

APRAKSTS POLIKAS VEIDOTĀJIEM

2018. gada novembris

Latvijas piena sektora nākotne

Mikelis Grivins, Talis Tisenkopfs

Piena ražošana ir viena no vēsturiski tradicionālajām Latvijas lauksaimniecības nozarēm. Tās nozīme ir saistīta ar nozarei labvēlīgajiem ģeogrāfiskajiem un klimata nosacījumiem. Piena ražošana ir fragmentēta un pamatā nozarē var novērot divas saimniecību grupas. Lielākā daļa piensaimniecību ir mazas, ar zemu efektivitāti un ierobežotām nākotnes iespējām. Vienlaikus neliela daļa saimniecību ir ar milzīgu govju skaitu, ar augstu produktivitāti un aprīkotas ar jaunākajām lopkopības tehnoloģijām. Kopējā vidējā Latvijas piena saimniecību produktivitātē pēdējos gados ir kāpusi. Vienlaikus, vidējie produktivitātes rādītāji saglabājas zemāki par Eiropas Savienības vidējo. Neskatoties uz zemo produktivitāti, Latvijas piensaimnieki saražo 135% no valstī patērētā piena un attiecīgi – eksporta tirgiem ir kritiska nozīme. Latvija ir starp Eiropas top trijām valstīm, ja uzlūko saražoto piena daļu, kas tiek eksportēta. Tas gan arī ir padarījis nozari ārkārtīgi jūtīgu pret ārējo tirgu dinamiku. Zemnieki līdz šim nav spējuši savās rokās koncentrēt tirgus ietekmes instrumentus un attiecīgi ir atkarīgi no citu tirgus spēlētāju lēmumiem. Nozares īpašības ir likušas ekspertiem uzdot sekojošus jautājumus – vai Latvijas piena nozarē ir vieta ļoti mazām saimniecībām un kāds būtu optimālais saimniecības izmērs; kā atbalstīt mazākās saimniecības; kādi instrumenti varētu ļaut piena ražotājiem līdzvērtīgi piedalīties diskusijā par saražotā produkta cenu; un kuros ārvalstu tirgos Latvijas piensaimnieki varētu realizēt savu saražoto pienu.

Šis apraksts ir balstīts uz Apvārsnis 2020 finansēta projekta SUFISA ietvaros veiktu pētījumu. Pētījums fokusējas uz Latvijas piensaimnieku un citu spēlētāju, kuri ir tieši saistīti ar piena ražošanu, pārstrādi, eksportu un regulējumu, nozares procesu redzējuma analīzi. Pētījuma ietvaros, laika periodā no 2016. gada marta līdz 2018. gada maijam, ir veiktas padziļinātās intervijas, fokusa grupu diskusijas un darbseminārs. Vairāk informācijas par pētījumu var iegūt <http://www.bscresearch.lv/>, kā arī projekta mājas lapā <http://www.sufisa.eu/>.

Pētījuma secinājumi ir balstīti datos, kuri ir vākti vairāku gadu garumā. Šajā laikā piena nozare Latvijā ir pārdzīvojusi nozīmīgus ar tirgu, demogrāfiskām pārmaiņām un poliskiem lēmumiem saistītus izaicinājumus. Pēdējos gados var arī novērot, ka nozarē ir turpinājusies nozīmīga restrukturizācija. Piena nozarei nemierīgajā laikā apraksts politikas veidotājiem nav domāts kā pārskats situāciju konkrētajā mirklī. Tā vietā apraksts fokusējas uz ar nozares dinamiku un veiksmīgajām lauksaimnieku stratēģijām, kas ļauj pārvarēt nozares izaicinājumus, saistītiem secinājumiem.

Galvenās atziņas

- Salīdzinot ar citām lauksaimniecības nozarēm, piena nozare atšķiras ar to, ka tajā nav izteiktu līderu, kura piemēram lauksaimniekiem sekot.

BSC | BALTIC
STUDIES
CENTRE

Baltic Studies Centre

Kokneses prospekts 26-2,
Rīga, Latvia, LV-1026

info@bscresearch.lv



Šis apraksts politikas veidotājiem ir balstīts uz ES finansēta pētījuma SUFISA (Sustainable finance for sustainable agriculture and fisheries) rezultātiem, H2020 Grant Agreement 635577. Šī dokumenta autori ir pilnībā atbildīgi par dokumentā pausto informāciju un viedokļiem.



- Tipiski, meklējot risinājumus, kas varētu uzlabot piena lopkopju kapacitāti mainīt sektora attīstības virzienu un palīdzēt piensaimniekiem iesaistīties nozares pārvaldē, eksperti iesaka lūkoties kooperatīvu centralizācijas virzienā. Ar dažiem izņēmumiem, nozare pagaidām var tikai tiekties uz konkurētspējīgu un spēcīgu kooperatīvu izveidošanos. Vairums zemnieku, meklējot atbildes uz nozares kopējiem izaicinājumiem, izvēlas individuālus risinājumus. Īstermiņā, šādas individuālas rīcības stratēģijas var būt pat ļoti efektīvas. Tomēr, šādi risinājumi parasti nevar radīt drošību nākotnei un attiecīgi, eksponē zemnieku tiem pašiem izaicinājumiem arī nākotnē.
- Galvenais arguments, kas tiek izmantots, lai skaidrotu zemo atbalstu kooperācijai, ir zemnieku neizticēšanās šīm organizācijām. Vienlaikus, ņemot vērā to piena lauksaimnieku daļu, kuri ir bijuši vai šobrīd ir iesaistīti kādā kopīgā aktivitātē ar citiem zemniekiem, var norādīt, ka galvenā problēma ir nevis ticības trūkums, bet drīzāk dzīvotspējīgā, abpusēji izdevīga un spēcīga kooperācijas piedāvājuma iztrūkums.
- Veicinot piensaimnieku konkurētspēju, mazās un vidējās saimniecības tiek mudināti modernizēties un augt. Nereti, lauksaimniekus pieņemot šādas pārmaiņas kavē pieņemt institucionālas (kredītu vēsture, nepietiekama finanšu pratība, grūtības piekļūt līdzekļiem), diskursīvas (vērtības un attieksmes) un demogrāfiskas (lauksaimnieka vecums, saimniecības mantinieka trūkums) barjeras. Papildus, starp atsevišķām lauksaimnieku grupām un organizācijām, kurām vajadzētu palīdzēt lauksaimniekiem, veidojas sistemātisks komunikācijas pārrāvums
- Nozarei nemierīgajā laikā, stratēģija ‘pamest piena lopkopību’ ir starp biežākajiem mazo un vidējo piensaimnieku izvēlētajiem savu problēmu risinājumiem. Vienlaikus, bieži, pirms šī radikālā lēmuma, zemnieki izvēlas internalizēt izmaksas un segt zaudējumus izmantojot neapmaksātu darbu. Šāda stratēģija var būt efektīvs īstermiņa risinājums. Tomēr, ilgtermiņā, šāda stratēģija var mazināt saražotās produkcijas kvalitāti, mazināt saimniecības efektivitāti un atstāt neatgriezeniskas sekas uz lauksaimnieka veselību.
- Nozares nākotnes iespējas galvenokārt tiek saistītas ar ienesīgiem ārvalstu tirgiem. Zemniekus atbalstošās pārvaldes institūcijas pārlūko piena nozari Latvijā meklējot konkurētspējīgus produktus galvenokārt postulējot, ka spēcīgi piena pārstrādātāji ir galvenais šādu produktu izcelsmes avots. Atsevišķi spēcīgi piena produktu zīmoli ir koncentrējušies uz lokālajiem tirgiem, kur tie sev ir nodrošinājuši atpazīstamību, uzticību un pienācīgu noietu. Šie zīmoli jūt vispārējo depopulāciju valstī. Tas tikai palielina ārzemju tirgu nozīmi.
- Meklējot veidus, ka mazajām saimniecībām nodrošināt finanšu stabilitāti, lielas cerības tiek liktas uz nišas tirgiem. Lauksaimnieki ir labi informēti par iespējām, kas var rasties tieši komunicējot ar klientiem vai sertificējot savu saimniecību. Atsevišķas saimniecības ir arī uzsākušas jaunu, mājražotu produktu tirdzniecību. Tomēr lielākā daļa saimniecību nav pat pamēģinājušas dažādas noieta tirgus alternatīvas kopumā izturoties skeptiski pret šīm iespējamajām alternatīvām. Šāda skepse šķiet ir sekas redzamu labo piemēru iztrūkumam.

“Katru dienu cīnoties ar krīzi un pastāvīgi izjūtot spiedošas finansiālas grūtības, mainās vārda “ilgtspēja” nozīme... ja tu vari nomaksāt šīs dienas rēķinus un ja tu spēj izdzīvot līdz vakaram – tad tu esi ilgtspējīgs.”
