

Održiva proizvodnja i prerada hrane

3. javni sastanak

05. srpnja 2017.


Sadržaj

1. Sažetak strategije
2. Predložene aktivnosti - Pобоljšanje znanja
3. Predložene aktivnosti - Povećanje kapitalnih ulaganja
4. Idući koraci


1. Sažetak strategije

Cilj projekta

Ojačati konkurentnost prehrambene industrije u Hrvatskoj

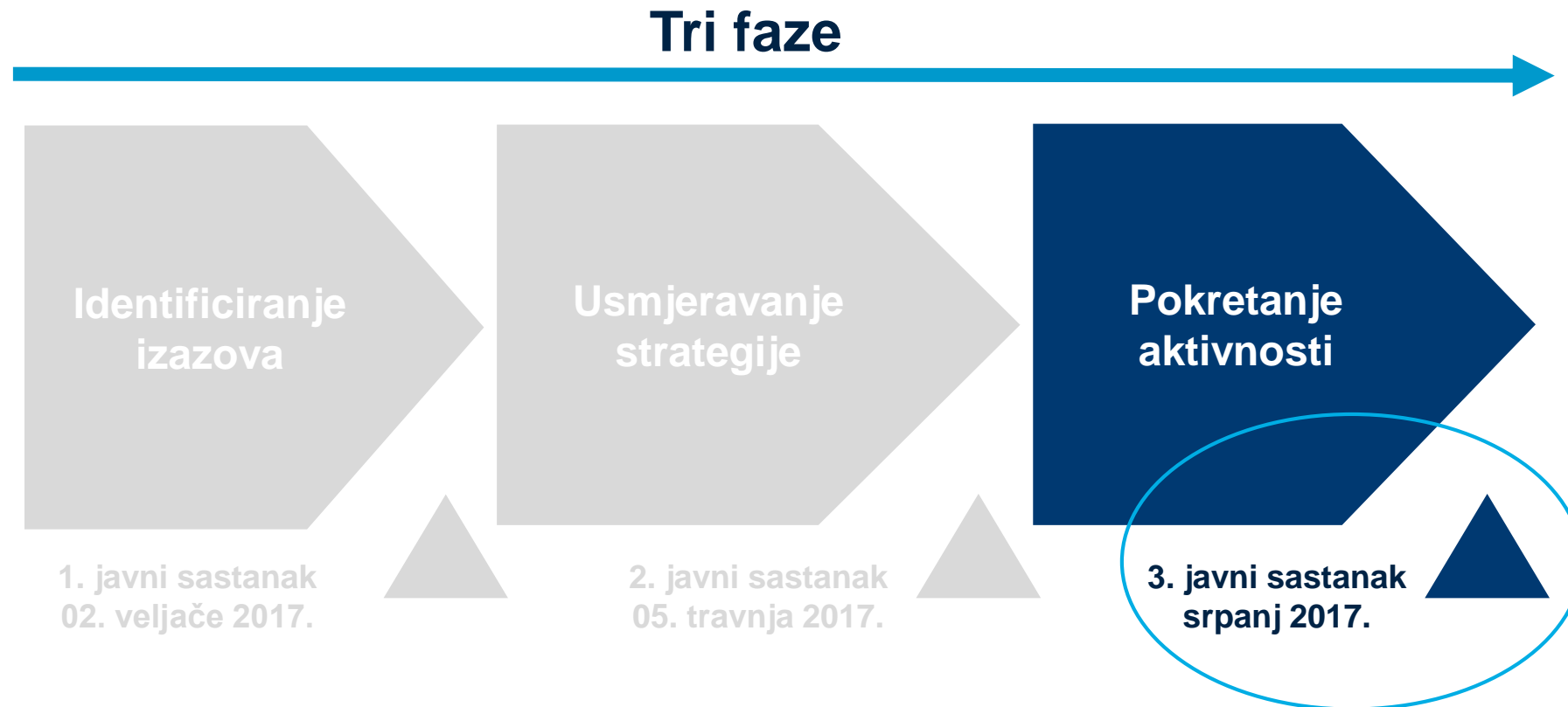


Individualni proizvođači i poduzetnici moraju provesti konkurentne strategije ...



... ali također trebaju i poslovno okruženje koje olakšava i potiče inovacije

Faze projekta



Globalna industrija hrane

Globalna
prodaja
organske
hrane = 75
milijardi €

IFOAM 2014

Globalna
prodaja
zapakirane
hrane = 2,4
bilijuna €

Plunkett 2016

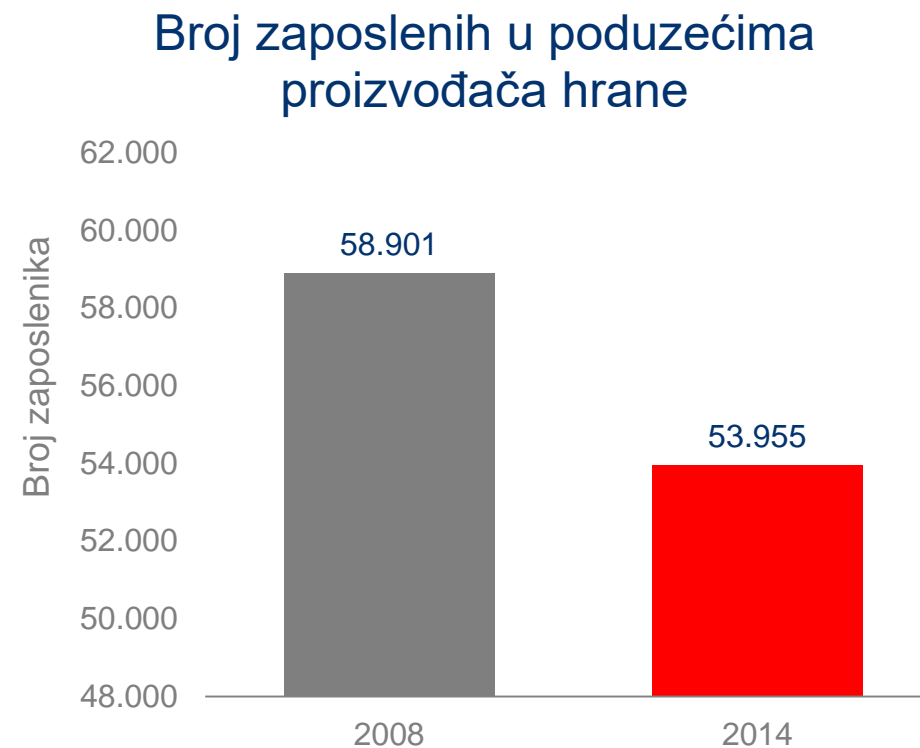
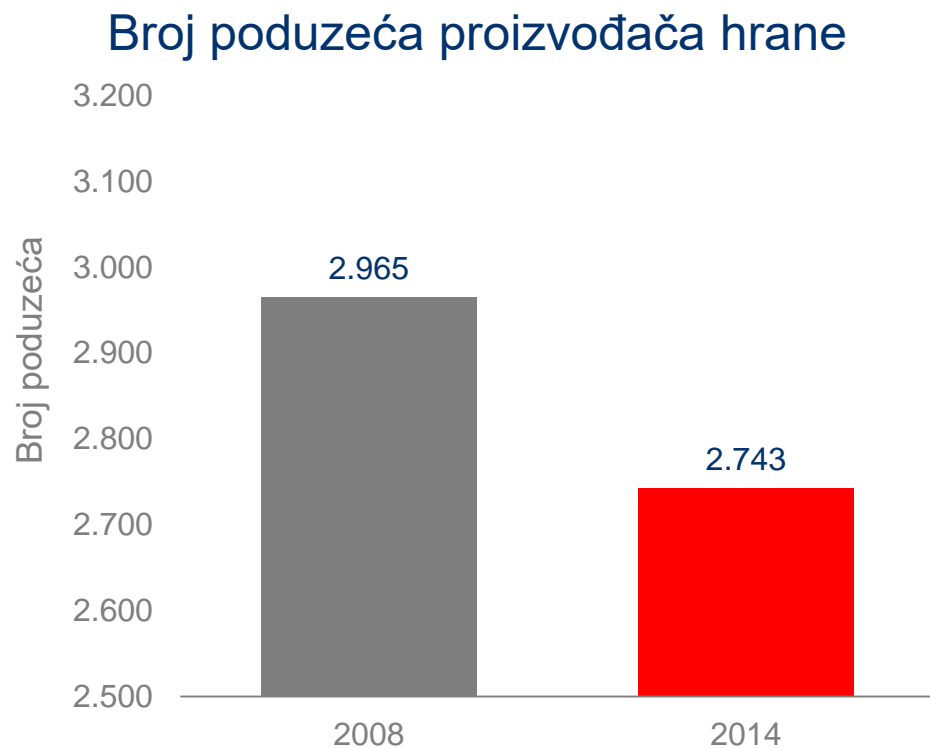
Europska
prodaja hrane
= 1,1 bilijuna €

FoodDrink Europe 2015

Globalna industrija hrane = 7,5 bilijuna €
(10% svjetskog BDP-a)

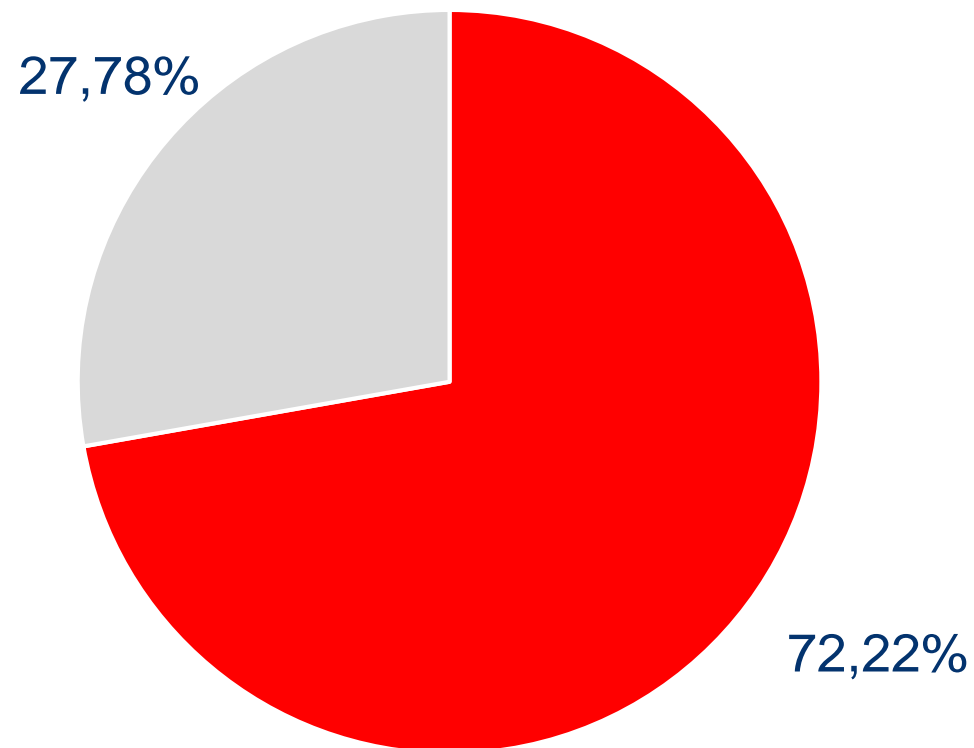
Plunkett (procjena) 2016

Gašenje prerađivačkih poduzeća u Hrvatskoj



Tržišni udio 4 najveća maloprodajna lanca u UK

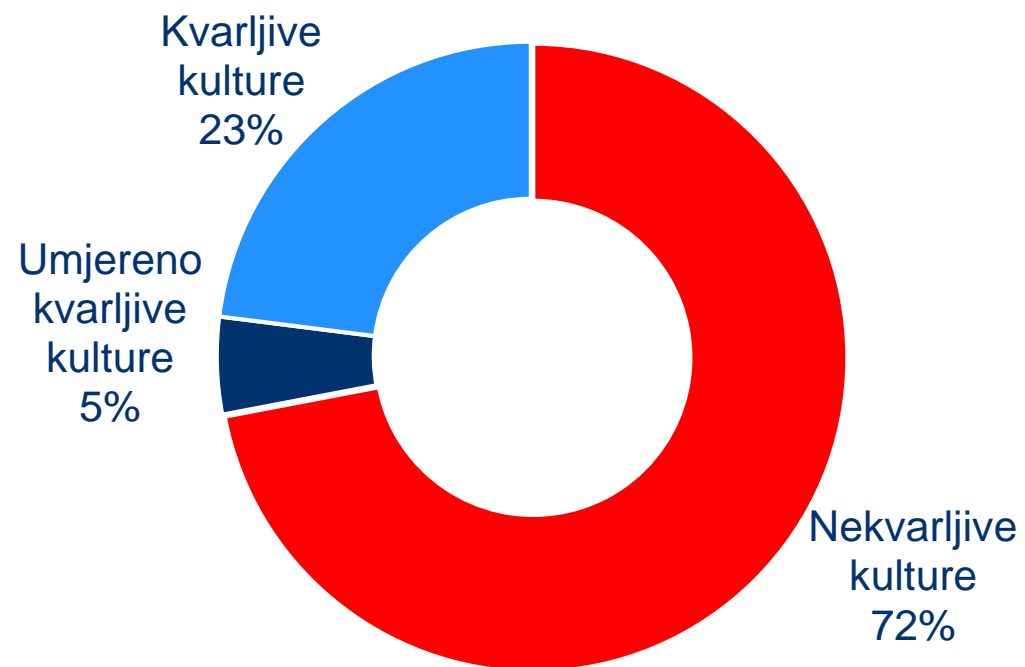
Industrijski
trendovi



Izvor: Economics Online, Kantar World Panel 2016.

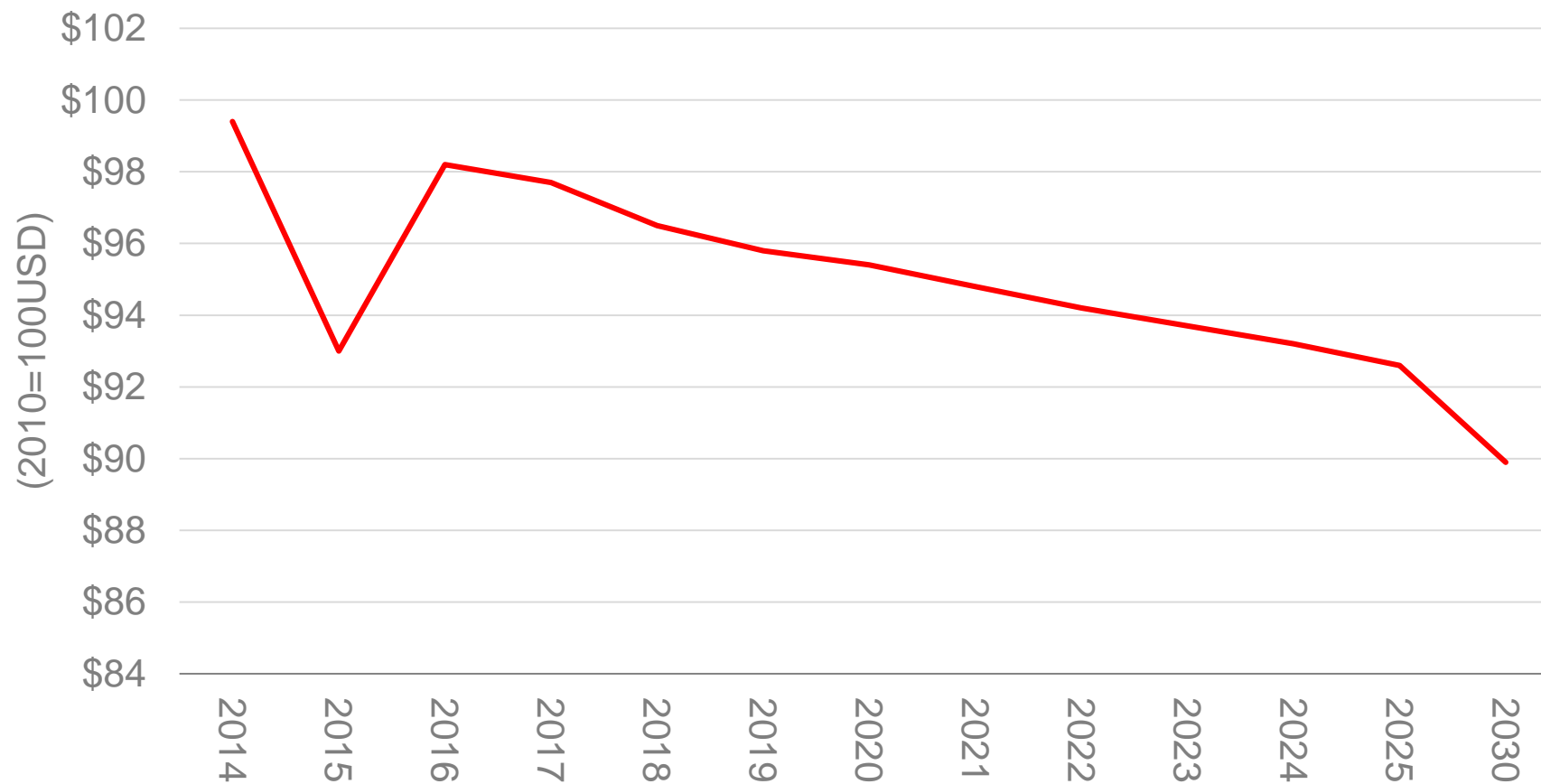
Primarna proizvodnja u Hrvatskoj

Kvarljivost prilikom žetve hrvatskih poljoprivrednih proizvoda



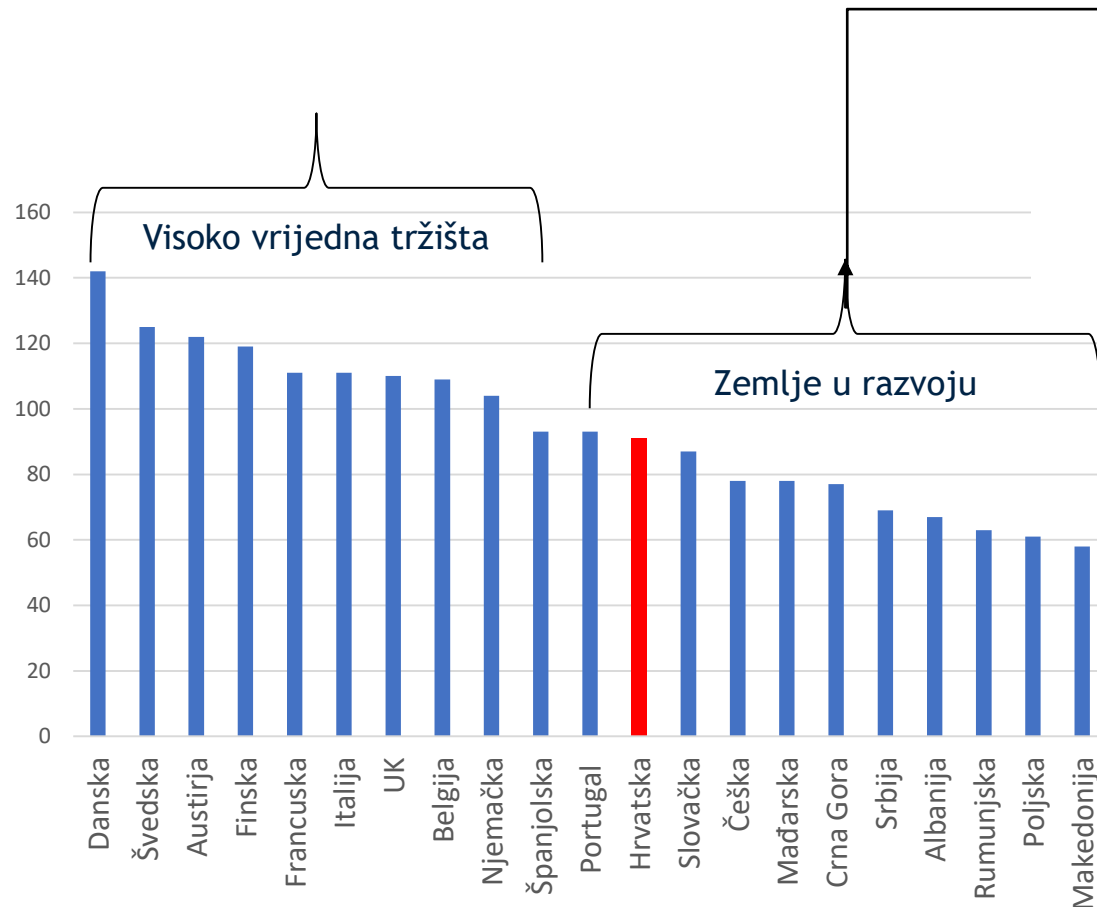
Izvor: FAO STAT

Prognoza indeksa cijena tradicionalnih namirnica („commodities“)



Izvor: Svjetska banka 2017.

Multinacionalna poduzeća usmjerena su na zemlje u razvoju



Indeksi razina cijena za prehrambene proizvode (2015)

Izvor: FAO STAT & EUROSTAT

Konsolidacija poduzeća pod multinacionalnim korporacijama značajno raste

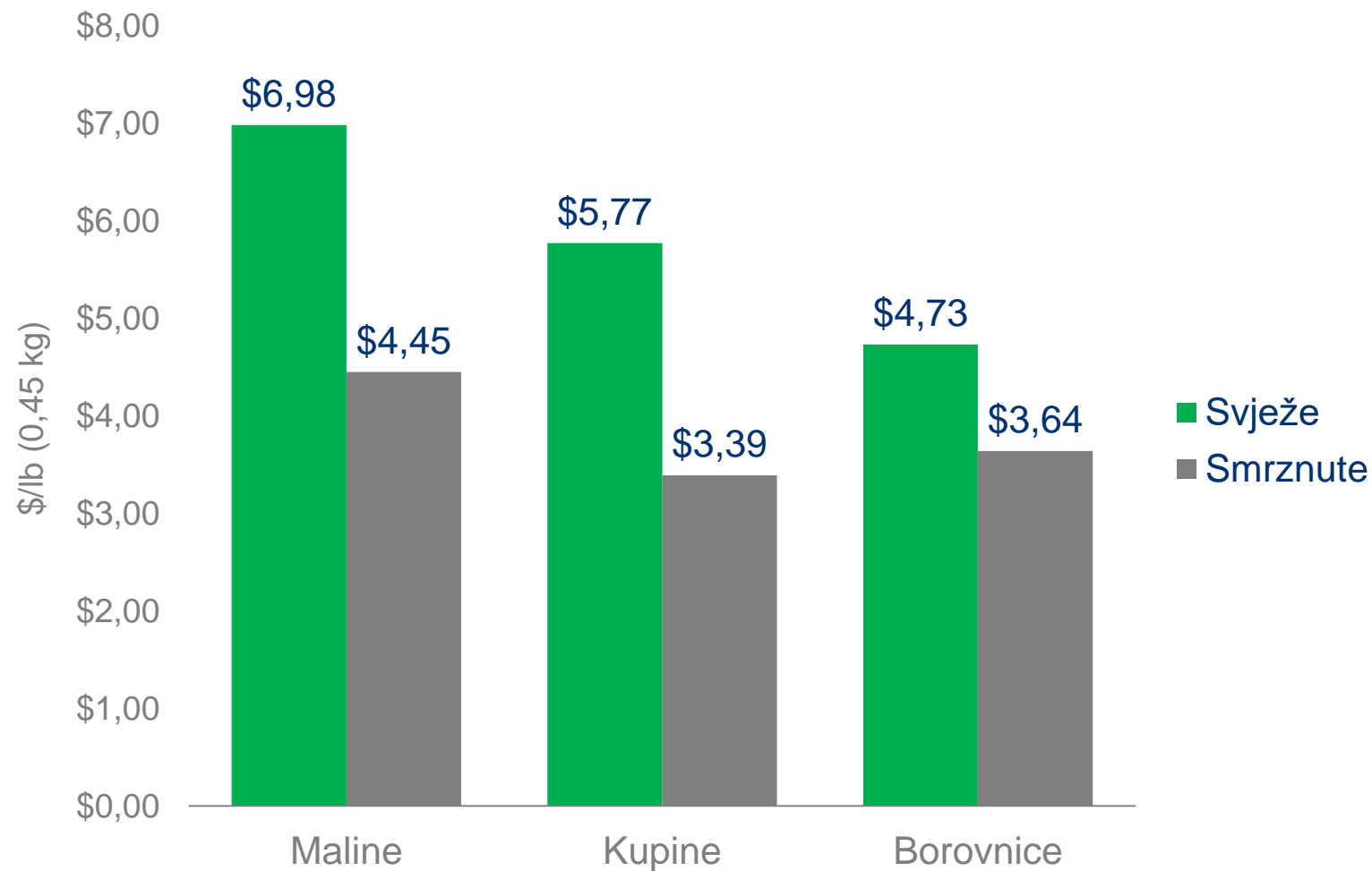
U isto vrijeme, marže multinacionalnih korporacija sve su manje te su im strategije razvoja prvenstveno usmjerene na zemlje u razvoju

Rast globalne konkurencije uzrokuje potrebu za postizanjem značajne minimalne razine ekonomije obujma

Strateška segmentacija prehrambene industrije

Učestalost dostave	Česta	Svježa hrana (Kratak rok upotrebe)	A
	Rijetka	Hrana za skladištenje (Dug rok upotrebe)	B

Potrošačke cijene bobičastog voća u SAD-u – Svježe vs. Smrznuto



Izvor: USDA, 2013.

Strateška segmentacija prehrambene industrije

Preferencije potrošača su vrlo važne u razumijevanju prehrambene industrije

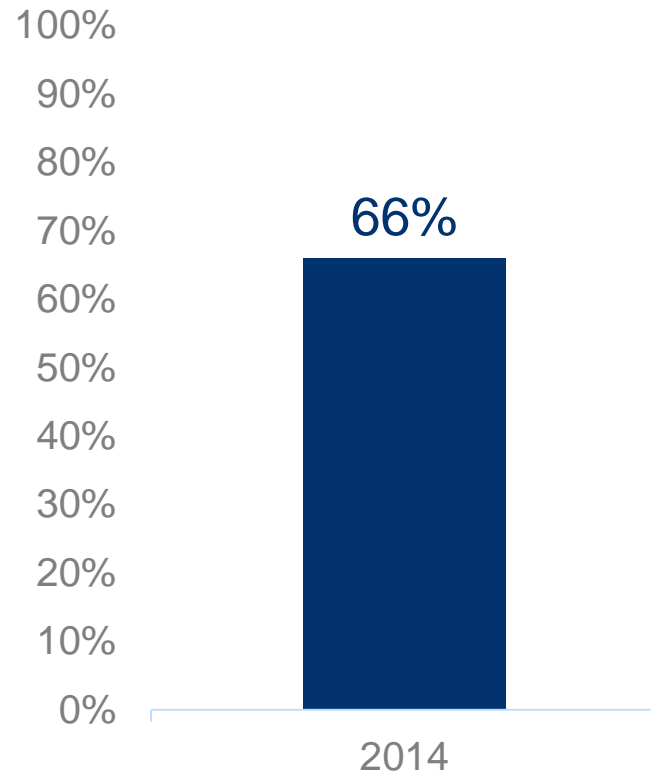


Potrošači i tržišta
(Potražnja)

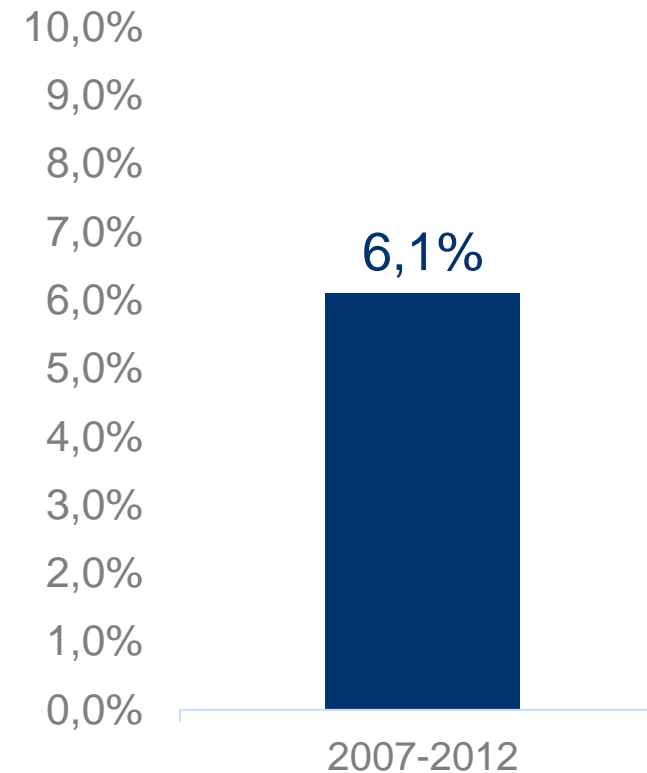
			Dnevna upotreba – Osnovna	Dnevna upotreba – Izbirljiva	Praktičnost	Luksuz
Učestalost dostave	Česta	Svježa hrana (Kratok rok upotrebe)	A1	A2	A3	A4
	Rijetka	Hrana za skladištenje (Dug rok upotrebe)	B1	B2	B3	B4

Praktičnost

Radno stanovništvo u
ukupnoj populaciji u G7
zemljama i zemljama EU

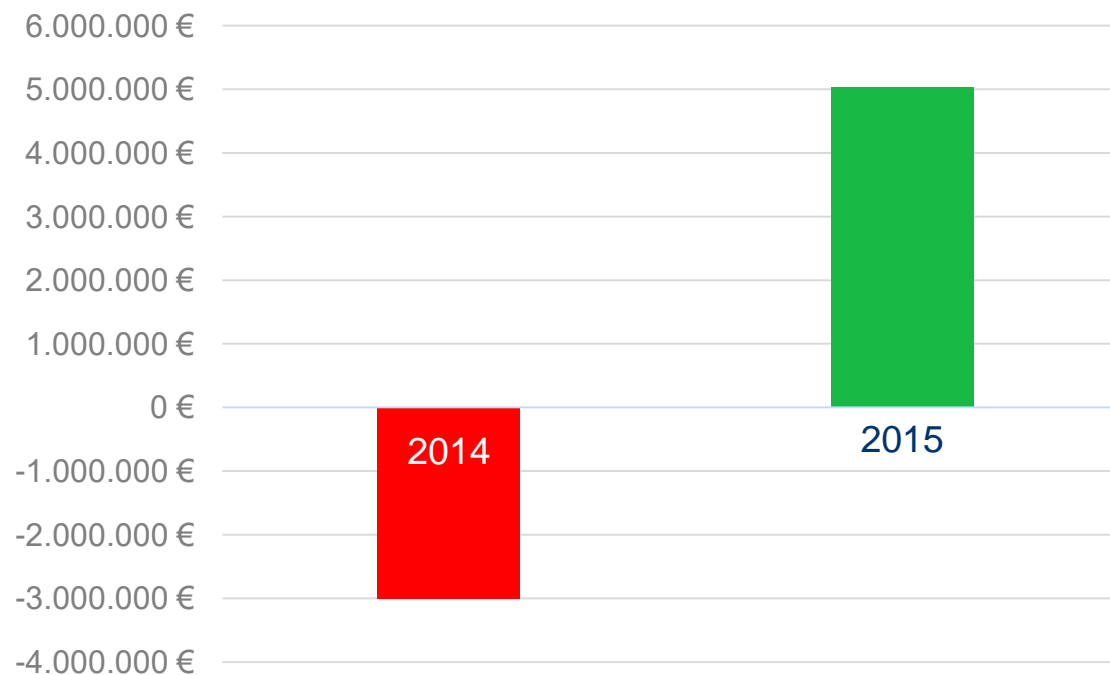


Prosječna godišnja
stopa rasta (CAGR)
rashlađene hrane u UK

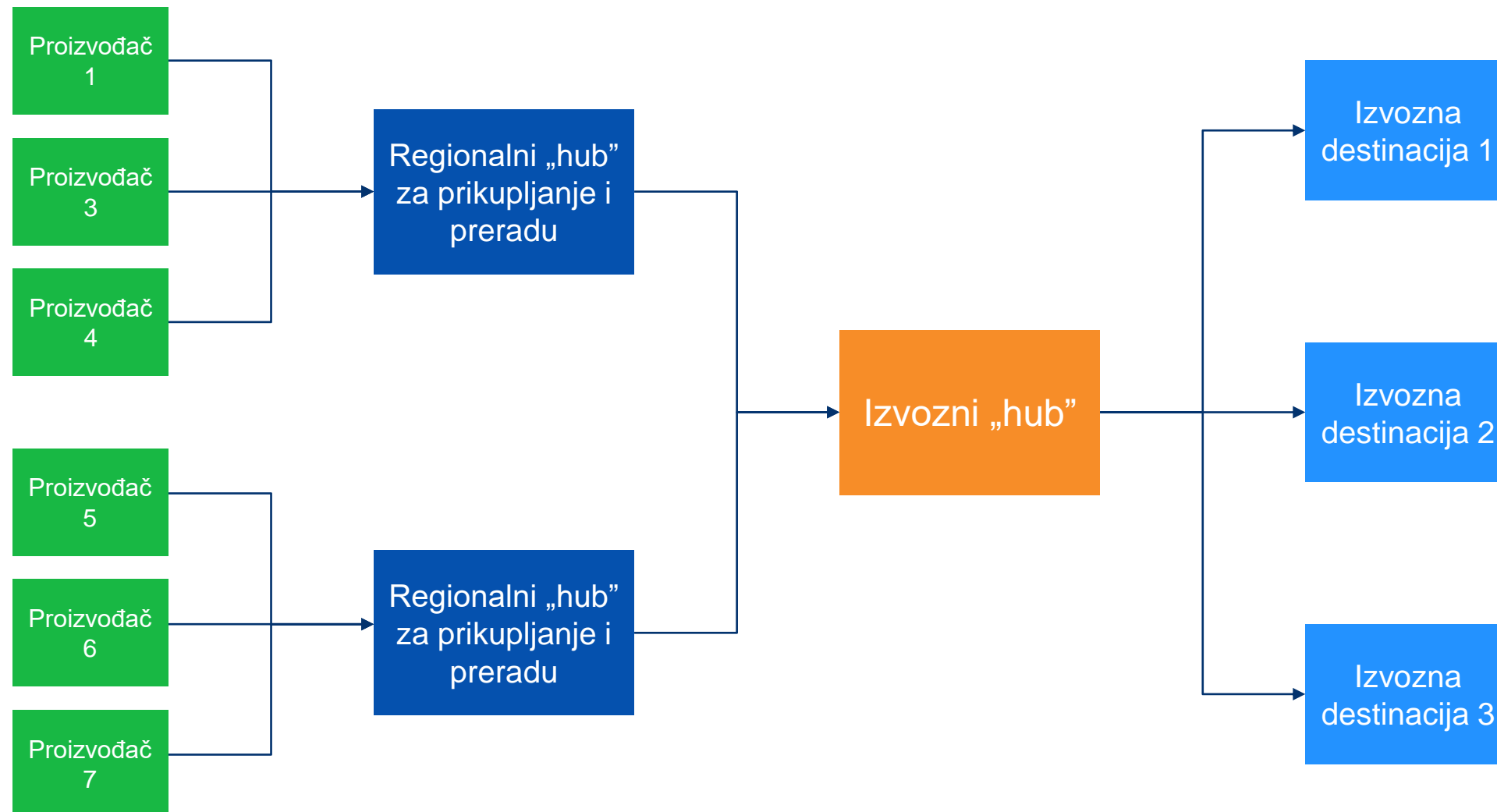


Primjer uspješne transformacije prema svježim pripremljenim jelima

Neto dobit EU poduzeća u proizvodnji ribe

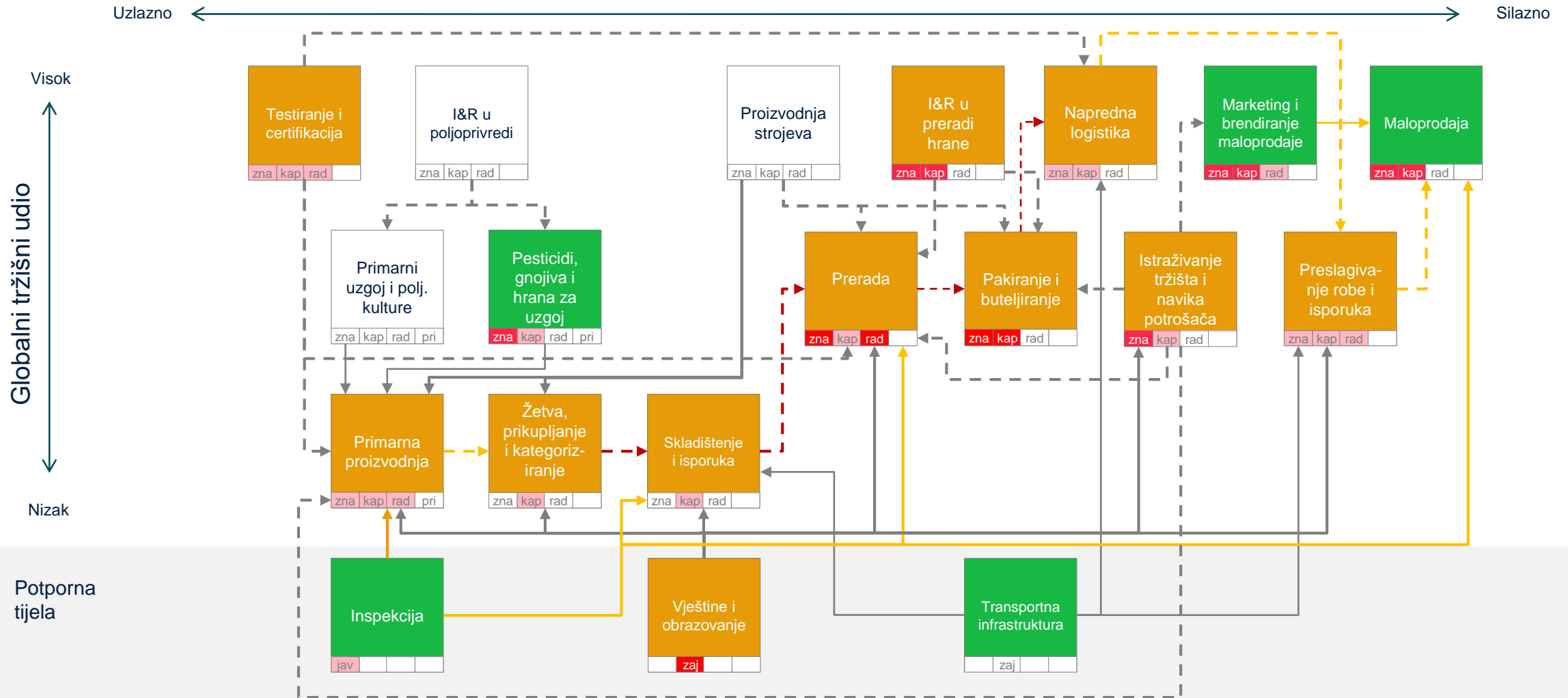


Primjer uspješne organizacije prehrambenog sektora



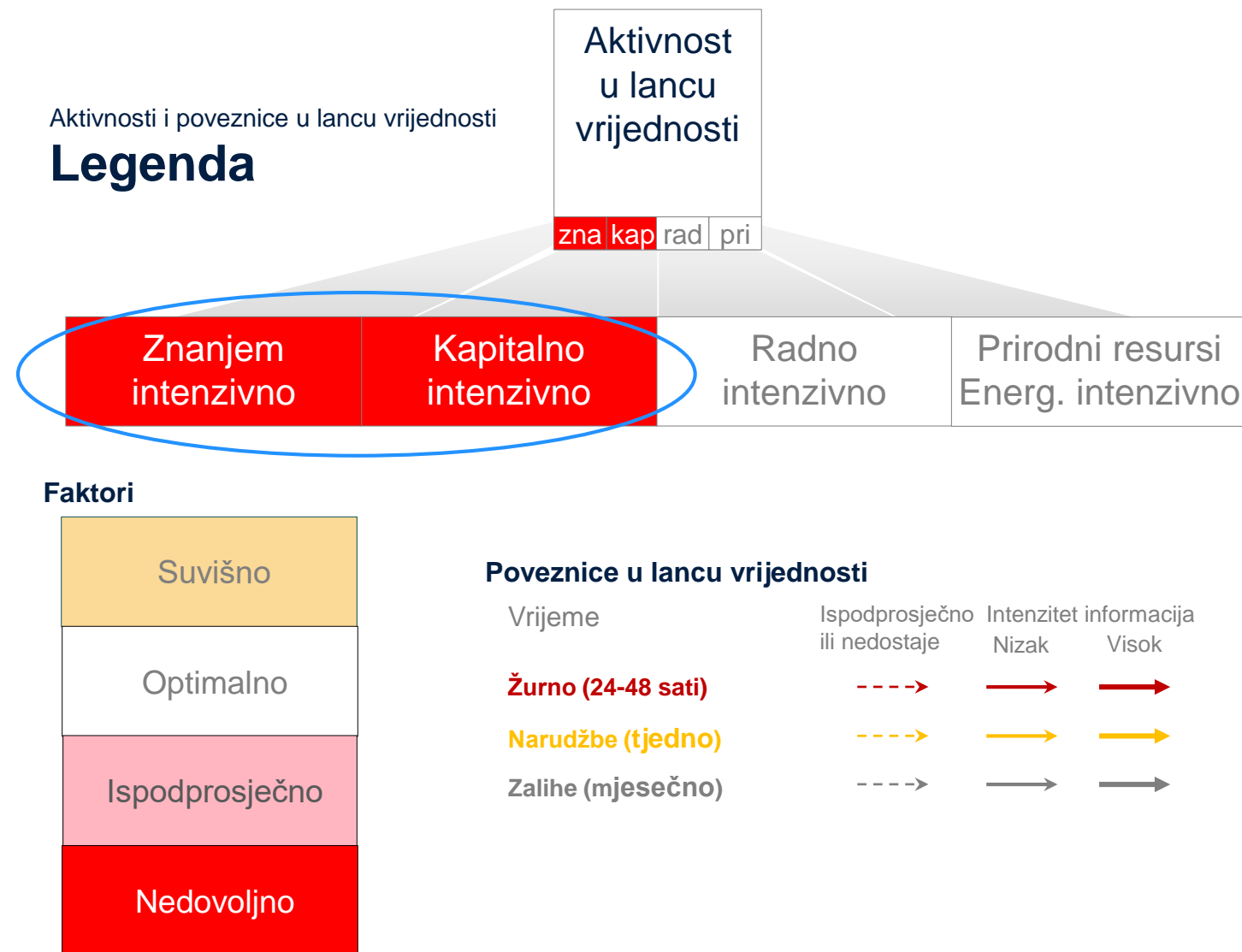
Usporedba lanca vrijednosti

- Prisutno u Hrvatskoj
- Investicijska prilika u Hrvatskoj
- Isprekidana linija: Nedostaje ili ispodprosječna poveznica
- Crveno/roza: Potrebno je više resursa



Rješavanje nedostataka u znanju i ulaganjima

- Analiza stvaranja vrijednosti i usporedba hrvatske prehrambene industrije s najboljim međunarodnim praksama ukazala je na:
 - Nedostatno znanje
 - Rješava se savjetodavnim uslugama
 - Nedostatna kapitalna ulaganja
 - Rješava se poticanjem ulaganja privatnog sektora i jačanjem kapaciteta poduzeća



Vrste aktivnosti i instrumenata

1. Obuka za ključne dionike
 - Usavršavanja u određenim područjima mogu poboljšati znanje u sektoru i umanjiti visoke troškove
2. Savjetodavne usluge putem javno dostupnih izvješća
 - Često je potrebno poticati poboljšanje javnog znanja u svrhu informiranja dionika i bolje koordinacije
3. Bespovratna sredstva („Matching grant”, 50/50) za savjetodavne usluge
 - Skepticizam je često prisutan prilikom korištenja ekspertnih konzultantskih usluga vezano uz potrebu takvih usluga te isplate li se takve usluge
 - Razvojem „matching grant” programa umanjio bi se taj rizik te motiviralo poduzeća za korištenjem takvih usluga

Vrste aktivnosti i instrumenata

4. Bespovratna sredstva („Matching grant”) za troškove revizije

- Revizorski procesi u međunarodnoj certifikaciji su često skupi te mnoga poduzeća teško mogu odvojiti sredstva i/ili ne vide dodanu vrijednost obzirom da nije potrebna za nastup na domaćem i nekim inozemnim tržištima
- Potrebno je olakšati te sufinancirati poduzećima pristup ovim uslugama

5. Poticaji za ulaganja

- Često su potrebni poticaji za FDI (inozemna izravna ulaganja) u svrhu privlačenja specijaliziranih pružatelja usluga
- Organizacija natjecanja s nagradama često može potaknuti ulaganja privatnog sektora

Predstavnik radne skupine



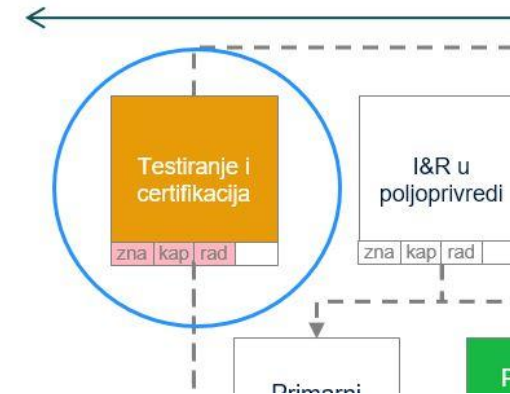
g. Stanko Barbarić, Fragaria



2. Predložene aktivnosti – Poboljšanje znanja

Unaprjeđenje poslovanja i certifikacija: Nedostatak znanja

- Nedostatak znanja i koordinacije uzrokuju ograničenja u razvoju industrije:
- Postoji potreba za pružanjem podrške poduzećima za:
 1. Međunarodnom certifikacijom koja se zahtijeva na naprednim tržištima
 - IFS – Njemačka i Istočna Europa
 - BRC – Zapadna Europa i Sjeverna Amerika
 - Ostalo (ASC, MSC, Global GAP)
- Potpora je potrebna:
 - Proizvođačima hrane
 - Prerađivačima hrane
 - Logističkim poduzećima („hladnog lanca“)



Unaprjeđenje poslovanja i certifikacija: Nedostatak znanja

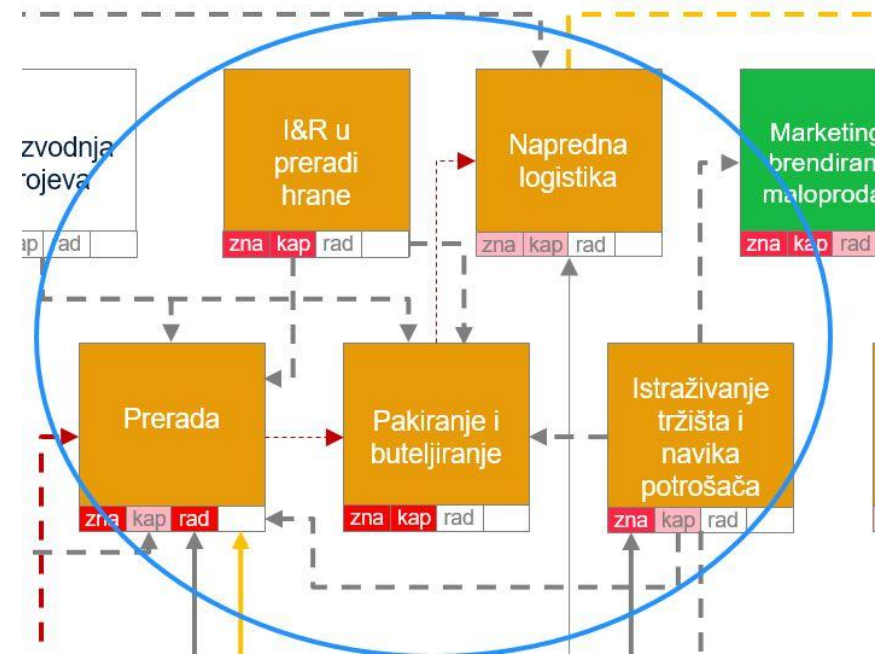
➤ Predložene potporne aktivnosti:

- Usavršavanja: Certifikati koji daju najviše vrijednosti poduzećima
- Savjetodavne usluge poduzećima u svrhu dostizanja nužnih uvjeta za certifikaciju
- Bespovratne potpore („Matching grants”) za troškove certifikacije

Poboljšanje znanja

- U hrvatskoj prehrambenoj industriji potrebno je unaprijediti slijedeće aktivnosti:
 - Istraživanje tržišta i navika potrošača
 - Preradu hrane
 - Pakiranje i buteljiranje
 - Naprednu logistiku

- Potrebno je unaprijediti znanje dionika industrije i premostiti nedostatak znanja o navikama potrošača, izvoznim tržištima, proizvodima, modernim tehnologijama i dr.



Poboljšanje znanja: Istraživanje tržišta i navika potrošača

➤ Postoji potreba za pružanjem podrške poduzećima za:

1. Istraživanje tržišta

- Usmjerenost na identificirana izvozna tržišta
- Razumijevanje preferencija potrošača (trendovi (vrste prehrane i sl.), način života (praktičnost, užitak i dr.))

Praktično

„Spremno za jelo”

„Jednostavno za pripremu”

2. Povezivanje istraživanja s razvojem novih proizvoda

- Savjetodavne usluge: Suradnja s ekspertima i međunarodnim stručnjacima u pripremi i razvoju novih proizvoda
- Usavršavanje i edukacija o najboljim praksama, tržišnim strategijama i dr.

Luksuzno

Luksuzni ambijent

Luksuz kod kuće

Poboljšanje znanja: I&R u preradi hrane

- Nakon spoznaje o preferencijama potrošača, potrebno je implementirati najsuvremenije tehnologije u preradi i pakiranju:
- Postoji potreba za pružanjem podrške poduzećima u:
 1. Primjeni novih metoda prerade (očuvanja svježine):
 - HPP („high pressure processing”) ili PEP („pulsed electric processing”) tehnologije
 2. Primjeni novih metoda pakiranja
 - Korištenje naprednih metoda pakiranja radi očuvanja svježine
 - Korištenje pakiranja i označavanja proizvoda u svrhu isticanja kvalitete proizvoda

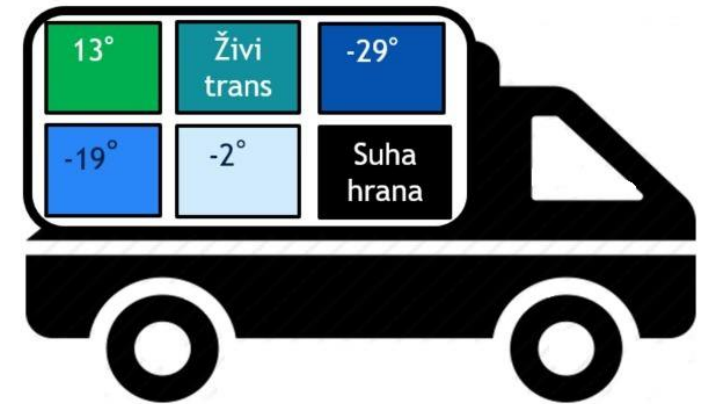
Poboljšanje znanja: I&R u preradi hrane

➤ Predložene potporne aktivnosti:

- Savjetodavne aktivnosti: Suradnja s međunarodnim ekspertima i znanstvenicima
- Usavršavanja: Prilagodba pakiranja potrebama potrošača

Poboljšanje znanja: Logistika

- Nedostatak znanja i koordinacije uzrokuju ograničenja u razvoju industrije:
- Postoji potreba za pružanjem podrške poduzećima u:
 1. Brzim i učinkovitim logističkim sustavima (3-PL, 4-PL)
 - Distribucija, hladni lanci i upravljanje resursima
 - Implementacija naprednog sustava praćenja
 2. Modernim tehnologijama za prijevoz svježe hrane
 - Korištenje LTL transporta s odjeljcima
 - Suvremeni temperaturni kontrolni sustavi za svježu hranu i „živi” transport



Poboljšanje znanja: Logistika

➤ Predložene potporne aktivnosti:

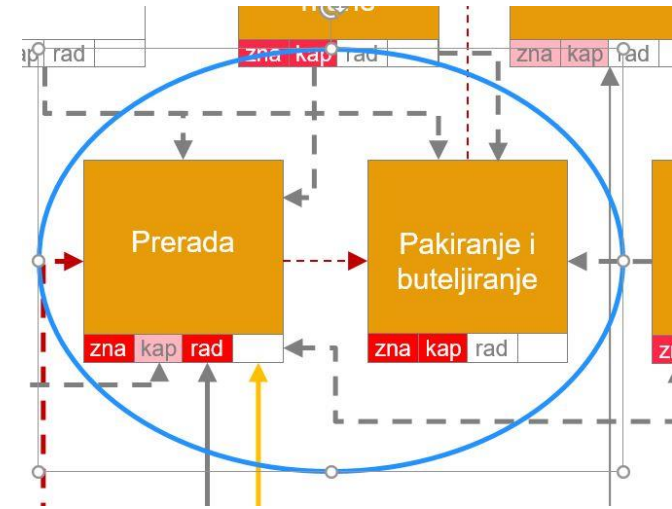
- Usavršavanja: Napredna logistika i „hladni lanci”
- Savjetodavne usluge:
 - Studija o optimizaciji logistike u RH
 - Dostizanje međunarodnih logističkih standarda
 - Suvremeni temperaturni kontrolni sustavi za prijevoz svježe hrane



3. Predložene aktivnosti - Povećanje kapitalnih ulaganja

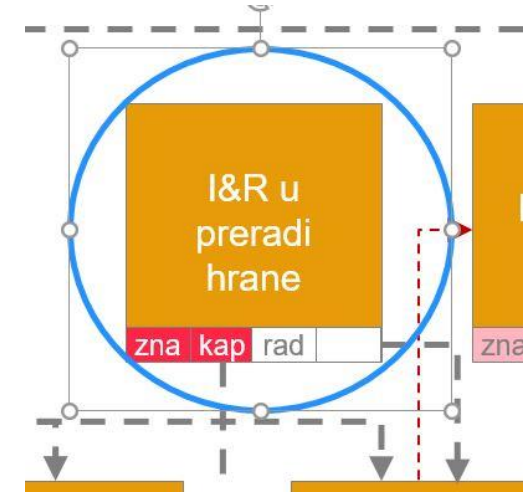
Omogućavanje pristupa najmodernijim tehnologijama

- Kod brojnih poduzeća u hrvatskoj prehrambenoj industriji prisutan je nedostatak korištenja najmodernijih tehnologija za preradu i pakiranje
- Najmoderniji strojevi su vrlo kapitalno zahtjevni te brojna poduzeća nisu u mogućnosti uložiti u takve strojeve ili ne vide povrat na ulaganje
 - FDI poticaji su nužni za privlačenje specijaliziranih pružatelja usluga
 - Takva poduzeća mogu pružati usluge brojnim tvrtkama i umanjiti troškove korištenja



Iniciranje promjene strateškog smjera putem investicijskih poticaja

- Promjena strateškog smjera u novi segment nužna je na razini industrije s ciljem smanjenja nedostatka vještina i povećanjem međunarodne percepcije hrvatske prehrambene industrije
- Kako bi se potaknula promjena strateškog smjera, potrebno je:
 - Poticati ulaganja poduzeća (i aktivnost zaposlenika) koja omogućuju sudjelovanje u novom segmentu
 - Omogućiti tradicionalnim poduzećima priliku za napredno testiranje proizvoda



Iniciranje promjene strateškog smjera putem investicijskih poticaja

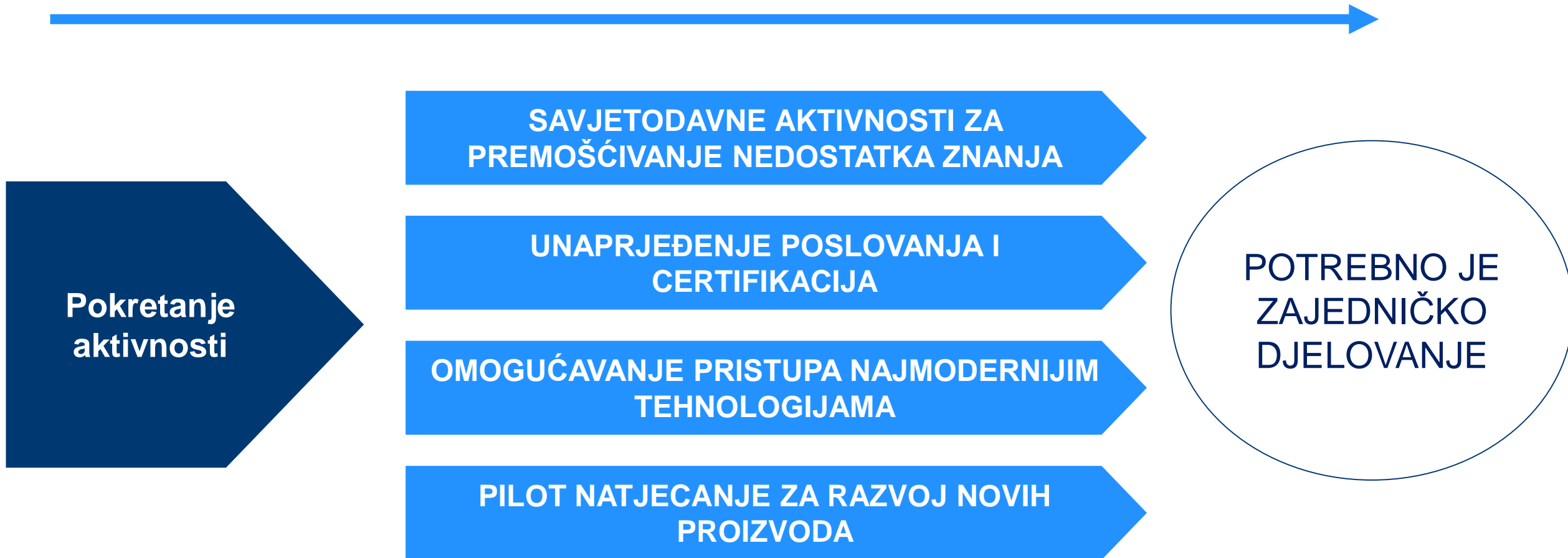
- Predložimo održavanje pilot natjecanja za razvoj proizvoda za proizvođače i prerađivače hrane
- Novi proizvodi bili bi testirani na turističkim frekventnim lokacijama kako bi se provelo testiranje preferencija na „potencijalnim” izvoznim tržištima
- Primjeri segmenata i lokacija:
 - A3 – „Svježe praktično” (Štandovi na glavnim turističkim lokacijama)
 - A4 – „Praktično s produljenim rokom trajanja” (Natjecanje u supermarketu)
 - B3 – „Svježe luksuzno” (Natjecanje u luksuznom restoranu)
 - B4 – „Luksuzno s produljenim rokom trajanja” (Natjecanje u luksuznom hotelu)

Pilot natjecanje za razvoj novih proizvoda

- Kriteriji ocjenjivanja za dodjelu nagrada u svakoj kategoriji (primjeri):
 - Prodana količina
 - Vrijednost prodaje
 - Ocjena potrošača nakon konzumacije
- Nagrada i priznanje:
 - Nagrada može biti u obliku priznanja i u novčanom obliku ukoliko se osiguraju sredstva
 - 50% novčane nagrade može ići poduzeću, a 50% projektnom timu
- Natjecanje će poslužiti kao promotivna aktivnost i kao vježba u podizanju konkurentnosti, kapaciteta i sposobnosti u razvoju novih proizvoda

3. Idući koraci

Aktivnosti



Pozivamo vas da nam se pridružite u zajedničkom radu u podizanju konkurentnosti hrvatske prehrambene industrije...