

ექსპორტის გზამკვლევი



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

REAP

სტეფანია ევროპის
ბაზარზე



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 დავეყრდნეთ შესაბამის წყარო-დოკუმენტებს. მოწოდებული 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 - განვითარებადი 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**
- ▶ **ბაყინული ხილი და ბოსტნეული**
- ▶ **ხველი ბალახოვანი სანელებლები**
- ▶ **სძევი**
- ▶ **დაქუცმაცებული და დაფუძლი სანელებლები და გამხმარი მწვანელი**
- ▶ **თაფლი**
- ▶ **თხილი და ჩირი**

შესავალი

ევროპაში სტევია ახალი პროდუქტია. კვების პროდუქტებისა და სასმელების მწარმოებლები სწრაფად შეიმუშავებენ სტევიას შემცველ ახალ პროდუქტებს და აუმჯობესებენ უკვე არსებულ პროდუქტებს შემადგენლობის თვალსაზრისით. მოთხოვნა სტევიას მიწოდებაზე განუხრელად იზრდება და მწარმოებლები მზად არიან ითანამშრომლონ ნედლეულის საიმედო მიწოდებლებთან, რომლებიც დაეხმარებიან მათ გამოიყენონ ყველა ის შესაძლებლობა, რასაც სტევია სთავაზობს საკვები პროდუქტების ინდუსტრიას.

პროდუქტის აღწერილობა

ხარისხი:

ზოგადი მახასიათებლები საკვები დანამატებისთვის განსაზღვრულია ევროკომისიის რეგლამენტი 231/2012 (სტევიოლოგიკომბიდები: გვ. 270)

სტევიას შემადგენლობაში შედის შემდეგი ძირითადი სტევიოლოგიკომბიდები: სტევიოლი, სტევიოზიდი, რებაუდიოზიდი „A“-დან „F“-მდე, რუბუზოზიდი და სტევიოლიბოზიდი.

შემსყიდველი კომპანიების უმეტესობა დანიტერესებულია რებაუდიოზიდი „A“-ს მაღალი კონცენტრაციის (>97%) შემცველი ექსტრაქტების შექმნით, ვინაიდან, როგორც ამბობენ, ეს უკანასკნელი ხასიათდება სტევიას შემადგენლობაში არსებული ძირითადი სტევიოლოგიკომბიდების საუკეთესო სენსორული თვისებებით (სიტკბო, სიმწარე).

საგემოვნო თვისებების გაუმჯობესების მიზნით გამოიყენეთ ექსტრაგირების ტექნოლოგია, რომელიც მიმართული იქნება დადებით გლიკოზიდების გამოცალკევებაზე.

საწარმოო ფართისა და მანქანა-დანადგარების სისუფთავის დაცვის გზით თავიდან აიცილეთ ფალსიფიკირების შესაძლებლობა (კერძოდ, ასპარტამით და საქარინით), ასევე უცხო ნაწილაკებით და ნივთიერებებით (მაგ. მტვრით) დაბინძურება.

შემსყიდველი კომპანიები, როგორც წესი, უპირატესობას ანიჭებენ თეთრი ფერის სტევიას, ნაკლები მოთხოვნაა ღია ყვითელი ფერის პროდუქტზე.

სასმელების მწარმოებლებისთვის მეტად აქტუალურია პროდუქციის ხსნადობის მაღალი დონის მიღწევა. ხსნადობის გაუმჯობესება შესაძლებელია დაფქვისას უფრო წმინდა ცხაურის გამოყენებით ან შეშხეფებით შრობის მეშვეობით.

პროდუქციის პარტიებს შორის სხვაობის მინიმუმამდე დასაყვანად გამოიყენეთ სტანდარტული საწარმოო პროცესები, ვინაიდან შემსყიდველი კომპანიები მოითხოვენ თანმიმდევრულ ხარისხს. საწარმოო პროცესებში მცირედმა სხვაობამაც კი შესაძლოა დიდი ზეგავლენა იქონიოს საბოლოო პროდუქტის გემოზე და განსაკუთრებით სიტკბოს მაჩვენებელზე.

ეტიკეტირება:

უმრუნველყავით ცალკეული პარტიების მიკვლევალობის შესაძლებლობა.

ეტიკეტირებისთვის გამოიყენეთ ინგლისური ენა და ევროკავშირში მიღებული ზომის ერთეულები (მაგ. გრამები)

ეტიკეტზე მითითებული უნდა იყოს შემდეგი ინფორმაცია:

- ▶ პროდუქტის დასახელება
- ▶ საქონლის პარტიის კოდი
- ▶ ექსპორტიორის დასახელება და მისამართი
- ▶ ვარგისიანობის ვადა
- ▶ ნეტო წონა
- ▶ რეკომენდირებული შენახვის პირობები

გარკვეულ ბიოსტანდარტებთან, აგრეთვე, რელიგიურ თუ კულტურულ სტანდარტებთან შესაბამისობის დამადასტურებელი აღნიშვნების, როგორცაა: ორგანული, ქოშერი და შალალი, მითითება სავალდებულო არ არის. მათი მითითება ხდება შესაბამისი სერტიფიკატების არსებობის შემთხვევაში.

მწარმოებლებს მიაწოდეთ ინფორმაცია მარკირების თვალსაზრისით არსებული შესაძლებლობების შესახებ. მაგალითად, მათ არ შეუძლიათ სამომხმარებლო შეფუთვაზე მიუთითონ ერთიანი ტერმინი „სტევია“, თუმცა, შეუძლიათ მიუთითონ - „სტევიადან მიღებული დამატკბობელი“.

შეფუთვა

სტევია უნდა შეიფუთოს სურსათისთვის განკუთვნილ მასალაში, როგორცაა მუყაოს ყუთში მოთავსებული პოლიეთილენის პაკეტები.

უმრუნველყავით შესაფუთი მასალების ხელმეორედ გამოყენების, ან გადამუშავების შესაძლებლობა, მაგალითად, გამოიყენეთ მუყაოს ყუთები, რომლებიც ექვემდებარება ხელახალ გადამუშავებას.

როგორია სტევიამოთხობა ევროკავშირში?

მოხმარება

2013 წლისთვის, მსხვილი კვლევითი კომპანია „ევრომონიტორის“ პროგნოზის შესაბამისად, გლობალური მოხმარების მაჩვენებელი უნდა ყოფილიყო 1,278 ტონა. (მედია საშუალება „უოლ სტრიტ ჯორნალი“, 2013 წ.). 2014 წელს, ევროპულ ბაზარზე სტევიას მოცულობა 100-150 ტონით განისაზღვრა, ხოლო სტევიას გლობალური ბაზრის ღირებულებამ იმავე წელს 336 მილიონი აშშ დოლარი შეადგინა. დარგის სპეციალისტთა მოლოდინით, 2017 წლისთვის ეს მაჩვენებელი 578 მილიონ აშშ დოლარამდე გაიზრდება.

სტევიას ექსტრაქტის გამოყენება ევროკავშირის ტერიტორიაზე მხოლოდ 2011 წლის ნოემბერში იქნა დაშვებული. შესაბამისად, სტევიას მოხმარების დონე ჯერჯერობით ძალზე დაბალია. თუმცა, კვების პროდუქტებისა და სასმელების მწარმოებლების მიერ სწრაფად ხდება ახალი პროდუქტების შემუშავება სტევიას შემცველობით.

საფრანგეთსა და შვეიცარიაში სტევიას ბაზრები უფრო სწრაფად განვითარდა ევროპის სხვა ქვეყნებთან შედარებით, ვინაიდან ამ ბაზრებზე სტევია უკვე დაშვებული იყო, შესაბამისად, 2009 და 2008 წლებში.

კორპორაცია Cargill-ის თანახმად, 2012-2013 წლებში, სტევიას დამატკობლობები დაახლოებით 1,200 პროდუქტში გამოჩნდა და აქედან 700 წარმოებაში ჩაეშვა 2013 წელს. ახალ პროდუქტებში ლიდერობს სასმელი, რომლის წილად მოდის წარმოებაში ჩაშვებული ახალი პროდუქტის 28%.

საერთაშორისო დონეზე, 2014 წელს, სტევიას შემცველი ახალი პროდუქტების დანერგვა გრძელდებოდა და 2013 წელთან შედარებით, ამ მხრივ 23%-იანი ზრდა დაფიქსირდა (Foodnavigator, 2015)

2012 წლისთვის, ევროკავშირში სტევიას ექსტრაქტის გაყიდვების მოცულობა შეფასდა 50 ტონის ოდენობით და მისი ღირებულება 30-დან 80 მილიონ ევრომდე მერყეობდა გაყიდული პროდუქტის ხარისხის მიხედვით.

2013 წელს, სტევიას ევროპული ბაზარი სწრაფი ტემპით განაგრძობდა ზრდას და მასზე მოდიოდა მთელი მსოფლიოს მასშტაბით წარმოებაში ჩაშვებული ახალი პროდუქტის დაახლოებით 40%. (Food navigator, 2013 წ.).

სტევიას მწარმოებელი ლიდერი კომპანიები უმრუნველყოფენ მომხმარებელს ინფორმაციით იმ მიზნით, რომ ამ უკანასკნელმა კარგად გაიგოს თუ რას წარმოადგენს სტევია. მომხმარებლის ინფორმირება ასევე მიზნად ისახავს სტევიას შემცველი პროდუქტების მოხმარების სტიმულირებას, ვინაიდან მომხმარებელს, ჩვეულებრივ, ურჩევნია შეიძინოს მისთვის ნაცნობი პროდუქტი, ან ისეთი პროდუქტი, რომელიც მისთვის ნაცნობი ინგრედიენტებისგან შედგება. სტევიას მიმართ შედისაშუალებების გაზრდილი ყურადღების მიუხედავად, ბევრმა ევროპელმა მომხმარებელმა კვლავაც არ იცის რას წარმოადგენს სტევია ან რა უპირატესობები გააჩნია მას, რაც, თავის მხრივ, აფერხებს ბაზრის განვითარებას.

სტევიას წარმატებაში განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ისეთი ფაქტორი, როგორცაა მომხმარებლის მიერ სტევიას ექსტრაქტის, როგორც ნატურალური პროდუქტის აღქმა. სტევიას ნატურალურობის თაობაზე მიმდინარე დებატებმა, რაც დაკავშირებულია ექსტრაქტის მოპოვების ზოგიერთ მეთოდში ეთანოლის გამოყენებასთან, შესაძლოა ზიანი მიაყენოს სტევიას, როგორც ნატურალური პროდუქტის, იმიჯს. დებატები გრძელდება და კომპანია Stevia Natural-ს (სტევიას მწარმოებელი მსხვილი კომპანია) ღირებულებები ყურადღებას ამახვილებს იმაზე, თუ რა უარყოფითი გავლენა შეიძლება იქონიოს ამ დებატებმა სტევიას წარმატებაზე ევროკავშირის ქვეყნებში (Foodnavigator, 2015).

მსოფლიო ჯანდაცვის ორგანიზაციის შეფასებით, სტევიას წარმოებაში შეიძლება მნიშვნელოვანი წილი (25%) შეადგინოს საკვები დამატკობლობების გლობალურ ბაზარზე (მედია საშუალება „უოლ სტრიტ ჯორნალი“, 2014 წ.), რაც ველისხმობს წარმოების უწყვეტ ზრდას სულ მცირე, მომდევნო ხუთი წლის განმავლობაში. სხვა ბაზრებზე (მაგ. აშშ-ს ბაზარზე) განვითარებული მოვლენების გათვალისწინებით, ბაზრის განვითარებაში ლიდერობენ დამატკობლობები, რომლებსაც მოჰყვება ახალი არაალკოჰოლური სასმელები (მაგ. გამაგრებელი) და ნასახემსებელი საკვები. თუმცა, ევროპაში, რამოდენიმე მსხვილმა ბრენდმა (მაგ. კომპანია „კოკა-კოლა“) უკვე შეიტანა ცვლილებები არსებული პროდუქტის (მაგ. სპრაიტი)

შემაღვრელობაში, იმის გათვალისწინებით, რომ სტევიას ექსტრაქტი სულ უფრო მოთხოვნილი ხდება მომხმარებლის მიერ.

რეკომენდაცია:

მოახდინეთ თქვენს მიერ წარმოებული სტევიას ექსტრაქტის, როგორც ნატურალური პროდუქტის პოპულარიზაცია, და შესაბამისად, ნახეთ სარგებელი მომხმარებლის სულ უფრო მზარდი მოთხოვნიდან ნატურალურ პროდუქტზე. ექსტრაქტის მოპოვებისას გამსხნელოს სახით გამოიყენეთ წყალი, რაც დაგეხმარებათ დაადასტუროთ, რომ თქვენი პროდუქცია ნატურალურია. უკვე არსებობს რამდენიმე კომპანია, რომელიც ახერხებს რეზიდუილი „A“-ს მაღალი კონცენტრაციის ექსტრაქტების მოპოვებას გამსხნელად წყლის გამოყენების მეშვეობით.

წარმოება

მცენარე სტევია არ მოჰყავთ ევროპაში, მაგრამ აქ ხდება სტევიას დამატკობლების წარმოება იმპორტირებული სტევიას ფოთლების გადაამუშავებით, ექსტრაგირების / დაწურვის მეთოდების გამოყენებით. შედეგად, მიიღება სტევიას სუფთა დამატკობელი.

ფრანგული კომპანია Stevia Natura სტევიას ერთ-ერთი უმსხვილესი მწარმოებელია ევროპაში. 2012 წელს, კომპანიის ბრუნვამ 2 მილიონი ევრო შეადგინა (ჰოლანდიის ეკონომიკის სამინისტრო, 2013 წ.). კომპანიას სტევიას ფოთოლი და პირველადი ექსტრაქტები საშრეთ ამერიკიდან და ინდოეთიდან შემოაქვს. კომპანიამ ააშენა ახალი გადამამუშავებელი საწარმო, რომლის წარმადობა 400 ტონას აღწევს. კომპანიის დირექტორის თანახმად, ჩინეთის მხრიდან კონკურენციის დასაძლევად, კომპანიის ძალისხმევა ამჟამად მიმართულია წარმოების ყველა რგოლზე ხარჯების შემცირებაზე (Foodnavigator, 2015). ფაქტობრივად, მწარმოებლები მუშაობენ სტევიას ფოთლების ფასის შემცირებაზე, ვინაიდან სტევიას წარმოების მთლიანი ხარჯის 70%-ს სწორედ ნედლეულის (ფოთლის) ფასი შეადგენს.

იპორტი

იმდენად რამდენადაც, სტევია არ იმრდება ევროპაში, მისი წარმოება მნიშვნელოვანწილად არის დამოკიდებული იმპორტზე. გასათვალისწინებელია ისიც, რომ სტევიამ მოთხოვნი ევროპაში განუხრელად იმრდება.

2009 წლიდან საფრანგეთში სტევიას დაშვების შემდგომ, ახალი პროდუქტის წარმოებაში წარმატებით ჩაშვებამ ევროპაში სტევიას

იმპორტზე მოთხოვნის სტიმულირება მოახდინა. ახალი პროდუქტის მაგალითებია: კოკა-კოლა ლაიფი, უცხიმო აქტივია და გობა კოლა.

მართალია ესპანეთი, გერმანია და სხვა ევროპული ქვეყნები სწრაფად ახორციელებენ სტევიას შემცველი ახალი პროდუქტების დანერგვას, საფრანგეთი მაინც წამყვან პოზიციას ინარჩუნებს სტევიას ევროპულ ბაზარზე. საფრანგეთში სტევიას ბაზარი ყველაზე მეტადაა განვითარებული და სტევიას მწარმოებლებს მყარი სავაჭრო ურთიერთობები აქვთ დამყარებული ნედლეულის მიმწოდებლებთან განვითარებად ქვეყნებში.

ჩინეთი ძირითადი მიმწოდებელია, რომელიც ახდენს სტევიას ნედლეულის ექსპორტს ევროპაში. ჩინეთი სტევიას ფოთლის უმსხვილესი მწარმოებელი ქვეყანაა მსოფლიოში, სადაც ასევე იმრდება სტევიას ექსტრაქტის წარმოების მასშტაბი. 2014 წელს, ჩინეთიდან სტევიას ფოთლის მიწოდებაში ხანმოკლე კლება დაფიქსირდა, რასაც შედეგად მოჰყვა ფოთოლზე ფასების ზრდა. კიდევ ერთი მსხვილი მიმწოდებელი ქვეყანაა მალაიზია, სადაც ოპერირებს სტევიას მსხვილი მწარმოებელი კომპანია „PureCircle“.

ექსპორტი

საფრანგეთი, ესპანეთი, გერმანია და შვედეთი განსაკუთრებით დიდ როლს თამაშობენ შიდაევროპულ ბაზარზე სტევიას პროდუქციით ვაჭრობაში. ამ ქვეყნებში, რამდენიმე კომპანია დაკავებულია ნედლეულის წარმოებით ან იმპორტირებით, და ასევე, აწარმოებს სტევიას ბაზარზე მიღებული არომატიზატორებისა და დამატკობლების ექსპორტს ევროპის სხვა ქვეყნებში.

მოსალოდნელია, რომ ევროპაში ყველაზე მასშტაბური კვების მრეწველობის მქონე ქვეყნები გადაიქცევიან მთავარ სამიზნე ქვეყნებად ევროპის შიდა ბაზარზე სტევიას პროდუქციის ექსპორტირებისთვის. ბრუნვის თვალსაზრისით, კვების მრეწველობის ყველაზე მსხვილი საწარმოები ოპერირებენ შემდეგ ქვეყნებში: გერმანია (163 მილიარდი ევრო), საფრანგეთი (157 მილიარდი ევრო), იტალია (127 მილიარდი ევრო), გაერთიანებული სამეფო (88 მილიარდი ევრო) და ესპანეთი (83 მილიარდი ევრო) (FoodDrinkEurope, 2013 წ.).

ნატურალური საღებავების, არომატიზატორებისა და გამასქელებლების ბაზრების შესახებ დამატებითი სტატისტიკური ინფორმაცია შეგიძლიათ იხილოთ საიტზე - CBI-ის ვაჭრობის სტატისტიკა.

როგორ უნდა დავადასტუროთ, რომ ჩვენი პროდუქტი უსაფრთხოა?

შაქრის შემცველობის შემოწმება:

ეტიკეტირების შესაძლებლობები მთავარი ფაქტორია, რომელიც სტიმულს აძლევს მწარმოებლებს, ჩაანაცვლონ შაქარი სტევიას ბაზაზე დამზადებული დამატკბობლებით. მომხმარებელი ძალიან მგრძობიარეა პროდუქტების ეტიკეტებზე შაქრის შემცველობის შემოწმებასთან დაკავშირებული აღნიშვნების მიმართ. მომხმარებელთა უმრავლესობისთვის აუცილებელი არ არის, რომ პროდუქტი საერთოდ არ შეიცავდეს შაქარს.

რეკომენდაცია:

ორიენტირება მოახდინეთ იმ კომპანიებზე, რომლებიც აწარმოებენ როგორც „ჩვეულებრივი“ კატეგორიის პროდუქტს, ასევე იმ პროდუქტს, რომელიც არ შეიცავს შაქარს. გამოიყენეთ ეტიკეტირების შესაძლებლობები, რათა მოახდინოთ თქვენი პროდუქტების პოპულარიზაცია.

პროდუქტის შეადგენლობა:

მწარმოებლები ხშირად იყენებენ სტევიას, შაქართან და სხვა დამატკბობლებთან ერთად, სიტკბოს სასურველი პროფილის მისაღებად.

ბევრი მომხმარებლისთვის, რომელთაც ეუცხოვებათ სტევიას გემო, მიუღებელია პროდუქტები, რომლებიც შეიცავს სტევიას, როგორც ერთადერთ დამატკბობელს.

ინოვაციური მცირე და საშუალო სანარმოები:

განსაკუთრებული ინოვაციურობით ხასიათდება მცირე და საშუალო ზომის სანარმოები, რომლებიც ოპერირებენ ევროპის საკვები პროდუქტების და სასმელის ბაზარზე. სწორედ ამ სანარმოების მიერ იქნა დანერგული სტევიას ბაზაზე შექმნილი ბევრი ახალი პროდუქტი. მსხვილი ბრენდების მქონე დიდი კომპანიები ჩვეულებრივ მეტ სიფრთხილეს იჩენენ, ვინაიდან ხელავენ ბრენდის რეპუტაციის შელახვის რისკს, იმ შემთხვევაში, თუ მომხმარებელი იმედგაცრუებული დარჩება ახალი პროდუქტით.

რეკომენდაცია:

ორიენტირება მოახდინეთ ევროპულ დისტრიბუტორებზე, რომელთაც მცირე და საშუალო სანარმოთა მოთხოვნილებების დაკმაყოფილების მიზნით შეუძლიათ საქონლის მსხვილი პარტიების დაყოფა მცირე ზომის ლოტებად.

შემსყიდველი კომპანიების მოთხოვნები

როგორია საბარათლებრივი მოთხოვნები, რომლებსაც უნდა შეესაბამებოდეს თქვენი პროდუქტი?

სურსათის უვნებლობა:

კვების პროდუქტების მწარმოებელ კომპანიებს დანერგული უნდა ჰქონდეთ სურსათის უვნებლობის მართვის სისტემა, რომელიც HACCP-ის პრინციპებზე იქნება დაფუძნებული. ასეთი სისტემების დანერგვით დასტურდება, რომ კომპანიას შესწევს უნარი გააკონტროლოს სურსათის უვნებლობასთან დაკავშირებული საფრთხეები და უზრუნველყოს სურსათის უვნებლობა ადამიანის მიერ მოხმარების თვალსაზრისით. ამასთანავე, პროდუქტები აუცილებლად უნდა ექვემდებარებოდეს მიკვლევადობას მინოდების ჯაჭვის ყველა რგოლზე. თუ ევროპული კომპანიების ან სახელისუფლო ორგანოების მიერ დადგენილი იქნება, რომ თქვენი პროდუქტის უვნებლობა არ არის გარანტირებული, პროდუქტი ამოღებული იქნება ბაზრიდან და დარეგისტრირდება ევროკავშირის „სურსათისა და ცხოველთა საკვების სწრაფი განგაშის სისტემაში“.

რეკომენდაცია:

ევროკავშირის სურსათისა და ცხოველთა საკვების სწრაფი განგაშის სისტემის (RASFF სისტემის) მონაცემთა ბაზაში მოიძიეთ ბაზრიდან საქონლის ამოღების მაგალითები და შესაბამისი ინფორმაცია ბაზრიდან საქონლის ამოღების მიზეზების შესახებ.

დაბინძურება:

სტევიას ექსტრაქტის მწარმოებლებმა მინიმუმამდე უნდა დაიყვანონ პროდუქტის დაბინძურების შესაძლებლობა წარმოების ციკლის ყველა ეტაპზე, როგორცაა: მოყვანა, გადამამუშავება, შეფუთვა, ტრანსპორტირება და შენახვა. ასევე, გადაჭარბებული დომით არ უნდა გამოიყენონ ქიმიკატები, და სანარმოში უნდა დაიცვან ჰიგიენური ნორმები.

რეკომენდაცია:

გამოიყენეთ ევროკავშირის ნარჩენების მაქსიმალური დასაშვები დონის (MRL) მონაცემთა ბაზა იმის დასადგენად, თუ რომელი MRL დონე შეესაბამება თქვენ პროდუქტს. ძიება აწარმოეთ პროდუქტის ან გამოყენებული პესტიციდის დასახელებით და მონაცემთა ბაზა გიჩვენებთ კონკრეტულ პროდუქტთან ან პესტიციდთან ასოცირებული MRL დონეების ჩამონათვალს.

ექსტრაქტის გამხსნელები:

არსებობს ევროკავშირის წესები ექსტრაქტის იმ გამხსნელების მარკეტინგსა და გამოყენებასთან დაკავშირებით, რომლებიც გამოიყენება კვების პროდუქტებისა და კვების პროდუქტების ინგრედიენტების წარმოებაში.

რეკომენდაცია:

მინიმუმამდე შეამციროთ ექსტრაქტის გამხსნელების წარჩენების მოცულობა სტევიას ექსტრაქტში და დარწმუნდით, რომ წარჩენების არსებული დონე არ წარმოადგენს საფრთხეს ალამიანის ჯანმრთელობისთვის. აღნიშნული თემის შესახებ მეტი ინფორმაცია იხილეთ - ევროკავშირში ექსპორტის საინფორმაციო პორტალი: ექსტრაქტის გამხსნელები, რომლებიც გამოიყენება კვების პროდუქტებში.

ევროკავშირში დაშვებული ნივთიერებები:

2011 წლის ნოემბერში, ევროკომისიამ დაუშვა სტევიას, როგორც დამატებობლის, გამოყენება და გაყიდვა ევროკავშირის ტერიტორიაზე. ევროკავშირის რეგლამენტით, დამატებობლები განეკუთვნება საკვები დანამატების ერთ-ერთ ფუნქციურ კლასს, და შესაბამისად, მათი გამოყენება მკაცრად რეგულირდება. სტევიას გამოყენების დამუშავება აღნიშნულია E-ნომრით (E960), რომელიც მიენიჭა სტევიოზიდს (მცენარე სტევიადან მოპოვებული ექსტრაქტი).

რეკომენდაცია:

სტევიას მახასიათებლების შესახებ დამატებითი ინფორმაციისთვის, იხილეთ 1333/2008 რეგლამენტის მე-2 და მე-3 დანართები, საკვები დანამატების უვნებლობასთან დაკავშირებით.

რა სახის დამატებითი მოთხოვნები ავით ხშირად უმსყიდველ კომპანიებს?

სურსათის უვნებლობის სერტიფიცირება:

გინაიდან სურსათის უვნებლობა მთავარ პრიორიტეტს წარმოადგენს ევროკავშირის საკვები პროდუქციის ინდუსტრიის ყველა სექტორში, მოსალოდნელია, რომ ბევრი კომპანია მოითხოვს თქვენგან დამატებით გარანტიებს სურსათის უვნებლობის დამადასტურებელი სერტიფიკატების სახით. კერძოდ, კვების პროდუქტების მწარმოებელი ბევრი ევროპული კომპანია მოითხოვს, რომ მათ მიმწოდებელს დანერგილი უნდა ჰქონდეს HACCP -ის პრინციპებზე დაფუძნებული სურსათის

უვნებლობის მართვის სისტემა, ჩამოთვლილიდან ერთ-ერთი სტანდარტის მიხედვით: BRC, IFS, ISO 22000 ან SQF.

რეკომენდაცია:

სურსათის უვნებლობის მართვის სისტემების შესახებ დამატებითი ინფორმაციისთვის ეწვიეთ საიტებს: სურსათის უვნებლობის გლობალური ინიციატივა და სტანდარტების რუკა. ასევე გაარკვიეთ, მოითხოვენ თუ არა სერტიფიცირებას თქვენს მიერ შერჩეული შემსყიდველი კომპანიები და სურსათის უვნებლობის მართვის რომელ სისტემას ანიჭებენ ისინი უპირატესობას.

მდგრადობის ფაქტორი:

მდგრადობა ევროპაში ყველაზე აქტუალური თემაა. შემსყიდველი კომპანიები პასუხისმგებელი არიან იმ შემოქმედებაზე, რასაც მათი ქცევის ნორმები ახდენს მიწოდების ჯაჭვის ყველა რგოლში ჩართულ ადამიანებსა და გარემოზე. უფრო მეტიც, მიწოდების სხვადასხვა ჯაჭვის მდგრადობის ხარისხის გაუმჯობესებით, ისინი იცავენ საკუთარი ბიზნესის ინტერესებს გრძელვადიან პერსპექტივაში. მაგალითად, სტევიას ექსტრაქტების მსხვილი მიმწოდებელი კომპანია „PureCircle“ მოქმედებს მდგრადობის სამი პრინციპით:

- ▶ ნახშირბადის კვალისა და წყლის მოხმარების შემცირება
- ▶ ეკოსისტემის და დასაქმებულთა სამართლიანი სამუშაო პირობების დაცვა იმ ტერიტორიაზე, სადაც განთავსებულია წარმოების ზონა
- ▶ მომხმარებლისთვის შეთავაზებულ პროდუქტში კალორიის შემცირება

რეკომენდაცია:

მიიღეთ ზომები თქვენი ბიზნესის მდგრადობის ხარისხის გაუმჯობესებისთვის. მაგალითად, შეგიძლიათ შეამციროთ წარჩენები, წყლისა და ენერჯორესურსების მოხმარება; დანერგოთ მცენარეთა დაცვის ინტეგრირებული სისტემა და გამოიყენოთ უკვე გადამუშავებული შესაფუთი მასალები. აჩვენეთ შემსყიდველ კომპანიებს როგორ მრდით მდგრადობის ხარისხს პროდუქციის პოპულარიზაციის მეშვეობით. თქვენ სექტორში შექმნილი ასოციაციების მეშვეობით გაარკვიეთ, არსებობს თუ არა ქვეყნის კოდექსი თქვენი სექტორისთვის და თუ არსებობს, დაიცავით იგი. ალტერნატივის სახით, შემსყიდველ კომპანიებთან კონსულტაციების გზით, შეგიძლიათ შეიმუშავოთ საკუთარი ქვეყნის კოდექსი. ასევე განიხილეთ შრომის ჰიგიენისა და დაცვის OHSAS 18001 სტანდარტის, ან სოციალური პირობების SA 8000 სტანდარტის დანერგვის და შესაბამისი სერტიფიკატების მოპოვების შესაძლებლობა.

რელიგიური ფაქტორი:

ევროპის შემსყიდველი კომპანიები ჩვეულებრივ ითხოვენ „ქოშერისა“ და „ჰალალის“ მოთხოვნებთან შესაბამისობის სერტიფიკატებს. ეს შესაძლებლობას აძლევს კვების პროდუქტებისა და სასმელების მწარმოებლებს გამოიყენონ ის ინგრედიენტები, რომლებიც გამიზნული იქნება მომხმარებელთა ფართო წრეზე, მათ შორის იუდეველებსა და მუსლიმებზე.

რეკომენდაცია:

მოიპოვეთ ქოშერისა და ჰალალის სერტიფიკატები.

დოკუმენტაცია:

შემსყიდველი კომპანიები ითხოვენ ფინანსური თვალსაზრისით სათანადოდ სტრუქტურირებულ პროდუქტს და შესაბამის დოკუმენტაციას. შემსყიდველი კომპანიები ჩვეულებრივ მოითხოვენ დეტალურ ტექნიკურ მონაცემებს (TDS პასპორტი) და პროდუქციის შემადგენელი ნივთიერებების უსაფრთხოების მონაცემთა ცხრილს (MSDS პასპორტი).

რეკომენდაცია:

დარწმუნდით, რომ შეძლებთ მოთხოვნისამებრ წარადგინოთ საჭირო დოკუმენტაცია (მაგ. ანალიზის ჩატარების დამადასტურებელი დოკუმენტი, MSDS პასპორტი, სურსათის უვნებლობის მართვის სისტემის არსებობის დამადასტურებელი სერტიფიკატები). შემსყიდველი კომპანიები ჩვეულებრივ მოითხოვენ დეტალურ TDS პასპორტს, რომელშიც წარმოდგენილია დანვრილებითი ტექნიკური ინფორმაცია სტევიოლგლიკოზიდების შემადგენლობის, სხნალობის, პროდუქციის სისუფთავის შესახებ და ა.შ. მოამზადეთ TDS და MSDS პასპორტები ევროკავშირის No 1907/2006 რეგლამენტის მე-2 დანართის შესაბამისად.

პროდუქციის ნიშნები:

ყურადღებით უნდა შეარჩიოთ პროდუქციის ნიშნის წარდგენის მეთოდი, რათა მყიდველი დარწმუნდეს, რომ მოთხოვნის შემთხვევაში შეძლებთ სათანადო ხარისხის პროდუქციის მიწოდებას, სათანადო რაოდენობით და დროის გრაფიკის დაცვით.

მიწოდების პირობები:

ყურადღება მიაქციეთ, რომ მიწოდების პირობები, მყიდველთან შეთანხმებისამებრ, მკაცრად იყოს დაცული.

ვებ-გვერდი:

ევროპის შემსყიდველი კომპანიები ეძებენ საიმედო მიმწოდებლებს. თქვენი კომპანიის რეპუტაცია შეგიძლიათ გაზარდოთ სათანადოდ შემუშავებული ვებ-გვერდის მეშვეობით.

რეკომენდაცია:

Synthite წარმოადგენს კარგი ვებ-გვერდის ნიმუშს, რომელიც წარმატებით ახერხებს კომპანიის მიმართ ნდობის ამაღლებას.

რა მოთხოვნები საბაზრო ნიშნებთან დაკავშირებით?

მდგრადი განვითარების სტანდარტებთან შესაბამისობა:

მიუხედავად იმისა, რომ ევროპის ბევრი შემსყიდველი კომპანია მიმწოდებლებისგან მოითხოვს პროდუქციის შესაბამისობას მდგრადი განვითარების სტანდარტებთან, მხოლოდ შემსყიდველთა შემლუღელი რაოდენობა ითხოვს შესაბამისი სერტიფიკატების წარდგენას. მაგალითად, სერტიფიცირებულ ორგანულ სტევიამზე მოთხოვნა კვლავაც ძალზე დაბალია.

რეკომენდაცია:

ორგანული ან სხვა, მდგრადი განვითარების სტანდარტით სერტიფიცირება განიხილეთ მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ თქვენ სერტიფიცირებული პროდუქციის საბაზრო ნიშნზე ხართ ორიენტირებული. ასეთ შემთხვევაში, უნდა დაიცვათ ევროკავშირის კანონმდებლობით - 834/2007 გათვალისწინებული მოთხოვნები. მდგრადი განვითარების სტანდარტების შესაბამისი წარმოების სერტიფიცირების სქემების შესახებ დამატებითი ინფორმაციისთვის ეწვიეთ საიტს - ITC-ის სტანდარტების რუკას.

როგორი კონკურენციაა სტევიას ევროპულ ბაზარზე ?

დიდი კომპანიის უპირატესობა:

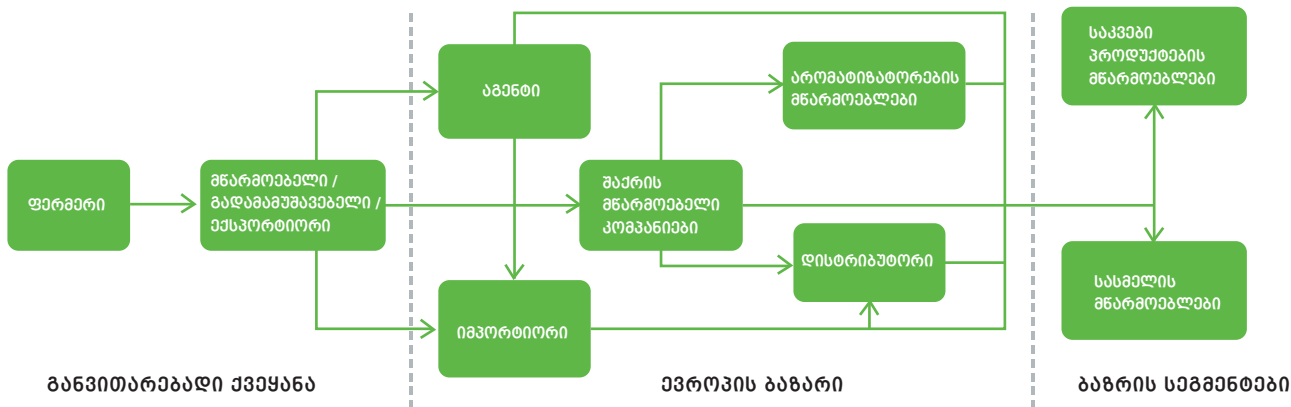
სტევიას წვრილ მიმწოდებლებს უჭირთ ევროპის შემსყიდველი კომპანიების მაღალი მოთხოვნების დაკმაყოფილება. მაგალითად, ბევრი შემსყიდველი კომპანია მოითხოვს მდგრადი წარმოების ხელშეწყობი ღონისძიებების გატარებას, როგორცაა კარგი სამუშაო პირობები დასაქმებულთათვის. უფრო მსხვილ მიმწოდებლებს, მასშტაბის ეკონომია აძლევს იმის საშუალებას, რომ დანერგონ მდგრადი განვითარების სტანდარტები წარმოებაში და მოიპოვონ შესაბამისი სერტიფიკატები.

რეკომენდაცია:

მინოდების მასშტაბის გასაზრდელად, დაამყარეთ კონტაქტები სხვა მიმწოდებლებთან. პარტნიორობა შეიძლება შედეგს სხვადასხვა ფორმით: სანარმოთა შერწყმა, სხვა კომპანიის მიერ თქვენი კომპანიის წილის შეძენა ან მიმწოდებელსა და მყიდველს შორის ისეთი კოოპერირება, რომელიც ითვალისწინებს თქვენი, როგორც დამოუკიდებელი მწარმოებლის ოპერირებას.

როგორია სტევიას ევროპული ბაზრის სავაჭრო არხები და ბაზრის საინფორმაციო სემინარები ?

სურათი 1.სავაჭრო არხები



შაქრის სანარმოებს მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავთ სტევიათი ვაჭრობის სეგმენტში. 2010 წელს, მსოფლიოს მასშტაბით, სტევიას ბაზაზე დამზადებული დამატკობლებით წარმოებული ახალი პროდუქტების 60% ვლავაც შეიცავდა შაქარს. ამგვარად, ბევრი დამატკობელი, რომლის მინოდებასაც უზრუნველყოფენ შაქრის სანარმოები, შეიცავს როგორც სტევიას, ასევე შაქარს. ზოგჯერ ეს სანარმოები თანამშრომლობენ დისტრიბუტორებთან (მაგ. კომპანია Lavallee) და არომატიზატორების მწარმოებლებთან (მაგ. კომპანია Mane) ისეთი დამატკობელი გამხსნელების სანარმოებლად, რომლებიც მორგებულია შემსყიდველი კომპანიების კონკრეტულ საჭიროებებზე. განსაკუთრებული სახეობის პროდუქციის დისტრიბუტორები მნიშვნელოვან როლს თამაშობენ სტევიას გამოყენებასთან დაკავშირებით მომხმარებელთათვის სათანადო ინფორმაციის

მიწოდებაში. არომატიზატორების მწარმოებლები კი უზრუნველყოფენ ინფორმაციას იმის შესახებ, თუ როგორ მიიღება შესაფერისი გემოსა და არომატის პროფილი სხვადასხვა ინგრედიენტის, თუ შემწიბვრებული რე-აგენტების გამოყენებით.

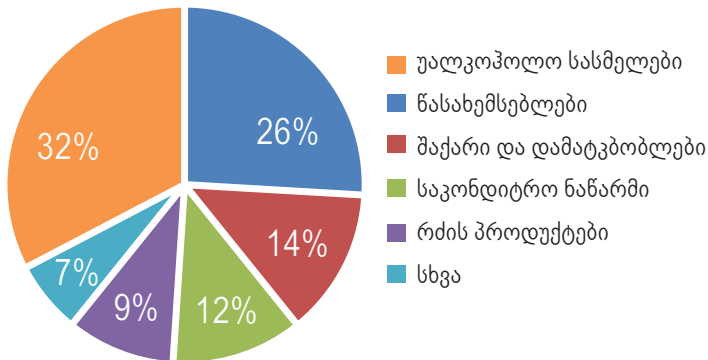
რეკომენდაცია:

ისარგებლეთ ევროპაში მოღვაწე ისეთი აგენტის ან დისტრიბუტორის მოძსახურებით, რომელიც კარგად ერკვევა სტევიას ბაზაზე დამზადებული კვების პროდუქტებისა და სასმელის შემადგენლობაში და ასევე კარგად იცნობს დამატკობლების ფართო ასორტიმენტს. ეს უზრუნველყოფს ინფორმაციის მოხერხებულად, ერთი სარკმლის პრინციპით მიღებას იმ მწარმოებლებისთვის, რომლებსაც სურთ შეიძინონ სტევიას ბაზაზე დამზადებული დამატკობლები თავიანთი პროდუქციის სანარმოებლად.

საბაზრო სეგმენტები

სტევიას ექსტრაქტები იყიდება კვების მრეწველობის სხვადასხვა სეგმენტში, თუმცა, ამ მხრივ ძირითადი სეგმენტი უალკოჰოლო სასმელებია.

დიაგრამა 1: ახალი პროდუქტის დანერგვა მსოფლიო მასშტაბით, 2014 წელი



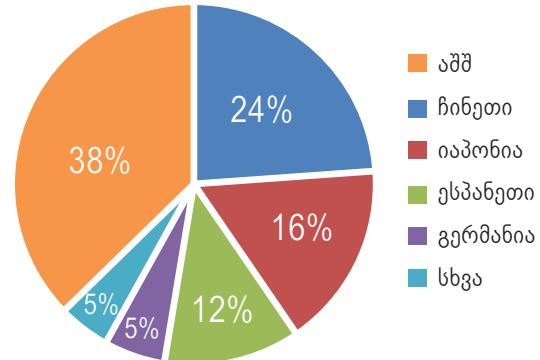
წყარო: Innova Market Insights (2015 წ.)

ბევრი ახალი სასმელის უპირატესობა მდგომარეობს იმაში, რომ მათ აქვთ სტევიასთან / დამატკობლებთან სინერგიის ეფექტი და მჟავიანობის პროფილის კორექტირების შესაძლებლობა.

ფასი

2008 წლამდე, როდესაც სტევია ჯერ კიდევ არ იყო დაშვებული შეერთებულ შტატებსა და ევროკავშირში, პროდუქციის ფასები იყო შედარებით მაღალი. ახალ ბაზრებზე სტევიას დაშვების შემდეგ, ძირითადად მიმწოდებლებმა მსხვილი ინვესტიციები ჩადეს მიწოდების ჯაჭვებში, რამაც განაპირობა ფასის დანევა. 2010 წელს, რეგულიოზიდი „A“-ს შემცველი ექსტრაქტის CIF ფასმა 1 კგზე 150 ევრო შეადგინა. დარგის წყაროების მიხედვით, სტევიას ფასები სწრაფად განაგრძობს კლებას მას შემდეგ, რაც ევროკავშირის ბაზარზე უფრო ფართოდ იქნება დაშვებული აღნიშნული ინგრედიენტი. 2011 წლის ნოემბრიდან, როდესაც სტევიას ექსტრაქტები დაიშვა ევროკავშირში, მწარმოებლებს

დიაგრამა 2: 0103 5 ქვეყანა, რომლების ლიდერობენ ახალი პროდუქტების დანერგვაში, 2014 წელი



უკვე შემუშავებული აქვთ მრავალი ახალი პროდუქტი, რომელიც შეიცავს სტევიას ექსტრაქტებს. მოსალოდნელია, რომ მომდევნო რამოდენიმე წელიწადში რეგულიოზიდი „A“-ს შემცველი ექსტრაქტის CIF ფასი 120 ევრომდე დაიკლებს. შესაბამისად, მოსალოდნელია, რომ სტევიას პროდუქცია განსაზღვრული იქნება მოგების დაბალი მარჟით.

სტევიას ექსტრაქტის მწარმოებლებმა ასევე უნდა გაითვალისწინონ, რომ რეგულიოზიდი „A“-ს მაღალი შემცველობის ექსტრაქტებს გაცილებით უფრო მაღალი ფასი ექნება, ვიდრე რეგულიოზიდი „A“-ს დაბალი შემცველობის ექსტრაქტებს.