

KAIP ATVERTI RINKAS VIETINIAMS PRODUKTAMS? ¹

Vilma Atkočiūnienė, Martyna Markevičiūtė
Vytauto Didžiojo universiteto Žemės ūkio akademija

„Vietinis“ reiškia ryšį su konkrečia vieta, geografine struktūra. Vietinis maistas gaminamas ir parduodamas vietoje arba regione. Pardavimo vieta yra arčiausia vieta, kurią vartotojas gali pasiekti. Dažniausiai atstumas svyruoja nuo 1 iki 50 km, priklauso nuo šalies ar regiono dydžio, logistikos ir apgyvendinimo sistemos.

Vietinis produktas parduodamas arba ūkyje, arba perdirbimo įmonėje, vietinėje mažmeninės prekybos parduotuvėje arba lauko turguje, tiesiogiai pagal užsakymą ar specialų susitarimą su vartotoju. Vietinis produktas vartotojams siūlomas dėl vienos ar daugiau unikalių produkto savybių: skonis, šviežumas, aukšta kokybė, tradiciškumas ir ekologiškumas, vietinė ir tvari gamybos technologija, pagamintas laikantis gyvūnų gerovės ir gerbiant aplinką, sveikatai palankus.

Vietiniai produktai dažniausiai gaminami ir parduodami per **trumpąsias maisto tiekimo grandines**, kurios yra laikomos vietos maisto sistemos vystymosi pagrindas. Bendradarbiavimo tinklas, tarpusavyje sujungiantis gamintojus su vartotojais ir visuomene, užtikrinant tvarią žemės ūkio produktų gamybą, perdirbimą, paskirstymą, vartojimą ir atliekų tvarkymą tam tikroje vietoje, siekiant stiprinti gyventojų sveikatą, saugant gamtą bei užtikrinant ekonominius procesus yra apibrėžiamas kaip vietos maisto sistema. Labai svarbu investuoti į kompleksą objektų, veiklų ir jų procesų, taisyklių ir strategijų, kuris padėtų užtikrinti tvarų išteklių naudojimą gaminant ir parduodant vietos produktus, tvarkant atliekas, tai yra į **vietos maisto sistemos socialinę infrastruktūrą**.

Aplinkosauginė nauda

Tiekimo grandžių (tarpininkų) mažinimas
Saugesnio maisto tiekimo skatinimas
Pakuočių ir atliekų mažinimas
Gamtos išteklių tausojimas

Ekonominė nauda

Vietos ekonomikos stiprinimas
Ūkių atsparumo ir konkurencingumo didinimas
Santykių pagrįstą ekonomine veikla tarp gamintojo ir vartotojo stiprinimas

Socialinė nauda

Maistingumo vertės didinimas
Vietoje užauginto maisto skonio nepakitimas
Tiesioginės komunikacijos tarp gamintojo ir vartotojo stiprinimas
Saugaus ir sveikatai palankaus maisto tiekimo skatinimas
Bendruomenės gyvybingumo didinimas
Bendrakūros proceso ir kultūrinio identiteto stiprinimas
Partnerystės ir sinergijos skatinimas



1 pav. Vietos maisto produktų gamybos ir vartojimo suartinimas padeda atverti rinkas

SIEKIANT ATVERTI RINKAS VIETINIAMS PRODUKTAMS REIKĖTŲ:

Didinti vietos produktų pardavimo vietų skaičių ir įvairinti pardavimo būdus. Pvz., taikyti vietos produktų „drive – in“, pardavimų iš maisto aparatų priemonės.

Įvairinti produktų asortimentą ir klientų segmentus, taikyti ne tik „verslas – vartotojui“ („B2C“), bet ir „verslas – verslui“ („B2B“) „verslas – valdžiai“ („B2G“) pardavimo modelius.

Praplėsti ir pagilinti biologiškai vertingų vietos produktų asortimentą skatinant ūkininkus sertifikuoti ir ženklinti produktus (ekologiški ar pagal nacionalinę žemės ūkio ir maisto kokybės sistemą pagaminti produktai), diegti tradicines (rauginimas, džiovinimas ir kt.) ir naujas produktų perdirbimo, beatliekinės gamybos technologijas, įvesti į vietos rinką naujus produktus (funkcinis maistas, svirplių produktai ir kt.).

Nuolat komunikuoti ir šviesti vartotojus bei gamintojus.

Formuoti tiesiogines sąveikas tarp vartotojo ir gamintojo vertės bendrakūros procese, testuoti produktus.

Skatinti vietos gyventojus praturtinti mitybos racioną sezoniniais maisto produktais, kurie yra brandinami natūraliomis, o ne dirbtinėmis sąlygomis, pasižyminčiais naudingomis medžiagomis bei gausia vitaminų įvairove.

Ugdyti vartotojų ir gamintojų poreikius keisti importinius atvežtinius produktus vietiniais sezoniniais produktais.



¹ Mokslinis tyrimas remiamas projekto Nr.35BV-KK-18-1-06620-PR001, kuris finansuojamas iš EŽŪFKP ir Lietuvos Respublikos valstybės biudžeto lėšų