

# SmartFarmer

## Ziņu lapa



### Vajadzību analīze un mērķa grupas

Projekta vajadzību analīzes mērķis bija izzināt mērķa grupu vajadzības Metodiskā mācību līdzekļa mārketingā (MTTM) - mācību programmas, mācību rokasgrāmatas, darba burtnīcas un interneta rīka izstrādei lauksaimniecības produktiem projekta partnervalstīs.

SmartFarmer projekta mērķa grupas ir:

- Lauksaimnieki (jo īpaši bioloģiskie), lauksaimniecības uzņēmēji, vadītāji un agro-ražošanas MVU darbinieki (jo īpaši mārketinga vadītājiem un mārketinga/tirdzniecības darbinieki), potenciālie lauksaimnieki, lauksaimniecības un tirdzniecības studenti.
- Sabiedriskās organizācijas un privātās struktūras saistītas ar projekta tēmu (piem. lauksaimniecības politikas veidotāji un lēmumu pieņēmēji, lauksaimnieku apvienības, bio-ražotāju kooperatīvi, Superfoods kooperatīvi).
- Skolotāji, pasniedzēji, konsultanti, pētnieki un mācību organizācijas ieinteresētas integrēt mācību programmu un izstrādātos mācību materiālus savos apmācību procesos.
- Cilvēki, kas dzīvo lauku rajonos, patērētāji (jo īpaši bioloģisku produktu) un sabiedrība, lai palielinātu vispārējo informētību par SmartFarmer un SmartFoods priekšrocībām.

### Saturs

Vajadzību analīze un mērķa grupas	1
Pētījuma mērķi un vajadzību analīzes metodika	2
Galvenie pētījuma rezultāti	3
Otrā partneru tikšanās Rīgā, Latvija	4
SmartFarmer Projekta Kontaktinformācija	5

### Ziņu lapas redaktors

Biedrība "Zemnieku Saeima"

### Ziņu lapas izstrādātāji

Inga Berzina  
George Adamides  
Andreas Stylianou

## Pētījuma mērķi un vajadzību analīzes metodika

Pētījuma mērķis bija izziņāt SmartFarmer projekta specifiskās vajadzības:

- Noskaidrot vai lauku MVU partneru reģionos/valstīs izprot Superfoods nozīmi /vērtības.
- Salīdzināt dažādu ES valstu lauksaimnieku un lauku MVU izpratni par Superfoods. nozīmi/ vērtībām.
- Identificēt galvenos šķēršļus Superfoods nozares attīstībai, šķēršļus pārtikas ķēdē, šķēršļus Superfoods mārketingā un tirdzniecībā.
- Identificēt labākos Superfoods mārketinga un veicināšanas rīkus un lauksaimnieku, un MVU vajadzības dažādos partneru reģionos.
- Salīdzināt dažādu valstu pieredzi un praksi Superfoods ražošanā, tirdzniecībā un mārketingā.
- Identificēt ražotājus, asociācijas, skolas, mācību centrus un citas ieinteresētās puses, kurām ir interese dalībai projektā un apmācību materiālu testēšanā.
- Noteikt, kāda veida apmācībās ir vispiemērotākās.

Vajadzību analīzes pētījuma metodika iekļāva procedūras un kritērijus respondentu izvēlei, mērķa grupu sasniegšanai, kā arī motivēšanas veidus dalībai aptaujā un intervijās. Projekta partneri izstrādāja īsu anketu un interviju jautājumus, balstoties uz pētījumu metodiku un ProudFarmer projektu. Tika sagatavota forma reģionālo atskaišu izstrādāšanai.

Aptaujas rezultātā tika savāktas 130 anketas / atbildes: 28 no Kipras, 26 no Grieķijas, 25 no Latvijas, 26 no Portugāles un 25 no Spānijas. Turklāt, tika intervēti 57 personas (11 no Kipras, 13 no Grieķijas, 10 no Latvijas, 10 no Portugāles un 13 no Spānijas), kas aptvēra plašu skaitu organizāciju, kuras saistītas un strādā nozares ietvaros, proti, pētniecības institūtus un augstskolas, ministrijas un reģionālās valsts iestādes, kuras nodarbojas ar lauksaimniecību un lauku attīstību, lauksaimnieku apvienības, eksporta atbalsta institūcijas, lauksaimniecības finansēšanas struktūras un izvēlētos lauksaimniekus Superfoods sektorā.



## Galvenie pētījuma rezultāti

Pēdējos gados palielinājies tirgus pieprasījums pēc veselīgas pārtikas, tai skaitā svaigām ogām un ogu pārstrādes produktiem. Tomēr jēdziens Superfoods nav daudz pazīstams lauksaimniekiem visās projekta valstīs vai oficiālajās valsts iestādēs, kuras saistītas ar lauksaimniecības nozari. Šo īpašo jēdzienu mārketingā biežāk izmanto produktu tirgotāji, kā arī nosaucot ēdienus restorānos, nevis paši ražotāji.

Superfoods ražošanas galvenie izaicinājumi projektā valstīs:

- Augstākas ražošanas, iepakojšanas un pārdošanas izmaksas
- Agroklimatisko apstākļi
- Klienti nesaprot, ka Superfoods uzturvērtība attaisno augstāku pārdošanas cenu
- Grūtības izvēloties vispiemērotākos pārdošanas kanālus
- Administratīvās procedūras



Pamatojoties uz respondentu sniegtajām atbildēm, visvairāk pieprasītās apmācību tēmas ir:

Kā aprēķināt tirgus cenu	14%
Procedūras eksportam	12%
Kādi ir kvalitātes standarti	10%
Iepakojums	10%
Kooperācijas metodes	9%
Produktu veicināšanas metodes	8%
Ražošanas metodes / audzēšanas metodes un ražošanas izmaksas	8%
Pārdošanas kanāli (mazumtirdzniecības ķēdes u.c.)	8%
Kā izstrādāt brendu	7%
Kā reģistrēt bioloģisko produktu ražošanu, pārstrādi un tirdzniecību	6%
Kas jābūt rakstītam uz etiķetes (marķēšana)	6%

Vēlamākie veidi apmācībām un informācijas saņemšanai ir: tieša kontakta apmācību kursi (periodiski), īpašas mācību grāmatas, tiešsaistes (online) apmācību kursi, lauka dienas un pieredzes apmaiņas vizītes.

## Otrā partneru tikšanās Rīgā, Latvija

### 2014.gada 3.jūnijs

Tikšanās 1.dienā sanāksmes dalībnieki apsprieda sekojošas projekta tēmas:

- Vajadzību analīzes rezultāti – valstu/regionu ziņojums un kopsavilkuma ziņojums
- Mācību programmas pielāgošana
- Izplatīšanas un rezultātu izmantošanas plāns - progress un nākamie uzdevumi
- Administratīvie un finanšu jautājumi
- Darba paku detalizēti uzdevumi līdz nākamajai sanāksmei un nākamie uzdevumi (2014. gada jūnijs-oktobris)
- LdV Marlo projekta prezentācija, kuru sniedza CLUTUREX - Marlo koordinācijas komanda

### 2014.gada 4.jūnijs

Tikšanās 2.dienā SmartFarmer dalībnieki apmeklēja vairākas lauksaimniecības produktu ražošanas saimniecības kopā ar MARLO projekta dalībniekiem:

- Zemnieku saimniecību „Gundegas” saimniecība, kura audzē dižbrūklenes un, izmantojot inovatīvas tehnoloģijas, nodrošina dažādu ogu un augļu žāvēšanu.
- SIA „Rāmkalni” pārtikas produktu ražotāju, kurš reaģējot uz pasaules ekonomikas krīzi ir veiksmīgi paplašinājis savu darbību, atverot veikalus un piedāvājot dažādus tūrisma pakalpojumus.
- Zemnieku saimniecību „Pīlādži”, kurā izveidota augļu stādu audzētava un nesen uzsākta vīna ražošana (arī no Superfoods ogām, piem. dzērvenes, aronija).
- Zemnieku saimniecību „Saulstari -1”: Safari Park More – savvaļas briežu audzēšanas saimniecība, kura arī tūrisma pakalpojumus.

Vizīšu laikā lauksaimnieki tika informēti par SmartFarmer un Marlo projektiem, kā potenciālie dalībnieki izstrādāto projekta materiālu testēšanā.



## SmartFarmer Projekta Kontaktinformācija

Šī projekta finansējumu Mūžizglītības programmas ietvaros atbalsta Eiropas Komisija. Šī publikācija atspoguļo tikai autora viedokli, un Komisija neuzņemas atbildību par jebkādu ietvertās informācijas izmantošanas veidu.



Lauksaimniecības pētniecības  
institūts (Kipra):

*Projekta koordinators*

George Adamides

E-mail: [gadamides@ari.gov.cy](mailto:gadamides@ari.gov.cy)

*Projekta vadītājs:*

Andreas Stylianou

E-mail: [a.stylianou@ari.gov.cy](mailto:a.stylianou@ari.gov.cy)

KIPRAS Tehnoloģijas Universitāte  
(Kipra):

Petros Kosmas

E-mail: [petros.kosmas@cut.ac.cy](mailto:petros.kosmas@cut.ac.cy)

Biedrība "Zemnieku Saeima"  
(Latvija):

Inga Berzina

E-mail: [Inga@zemniekusaeima.lv](mailto:Inga@zemniekusaeima.lv)

HAROKOPIO Atēnu Universitāte  
(Grieķija):

Despina Sdrali

E-mail: [dsdrali@hua.gr](mailto:dsdrali@hua.gr)

Grieķu Superfoods Kooperatīvs  
(Grieķija):

Ioannis Galatoulas

E-mail: [jgalatoulas@yahoo.gr](mailto:jgalatoulas@yahoo.gr)

Attīstības un inovāciju tīkls:

Alexandra Mendonça

E-mail:

[alexandra.mendonca@rcdi.pt](mailto:alexandra.mendonca@rcdi.pt)

Fundacion Maimona (Spānija):  
Leonor Martín

E-mail: [lmartin@lossantos.org](mailto:lmartin@lossantos.org)

---

<http://www.smartfarmerproject.eu>

---