

**“Marketing Sustainable
Agriculture:
An analysis of the potential role
of new food supply chains in
sustainable rural development”**

SUS-CHAIN
QLK5-CT-2002-01349

**Policy Recommendations and Practical Protocols
Latvian National Report**

by

T. Tisenkopfs, A. Tabuns, S. Sumane, A. Zobena



BALTIC STUDIES CENTRE

**“Marketing Sustainable Agriculture:
An analysis of the potential role of new food
supply chains in sustainable rural development”**

**“Ilgtspējīgas lauksaimniecības mārketingas: jaunu
pārtikas ķēžu iespējas un loma līdzsvarotā lauku
attīstībā”**

SUS-CHAIN - QLK5-CT-2002-01349

**Policy Recommendations and Practical Protocols
Latvian National Report**

**Politikas rekomendācijas un praktiskie ieteikumi
Latvijas ziņojums**

Deliverables D.20 and D.21

Tālis Tisenkopfs, Aivars Tabuns, Sandra Šūmane, Aija Zobena

**Baltijas studiju centrs
Latvijas Universitātes Filozofijas un socioloģijas institūts**

June 2006 / 2006. gada jūnijs

SATURS

1. IEVADS UN PROJEKTA APRAKSTS
2. GALVENĀS TENDENCES PĀRTIKAS ĶĒDĒS EIROPAS SAVIENĪBĀ
3. PĀRTIKAS ĶĒŽU TEORĒTISKAIS MODELIS UN ILGTSPĒJAS STRATĒGIJAS
4. ATZIŅAS, KĀ VEIDOT ILGTSPĒJĪGAS PĀRTIKAS ĶĒDES UN PIEMĒRI, KAS TO APLIECINA
5. ANALIZĒTĀS PĀRTIKAS ĶĒDES LATVIJĀ
 - 5.1. LATVIJAS GAĻAS LIELLOPU AUDZĒTĀJU ASOCIĀCIJA
 - 5.2. UZŅĒMUMS “RANKAS PIENS”
6. PROJEKTA GALVENIE SECINĀJUMI
7. REKOMENDĀCIJAS UN IETEIKUMI

1. IEVADS UN PROJEKTA APRAKSTS

SUS-CHAIN projekts ("Marketing Sustainable Agriculture: An Analysis of the Potential Role of New Food Supply Chains in Sustainable Rural Development", latviskais nosaukums - "Ilgtspējīgas lauksaimniecības mārketinga: jaunu pārtikas ķēžu iespējas un loma līdzsvarotā lauku attīstībā") ir Eiropas Savienības Zinātnes direktorāta atbalstīts pētnieciskais projekts, kas tika īstenots no 2003. gada sākuma līdz 2006. gada vidum.

Projektā piedalījās zinātnieki un NVO pārstāvji no septiņām ES valstīm:

1. Nīderlandes:

- Vāgeningenas Universitāte (Wageningen University - Rural Sociology Group (projekta koordinators)
- Lauksaimniecības un vides centrs (Centre for Agriculture and Environment)

2. Lielbritānijas:

- Glosteršīras Universitāte (University of Gloucestershire - Countryside and Community Research Unit)
- Starptautiskais Vides un attīstības institūts (International Institute for Environment and Development)

3. Šveices:

- Šveices Federālais tehnoloģijas institūts (Swiss Federal Institute of Technology - Institute of Rural Economy)
- Agridea

4. Itālijas:

- Pizas Universitāte (University of Pisa - Department of Agriculture, Group of Agriculture and Environmental Economics)
- L'istituto Regionale Interventi Promozionali in Agricoltura

5. Beļģijas:

- Ģentes Universitāte (University of Ghent - Department of Agricultural Economics)
- Vredeseilanden

6. Latvijas

- Baltijas studiju centrs (Baltic Studies Centre)
- Latvijas Universitātes Filozofijas un socioloģijas institūts (University of Latvia, Institute of Philosophy and Sociology)

7. Vācijas:

- Lauku attīstības pētījumu institūts (J.W. Goethe University Frankfurt - Institute for Rural Development Research)
- Ecozept

Projekta mērķis bija analizēt pārtikas ķēžu ietekmi uz ilgtspējīgu pārtikas ražošanu un lauku attīstību, izpētīt konkrētas iniciatīvas un piemērus šajā jomā. Ar pārtikas ķēdēm saistītās ekonomiskās attiecības starp ražotājiem, pārstrādātājiem, tirgotājiem un patērētājiem, kā arī šo subjektu attiecības ar politiskajām institūcijām, vietējo kopienu, pētnieciskajām organizācijām u.tml. Projekta galvenā ideja bija raksturot pārtikas ķēžu daudzveidību dažādās Eiropas valstīs, identificēt galvenās problēmas, kas kavē to sekmīgu funkcionēšanu,

analizēt jaunas iniciatīvas pārtikas ķēdēs un izprast to lomu ilgtspējīgas pārtikas ražošanas nodrošināšanā un lauku attīstībā. Projektā tika analizēts, kā uzlabot pārtikas ķēžu funkcionēšanu un komunikāciju dalībnieku starpā, kā atbalstīt jaunas iniciatīvas pārtikas ražošanā.

Sadarbība ar praktiķiem. Visā projekta gaitā pētnieki sadarbojās ar praktiķiem un politikas veidotājiem - ražotāju pārstāvjiem, tirgotājiem, lauksaimniecības organizācijām, pārstrādes nozares pārstāvjiem, patērētāju organizācijām u.c. Katrā valstī tika organizēti trīs semināri ar pētnieku, praktiķu un politiķu piedalīšanos, kuros apspriesti pētījuma rezultāti un secinājumi.

Projekts noritēja vairākos posmos. Vispirms tika sagatavota analīze par situāciju pārtikas ķēdēs katrā valstī un veikts apkopojums par kopējām tendencēm ES. Nākamajā posmā katrā valstī tika padziļināti pētītas divas konkrētas iniciatīvas pārtikas ķēdēs un pārtikas ražošanā. Latvijā tika analizēta uzņēmuma "Rankas Piens" darbība un izaugsme un Latvijas Gaļas liellopu audzētāju asociācijas darbība un pieredze. Pēc tam dažādās valstīs iegūtie rezultāti tika salīdzināti, izpētītas jaunu iniciatīvu kopējās un atšķirīgās iezīmes, izstrādāti indikatori, kas raksturo panākumus un sekmīgu pārtikas ķēžu funkcionēšanu. Pētījuma noslēdzošajā posmā tika apkopoti galvenie secinājumi un sagatavotas rekomendācijas lauksaimniecības praktiķiem, pārstrādes uzņēmumiem, tirgotājiem, pārvaldes speciālistiem, konsultantiem un zinātniekiem kā varētu labāk sekmēt jaunas pārtikas ķēdēs un vairoto pozitīvo ietekmi uz lauku attīstību.

Projekta rezultāti ir pieejami mājas lapā www.sus-chain.org

Projekta rezultāti ir publicēti arī grāmatā angļu valodā:

Roep, Dirk and Han Wiskerke (2006, eds) *Nourishing Networks. Fourteen lessons about creating sustainable food supply chains*. Wageningen: Wageningen University and Reed Business Information - Agriboek, 176 pp.

Grāmatas ir nosūtītas Latvijas akadēmiskajām un publiskajām bibliotēkām un lauksaimniecības organizācijām, var arī iegādāties (sīkāka informācija pa epastu: laura.suna@lu.lv).

2. GALVENĀS TENDENCES PĀRTIKAS ĶĒDĒS EIROPAS SAVIENĪBĀ

Pārtikas ķēžu ilgtspējas raksturojumi dažādās valstīs un arī nozarēs atšķiras, tomēr Eiropas Savienībā iezīmējas kopīgas pazīmes, kas raksturo ilgtspējīgas pārtikas ķēdes. Galvenās pazīmes ir: ekonomiskā ilgtspēja, konkurētspēja, diferencēts mārketing, inovācijas, prasmīga pārvaldība un sadarbība, vietējā izcelsme un iesakņotība. Svarīgi aspekti ir arī pārtikas drošība, patērētāju pieaugošās prasības pēc veselīgas pārtikas, reģionālas izcelsmes produktiem. Nozīmīga ir arī vides aizsardzība, pārtikas ražošanas ietekme uz vietējo attīstību, bioloģiskā lauksaimniecība un citi aspekti.

Projekta pirmajā gadā tika pārlūkotas vispārējās tendences pārtikas ražošanā, pārstrādē, tirdzniecībā un patēriņā Eiropas Savienības valstīs. Analīze ļāva identificēt šādus procesus un pārmaiņas pārtikas ķēdēs:

- Pieaug konkurence starp pārtikas ķēdēm un konkurence to ietvaros;
- Pārstrādes nozarē un mazumtirdzniecībā notiek koncentrācija;
- Vara un ietekme pārtikas ķēdēs koncentrējas tirgotāju rokās;
- Pieaug preču zīmju skaits, patērētājam tajās arvien grūtāk orientēties;
- Bez publiskajiem un valsts kontrolētajiem kvalitātes standartiem rodas daudz privātu kvalitātes standartu, konvenciju, preču zīmju;
- ES un nacionālajā līmenī ievieš stingrus pārtikas drošības un higiēnas noteikumus;
- Dažās valstīs lauksaimniecības un pārtikas politika tiek reģionalizētas;
- Kopējās lauksaimniecības politikas otrs pīlārs - lauku attīstība iegūst redzamāku lomu;
- Lauksaimniecības ministrijas un to funkcijas dažās valstīs tiek pārveidotas, iekļaujot pārtikas drošību, vides aizsardzību un citus aspektus;
- Galvenais pārtikas sektors lomu nezaudē, pat nostiprinās, tas balstīts uz industriālu pieeju, lielražošanu, pārdošanu lielveikalu tīklos. Vienlaikus attīstās alternatīvās pārtikas ķēdes - bioloģiskā lauksaimniecība, ģeogrāfiskas izcelsmes produkti, īsās ķēdes u.c. To īpatsvars dažādās valstīs atšķiras;
- Sabiedrībā rodas jauni ēšanas paradumi: uzkodas, ātrā iekošana, "lēnā ēšana", ēšana ārpus mājas, kā arī izplatās jaunas diētas;
- Patērētāji pievērš pastiprinātu uzmanību pārtikas veselīgam, sastāvam, izcelsmei, drošumam, vienlaikus viņi kļūst kritiskāki pret industriālo pārtikas sistēmu, to veicina pārtikas skandāli;
- Zemnieku saimniecības izjūt izmaksu pieauguma un cenu samazinājuma spiedienu;
- Pārtikas ražošana, pārstrāde un patēriņš ir ģeogrāfiski attālināti, pārtika zaudē izcelsmes parametrus;
- Veidojas patērētāju, vietējās sabiedrības, ražotāju asociāciju kustības, kas nāk ar jaunām iniciatīvām pārtikas ķēdēs.

3. PĀRTIKAS ĶĒŽU TEORĒTISKAIS MODELIS UN ILGTSPĒJAS STRATĒGIJAS

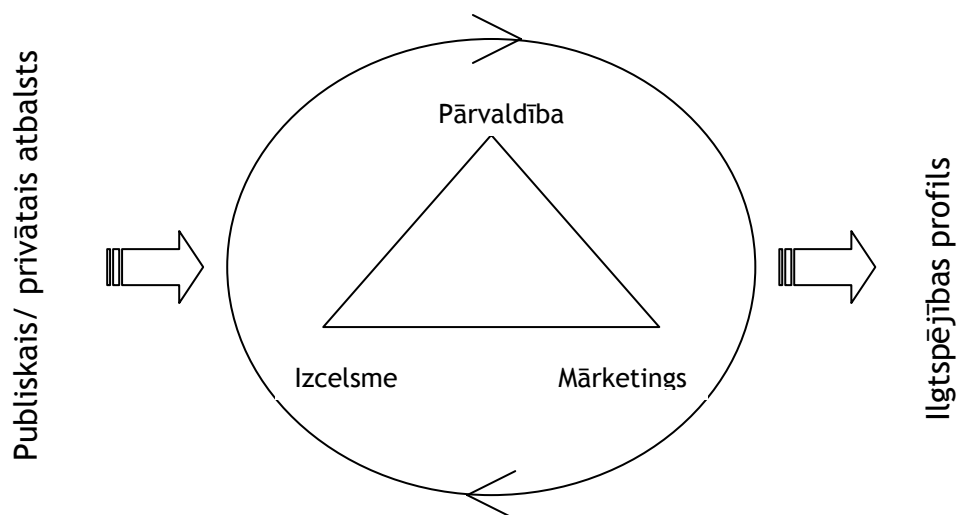
Klasiska pieeja pārtikas ķēdēm paredz, ka galvenā uzmanība tiek pievērsta to dalībniekiem (uzbūves elementiem, strukturālajiem posmiem): ražotājiem, pārstrādātājiem, tirgotājiem un patērētājiem. Šajā projektā izpētīt un salīdzinot 14 konkrētas pārtikas ķēdes dažādās Eiropas valstīs, tika izveidots teorētisks modelis, kas parāda, kā funkcionē pārtikas ķēdes un kādi ir galvenie dinamiskie procesi, kas izveido un uztur attiecības ķēdes dalībnieku starpā (1. attēls).

Saskaņā ar teorētisko modeli galvenie dinamiskie procesi pārtikas ķēdēs ir:

1. Mārketinga
2. Pārvaldība

3. Izcelsme (angliski - embedding)

1. attēls. Pārtikas ķēžu teorētiskais modelis



Ja pārtikas ķēde, iniciatīva, konkrēts uzņēmums vēlas būt sekmīgs, tiem jāīsteno darbības visos trīs virzienos.

- Mārketingis paredz tirgus analīzi, mērķu izvirzīšanu, produkta diferenciaciju (augsta, vidēja un zema diferenciacija) un specifisku mārketinga darbību veikšanu, tādu kā produkta virzīšana, cenas noteikšana, sadale, komunikācija ar patērētāju.
- Pārvaldība nozīmē, ka pārtikas ķēdes dalībniekiem ir jāveido kopīga organizacionāla struktūra - dalībnieku sastāvs, uzņēmums, organizācija, uzņēmuma sadarbības tīkls, vairāku uzņēmumu partnerība u.tml., kā arī jāīsteno šīs organizācijas pārvaldības process - jāsadala lomas un atbildība, jānosaka funkcijas, jānosaka lēmumu pieņemšanas procedūras, jāslēdz līgumi, jāveido kopēja sadarbības kultūra u.tml.
- Izcelsme nozīmē, ka uzņēmumi un pārtikas ķēdes darbojas sociālā un ģeogrāfiskā vidē, kur pastāv noteiktas sociālas attiecības, tradīcijas, vietējie apstākļi u.tml. Pārtikas ķēžu darbībā sevišķi būtiski ir divi izcelsmes aspekti:
 - vietējā izcelsme (local embedding), proti tas, cik lielā mērā tiek izmantoti vietējie resursi (augsnē, specifiskie klimatiskie apstākļi, šķirnes, vietējās zināšanas) un b/ iniciatīvās vai pārtikas ķēdēs tiek iesaistīti vietējie cilvēki, organizācijas, izmantots vietējais darba spēks, notiek sadarbība ar vietējiem un reģiona iestādēm un partneriem;
 - sociālā izcelsme (social embedding), proti tas, cik lielā mērā vērtības, normas un noteikumi, kas ir ietverti un kurus cenšas

reprezentēt konkrētā pārtikas ķēde vai uzņēmums, tiek atzīti un pieņemti plašākā sadarbības partneru lokā, patērētāju vidū un arī plašākā sabiedrībā.

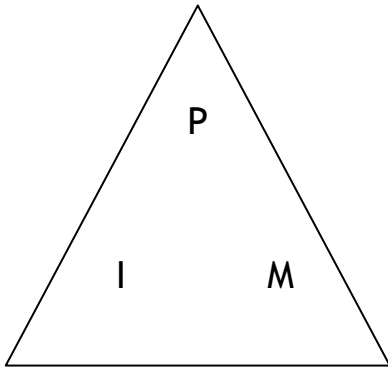
Latvijas pārtikas ķēžu darbībā un analīzē līdz šim galvenā vērība piešķirta tehnoloģiskajiem uzlabojumiem, ekonomiskajiem un mārketinga aspektiem. Šis pētījums rāda, ka ļoti nozīmīga ir arī prasmīga pārvaldība (sadarbības vadīšana) un vietējās un sociālās izcelsmes aspektu izmantošana.

Pētījums liecina, ka izmantojot un kombinējot darbības, kas vērstas uz mārketingu (M), pārvaldību (P) un izcelsmi (I), uzņēmumi, organizācijas vai pārtikas ķēdes kā vienots dalībnieku kopums var uzlabot savu komerciālo darbību, kā arī ilgtspēju (2. attēls). Veicot konkrētas mārketinga, pārvaldības un uz izcelsmes apliecināšanu vērstas darbības, lauksaimnieciskie ražotāji, pārstrādes uzņēmumi un pārtikas ķēdes var un īstenot trīs stratēģijas, kā uzlabot savus ekonomiskos rādītājus un nostiprināt ilgtspēju: Zemnieki, ražotāju asociācijas, uzņēmumi, tirgotāji, sabiedriskās organizācijas un citi dalībnieki var:

- veikt inovācijas pārtikas ķēdēs (sākt jaunas iniciatīvas, veidot jaunas ķēdes);
- diferencēt esošas pārtikas ķēdes;
- aktualizēt un izmantot vietējo izcelsmi pārtikas ķēdēs.

Šo trīs izvēlu pastāvēšanu apstiprina veiktais empīriskais pētījums (skat. 2. attēlu). Piemēram, no pētījumiem Latvijas gadījumiem *Gaļas liellopu audzētāju asociācijas* darbība uzskatāma par inovāciju - jaunu gaļas liellopu šķirņu ieviešana Latvijā, jauna produkta piedāvāšana tirgū un vides problēmu risināšana. Savukārt uzņēmuma *Rankas Piens* izaugsme ir piemērs tam, kā uzņēmumi var attīstīties, diferencējot savu produkciju un komunicējot to līdz patērētājam.

2. attēls. Trīs stratēģijas kā veidot ilgtspējīgas pārtikas ķēdes



1. Inovācija pārtikas ķēdēs

- Galvenais mērķis ir nostiprināt zemnieku komerciālo pozīciju un situāciju pārtikas ķēdēs.
- Sākotnējais fokuss ir jaunas pārtikas ķēdes veidošana, izmantojot jaunas pārvaldības un organizācijas formas.
- Iniciatori parasti ir zemnieki, kuri grib uzlabot savu dzīves visi un apstākļus.

PIEMĒRI: *De Hoeve*, svaigas cūkgaļas pārdošana (Nīderlande), *Westhoek hoevenproducten*, saimniecībā pārstrādāti produkti (Beļģija), *Uplander Bauermolkerei*, organiskie piena produkti (Vācija), *NaturaBeef*, liellopu gaļa (Šveice), *Biomilk Vlaanderen*, organiskais piens (Beļģija), *Latvijas gaļas liellopu audzētāju asociācija* (Latvija).

2. Pārtikas ķēdes diferenciacija

- Galvenais mērķis ir uzlabot esošas pārtikas ķēdes komerciālo darbību.
- Sākotnējais fokuss ir izstrādāt un pārdot jaunus, atšķirīgus produktus līdztekus jau esošajiem un nostabilizētajiem produkcijas vadiem.
- Iniciatori parasti ir ietekmīgi pārtikas ķēžu vadītāji vai direktori (pārstrādātāji, tirgotāji), kuri vēlas nostiprināt savas firmas konkurētspēju.

PIEMĒRI: *CONO / Beemsterkaas*, siers (Nīderlande), *Tegut / Rhongold*, reģionāla lielveikalu ķēde (Vācija), *CAF*, organiskā liellopu gaļa (Itālija), *COOP*, vietējo produktu iepirkums lielveikalos (Lielbritānija), *Rankas Piens* (Latvija).

3. Teritoriālā izcelsme

- Galvenais mērķis ir veidot vai rekonstruēt pārtikas ķēdes kā ilgtspējīgas reģionālās attīstības līdzekli.
- Sākotnējais fokuss ir nostiprināt saiknes, radīt saskaņu un sinerģiju starp pārtikas ķēdēm un citām ekonomiskajām aktivitātēm reģionā.
- Iniciatori parasti ir privātās un publiskās partnerības, kas mēģina uzrunāt sabiedrības rūpes un interesi par ilgtspējīgu reģionu attīstību.

PIEMĒRI: *Rye bread Valais*, Valē ielejas rudzu maize (Šveice), *Cornwall Food Programme*, reģionāla produktu iepirkums slimnīcās (Lielbritānija), *Pecorino di Pistoia*, termiski neapstrādāta kazas piena siers (Itālija).

4. ATZIŅAS, KĀ VEIDOT ILGTSPĒJĪGAS PĀRTIKAS ĶĒDES UN PIEMĒRI, KAS TO APLIECINA

Projektā liela vērība tika veltīta konkrētu iniciatīvu izpētei pārtikas ķēdēs dažādās valstīs un starptautiskam salīdzinājumam. Ne tikai Eiropas Komisija, bet arī lauksaimnieki, pārstrādātāji, tirgotāji, patērētāju organizācijas ir ieinteresēti dziļāk izprast pārtikas ķēžu daudzveidību un reālo situāciju Eiropā, saņemt rekomendācijas ilgtspējīgu pārtikas ķēžu nostiprināšanai. Tālāk īsi raksturoti izpētītie gadījumi un galvenās atziņas. Vispusīgi šie gadījumi aprakstīti un

analizēti grāmatā “Nourishing Networks. Fourteen lessons about creating sustainable food supply chains”.

Atziņas

Svarīga ir **atbalstoša institucionālā vide**: zemniekiem un pārstrādes uzņēmumiem labvēlīga un atbalstoša institucionālā vide veicina ilgtspējīgu ķēžu veidošanu. **Iespēju radīšana pārmaiņu īstenošanai**: interešu saskaņošana un sadarbības veidošana starp ražotājiem un nekomerciālu organizāciju un sabiedrības grupu pārstāvjiem ļauj ieviest jaunas prakses ražošanā, kas citādi nebūtu iespējamas, jo ir pretrunā ar pastāvošajiem regulējošiem noteikumiem.

Stratēģiska sadarbība starp pārtikas ķēdes dalībniekiem: ražotāju un pārstrādātāju savstarpēja uzticēšanās, kopīga mārketinga koncepcija un rīcības veicina produkta ieviešanu tirgū un tā īpašo kvalitāšu novērtēšanu patērētāju vidū.

Vēlme investēt kopējā uzņēmējdarbībā: interešu saskaņošana ar reģionālajiem partneriem un kopēji ieguldījumi iniciatīvā veicina tās izaugsmi un nodrošina veiksmi.

Investīciju piesaiste: privātā un publiskā sektora investīciju piesaiste ir izšķiroša ilgtspējīgu pārtikas ķēžu projektu uzsākšanai.

Savlaicīgi paredzētas nepieciešamās pārmaiņas: iniciatīvas izaugsme ir atkarīga no spējas savlaicīgi paredzēt un īstenot nepieciešamās strukturālās pārmaiņas organizācijā un izveidot stratēģisku sadarbību ar citiem pārtikas ķēdes dalībniekiem.

Tālredzīgs un spējīgs vadītājs: iniciatīvas veiksmē lielā mērā ir atkarīga no tās vadītāja uzņēmēja talanta, spējas uzņemties risku, stratēģiskās plānošanas iemaņām.

Spēcīgas tirgus zīmes veidošana: komercializējot ilgtspējīgu produktu, svarīgi ir uzsvērt tā īpašās kvalitātes un izveidot produkta tēlu.

Elastīga vietējo produktu iepirkuma sistēma: pārtikas iepirkšanas un izplatīšanas lokalizācija ir būtisks ieguldījums pārtikas ķēžu pārveidošanā par ilgtspējīgām.

Reģionāls mārketinga: produkta veiksmi tirgū nodrošina mārketinga stratēģija, kas vērsta uz produkta izplatīšanu reģionā, nevis visā valstī.

Reģionālā izcelsme kā mārketinga stratēģija: saskaņotas un profesionālas pārtikas ķēdes izveide ar skaidru reģionāla mārketinga stratēģiju, uzrunājot patērētājus.

Produkta īpašās kvalitātes kalpo reģionālo interešu saskaņošanai: vēlme saglabāt īpašās kvalitātes vietējo produktu veicina reģionālo partneru interešu saskaņošanu, uz kā pamata veidot jaunu iniciatīvu.

Reģionālās identitātes stiprināšana: iniciatīvas izaugsmi veicina mārketinga stratēģija un uzņēmējdarbība, kas cieši saistītas ar teritorijas identitāti un vietējās pārtikas ražošanas tradīcijām.

Pārtikas iepirkšana publiskajā sektorā ar partnerību

Piemēri

Latvijas gaļas liellopu audzētāju asociācija (Latvija)

De Hoeve, svaigas cūkgaļas pārdošana (Nīderlande)

Biomilk Vlaanderen, bioloģiskais piens (Beļģija)

Westhoek Hoevenproducten, saimniecībā pārstrādāti produkti (Beļģija)

Uplander Bauermolkerei, bioloģiskie piena produkti (Vācija)

NaturaBeef, liellopu gaļa (Šveice)

Rankas Piens (Latvija)

CONO / Beemsterkaas, siers (Nīderlande)

Vietējo produktu iepirkums lielveikalos (Lielbritānija)

CAF, bioloģiskā liellopu gaļa (Itālija)

Tegut, reģionāla lielveikalu ķēde (Vācija)

Pecorino di Pistoia, termiski neapstrādāta kazas piena siers (Itālija)

Rye bread Valais, Valē ielejas rudzu maize (Šveice)

Cornwall Food Programme, reģionāla

palīdzību: kopīgas stratēģiskas vīzijas veidošana ar partneriem un dažādo interešu saskaņošana veicina ilgtspējības principu ieviešanu pārtikas ķēdēs.

produktu iepirkums slimnīcās (Lielbritānija)

5. ANALIZĒTĀS PĀRTIKAS ĶĒDES LATVIJĀ

5.1. LATVIJAS GAĻAS LIELLOPU AUDZĒTĀJU ASOCIĀCIJA

Latvijas gaļas liellopu audzētāju asociācija (LGLA) raksturo jaunas pārtikas ķēdes veidošanu Latvijā netradicionālā sektorā. Asociācija ir dibināta 1998. gadā. Šobrīd a/s „LGLA” ir apvienojušies 102 biedri, t.sk. 93 tīršķirnes un krustojumu gaļas liellopu audzētājas saimniecības. Asociācijā darbojas valde piecu cilvēku sastāvā, kas izskata visus veicamos darbus un sadarbojas ar Zemkopības ministriju un zemnieku saimniecībām.

A/s "LGLA":

- sniedz konsultācijas par gaļas liellopu ēdināšanu, turēšanu, ciltsdarbu, šķirnes ganāmpulka izveidošanu,
- apkopo informāciju par Latvijā esošajiem gaļas liellopu ganāmpulkiem, šķirnes dzīvniekiem,
- izstrādā un iesniedz Zemkopības ministrijai savus priekšlikumus par lauksaimniecības subsīdiju izlietojumu, kā arī regulāri apkopo un iesniedz informāciju lauksaimniecības subsīdiju saņemšanai,
- ir locekle Lauksaimnieku Organizāciju Sadarbības Padomē un, sadarbībā ar to, sniedz nepieciešamo informāciju Zemkopības ministrijai par situāciju un prognozēm gaļas liellopu audzēšanas nozarē,
- veic gaļas šķirņu liellopu vaislinieku sertifikāciju,
- organizē šķirnes dzīvnieku tirgu Latvijā, kā arī palīdz importēt un eksportēt šķirnes materiālu no ārzemēm,
- palīdz gaļas liellopu audzētājiem realizēt izaudzētos dzīvniekus vaislai,
- pārstāv nozari lauksaimniecības izstādēs un organizē pieredzes apmaiņas braucienus Latvijā un arī uz ārzemēm.

2005. gadā Latvijas Gaļas liellopu audzētāju asociācija izstrādāja projektu par liellopu audzēšanu un to gaļas ražošanu vietējam tirgum un eksporta iespējām. Projekta uzdevums ir pavairot gaļas liellopu ganāmpulku valstī un ieviest kautķermeņu EUROP klasifikāciju, lai uzlabotu samaksas sistēmu atkarībā no gaļas kvalitātes.

5.2. UZŅĒMUMS “RANKAS PIENS”

Uzņēmuma „Rankas Piens” gadījums pievēršas pārmaiņu procesiem piena ķēdē, raksturojot tos no pārstrādātāja viedokļa. Tajā analizēta reģionālas pienotavas izaugsme un tās piemērošanās pārmaiņām piena sektorā, kas saistītas ar pārejas perioda reformām, tirgus apstākļu saasināšanos un ES noteikumu ieviešanu.

„Rankas Piens” tika izveidots 1993.gadā, privatizējot valsts piena kombināta filiāli. Vairāk kā desmit gadu veiksmīgas darbības rezultātā tā kļuvusi par septīto

lielāko pienotavu Latvijā. Uzņēmumā iezīmējas četras piemērošanās stratēģijas pārmaiņām piena ķēdē: jaunu produktu radīšana, mārketinga (jaunu izplatīšanas kanālu veidošana, komunikācija ar patērētājiem), uzņēmuma organizācijas nostiprināšana un tā vietējās izcelsmes stiprināšana (vietējo resursu izmantošana un vietēja sadarbības tīkla veidošana).

Pienotavas darbībā iezīmējas vairāki ilgtermiņa aspekti. Tās izaugsmes stratēģijā uzskatāmākas ir ekonomiska rakstura rīcības - tehnoloģiju modernizācija, investīcijas, ražošanas koncentrācija, jaunu tirgus kanālu veidošana u.tml. Tomēr būtiska nozīme ir arī vides un sociālajiem aspektiem. Jo īpaši iezīmējas sociālo saikņu un vietējās izcelsmes nozīme uzņēmuma izaugsmē - „Rankas Piens” ir reģionāla pienotava, kas turpina vietējās piensaimniecības tradīcijas, tā izveidojusi ciešu sadarbību ar vietējiem lauku attīstībā iesaistītiem partneriem un atbalsta vietējo sociālo un kultūras dzīvi.

Gadījums spilgti raksturo prasmīgas vadības nozīmi ilgtermiņa pārtikas ķēdes veidošanā. Jo īpaši tajā iezīmējas tālredzīga, uzņēmīga un spējīga līdera loma. Proti, pienotavas izaugsmes pamatā lielā mērā ir tās vadītāja uzņēmēja talants, spēja uzņemties risku un stratēģiskās plānošanas iemaņas. Tomēr vienlaikus tas liecina, ka atbildības un varas konsolidācija viena cilvēka rokās var izraisīt organizatoriskas grūtības uzņēmuma izaugsmes procesā, kas saistīts ar tā darbības paplašināšanos un dažādošanos. Līdz ar to nepieciešamas organizatoriskas pārmaiņas: komandas vadības veidošana, atbildības deleģēšana pārējiem darbiniekiem un lielāka zemnieku akcionāru iesaistīšanās pārvaldē.

Pienotavas izaugsmi veicinājis arī pieejamais publiskais atbalsts. Valsts un ES finansējums veiksmīgi ieguldīts ražošanas modernizācijā. Ieguldījumu pienotavas darbībā snieguši arī speciālisti no Latvijas lauksaimniecības konsultāciju un izglītības centra, Lauku atbalsta dienesta un Latvijas lauksaimniecības universitātes. Vienlaikus Rankas Piens gadījums liecina, ka līdzās publiskā atbalsta pieejamībai svarīga ir arī pašas organizācijas kapacitāte (finansiālā, cilvēkresursu, tehniskā, sociālā), lai to sekmīgi izmantotu.

6. PROJEKTA GALVENIE SECINĀJUMI

Projektā pētītās iniciatīvas tika salīdzinātas un analizētas sešās kategorijās: komercdarbība, mārketinga, publiskais atbalsts, organizācija un pašpārvalde, ietekme uz lauku attīstību un iesaistītība.

Komercdarbība

Pārtikas ķēžu komercdarbību ietekmē tās lielums un mārketinga pozīcija. Ir nepieciešama saprotama mārketinga koncepcija, lai produkta īpašās kvalitātes tiktu atbilstoši novērtētas tirgū. Tomēr daudzām jaunām iniciatīvām jāpieliek īpašas pūles, lai produktu vispār komercializētu. Stabils attiecības starp ražotājiem un pārējiem pārtikas ķēdes dalībniekiem ir būtiskas, lai nostiprinātu iniciatīvas pozīcijas tirgū un palielinātu tās tirgus daļu. Iniciatīvas sekmīgums

atkarīgs arī no konkurences konkrētajā tirgus segmentā un tās spējas diferencēt savu produktu kopējā produktu piedāvājuma klāstā.

Mārketing

Veiksmīgās pārtikas ķēžu iniciatīvas ir formulējušas skaidru un pārliecinošu produkta lozungu, ar ko uzrunāt patērētāju. Tam ir jābūt drošticamam, lai iegūtu un uzturētu patērētāju uzticību. Savas pozīcijas tirgū iniciatīvas veiksmīgi var stiprināt, veidojot sadarbību ar partneriem ārpus pārtikas ķēdes.

Publiskais atbalsts

Analizētie gadījumi liecina, ka mērķtiecīgs publiskais atbalsts iniciatīvām to darbības sākumā ir efektīvāks nekā vēlākos posmos. Publiskā finansējuma pieejamība stimulē pārtikas ķēdes dalībniekus attīstīt un ieviest praksē jaunas idejas. Vienlaikus jāatzīmē, ka ātri izstrādāti projekti, kuru galvenais mērķis ir publiskā atbalsta saņemšana, mēdz būt ne-ilgtspējīgi. Par to liecina, piemēram, vāji izstrādāts biznesa plāns vai ilgtermiņa perspektīvas trūkums. Svarīga ir arī pašu iniciatīvu kapacitāte izmantot pieejamo publisko atbalstu. Mērķgrupām jābūt informētām par atbalsta saņemšanas iespējām. Holistiskas atbalsta programmas, kas veicina sadarbību starp dažādiem partneriem un projektiem mēdz būt efektīvākas. Latvijas gadījums aktualizē jautājumu par atšķirīgo ES subsīdiu līmeni vecajās un jaunajās dalībvalstīs, kas veicina negodīgu konkurenci.

Organizācija un pašpārvalde

Iniciatīvas organizācijas forma ir viens no galvenajiem faktoriem, kas ietekmē iniciatīvu veiksmi. Analizētie gadījumi liecina, ka iniciatīvas ir veiksmīgākas, ja to darbības stratēģijas atbalsta un tajās iesaistās visi dalībnieki. Bieži vadošajām personām ir izšķiroša loma iniciatīvās. Taču nereti tas saistīts ar varas koncentrāciju un vienlīdz motivācijas zudumu pārējos iesaistītajos partneros. Kopdarbības projektos vienmēr pastāv risks, ka partneru mērķi un motivācijas atšķirsies. Tādēļ īpaša vērtība jāpiegriež interešu saskaņošanai. Iniciatīvas izaugsme saistīta ar pārmaiņām tās organizācijā, kā arī vērtību sistēmā. Tādēļ laiku pa laikam būtu jāpārskata tās rīcības stratēģija un attīstības vīzija, lai piemērotos jaunajai situācijai.

Ietekme uz lauku attīstību

Analizētās iniciatīvas liecina par ilgtspējīgu pārtikas ķēžu dažādu ietekmi uz lauku attīstību. Starp ekonomiskajiem ieguldījumiem atzīmējams darba vietu radīšana un ienākumu palielināšana. Kā nozīmīgākie sociālie aspekti iezīmējas mācīšanās un zināšanu veicināšana, lauku iedzīvotāju pašorganizācijas uzlabošanās, uzticības veidošanās pārtikas ķēdēs, kā arī pieaugoša apmierinātība ar darbu. Attiecībā uz vidi ilgtspējīgas pārtikas ķēdes iniciatīvas veicinājušas bioloģiskās dažādības un kultūrainavas saglabāšanu.

Iesaknotība

Iesaknotība tiešā veidā ietekmē pārtikas ķēdes funkcionēšanu un sekmīgumu. Vietējo resursu izmantošana un/vai saglabāšana ir viens no veidiem, kā uzlabot pārtikas ķēdes iesaknotību un ilgtspējību. Iesaknotību veicina dažādu vietējo

partneru iesaistīšanās un sadarbība iniciatīvā. Tā ļauj vienoties par kopīgām vērtībām un noteikumiem pārtikas ķēdē un izvairīties no piespiedu vai nevēlamām rīcībām. Līdz ar iniciatīvas izaugsmi pastāv risks, ka tā zaudēs saikni ar vietējo situāciju; to, savukārt, var novērst nostiprinot saiknes starp pārtikas ķēdes dalībniekiem.

7. REKOMENDĀCIJAS UN IETEIKUMI

Kopīga un skaidra attīstības stratēģija

Pārtikas ķēdes iniciatīvām ir jāveido kopīga, skaidra un loģiski saistīta attīstības stratēģija. Proti, stratēģijai un tās pamatmērķiem jābūt skaidriem, saprotamiem un pieņemamiem katram pārtikas ķēdes dalībniekam, un viņiem jāuzņemas kopīga atbildība par tās īstenošanu. Iniciatīvai ir lielākas izredzes būt sekmīgai, ja tās stratēģiju atbalsta visi pārtikas ķēdes dalībnieki. Attīstības stratēģijai obligāti nav jābūt ietvertai formālos ražošanas un pārstrādes noteikumos, tomēr tie var būt lietderīgi, lai katrs ķēdes dalībnieks apzinātos ražošanas standartus, tiesības un pienākumus, kā arī risinātu pretrunas un konfliktus.

Labā koordinācija un komunikācija

Pārtikas ķēdes dalībnieku darbībām ir jābūt koordinētām. Laba koordinācija pārtikas ķēdēs atvieglo komunikāciju starp tās dalībniekiem un samazina izmaksas, kas saistītas ar produkta ieviešanu tirgū. Koordinācijas un komunikācijas veidošanā liela nozīme ir līderiem un viņu profesionalitātei: atsevišķu posmu līderiem ir jāspēj sadarboties ar citu ķēdes posmu līderiem. Iniciatīvas sekmīgumu var uzlabot arī speciālistu iesaistīšana komunikācijas un mārketinga aktivitātēs.

Skaidra mārketinga koncepcija

Mārketinga stratēģijas pamatā jābūt skaidriem, pārlicinošiem un ticamiem argumentiem, kas pozitīvi uzrunā patērētājus. Ilgtspējīgas pārtikas ķēdes nereti ietver produktus, kas atšķiras no konvencionāliem masveida produktiem. Patērētāju uzticību jauniem produktiem var veidot un uzturēt, izskaidrojot viņiem produkta īpašās kvalitātes. Tādēļ svarīgi ir organizēt patērētāju izglītojošas reklāmas kampaņas.

Sadarbības veidošana ražotāju vidū

Zemniekiem ir jāveido reģionālie sadarbības tīkli, jāattīsta kooperācija un specializācija. Sadarbība ražotāju vidū ievērojami samazina ražošanas izmaksas un izmaksas, kas saistītas ar produkta ieviešanu tirgū. Tā veicina zināšanu un prasmju aprišanu ražotāju vidū un uzlabo viņu pozīcijas komunicējot un sadarbojoties ar pārējiem ķēdes dalībniekiem.

Sadarbības veidošana ar valsts un pašvaldību institūcijām, sabiedrības grupām un patērētāju organizācijām

Pārtikas ķēdes dalībniekiem ir jāveido regulāra sadarbība ar potenciālā atbalsta tīkliem. Nozīmīgākie to dalībnieki ir konsultanti, nacionālie un pašvaldību politiķi, nevalstiskās organizācijas (piemēram, ražotāju un tirgotāju asociācijas),

sekundārie ekonomisko un sociālo labumu guvēji (piemēram, tūrisma organizācijas, vides un patērētāju aizsardzības organizācijas).

Konsekventa un saprotama agrārā politika

Valsts agrārai politikai ir jābūt konsekventai un pārtikas ķēdes dalībniekiem saprotamai. Situācijai atbilstošas agrārās politikas veidošanā svarīga ir komunikācija un sadarbība starp politikas veidotājiem un pārtikas ķēdes dalībniekiem.

Mērķtiecīga atbalsta politika

Publiskajam atbalstam ir būtiska nozīme jaunu pārtikas ķēžu veidošanā, jo īpaši to veidošanas sākuma stadijās. Publiskais atbalsts mazina riskus, ko uzņemas iniciatori, leģitimē jauno iniciatīvu un veido tai labvēlīgu vidi. Vienlīdz svarīgs ir gan finansiāls, gan nefinansiāls atbalsts - apmācību un konsultāciju nodrošināšana, tehnisks atbalsts, informācijas izplatīšana u.tml.

Elastīgs pārtikas ķēdi regulējošais mehānisms

Nereti esošais likumdošanas un regulējošo noteikumu ietvars un birokrātiskās procedūras ierobežo jaunu ilgtspējīgu pārtikas ķēžu veidošanos un funkcionēšanu. Pārāk strikti noteikumi sarežģī un var pat kavēt jaunu ideju īstenošanu ražošanā un pārstrādē. Tādēļ nepieciešams radīt lielākas iespējas eksperimentiem un jaunām pieejām gan no tiesiskā, gan procedūru viedokļa.

