელი**
- ▶ **გაყინული ხილი და ბოსტნეული**
- ▶ **ხველი ბალახოვანი სანელებლები**
- ▶ **სტავი**
- ▶ **დაქუცმაცებული და დაფუთი სანელებლები და გამხმარი მწვანელი**
- ▶ **თაფლი**
- ▶ **თხილი და ჩირი**

შესავალი

ევროპულ ბაზარზე სწრაფად იზრდება მწვანილებზე მოთხოვნა. რეჰანის, პრასის და პიტნის მიწოდება შესაბამისობაშია მომხმარებლის მზარდ მოთხოვნასთან ნატურალურ პროდუქტზე. ამ მწვანილს ასევე აქტიურად იყენებენ კულინარიაში. განვითარებადი ქვეყნებიდან მწვანილის საექსპორტო შესაძლებლობები განსაკუთრებით იზრდება ევროპისთვის არასემონურ პერიოდში, როდესაც შეჩერებულია ადგილობრივი წარმოება. თუმცა, მიწოდებლებისგან მოითხოვება მთელი წლის განმავლობაში შეინარჩუნონ პროდუქციის მაღალი ხარისხი და სტანდარტების შესაბამისი შეფუთვა.

პროდუქციის აღწერილობა

ბოტანიკურად მწვანილში განასხვავებენ ერთწლიან, ორწლიან, მრავალწლიან მცენარეებს და ბუჩქურ წარგავებს. ევროპის ბაზარზე მწვანილის ყველაზე გავრცელებული სახეობებიდან აღსანიშნავია:

- ▶ რეჰანი (Ocimum basilicum)
- ▶ ოხრახუმი (Petroselinum crispum)
- ▶ ქინძი (Coriandrum Sativum)
- ▶ პრასი (Allium schoenoprasum)
- ▶ ბეგქონდარა (Thymus vulgaris)
- ▶ ორეგანო (თავშავა) (Origanum vulgare)
- ▶ როზმარინი (Rosmarinus officinalis)
- ▶ კამა (Anethum graveolens)
- ▶ პიტნა (Mentha)

ბაზარზე მწვანილი ხელმისაწვდომია ახლად მოკრეფილი და დაფასოებული, გაყინული, ან ქოთანში დარგული სახით. ჩვეულებრივ, მწვანილი რეგისტრირებულია სასაქონლო ნომენკლატურის პარმონიზებული სისტემის HS 07099990 სასაქონლო კოდით „ცოცხალი ან გაყინული ბოსტნეული, რომელიც სხვაგან არ არის მითითებული“. თუმცა, ხშირად, ასევე გამოიყენება მე-9 და მე-12 თავებში მითითებული კოდებიც.

ცხრილი 1: ჰარმონიზებული სისტემის კოდები მწვანილისთვის

კოდი	პროდუქტი
070999900	ცოცხალი ან გაყინული ბოსტნეული (სხვაგან არ არის მითითებული)(მაგ. ოხრახუმი, ქინძი, კამა, ორეგანო)
070940000	ცოცხალი ან გაყინული ნიახური (გარდა თალგამისებრი სახეობისა)
070390000	ხახვისებრთა ოჯახის ბოსტნეული, ცოცხალი ან გაყინული (ხახვის და ნივრის გარდა) (მაგ. პრასი)
121190900	მცენარეები ან მცენარეული პროდუქტი (მათ შორის ხილი და სათესლე მასალა), რომელიც გამოიყენება ძირითადად პარფიუმერიაში, ფარმაციაში, მცენარეთა დაცვის საშუალებების (ინსექტიციდები, ფუნგიციდები) წარმოებაში ან სხვა მსგავსი დანიშნულებით, ცოცხალი ან გამომშრალი/ გამხმარი სახით (მაგალითად: რეჰანი, პიტნა, როზმარინი)
091099900	სუნელები (მაგ.: ბეგქონდარა, დაფნის ფოთოლი)

წყარო: Eurostat Comext.

პროდუქციის სპეციფიკაცია

ხარისხი და ზომა

ევროკავშირის ტერიტორიაზე მწვანილის მარკეტინგზე ვრცელდება გაეროს ევროპის ეკონომიკური კომისიის რეგლამენტით (No. 543/2011) განსაზღვრული ზოგადი მარკეტინგული სტანდარტები. აღნიშნული პროდუქციისთვის არ არის დადგენილი კონკრეტული მარკეტინგული სტანდარტი. თუმცა, აუცილებლად უნდა გაითვალისწინოთ ხარისხის ძირითადი მოთხოვნები.

ზოგადი მარკეტინგული სტანდარტების მიხედვით, მწვანილი უნდა იყოს ქორფა, ჯანსაღი და სუფთა, არ უნდა შეიცავდეს ხილულ უცხო

საგნებს, დასაშვებ ნორმაზე მეტ პესტიციდებს, არ უნდა ჰქონდეს ზედაპირული სინოტივე, არადადამახასიათებელი სუნი და გემო. ამასთანავე, პროდუქციის სპეციფიკაცია ტრანსპორტირებისას და შემდგომი ოპერაციებისას (დახლზე განთავსებამდე) უნდა უზრუნველყოფდეს ლპობის, დაჟეილობის, ფერის ცვლილებების, არათანაბარი შეფერილობის წარმოქმნის, ან ფოთლების გაცვენის თავიდან აცილებას. ძალიან მნიშვნელოვანია ასევე პროდუქციის ერთგვაროვნება.

შეფუთვა

ცოცხალ მწვანეებს ესაჭიროება დამცავი შეფუთვა. მწვანეები შეიძლება დაფასოვდეს ახლად მოკრეფილი, ან ქოთანში დარგული სახით.

- ▶ ქოთანში დარგულ მწვანეებს აქვს თავისი ნიადაგი, ამგვარად, უმეტეს შემთხვევაში ადგილობრივი მწარმოებლის სათბურებიდან მიწნობა მომხმარებელს. ქალაქის შეფუთვა იცავს მცენარის ფოთლებს დაზიანებისგან და ამცირებს ზედაპირული დატენიანების რისკს.
- ▶ ახლად მოკრეფილი მწვანეებისთვის გამოიყენება პოლიეთილენის შესაფუთი მასალა, მისი ტრანსპორტირება კი ხდება მუყაოს ყუთებით. ტრანსპორტირებისა და დასაწყობებისას, მწვანეების კონკრეტულ სახეობაზე მორგებული ოპტიმალური ტემპერატურული რეჟიმის გამოყენება უზრუნველყოფს პროდუქციის მახასიათებლების შენარჩუნებას.

შეფუთვასთან დაკავშირებული მოთხოვნები განსხვავდება მომხმარებლებისა და საბაზრო სეგმენტების მიხედვით. გაითვალისწინეთ, რომ ახლად მოკრეფილი მწვანეებისთვის გამოიყენება საცალო ვაჭრობაზე გათვლილი შეფუთვა.

ეტიკეტირება

შეფუთვის ეტიკეტირება შესაბამისობაში უნდა იყოს ევროპული ბაზრის წესებთან და რეგულაციებთან. ეტიკეტის შემადგენლობაში არ უნდა იყოს ტოქსიკური მელანი ან წებო. თუკი შეფუთვის ტიპი არაბილვადს ხდის პროდუქციას, შეფუთვაზე დატანილი უნდა იყოს პროდუქციის დასახელება, სახეობის დასახელება (შერჩევითი) და/ან საფირმო დასახელება.

ევროკავშირში ექსპორტირებული დაფასოებული მწვანეების ეტიკეტზე მითითებული უნდა იყოს:

- ▶ პროდუქციის დასახელება
- ▶ კომერციული იდენტიფიკაციის მახასიათებლები: კლასი, ზომა (კოდი), რაოდენობა, ნეტო წონა
- ▶ მწარმოებლის სახელი და მისამართი
- ▶ წარმოშობის ადგილი / ქვეყანა
- ▶ მიკვლევალობის კოდი

ამასთანავე, ეტიკეტზე დატანილი უნდა იყოს სერტიფიკატების ლოგო (ასეთის არსებობის შემთხვევაში) და/ან საცალო მოვაჭრის ლოგო, თუ მას გააჩნია საკუთარი ბრენდი. პროდუქციის ინგრედიენტების ეტიკეტზე მითითება არ არის საგადასმელი, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც ერთი კონტინერით ხდება სხვადასხვა სახეობის პროდუქციის გადამიღება. ასეთ შემთხვევაში ეტიკეტზე მითითებული უნდა იყოს ინგრედიენტები და თითოეული სახეობის პროდუქციის რაოდენობა.

როგორია მწვანეზე მოთხოვნა ევროკავშირის ბაზარზე?

ზოგადი ინფორმაცია ევროპის ბაზარზე ხილისა და ბოსტნეულის წარმოებისა და ვაჭრობის სტატისტიკის შესახებ შეგიძლიათ იხილოთ CBI-ს ბაზრის ვლევის პლატფორმაზე - CBI Market Intelligence Platform. აღნიშნული წყაროს საშუალებით თქვენ შეძლებთ გაცნობთ CBI-ს საინფორმაციო ბიულეტენს კლინარული დანიშნულების მქონე ხმელი მცენარეების ევროპაში ექსპორტის შესახებ.

პუბლიკაციის წინამდებარე ნაწილში მოყვანილია დეტალური ინფორმაცია ევროპაში მწვანეების წარმოების, ვაჭრობისა და მოხმარების შესახებ. მწვანეების შესახებ სრულყოფილი სტატისტიკა არ არის ხელმისაწვდომი. შესაბამისად, ამ ნაწილში მოყვანილი მონაცემები წარმოებისა და ვაჭრობის შესახებ, ძირითადად ინდუსტრიის ანგარიშებზეა დაფუძნებული.

იპორტი

- ▶ მამთრის განმავლობაში ევროპის ბაზარზე იმრდება არანეგრო ქვეყნებიდან იმპორტირებული მწვანეების მოცულობა. კენია, ისრაელი და ეთიოპია მთავარი მიმწოდებელი ქვეყნებია ნოემბრიდან მაისამდე პერიოდში. მიწოდების მაღალი მაჩვენებლებით ხასიათდება აგრეთვე მაროკო, ეგვიპტე და თურქეთი. კოლუმბია კი, რომელიც საერთაშორისო ბაზარზე

ყვავილების უმსხვილ მწარმოებლად მიიჩნევა, განსაკუთრებულ ინტერესს ამჟღავნებს ევროკავშირის მწვანილის ბაზრის მიმართ.

- ▶ ბაფხულის სეზონზე მწვანილი იწარმოება თვით ევროპის ქვეყნებში (ესპანეთი, იტალია, გერმანია, საბერძნეთი და პოლანდია), რაც შესაბამისად მაღალ კონკურენციას ქმნის ბაზარზე. ამრიგად, უცხოელი მიმწოდებლებისთვის საკმაოდ რთულია მთელი წლის მანძილზე შეინარჩუნონ დომინანტური პოზიციები.
- ▶ ევროკავშირში მწვანილის მნიშვნელოვანი იმპორტიორი ქვეყნებია დიდი ბრიტანეთი და გერმანია, რომლებიც პროდუქციის ძირითად ნაწილს შიდა მოხმარებისთვის იყენებენ. ასევე მსხვილი იმპორტიორია პოლანდია, რომელიც განიხილება როგორც ცოცხალი პროდუქციის სემენტის საგაჭრო ჰაბი. დასავლეთ ევროპა სტაბილური ბაზარია, რომელიც უკანასკნელი წლების განმავლობაში ხასიათდება ცოცხალ მწვანილზე მზარდი მოთხოვნით და მეტ-ნაკლებად სტაბილური ფასებით. შედარებით არამყარია აღმოსავლეთ ევროპის ბაზარი, თუმცა ამ უკანასკნელს ნაკლები მოთხოვნები აქვს პროდუქციის შეფუთვის მიმართ.
- ▶ რეჰანი, პრასი, პიტნა და ოხრახუში ევროპაში ყველაზე მოთხოვნილი მწვანილია და ბაზარზე წარმოდგენილია, როგორც დაკრეფილი, ასევე, ქოთანში დარგული სახით. ევროპელი მყიდველები ხშირად სხვადასხვა რეგიონში იძენენ პროდუქციას და ამ გზით უზრუნველყოფენ ცოცხალი მწვანილის უწყვეტ მიწოდებას მთელი წლის განმავლობაში.

პროდუქციის წარმოება

- ▶ იტალია და ესპანეთი აწარმოებენ მწვანილს, რომელიც ყველაზე მეტად მიესადაგება ევროპის ბაზრის მოთხოვნებს. მწვანილის წარმოება სულ უფრო ვითარდება ესპანეთშიც. რაც შეეხება პოლანდიას, პროდუქციის ძირითადი ნაწილი იწარმოება დაცული მებაღეობის პირობებში, რაც ითვალისწინებს შესაფერის კლიმატურ პირობებს და მკაცრ კონტროლს მცენარეთა დაცვის საშუალებების გამოყენებას თუ პესტიციდების ნარჩენებზე.
- ▶ მწვანილის წარმოება დიდი რაოდენობის სამუშაო ძალის გამოყენებას საჭიროებს, რაც საკმაოდ ზრდის წარმოების ხარჯებს. აღნიშნული დამატებით შესაძლებლობებს აძლევს

განვითარებად ქვეყნებს, რომელთაც შეუძლიათ ძვირადღირებული ლოჯისტიკა დააბალანსონ წარმოების შედარებით დაბალი დანახარჯებით.

მოხმარება

- ▶ რეჰანი, ყველაზე პოპულარული კულინარიული დანიშნულების მწვანილია ევროპაში, რომელიც მწვანილის მთლიანი მოხმარების 60-75 პროცენტს შეადგენს. სხვადასხვა ქვეყანა სხვადასხვა სახის მწვანილს ანიჭებს უპირატესობას, თუმცა, ზოგადად, ყველაზე მაღალი მოთხოვნით ხასიათდება რეჰანი და პრასი. სხვა პოპულარული მწვანილის ნაირსახეობებიდან აღსანიშნავია პიტნა, ოხრახუში, როზმარინი, სალბი, ბეგქონდარა, ქინძი, ორეგანო და კამა.
- ▶ Freshplaza-ს (www.freshplaza.com) ინფორმაციის მიხედვით, მწვანილის მოხმარება მზარდი ტენდენციით ხასიათდება, რაც დამატებით შესაძლებლობებს სთავაზობს განვითარებად ქვეყნებს.

რა შესაძლებლობებს სთავაზობს ევროპის ბაზარი მწვანილის წარმოებლებს?

სტოცხალ პროდუქციაზე მოთხოვნა

ევროპელი მომხმარებლის ინტერესი ცოცხალი პროდუქციის მიმართ სულ უფრო იზრდება. ცოცხალი მწვანილი განიხილება როგორც უფრო ნატურალური პროდუქტი, განსხვავებით გადამუშავებული და გამზმარი მწვანილისგან, და მომხმარებლებს შორის მეტი მოწონებით სარგებლობს. როგორც წესი, ცოცხალი სახით მიწოდებული მწვანილი მარტივია გამოსაყენებლად. ამ პროდუქტისთვის, ჩვეულებისამებრ, გამოიყენება ისეთი შეფუთვა, რომელიც ახანგრძლივებს მის შენახვისუნარიანობას, სხვა შემთხვევაში კი ბაზარს მიეწოდება გაყინული სახით. პროდუქტის შეფუთვისა და შენახვის სფეროში დანერგული ინოვაციები და თანამედროვე ტექნოლოგიები უფრო მეტად შეუნწყობს ხელს ევროპაში მწვანილის ბაზრის განვითარებას.

გემო და კულინარიული დანიშნულება

ევროპელი მომხმარებელი სულ უფრო მეტ ინტერესს იჩენს კულინარიული მრავალფეროვნების მიმართ. ამ შრივ მეტად მნიშვნელოვანია პროდუქციის გემო და ის ახალი გემური მახასიათებლები, რომლებიც თანამედროვე ტრენდებით არის განსაზღვრული.

სატელევიზიო კულინარიული პროგრამები და ონლაინ რეცეპტები ხშირ შემთხვევაში მომხმარებლის შთაგონების წყაროა. მას უჩნდება სურვილი დააგემოვნოს ახალ-ახალი კერძები. ეს ტენდენცია კი შესაძლებლობებს უხსნის არა მხოლოდ ტრადიციული, არამედ მწვანილის განსხვავებული სახეობის მწარმოებლებსაც. მაგალითად, რუკოლა და მისი ცხარე სახეობა ტრადიციული არუგულას კარგი შემცვლელია.

ორგანული წარმოების მხარე მნიშვნელობა მწვანილის ბაზარზე

გარემოსდაცვით და ადამიანის ჯანმრთელობის საკითხებისადმი საზოგადოების გაზრდილი ყურადღებიდან გამომდინარე, იზრდება ინტერესი ორგანულად წარმოებული ხილისა და ბოსტნეულის მიმართ. ორგანულობის დამადასტურებელი ეტიკეტი მწვანილს დამატებით ღირებულებას ანიჭებს. ორგანულ მწვანილზე მოთხოვნა იზრდება, თუმცა ორგანულ წარმოებასთან დაკავშირებული სირთულეებიდან გამომდინარე, ვერ ხდება მომხმარებლის მოთხოვნის სრულად დაკმაყოფილება.

განვითარდი დამოუკიდებლად

ევროპაში ბევრი საცალო მოვაჭრე მწვანილს ქოთნებში დარგული სახით ყიდის, რითაც ასტიმულირებს მწვანილის დამოუკიდებლად მოყვანას. მომხმარებლის დიდ ნაწილს აქვს სურვილი პირდაპირ სამზარეულოში, ან მის სიახლოვეს მოიყვანოს მწვანილი. ეს საიმედო გზაა, რომელიც მუდმივად უზრუნველყოფს ცოცხალ მწვანილზე ხელმისაწვდომობას და შესაბამისად, მომხმარებელი სულ უფრო აქტიურად ერთვება ამ სეგმენტში. არაევროპული მწარმოებლებისათვის ქოთანში დარგული მწვანილის მიწოდება დაკავშირებულია დამატებით ფიტოსანიტარულ და ლოჯისტიკურ ბარიერებთან, ვინაიდან სტანდარტულ დანახარჯებს ემატება ნიადაგისა და ტრანსპორტირების გაზრდილი ხარჯებიც.

მხარე ინტერესი მდგრადი სტანდარტებით წარმოებული ხილისა და ბოსტნეულის მიმართ

ცოცხალ ბოსტნეულზე მოთხოვნა იზრდება და უფრო და უფრო აქტიური ხდება წარმოების და გადამუშავების პროცესში გარემოს დაცვითი, ეკონომიკური და სოციალური ასპექტების გათვალისწინება. სოციალური და გარემოს დაცვითი სტანდარტებით სერტიფიცირების სქემები ითვალისწინებენ ისეთი ღონისძიებების გატარებას, რომლებიც ხელს უწყობენ პესტიციდების გამოყენების შემცირებას და მათ სათანადოდ აღრიცხვას, და ასევე უზრუნველყოფენ მუშახელის უსაფრთხოებას

და პროდუქციის გარანტირებულ ფასს. ისეთი სერტიფიცირების სქემებით წარმოებულ პროდუქციას, რომლებიც თანხვედრაშია გლობალური სოციალური შესაბამისობის პროგრამასთან (GSCP), ევროპული სუპერმარკეტების ქსელში შეღწევის უფრო დიდი შანსი აქვს.

ადგილობრივი წარმოება ადგილობრივი ბაზრისთვის

ევროპაში მწვანილის წარმოება სწრაფად მზარდია და ამავდროულად, სუპერმარკეტებიც უპირატესობას ანიჭებენ ადგილობრივად წარმოებულ პროდუქციას. ადგილობრივი წარმოება ადგილობრივი მოხმარებისთვის წარმოადგენს მდგრადი განვითარების მიმართულებას, რაც განპირობებულია ტრანსპორტირების ნაკლები საჭიროებით. ამავე დროს, ეს მიმართულება ხელს უწყობს რეგიონში ფერმერული მეურნეობების განვითარებას და ადგილობრივად წარმოებული სემონური პროდუქციის პოპულარიზაციას. უცხოელი მიმწოდებლებისთვის, რომლებიც მთელი წლის განმავლობაში ამარაგებენ ევროპულ ბაზარს მწვანილით, სულ უფრო რთულდება საბაზრო პოზიციების შენარჩუნება ზაფხულის პერიოდში, როდესაც იზრდება ადგილობრივი ფერმერების მხრიდან კონკურენცია. იმისთვის რომ უფრო ეფექტურად მართონ ფიქსირებული ხარჯები, მათ უხდებათ ახალი ბაზრების მოძიება ან საექსპორტო ფასების გაზრდა ზამთრის პერიოდში.

რა მოთხოვნებს უნდა აკმაყოფილებდეს მწვანილი იმისთვის, რომ დაშვებული იქნას ევროპის ბაზარზე?

მყიდველთა მოთხოვნები შესაძლოა დაიყოს შემდეგ კატეგორიებად: 1) სავალდებულო/ავცილებელი მოთხოვნები - მოთხოვნები, რომელთაც აუცილებლად უნდა აკმაყოფილებდეთ ბაზარზე შესასვლელად (მაგ. სამართლებრივი მოთხოვნები) 2) ზოგადი მოთხოვნები - რომელთაც აკმაყოფილებს თქვენი კონკურენტების უმრავლესობა. ამ მოთხოვნებთან შესაბამისობა საჭიროა ბაზარზე პოზიციების შესანარჩუნებლად; 3) ნიშური ბაზრის მოთხოვნები კონკრეტული სეგმენტებისთვის.

სავალდებულო მოთხოვნები, როგორც უნდა აკმაყოფილებდეს თქვენი პროდუქცია

კვსტიციები

პესტიციდების ნარჩენები წარმოადგენს ყველაზე მნიშვნელოვან საკითხს ხილისა და ბოსტნეულის იმპორტიორთათვის. იმისთვის, რომ თავიდან იქნას აცილებული ჯანრთელობისა და გარემოსთვის მიყენებული ზიანი, ევროკავშირის დადგენილი აქვს პესტიციდების ნარჩენების ზღვრული დასაშვები ნორმა, როგორც პროდუქციის შიგთავსის, ისე საფარის/გარეკანის მიმართ. პროდუქცია, რომლის შემცველობაში აღმოჩნდება დასაშვებ ნორმაზე მეტი პესტიციდების ნარჩენების მოცულობა, გაძევებული იქნება ევროპის ბაზრიდან. აღსანიშნავია ის ფაქტი, რომ ზოგიერთ ქვეყანაში, როგორცაა მაგალითად, დიდი ბრიტანეთი, გერმანია, ჰოლანდია და ავსტრია, პესტიციდების ნარჩენების ზღვრული დასაშვები ნორმა კიდევ უფრო დაბალია ევროკავშირის კანონმდებლობით გათვალისწინებულ მაჩვენებლებთან შედარებით.

მცენარეთა დაცვა

ევროპელი მომხმარებლებისათვის მნიშვნელოვანია იმპორტირებული ხილისა და ბოსტნეულის შესაბამისობა ევროკავშირის კანონმდებლობასთან მცენარეთა სიჯანსაღის შესახებ. ევროკავშირში მოქმედებს ფიტოსანიტარული მოთხოვნები, რათა მოხდეს მცენარეებსა და მცენარეულ პროდუქტებში მავნე ორგანიზმების შეღწევისა და გავრცელების პრევენცია ევროპის ტერიტორიაზე. აღნიშნული მოთხოვნების მიხედვით:

- ▶ ნუსხაში მითითებული გარკვეული მიკრობებისა და მავნე ორგანიზმების შემცველი პროდუქციის იმპორტი აკრძალულია ევროკავშირის ბაზარზე, თუ არ არსებობს კონკრეტული გარემოებები. ევროკავშირის კონტროლის დონისძიებები მუდმივად იცვლება.
- ▶ მცენარეთა სიჯანსაღის შესახებ დირექტივის 2000/29/EC ნაწილი „ბ“-ს მე-5 დანართით განსაზღვრულ მცენარეებსა და მცენარეულ პროდუქციასთან უნდა ერთვოდეს ფიტოსანიტარული სერტიფიკატი. ამ სერტიფიკატის ნიმუში შეგიძლიათ იხილოთ მცენარეთა სიჯანსაღის შესახებ დირექტივის მე-7 დანართში.

რეკომენდაცია:

თქვენს პროდუქციასთან მიმართებით დადგენილი მოთხოვნები შეგიძლიათ გააღამონმოთ მცენარეთა დაცვის ადგილობრივ ორგანიზაციასთან ან თქვენს პარტნიორ იმპორტიორთან.

დამატებით ინფორმაციას მცენარეთა სიჯანსაღის შესახებ შეგიძლიათ გავცნოთ ევროკავშირის ექსპორტის საძიებო სისტემის (Helpdesk) საშუალებით

დამაბინძურებლები

დამაბინძურებლები ისეთი ნივთიერებებია, რომლებიც არაგამიზნულად ხვდება საკვებ პროდუქციაში, წარმოების სხვადასხვა ეტაპზე (შეფუთვა, ტრანსპორტირება ან დასაწყობება). სურსათის ხარისხზე უარყოფითი გეგავლენის და ადამიანის ჯანმრთელობისათვის შესაძლო რისკის თავიდან ასაცილებლად ევროკავშირმა დააწესა დასაშვები ზღვარი სხვადასხვა დამაბინძურებლებისთვის.

რეკომენდაცია:

შესაბამისი დამაბინძურებლის ზღვრული ნორმა შეგიძლიათ იხილოთ ევროკავშირის რეგულაციების - (EC) 1881/2006 დანართში, რომელშიც მოცემულია ყველა დამაბინძურებელი ნივთიერების მაქსიმალური ზღვრული ნორმა თითოეული პროდუქტის სახეობის ან პროდუქციის ჯგუფის მიხედვით.

გაიგეთ მეტი დაბინძურების პრევენციისა და დაბინძურების დონის შემცირების შესახებ კლდექს ალიმენტარიუსის სახელმძღვანელო დოკუმენტების მეშვეობით

გაეცანით ევროკომისიის ბიულეტენს საკვების დამაბინძურებლების შესახებ "საკვების დამაბინძურებლების მართვა: როგორ უზრუნველყოფს ევროკავშირი სურსათის უვნებლობას" და მოიძიეთ მეტი ინფორმაცია ევროკავშირის ექსპორტის საძიებო სისტემის (EU Export Helpdesk) მეშვეობით.

ევროკავშირში იმპორტირებული საკვების კონტროლი

სურსათის უვნებლობის უზრუნველსაყოფად და გარემოს დაბინძურების თავიდან აცილების მიზნით, ევროკავშირში მოქმედი რამდენიმე რეგულაციისა და ბრძანების მიხედვით, დაწესებულია შემზღვევები ზოგიერთი ქიმიკატის გამოყენებამდე. ევროკავშირში პროდუქციის იმპორტირებისას თქვენი პროდუქცია

გაივლის რამდენიმე შემონმებას. აღნიშნული კონტროლის მიზანია, უზრუნველყოფილ იქნეს ევროკავშირის ბაზარზე არსებული საკვები პროდუქციის უვნებლობა, ანუ მათი შესაბამისობა დადგენილ მოთხოვნებთან. არსებობს სამი სახის შემონმების მექანიზმი:

- ▶ დოკუმენტაციის შემონმება
- ▶ პროდუქციის იდენტობის შემონმება
- ▶ ფიზიკური შემონმება

იმ შემთხვევაში, თუ ერთი და იმავე ქვეყნიდან იმპორტირებული კონკრეტული პროდუქტის შემონმებისას, განმეორებით დადიქსირდება მოთხოვნებთან შესაბამისობის ფაქტი, ევროკავშირი უფლებამოსილია გაამკაცროს კონტროლის მექანიზმები ან მიმართოს გადამწყვეტ ღონისძიებებს. კონტროლის ღონისძიებები შესაძლოა განხორციელდეს იმპორტირების და გაყიდვების პროცესის ნებისმიერ ეტაპზე. თუმცა, უმეტესწილად შემონმება ხდება საზღვარზე, ტვირთის მიმღებ პუნქტში.

შვეიცარია, ნორვეგია, ისლანდია და ლიხტენშტეინი არ არიან ევროკავშირის წევრი ქვეყნები, მაგრამ გაერთიანებული არიან ევროკავშირის თავისუფალი ვაჭრობის ასოციაციაში. შესაბამისად, ამ ქვეყნებში სურსათის მარეგულირებელი კანონმდებლობა თითქმის ანალოგიურია ევროკავშირში მოქმედი რეგულაციებისა, თუმცა, შესაძლოა იყოს მცირედი განსხვავებებიც. შვეიცარიაში, იმპორტირებული პროდუქციის შემონმებაზე პასუხისმგებელია საბაჟო ადმინისტრაცია და საყოველთაო ჯანდაცვის ფედერალური ოფისი.

რეკომენდაცია:

სანამ ევროკავშირში ექსპორტს გადამწყვეტ, კარგად გაეცანით დადგენილ პროცედურებს, რომელთა დარღვევამ შესაძლოა გამოიწვიოს შეკვეთის დაგვიანება, დანახარჯების გაზრდა და ევროკავშირის ძალოვანი სტრუქტურების მხრიდან იძულებითი ზომების მიღების აუცილებლობა

გადაამოწმეთ, რომ ტვირთის თანმდევი დოკუმენტაცია სრულად შეესაბამება პროდუქციის ჩამონათვალს, რომელიც მოითხოვს სატრანსპორტო შედგენილებში

გაეცანით მეტ ინფორმაციას სურსათის უვნებლობის კონტროლზე ევროკავშირის ექსპორტის საძიებო სისტემის მეშვეობით

ევროკავშირის ექსპორტის საძიებო სისტემის მეშვეობით გაეცანით სურსათის უვნებლობის მოთხოვნების სრულ ჩამონათვალს კონკრეტული პროდუქციის კოდის მიხედვით. მაგ.: ცოცხალი მწვანილი - 0709.99.90

გყიდველთა ძირითადი მოთხოვნები

სართიფიცირება, როგორც ხარისხის და უვნებლობის გარანტი

იმის გათვალისწინებით, რომ სურსათის უსაფრთხოება უმნიშვნელოვანესი მოთხოვნაა ევროკავშირის საკვები პროდუქციის ბაზარზე, მყიდველთა დიდმა ნაწილმა შესაძლოა მოითხოვოს დამატებითი გარანტიები სერტიფიცირების სქემების სახით. Global G.A.P. ყველაზე გავრცელებული სერტიფიცირების სქემაა, რომელიც სავალდებულო მოთხოვნაა ევროკავშირის ბაზარზე მწვანილის მიმწოდებლებისთვის, განსაკუთრებით სუპერმარკეტების ქსელით გაყიდვის დროს. Global G.A.P. სტანდარტი მოიცავს სასოფლო-სამეურნეო წარმოების სრულ ციკლს, ნიადაგში დარგვამდე და საბოლოო, გადაამუშავების ეტაპამდე.

ასევე შესაძლოა მოითხოვონ სურსათის უვნებლობის მართვის ისეთი სტანდარტებით სერტიფიცირება, როგორიცაა BRC (British Retail Consortium) - ბრიტანული საცალო გაყიდვების კონსორციუმის სტანდარტი, სურსათის საერთაშორისო სტანდარტი (IFS), FSSC22000 ან SQF. სერტიფიცირების აღნიშნული სქემები GLOBAL G.A.P.-თან ერთად აღიარებულია სურსათის უვნებლობის გლობალური ინიციატივის მიერ (GFSI).

რეკომენდაცია:

გადაამოწმეთ სურსათის უვნებლობის მართვის რომელი სისტემა მოითხოვება უფრო მეტად თქვენს მიზნობრივ ბაზარზე. დიდი ალბათობით, ერთ-ერთი მათგანი იქნება GLOBAL G.A.P.

გახსოვდეთ, რომ სურსათის უვნებლობა უმნიშვნელოვანესი ასპექტია. აქტიურად იმუშავეთ მყიდველებთან, რათა დახერგოთ სურსათის უვნებლობის გაუმჯობესებული სქემები, უფრო გამჭვირვალე გახადოთ თქვენი ბიზნესი და ფეხი აუწყოთ მუდმივად განახლებად მოთხოვნებსა და რეგულაციებს.

ხარისხის სტანდარტი

ევროკავშირის ზოგადი მარკეტინგული სტანდარტები ვრცელდება მწვანილზეც. მყიდველი ხშირად მოითხოვს პროდუქციის ხარისხის შესაბამისობას გაეროს ევროპის ეკონომიკური კომისიის (UNECE) ან კოდექს ალიმენტარიუსის (Codex Alimentarius) კომისიის (CAC) მოთხოვნებთან. ამ შემთხვევაში ხარისხი გულისხმობს, როგორც სურსათის უვნებლობის, ისე ხარისხობრივ მაჩვენებლებს.

ნიშური ბაზრები: ორგანული და საპარტლიანი ვაჭრობის (Fair Trade) მოთხოვნები

ორგანული პროდუქციის მზარდი ნიშური ბაზარი

სულ უფრო მეტი ევროპელი მომხმარებელი ანიჭებს უპირატესობას საკვებ პროდუქციას, რომლის წარმოება და გადამამუშავება ხდება ბუნებრივი მეთოდების გამოყენებით. ორგანული მწვანელობის ბაზარი შედარებით მცირე მასშტაბისაა, თუმცა ხასიათდება მზარდი მოთხოვნით და შემდეგული მიწოდებით. ევროკავშირის ორგანული პროდუქტების ბაზარზე გასასვლელად, აუცილებელია ორგანული წარმოების იმ მეთოდების გამოყენება, რომლებსაც ითვალისწინებს ევროკავშირის კანონმდებლობა. მეტიც, მწარმოებელი აღნიშნულ მეთოდებს სულ მცირე ორი წლის განმავლობაში უნდა იყენებდეს, სანამ დაიწყებს ხილისა და ბოსტნეულის, როგორც ორგანული პროდუქციის გატანას ევროკავშირის ბაზარზე. ამასთანავე, თქვენ (ან თქვენს იმპორტიორს) უნდა გქონდეთ ევროკავშირის შესაბამისი მაკონტროლებელი ორგანოების მიერ გაცემული იმპორტის ლიცენზია. მხოლოდ აკრედიტირებული მასერტიფიცირებული ორგანიზაციის აუდიტის შემდგომ შეგეძლებათ დაიტანოთ პროდუქციის ორგანულობის ან შესაბამისი სტანდარტის (მაგ.: Soil Association (განსაკუთრებით გავრცელებულია დიდ ბრიტანეთში), Naturland (გერმანია) or Bio Suisse (შვეიცარია)) დამადასტურებელი ლოგო შეფუთვაზე. ეს სტანდარტები რამდენადმე განსხვავებულია, თუმცა ყველა მათგანი შეესაბამება ევროპულ კანონმდებლობას ორგანული პროდუქციის წარმოებისა და ეტიკეტირების შესახებ.

რეკომენდაცია:

ორგანული პროდუქციის წარმოება და სერტიფიცირება საკმაოდ დანახარჯებთანაა დაკავშირებული. ამდენად, კარგად გააანალიზეთ ბაზრის პოტენციალი სანამ ინვესტიციის განხორციელებას გადაწყვეტთ.

ევროპულ ბაზარზე ორგანული მწვანელობის ექსპორტირებისას, მიმართეთ კომპეტენტურ, ცოცხალ მწვანელობე სპეციალიზებულ იმპორტიორს, რომელიც კარგად იცნობს ბაზრის სპეციფიკას, იცის ნიშური ბაზრის მოთხოვნები, და ამ ბაზარზე შეღწევის გზები.

საპარტლიანი და მდგრადი ბაზარი

პატარა, მაგრამ სწრაფად მზარდი ნიშური ბაზარზე წარმოდგენილია მწვანელობის, რომლის წარმოებისას დიდი ყურადღება ეთმობა სოციალურ და გარემოს დაცვით სტანდარტებთან შესაბამისობას.

რა სახის კონკურენციას შეხვდებით ევროპის მწვანელობის ბაზარზე?

ხილისა და ბოსტნეულის ბაზარზე არსებული კონკურენციის შესახებ ინფორმაციის მისაღებად გაცანით CBI-ის კვლევას კონკურენციის შესახებ CBI-ის ბაზრის კვლევის პლატფორმაზე. აღნიშნულ პლატფორმაზე ასევე ნახავთ რჩევებს ევროპულ მყიდველებთან ბიზნესის წარმოების შესახებ.

წინამდებარე ნაწილში განხილულია მწვანელობის ბაზარზე შესვლის შესაძლებლობები და ბარიერები, აგრეთვე კონკურენციის ასპექტები კომპანიების და პროდუქციის დონეზე.

კონკურენცია მიმდინარეობს შორის

ახალი ხილისა და ბოსტნეულის სექტორში ძალიან მაღალი კონკურენციაა, შესაბამისად, მიმწოდებლები ვერ უყენებენ თავიანთ პირობებს ევროპულ საცალო მოვაჭრეებს და იძულებულნი არიან მიიღონ მათი თამაშის წესები. განსაკუთრებით ძლიერი პოზიცია უჭირავთ სუპერმარკეტებს, რომლებიც პროდუქციის მიმართ ძალიან მაღალ სტანდარტებს აწესებენ, განსაკუთრებით ჩრდილოეთ ევროპაში. მართალია ისინი გრძელვადიან პარტნიორულ ურთიერთობებს ანიჭებენ უპირატესობას, მაგრამ, მეორე მხრივ, ადვილად იღებენ გადაწყვეტილებას მიმწოდებლის შეცვლაზე, თუ ეს უკანასკნელი არ გაამართლებს მათ მოლოდინებს.

ზაფხულის სეზონზე თითქმის შეუძლებელია უცხოელმა მიმწოდებლებმა კონკურენცია გაუწიონ ცოცხალი მწვანელობის ადგილობრივ მწარმოებლებს. ზამთრის პერიოდში კი პირიქით, ევროკავშირის არაწევრი და განვითარებადი ქვეყნების მწარმოებლებს უკეთესი შესაძლებლობები ეძლევათ პროდუქციის ექსპორტისთვის.

ბაზარზე შესვლა

სერტიფიცირების, თუ სამართლებრივი და არასამართლებრივი მოთხოვნების გამო ევროკავშირის ბაზარზე შესვლა ბევრი კომპანიისთვის ძალზე დიდ სირთულეს წარმოადგენს. იმპორტიორები და საცალო მოვაჭრეები ძირითადად მაღალი სტანდარტების ცოცხალ მწვანელობის ითხოვენ და განსაკუთრებული სიფრთხილით ეკიდებიან მიმწოდებლის შერჩევის საკითხს. ძლიერი და სანდო პარტნიორული ურთიერთობების დასამყარებლად მწარმოებლები ვალდებული არიან მიაწოდონ უმაღლესი ხარისხის, მრავალფეროვანი პროდუქცია.

სამართლიანი და მდგრადი ბაზარი

პატარა, მაგრამ სწრაფად მზარდ ნიშურ ბაზარზე წარმოდგენილია მწვანელი, რომლის წარმოებისას დიდი ყურადღება ეთმობა სოციალურ და გარემოს დაცვით სტანდარტებთან შესაბამისობას. ცოცხალი მწვანელის შემთხვევაში სოციალურ სტანდარტებთან შესაბამისობა ძალზე მნიშვნელოვანია, თუმცა პრიორიტეტი მაინც პროდუქციის ხარისხს ენიჭება.

ცოცხალი ხილისა და ბოსტნეულის წარმოებაში, სოციალურ-ეკონომიკური და სხვა, მდგრადი განვითარების სტანდარტების მიმუშებია Fairtrade და Fair for Life.

იმპორტიორები შესაძლოა ჩართულნი იყვნენ კონკრეტულ ინიციატივებში, რაც გავლენას მოახდენს თქვენზე, როგორც მიმწოდებელზე. ისეთი ინიციატივები, როგორიცაა მაგალითად ეთიკური ვაჭრობის ინიციატივა (Ethical Trading Initiative (ETI)) დიდ ბრიტანეთში, ბიზნესის სოციალური შესაბამისობის ინიციატივა (Business Social Compliance Initiative (BSCI)) ჩრდილო-დასავლეთ ევროპაში, სულ უფრო მეტ მნიშვნელობას ანიჭებენ სოციალურ სტანდარტებთან შესაბამისობას.

პროდუქციის კონკურენტუნარიანობა

მიუხედავად იმისა, რომ მწვანელი მალეუჭებადი პროდუქციის კატეგორიაში შედის, ის სულ უფრო სწრაფად ანაცვლებს გამხმარ მწვანელს (სუნელებს), განსაკუთრებით კულინარიაში. სუნელების გამოყენება ძალზე მოსახერხებელია საჭმლის მოსამზადებლად, თუმცა ზოგიერთი ნაციონალური კერძის სპეციფიკიდან გამომდინარე, ძნელია ცოცხალი მწვანელის გემური თვისებების ჩანაცვლება.

როგელი სავაჭრო არხები და მიზიდვითი საბაზრო სეგმენტები არსებობს ევროპაში მწვანელისთვის?

მწვანელის ბაზრის სავაჭრო არხებსა და საბაზრო სეგმენტებზე ზოგადი ინფორმაციის მისაღებად ვაეცანით სექციას: სავაჭრო არხები და სეგმენტები, რომელიც ხელმისაწვდომია CBI-ს ბაზრის კვლევის პლატფორმის (CBI Market Intelligence Platform) ფარგლებში. ამ ნაწილში მოცემულია ინფორმაცია ხილისა და ბოსტნეულის სხვადასხვა საბაზრო არხებზე ევროპაში.

ინფორმაცია და შესაძლებლობები

დიდი სუპერმარკეტების სხვადასხვა ქსელი აქტიურად არის ჩართული პროდუქციის მოძიებასა და იმპორტში, თუმცა არაეკოვითი მნიშვნელობის ქვეყნებიდან მწვანელის მიწოდება ძირითადად სპეციალიზებული იმპორტიორების მეშვეობით ხორციელდება.

ადგილობრივი წარმოების, ქოთანში დარგული მწვანელის შექმნა მთელი სეზონის განმავლობაში შესაძლებელია სპეციალურ ცენტრებში, რომლებიც ბალის მცენარეებით, ნარგავებით და საბალო ინვენტარით ვაჭრობენ. თუმცა, უკანასკნელ პერიოდში, ქოთანში

დარგული მწვანელის რეალიზაცია ძირითადად სუპერმარკეტებში ხდება და მხოლოდ მცირე ნაწილი მოდის მებაღეობის ცენტრებზე. ქუჩის მარკეტები და საცალო ვაჭრობის სპეციალიზებული ობიექტები აგრეთვე წარმოდგენილია ცოცხალი მწვანელის ბაზარზე, თუმცა მათი საბაზრო წილი ბევრად მცირეა მსხვილ სავაჭრო ობიექტებთან შედარებით. ეს განსაკუთრებით ეხება ჩრდილოეთ ევროპის ბაზარს.

იმპორტიორები / დისტრიბუტორები რამდენადმე განსხვავდებიან საცალო მოვაჭრეებთან ურთიერთობის თვალსაზრისით. ზოგი მათგანი კერძო ბრენდული პროდუქციის მიმწოდებელია, ზოგს საკუთარი ბრენდი აქვს შექმნილი, დანარჩენი კი მწარმოებლის ბრენდის ქვეშ ჰყიდის პროდუქციას (კოოპერაცია)

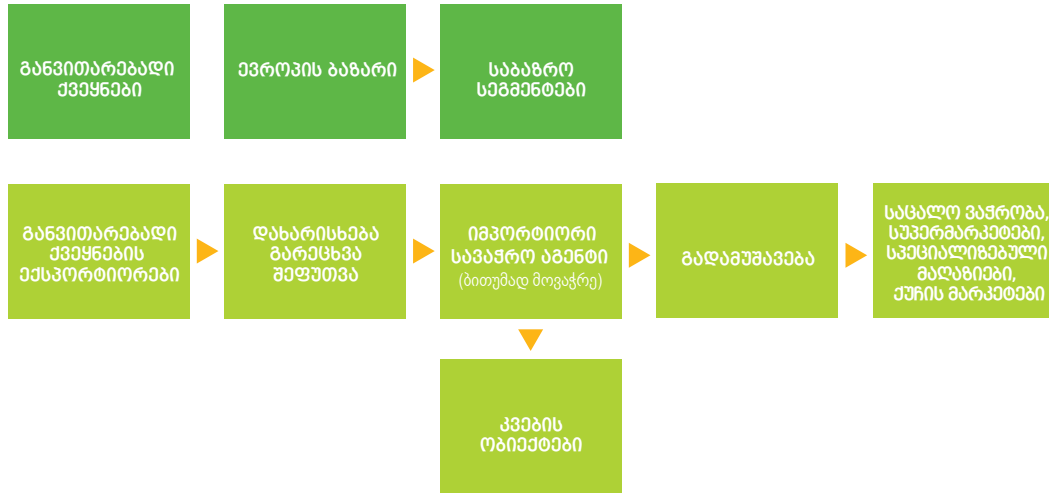
ბითუმად მოვაჭრეები, რომლებიც კვების ობიექტებს ამარაგებენ, შესაძლოა გამოყენებული იქნენ როგორც ეფექტური ბერკეტი მწვანელის ახალი სახეობების პოპულარიზაციისთვის. რესტორნებს, როგორც წესი, პრეტენზია აქვთ კრეატიულობასა და საჭმლის გამორჩეულ გემოზე. აქედან გამომდინარე, ისინი ადვილად იღებენ გადაწყვეტილებას, შეიძინონ განსხვავებული პროდუქტის მწვანელი, რომელიც პიკანტურ გემოსა და სურნელს მისცემს საკვებს.

რეკომენდაცია:

თუ თვლით, რომ თქვენი სამიზნე ბაზარი მთლიანად მოიცავს ეკოვითი მნიშვნელობის ტერიტორიას, პარტნიორი იმპორტიორი მოიძიეთ ისეთ ქვეყანაში, რომელიც წარმოადგენს მთავარ სავაჭრო ჰაბს ცოცხალი პროდუქციისთვის, როგორიცაა მაგალითად, პოლანდია.

პარტნიორი იმპორტიორი შეარჩიეთ თქვენი კომპანიის ზომისა და მარკეტინგული სტრატეგიის შესაბამისად

სურათი 1: ხილისა და ბოსტნეულის სავაჭრო არხები ევროპის ბაზარზე



როგორ ხდება მწვანილის საბოლოო ფასის განსაზღვრა?

სურათი 2: მწვანილის ფასის შეადგენელი



სამომხმარებლო ფასები ცოცხალ მწვანილზე შედარებით სტაბილურია. ქოთანში მოყვანილი მწვანილის, როგორცაა რეჰანი ან პრასი, დაახლოებით 2 ევროა. 15-50 გრამიან შეფუთვაში დაფასოებული მოკრეფილი მწვანილის გასაყიდი ფასი კი, ძირითადად, 1-2 ევროს ფარგლებში მერყეობს.

რეკომენდაცია:

სამომხმარებლო ფასები შევიძლიათ გადაამოწმოთ ონლაინ მაღაზიებსა თუ სუპერმარკეტების ქსელში. მაგ.: Tesco ('fresh herbs'), Albert Heijn ('verse kruiden') ან Carrefour ('herbes fraîches').