

Baltic Sea Food võrgustike ja tarnijate uuring

Eneken Viks

Eesti Põllumajandus-Kaubanduskoda

Uuringu valim

- Uuring ja fookusgrupi intervjuu
- Vastajad: 13 tarnijat, 11 võrgustikku
- Tarnijad – talupoed, turud, mõni tarnet pakkuv ettevõte
- Müüvad enamasti lõpptarbijale, vähe on B2B müüki
- Võrgustikud – enamik väikesed, kaks suurt võrgustikku (käibe põhiselt)
- Peamiselt otsemüük lõppkliendile, vähe B2B

Kommunikatsioon

- IT lahenduste kasutamine – 62% tarnijatest, 36% võrgustikest
- Peamised turunduskanalid – sotsiaalmeedia, koduleht, ajalehed, suusõnaline
- Kasutatakse info jagamiseks
- Soodne ja kiire sotsiaalmeedia

Tellimine

- Tarnijad - telefoni teel, e-posti teel, e-poed
- Võrgustikud – otse kliendilt poes/turul, telefoni teel, e-post
- Rahulolu praeguse süsteemiga
- Pakkujad eelistavad e-posti telefonile
- HoReCa tellimused 2-3 korda nädalas, kindlad ajad
- E-platvorm

Logistika

- Rahulolematuse olemasoleva logistika lahendusega
- Kallis transport tõstab toodete hinda
- Liiga väike turg
- Väikesed tootmismahud
- Kokkulepitud kogumispunktid

Hinnakujundus

- Erinevad arvamused – õiglane hind, liiga kõrge hind, liiga madal hind
- Hinna määrab tootja
- Tarnija/võrgustiku poolt lisanduv protsent on tootjale teada
- Suurimad konkurendid – jaekaubandus, talupoed/turud
- Sihtturu erinevus

Tuleviku väljakutsed

- Plaan investeerida – e-lahendused, laoruumid, transpordivahendid
- Väikesed kogused, pikad vahemaad
- Puudulik tarnekindlus
- Väike toodete valik
- Puudulik info
- Soodsamad tooted Lätis
- Vähe riigi poolset kampaaniat/info levitamist