

Velika država, velike priložnosti

Prodor na kitajski trg si obetajo številni pomurski gospodarski subjekti, nekateri so že naredili prve korake

Po obisku delegacije slovenskega kmetijskega ministrstva na Kitajskem tudi vedno več pomurskih gospodarstvenikov vidi svoje priložnosti na tem oddaljenem trgu. Po številčnih podatkih sodeč doslej večje aktivnosti gospodarskih subjektov iz regije tam ni bilo, kot pravi direktor Pomurske gospodarske zbornice Robert Grah, izvoz na Kitajsko predstavlja samo pol odstotka pomurskega izvoza. Kljub temu Grah poudarja, da ima Kitajska glede na svojo velikost potencial za prihodnje gospodarsko sodelovanje, predvsem na področju živilskopredelovalne industrije. »Kitajsko prebivalstvo ima tudi vedno več potreb oziroma ima Kitajska vedno višji življenjski standard, zato bo tam vedno več povpraševanja po izdelkih, ki jih proizvajamo v Sloveniji.«

Po podatkih Gospodarske zbornice Slovenije (GZS) je bilo v letu 2015 v Pomurje iz Kitajske uvoženega za 11,5 milijona evrov blaga, največ tiskanih vezij, kar je povezano s kitajskim proizvodnim obratom radgonskega Elrada. V enakem obdobju so pomurska podjetja na Kitajsko izvozila za 2,9 milijona evrov blaga, večinoma različnih komponent za elektroindustrijo in orodij. Glede aktivnosti zbornice na tem področju Grah omenja lanskoletni slovensko-kitajski poslovni



Edina večja investicija pomurskih podjetij na Kitajskem doslej je bila vzpostavitev proizvodnega obrata družbe Elrad International. Na fotografiji je njen radgonski obrat. FOTOGRAFIJA ARHIV DRUŽBE ELRAD INTERNATIONAL

forum v okviru Pomurskega sejma in napoveduje še večji tovrstni forum, ki ga pripravljajo pri GZS.

Elrad med pionirji

Edina večja investicija pomurskih podjetij na Kitajskem doslej je bila omenjena vzpostavitev proizvodnega obrata družbe Elrad International, v katerem se ukvarjajo s proizvodnjo elektronskih naprav. V mestu Dongguan so ustanovili podjetje, ki ima po besedah direktorja Iztoka Lipnika skoraj identično proizvodnjo, strojni park in poslovne procese kot Elradova obrata v Sloveniji in v mestu Vlasotince v Srbiji. V Elradovi hčerinski družbi na Kitajskem je zaposlenih okoli 400 delavcev, ki so, kot pravi Lipnik, izjemno motivirani za delo, saj stremijo k nenehni optimizaciji proizvodnih procesov. »Večinoma naše usmeritve in predloge še nadgradijo in prilagodijo svojim potrebam, v nekaterih delih tudi svoji kulturi. Seveda se potem tudi mi učimo od njih.«

Lipnik izkušnjo družbe s kitajskim trgom kljub nekaterim začetnim izzivom označuje za pozitivno. »Kot posebnost bi morda omenil, da imajo nekoliko večjo fluktuacijo zaposlenih, kot je značilna za Evropo. Vendar tudi to na podlagi zagotavljanja ustreznih razmer za delo dobro obvladujemo. Nadajevanje na 17. strani

Prodor na kitajski trg si obetajo številni pomurski gospodarski subjekti, nekateri so že naredili prve korake



Iztok Lipnik, Elrad: »Poleg zagotavljanja pravno-formalne skladnosti je izjemnega pomena razumevanje kitajske kulture.«



Robert Grah, Pomurska gospodarska zbornica: »Na Kitajskem bo vedno več povpraševanja po slovenskih izdelkih.«



Robert Serec, Pomurske mlekarne: »Pri sodelovanju s Kitajci je treba biti potrpežljiv.«



Dejan Židan, minister za kmetijstvo: »Sodelovanje s Kitajsko lahko koristi pomurski regiji.«



Franc Režonja, KGZ: »Prav gotovo je pozitiven vsak liter mleka, ki ga lahko izvozimo.«



Gorazd Kocbek, Oljarna Kocbek: »To je tek na dolgo progo.«

Nadaljevanje s 1. strani

Ti napredki se kažejo predvsem v primerjavi z drugimi proizvodnimi obrati na Kitajskem, v katerih je fluktuacija, predvsem ob novoletnih praznikih, res velika težava. »Večina zaposlenih v Elradovi kitajski hčerinski družbi živi v stanovanjih v sklopu poslovno-proizvodnih prostorov družbe. V okviru obrata so vzpostavili tudi vrtec za otroke zaposlenih in površine za prostoračasne dejavnosti. Pri vstopanju na kitajski trg je bil tako največji izziv družbe preverjanje državnih regulativ, predvsem različnih dovoljenj in certifikatov, ki jih kitajske oblasti zahtevajo za delovanje na posameznih področjih. »Poleg zagotavljanja pravno-formalne skladnosti je izjemnega pomena razumevanje kitajske kulture. Pri poslovnih odločitvah ima namreč poznavanje njihovega načina življenja ter kulturno pogojenih značilnosti prebivalstva ključen vpliv na izbiro ustreznih pristopov in uspešnost podjetja na splošno.« Zato je v ozemju vodstvenemu timu kitajske hčerinske družbe zaposlen tudi Slovenec, ki živi na Kitajskem, pozna tamkajšnjo kulturo in pomaga pri premoščanju morebitnih težav zaradi medkulturnih razlik. V Elradu ocenjujejo, da ima tudi v prihodnosti kitajski trg velik potencial za družbo. Tam delajo največ za kupce iz vrste svetovno znanih korporacij, ki na Kitajskem uživajo velik ugled. »Kljub temu da se v zadnjem času lokalna kitajska podjetja zelo uveljavljajo, so značne evropske blagovne znamke še vedno prva izbira.«

Priložnost za kmetijski sektor

Pot za tesnejše sodelovanje med slovenskim in kitajskim gospodarstvom želijo tlakovati tudi na kmetijskem ministrstvu. Minister Dejan Židan je tako pred kratkim z močno delegacijo obiskal Kitajsko, obisk pa je imel po njegovih besedah več razsežnosti, saj je tam nastopil tudi kot podpredsednik slovenske vlade. Glavni cilj pogovorov je bil, pravi, pospešitev blagovne menjave med državama, ta se sedaj giblje okoli milijarde evrov letno in ima po njegovem mnenju velike možnosti za nadaljnjo rast. Drugo leto bo v Sloveniji tudi srečanje kmetijskih ministrov srednje in vzhodne Evrope ter Kitajske (16 + 1), na ministrstvu si prizadevajo, da bi srečanje potekalo v času Agre v Gornji Radgoni.

Kitajska je že izdala certifikat za uvoz slovenskih mlečnih izdelkov, blizu so dogovoru o izdaji certifikata za uvoz ribjih konzerv in medu. Kitajska, pove Židan, pomeni priložnost predvsem za mleko v prahu in za sterilno mleko, ki pa bi ga bilo treba za kitajski trg prodajati v 200-mililitrski embalaži za enkratno uporabo, saj Kitajci niso vajeni kupovati mleka v litrski embalaži. »Sodelovanje s Kitajsko lahko koristi pomurski regiji, med drugim imamo v Murski Soboti pomembno slovensko mlekarino, ki že deluje na hongkonškem trgu, sedaj pa ima nove možnosti tudi na kitajskem.«

Kitajska je še posebno zanimiv trg tudi za slovenske vinarje, med katerimi pa za zdaj še ni pomurskih. Odpiranje novih trgov za slovenske vinarje ima po besedah Židana dve posledici, poleg vi-

šanja prodajne cene slovenskih vin bi se višala tudi odkupna cena za grozdje. Na ministrstvu sistematično skrbijo za promocijo slovenskih vin v tujini že od leta 2011, od takrat se je cena slovenskih vin po besedah Židana na teh trgih podvojila. Skupaj z vinarji so sprejeli odločitev o predstavitvi na treh najpomembnejših evropskih vinarskih sejnih: v Veroni, Düsseldorfu in Londonu. Ministrstvo vinarjem pri tem poravnava 80 odstotkov stroškov, v ta namen na leto nameni od 400 do 500 tisoč evrov za vinarje, ki se na sejmih predstavljajo pod skupno streho z geslom I Feel Slovenia. V to vsoto so vključena tudi sredstva za neposredno promocijo vinarjev na tujih trgih, ki jih ministrstvo sofinancira 50-odstotno. »Edina možnost za obuditev vinarstva pri nas je prodor na tuje trge, saj nimamo danosti, da bi lahko pridelovali poceni vino.« Podpirajo tudi prodor na trge tretjih držav, za kar imajo na voljo 1,5 milijona evrov letno prek Agencije za kmetijske trge. Razmišljajo, da bi se slovenski vinarji začeli tudi redno predstavljati na sejmu v Hongkongu.

Kupci so sprva nezaupljivi

»Prav gotovo je pozitiven vsak liter mleka, ki ga lahko izvozimo. V Sloveniji namreč proizvedemo več mleka, kot ga lahko porabimo, zato so lahko prodori na tuje trge za nas samo dobri,« ocenjuje direktor Kmetijsko-gozdarskega zavoda Murska Sobota Franc Režonja, kakšna priložnost je kitajski trg za pomursko kmetijstvo. Za prodor na Kitajsko si prizadevajo tudi v Pomurskih mlekarinah, ki

nekatero izdelke že tržijo v Hongkongu. »Naše izdelke so tudi ob nedavnem obisku slovenske delegacije na Kitajskem prepoznali kot zelo kakovostne, kar smo vedeli, prepričani smo namreč, da smo njihov okus že v preteklosti dobro zadeli, našli smo tudi partnerja, s pomočjo katerega bomo tržili izdelke, seveda pa se ne moremo primerjati z Ljubljanskimi mlekarinami, ki so tja že peljale zaboje blaga, saj njihov lastnik Lactalis na kitajskem trgu že dolgo posluje,« pravi direktor Pomurskih mlekarin Robert Serec. O kitajskem trgu pravi, da so tamkajšnji kupci razmeroma nezaupljivi in želijo podrobno preveriti blago pred nakupom. »Ko pa te enkrat spoznajo in se prepričajo o tvoji kakovosti, je nadaljnje sodelovanje preprosto, zato je treba biti pri delu s Kitajci potrpežljiv in storiti vse, kar zahtevajo, od različnih vzorcev, deklaracij ..., če vsem kriterijem zadostiš, si lahko obetaš pozitiven odziv.« Serec pričakuje, da bi že naslednje leto na Kitajsko poslali nekaj zabojev blaga, v petih letih pa bi lahko po njegovih besedah tja izvozili že nekaj milijonov litrov mleka. »Ocenjujemo, da bi v obdobju desetih let lahko tja izvozili že 15 milijonov litrov, če bomo vztrajno delali. Pri tem nočemo delati z velikimi odjemalci, saj smo že govorili z nekom, ki je želel odkupiti 50 milijonov litrov mleka, kar je naša celotna letna proizvodnja, to bi bilo neodgovorno tudi do vseh naših drugih kupcev. V tem pogledu zagovarjam konservativen pristop in zmerno rast.« Pomurske mlekarne bi na Kitajsko izvažale mleko v prahu, trajno mleko in sir ementalec. Pri tem imajo po besedah Serca že

izdelke, ki so primerni za tamkajšnji trg, gre med drugim za mleko in čokoladno mleko v 2-decilitrski embalaži.

Prodor na Daljni vzhod si obetajo tudi nekateri manjši igralci v regiji, kot je Oljarna Kocbek s Stare Gore. »Bil sem presenečen nad odličnim odzivom, bučno olje je zanje novost, čeprav je Kitajska največja pridelovalka bučnega semena na svetu. Kakšna bo realizacija, pa bomo videli. Pred leti smo že imeli kupca iz Hongkonga, na Kitajskem pa še nismo delovali,« pravi Gorazd Kocbek, ki na podlagi preteklih izkušenj v poslovanju z oddaljenimi trgi ocenjuje, da lahko po prvem stiku s potencialnimi kupci razmeroma hitro, v nekaj mesecih, pride do poskusnega naročila, do vzpostavitve resnega sodelovanja pa mine približno leto dni. »To je tek na dolgo progo, izdelek morajo spoznati, pri vinu je drugače, saj ga poznajo po vsem svetu. Zato naša zgodba zahteva več časa. Enako je bilo na trgih arabskih držav, kjer smo že tretje leto in bi še vedno lahko rekli, da se seznanjajo z našim izdelkom.«

Timotej Milanov