

Gaļas liellopu audzētāji un digitālais mārketingis

Latvijas augstvērtīgās liellopu gaļas nozare ir piedzīvojusi būtiskas strukturālas pārmaiņas (eksporta pieaugums, tiešās tirdzniecības pieaugošā nozīme, izveidoti izsoļu nami u.c.), izmaiņas patērētāju vēlmēs un kontekstuālus sociāli ekonomiskus un politiskus satricinājumus. Tomēr divi galvenie izaicinājumi ir iedzīvotāju skaita samazināšanās un patērētāju nevēlēšanās maksāt par augstas kvalitātes produktiem. Lai atrisinātu šos sarežģījumus, Dzīvās prakses laboratorijas (*Living Lab - LL*) Latvijā meklē veidus, kā digitālos rīkus varētu izmantot tiešai saziņai ar patērētājiem. Digitālie risinājumi varētu palīdzēt gaļas audzētājiem izplatīt informāciju par liellopu audzēšanas pozitīvo sociālo ietekmi un ierobežoto ietekmi uz vidi Latvijā, kā arī Latvijas lauksaimnieku saražotās liellopu gaļas augsto kvalitāti.

LL ietvaros 2021. gada augustā notika nākotnes scenāriju plānošanas seminārs. Semināra laikā tika izvirzīts scenārija jautājums, fokusējoties uz iespējamo situāciju 2031. gadā: "Kā izmantot digitālā mārketinga potenciālu, lai pārdotu liellopu gaļu?" Semināra laikā tika izstrādāti divi scenāriji: "Apburtais loks" (scenārijs, kas ietver daudzas iespējas, bet vienlaikus arī ievērojamas neskaidrības par potenciālajiem Latvijas lauksaimnieku saražotās liellopu gaļas noieta tirgiem) un "Iespiežoties nišās" (scenārijs, kas uzsver, ka gaļas audzētājiem aktīvi jārīkojas, ja viņi vēlas būt aktuāli arī turpmāk).

Lauksaimnieki ir izveidojuši kanālus saziņai ar patērētājiem. Tomēr šos kanālus bieži nevar paplašināt, to uzlabošanai nepieciešamas plašākas strukturālas izmaiņas.

KONTEKSTS

DESIRA Dzīvās prakses laboratorijas (*Living lab - LL*) Latvijā mērķis ir, izmantojot digitālos rīkus, izstrādāt inovatīvu atbalsta sistēmu liellopu gaļas atpazīšanai un izsekojamībai, lai uzlabotu un paplašinātu Latvijas liellopu audzētāju tirgu. Konkrēti, LL pievērsās digitālā mārketinga stratēģijai, kā mērķis ir informēt patērētājus un lauksaimniekus par Latvijas liellopu gaļas īpašībām un kvalitatīvas liellopu gaļas augstās cenas iemesliem.

Liellopu gaļas tirgum Latvijā ir daudz īpašību, kas padara to interesantu LL pieejams izmantošanai. Lai gan Latvijas zemnieki var saražot ievērojamu daudzumu bioloģiskās liellopu gaļas, tikai neliela daļa patērētāju ir gatavi maksāt par kvalitatīvu liellopu gaļu. Digitālie risinājumi varētu palīdzēt gaļas audzētājiem izplatīt informāciju par liellopu audzēšanas pozitīvo sociālo ietekmi un ierobežoto ietekmi uz vidi Latvijā, kā arī Latvijas lauksaimnieku saražotās liellopu gaļas augsto kvalitāti.

Digitālie rīki palīdzēs sasniegt tos patērētājus, kuri vēlas maksāt par augstas kvalitātes produktiem ar zemu ietekmi uz vidi. Šo grupu nav vienkārši sasniegt, izmantojot tradicionālās mārketinga metodes.

Nozarē ir notikušas būtiskas strukturālas pārmaiņas (eksporta pieaugums, tiešās tirdzniecības pieaugošā nozīme, izveidoti izsoļu nami u.c.), izmaiņas patērētāju vēlmēs un kontekstuāli sociāli ekonomiski un politiski satricinājumi. Vietējais tirgus ir samazinājies. To ir ietekmējusi iedzīvotāju skaita samazināšanās no vienas puses, un uztura izvēļu maiņa no otras puses. Pēdējo divu desmitgažu laikā Latvijā uz vienu mājsaimniecības locekli gadā vidējais liellopu gaļas patēriņš ir samazinājies uz pusi. Šajā nelabvēlīgajā kontekstā daži audzētāji ir mēģinājuši pārdot savus produktus vietējā tirgū. Ievērojamākā gaļas liellopu audzētāju organizācija ir Gaļas liellopu audzētāju biedrība, kurā ir 265 biedri.

PĒTNIECISKĀ PIEEJA

2021. gada augustā notika nākotnes scenāriju veidošanas seminārs. Semināra laikā tika apspriests šāds scenārija jautājums: "Kā izmantot digitālā mārketinga potenciālu liellopu gaļas pārdošanai?". Pirms semināra un tā laikā tika izstrādāti divi gadījumam specifiski scenāriji un divi vispārīgi scenāriji, kas apraksta labāko un sliktāko iespējamo situāciju. Lai izstrādātu divus gadījumam raksturīgus scenārijus, mēs noteicām sarakstu ar (pārmaiņu) faktoriem, kas ietekmē procesus.



LAI GŪTU LABUMU NO DIGITĀLAJIEM RĪKIEM, MAZĀM AUGSTAS KVALITĀTES LIELLOPU GAĻAS SAIMNIECĪBĀM BŪS JĀSADARBOJAS. SADARBĪBA PALĪDZĒS UZKRĀT RESURSUS, KAS NEPIECIEŠAMI SAREŽĢĪTU RISINĀJUMU IZSTRĀDEI.

Ietekmējošo faktoru saraksts, kas izmantots, lai raksturotu divus gadījumam specifiskus scenārijus, tika izstrādāts, identificējot vienu vai divus ietekmējošos faktorus katrā no šīm jomām: sociālie, tehnoloģiskie, vides, ekonomikas, politikas. Scenāriju izstrādei tika izmantoti šādi ietekmējošie faktori: (1) jaunas diētas; (2) dzīvnieku labturība; (3) sociālie mediji un sociālie tīkli; (4) ekstremāli laikapstākļi; (5) liellopu slimību izplatība; (6) iedzīvotāju maksātspēja; (7) atbalsts videi draudzīgai praksei.

Par katru ietekmējošo faktoru izteikti divi ziņojumi. Scenāriju ietvaru ziņojumi izstrādāti iteratīvā procesā. Ziņojumu kopas, kas apraksta ar ietekmējošos faktoru radītās pārmaiņas, tika izmantotas kā pamats diviem gadījumam specifiskiem scenārijiem. Ziņojumi tika atlasīti, paturot prātā, ka savstarpēji saistītiem jaunajiem scenārijiem jābūt ticamiem, vienlaikus nodrošinot, ka neviens no scenārijiem automātiski nešķiet ievērojami vēlamāks vai iespējamāks. Tā vietā katrā scenārijā dažas vēlamas izmaiņas tika papildinātas ar izmaiņām, kas ražotājiem rada jaunus izaicinājumus.

IZSTRĀDĀTIE SCENĀRIJI

Semināra laikā dalībnieki pirmo scenāriju nosauca "Apburtais loks". Šis scenārijs paver virkni iespēju, tomēr dalībnieki atzīmēja, ka tajā pastāv ievērojama neskaidrība par Latvijas lauksaimnieku ražotās liellopu gaļas tirgu. Citiem vārdiem sakot, dalībnieki svārstījās starp Latviju kā galveno tirgu un eksporta ceļu. Otrajam scenārijam tika dots nosaukums "Iespraucoties nišās". Dalībnieki norādīja, ka augstas kvalitātes liellopu gaļas audzētājiem būtu aktīvi jārikojas, ja viņi vēlas gūt labumu no šīs nākotnes. Otrajā scenārijā paredzētais izaicinājums ir tas, ka, šķiet, ka nav dabiska tirgus, no kura augstas kvalitātes lauksaimnieki varētu gūt labumu. Tomēr, no otras puses, patērētāji kopumā vairāk interesējas par nišas produktiem un var maksāt par augstas kvalitātes produktiem.

Scenāriji ilustrē vairākus izaicinājumus, ar kuriem saskaras nozare – tostarp patērētāju uzticības trūkumu, sarūkošos dabīgos tirgus (negatīvs iedzīvotāju skaita pieaugums Latvijā) un ierobežotu pieprasījumu pēc augstas kvalitātes liellopu gaļas, mainīgus uztura paradumus un lauksaimnieku nevēlēšanos sadarboties. Spēja skaidri un pievilcīgi komunicēt par Latvijas liellopu gaļas vērtību un īpašībām var palīdzēt pārvarēt šos izaicinājumus. Lauksaimniekiem ir jāpārdefinē liellopu audzēšana kā ainavas neatņemama sastāvdaļa un jāklieģē maldīgie priekšstati par liellopu gaļas ražošanu Latvijā. Tāpat lauksaimniekiem jānodrošina patērētāji uzzināt vairāk par produktiem un dažādiem to pagatavošanas veidiem. Digitālie rīki piedāvā jaunus mārketinga risinājumus, kas ļaus lauksaimniekiem nostiprināt savas pozīcijas tirgū. Veiksmīga sadarbība var palīdzēt lauksaimniekiem pilnībā gūt labumu no šiem rīkiem.



AR POLITIKU SAISTĪTA DISKUSIJA

Semināra diskusijas atklāja, ka ir skaidras problēmas, kuru risināšanā nozare un politikas veidotāji varētu iesaistīties, lai uzlabotu nozaru sniegumu:

Liellopu gaļa, ko ražo, ievērojot augstas kvalitātes liellopu gaļas ražošanas praksi, ir dārgāka nekā parastā gaļa. Liellopu gaļas izmaksas ir saistītas ar bioloģiskās lauksaimniecības praksi un izvēli strādāt ar pļavās un ganībās audzētiem lopiem. Tomēr patērētāji ir vāji informēti par gaļas kvalitātes aspektiem un viņiem ir ierobežotas dažādu gaļas gabalu pagatavošanas prasmes. Līdz ar to ražotājiem ir grūti attaisnot cenas, kas būtu ievērojami augstākas nekā parasto gaļu. Apzinoties šo problēmu, individuālie ražotāji un ražotāju grupas ir sākušas sadarboties ar patērētājiem, mēģinot informēt par dažādām receptēm un skaidrot, kas ir kvalitatīva liellopu gaļas ražošana. Tomēr politiska izvēle varētu būt papildu spiediens uz saimniecībām, kas ievēro parasto praksi, tādējādi veicinot cenu pieaugumu visiem gaļas produktiem.

Ja liellopu gaļas ražotāji atrodas laukos un bieži vien diezgan tālu no lielajām pilsētām, tad galvenie patērētāji (tie, kas spēj piemaksāt par labāku produktu) dzīvo pilsētās. Tas sarežģī loģistiku. Lielākā daļa lauksaimnieku ir ieviesuši kādu digitālās pasūtīšanas sistēmas veidu (sākot no mazāk izsmalcinātām WhatsApp tērzēšanas vai Google izklājlappēm līdz pilnībā funkcionējošiem tiešsaistes veikaliem). Tomēr šos veidus var būt grūti paplašināt un neiespējami saistīt ar citām sistēmām, kas, piemēram, dokumentē pašlaik noliktavā esošos produktus.

Turklāt attālums starp saimniecību un patērētājiem palielina piegādes izmaksas un piegādes ekoloģisko pēdu. Šīs izmaksas varētu samazināt, ja lauksaimnieki sadarbotos, plānojot piegādes. Jau tagad ir lauksaimnieku grupas, kas cenšas izveidot kopīgu loģistikas plānošanu, ļaujot lauksaimniekiem strādāt tikai ar patērētājiem, kas atrodas tuvāk

saimniecībai, vienlaikus nezaudējot peļņu. Loģistikas plānošanas atbalsta rīku izstrāde varētu būt noderīgs instruments citiem mazajiem lauksaimniekiem, kuri meklē veidu, kā samazināt piegādes izmaksas.



SAZIŅA AR PATĒRĒTĀJIEM NEBEIDZAS AR BRĪDI, KAD LAUKSAIMNIEKU VĒSTĪJUMS SASNIEDZ PATĒRĒTĀJUS. KOMUNIKĀCIJA JĀPAPILDINA AR STRUKTURĀLĀM IZMAIŅĀM, LAI NOZARE DARBOTOS EFEKTĪVI.

Lai lauksaimnieki varētu sadarboties kopīgas loģistikas jomā (kas ietvertu kopīgu tīmekļa vietni produkta pārdošanai un kopīgai loģistikai), viņiem jānodrošina, ka visās iesaistītajās saimniecībās produkti saglabā vienāda līmeņa kvalitāti. Tam nepieciešams izstrādāt kvalitātes standartus un noslēgt līgumus par galvenajiem tirgotajiem produktiem. Šai standartizācijai, visticamāk, ir jānāk no lauksaimniekiem, un politikas veidotāji to nevar ieviest. Tomēr lauksaimniekiem nav viegli to izdarīt.





This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No 818194.

POLITIKAS IESPĒJAS

Digitālo prasmju attīstīšana

- Lauksaimnieki piekrīt, ka viņiem jānodrošina, lai viņu saimniecības būtu "tiešsaistē", piem. izmantojot sociālos medijus, izveidojot mājaslapu utt. Tomēr daudzi lauksaimnieki pārstāv paaudzes, kuras ar digitālajiem rīkiem iepazīstinātas vēl. Lai arī dažiem no viņiem saziņa tiešsaistē grūtības nesagādā, citi sūdzas, ka šis uzdevums aizņem nesamērīgi daudz laika un rada stresu.
- Dažiem no šiem lauksaimniekiem noderētu apmācības, kas palīdz uzlabot prasmes. Tomēr citi dotu priekšroku, specializēto uzņēmumu pakalpojumiem, kas nodrošinātu šos pakalpojumus, lai lauksaimniekiem šīs prasmes nebūtu vajadzīgas.

Izsekojamības pārdomāšana

- Ir ieviesta sistēma, kas ļauj patērētājiem izsekot iegādātajiem gaļas produktiem. Šādu sistēmu uztur valsts, un tās pamatā ir dati, kas saimniecībām jādeklarē uzraudzības organizācijām.
- Diemžēl esošais risinājums nav lietotājam draudzīgs un vien daži patērētāji par to ir informēti. Ja sistēma tiktu uzlabota, padarot to lietošanai draudzīgāku, tā varētu palīdzēt lauksaimniekiem sazināties ar patērētājiem.

Pievēršanās kontekstam

- Nozare norisinās pārstrukturēšanās. Šobrīd tiek veidoti vismaz divi lauksaimnieku kooperatīvi. Lauksaimnieki mobilizējas, lai paši atrisinātu nozares problēmas. Lai viņus atbalstītu, politikas veidotājiem jārisina ar kontekstu saistītie jautājumi.
- Vairākas no galvenajām problēmām, ar kurām saskaras lauksaimnieki, nav saistītas ar nozares īpatnībām. Tā vietā tās sakņojas kontekstuālos procesos, kas ietekmē arī citas lauksaimniecības nozares.
- Kontekstuālajās problēmas ietver negatīvu iedzīvotāju skaita pieaugumu, patērētāju jutīgumu pret cenām, būtiskas cenu atšķirības starp tradicionālajiem un atbildīgi ražotajiem produktiem. Strādājot ar šiem izaicinājumiem, politikas veidotājiem jāieņem stingrāka nostāja.

Šis politikas pārskats ir publicēts ES finansētā DESIRA projekta ietvaros, un tā mērķis ir sniegt ieteikumus politikas veidotājiem par to, kā atbalstīt digitālā mārketinga izmantošanu gaļas liellopu audzētāju saimniecībās Latvijā.

Kontaktpersonas: Dr.sc.soc. Miķelis Grīviņš,
Dr.sc.soc. Emīls Ķīlis un Inga Bērziņa, Dārta
Gātere
Institūcijas: Baltic Studies Centre, biedrība
"Zemnieku Saeima"
E-pasts: mikelis.grivins@bscresearch.lv,
inga@zemniekusaeima.lv
Vairāk informācijas: www.desira2020.eu

BSC | BALTIC
STUDIES
CENTRE



This document does not reflect the official opinion of the European Union. Responsibility for the information and views expressed therein lies entirely with the author(s).