

2. Darba grupa

„Par Lielveikalu zīmolu produktu ilgtspēju”

Pēdējos gados aizvien populārāki ir kļuvuši lielveikalu zīmolu produkti. Tie ir stratēģiski marķēti, lielākoties ļoti konkurēt spējīgi cenā. Tiek prognozēts, ka lielveikalu zīmolu produktu īpatsvars kopējā pasaules pārtikas produktu apgrozījumā 2015. gadā celsies līdz 40 %. Nesenā ekonomiskā krīze palielināja patērētāju pieprasījumu pēc lielveikalu zīmolu produktiem to lētās cenas dēļ. Būtiskas problēmas lielveikalu zīmolu piegādes ķēdē ir informācijas trūkums par ražotāju un līdz ar to arī pašu produkta piegādes ķēdi. 80 % Eiropas pilsoņu tic, ka Eiropas kompānijām ir jānes sociāla un ētiska atbildība, investējot jaunattīstības valstīs, tomēr daudz mazāk iedzīvotāju ir informēti par neilgtspējīgu biznesa modeļu reālajām sekām.

Zaļajai brīvībai ir apstiprināts projekts „Lielveikalu zīmolu produktu ilgtspējas celšana, kā svarīga komponente 2015. Eiropas gadā attīstībai un tālāk”. Projekta mērķis ir uzlabot lielveikalu zīmolu produktu ražošanu un patēriņu, celt to ilgtspēju. Padarot šo plaši patērēto veikalus ilgtspējīgus, var panākt lielu pozitīvu ietekmi uz vides, darba un dzīvošanas apstākļiem jaunattīstības valstīs. Projekta galvenās aktivitātes ir vērstas uz cilvēku izglītošanu caur dažādām aktivitātēm: mediju izglītošanu, foto izstādēm, petīciju vākšanu dialogam ar lielveikalu ķēdēm u.c. Projekta ietvaros tiks veikti arī pētījumi par esošajām piegādes ķēdēm un sniegti konkrēti ieteikumi, kā tās uzlabot. Attiecīgi lielveikaliem tiks piedāvāti konkrēti risinājumi. Uz veikto pētījumu, kā arī esošās informācijas bāzes tiks izveidota patērētājiem pieejama informācijas platforma par lielveikalu zīmolu produktu ilgtspēju, kā arī viedtelefonu aplikācija. Piedevām, tiks rosināti grozījumi ES normatīvajos aktos par godīgās tirdzniecības attiecībām, lai uzlabotu šo normatīvu efektivitāti.

Uzdevumi:

1. Kādi varētu būt argumenti, ar kuriem pārliecināt lielveikalu vadītājus par nepieciešamību padarīt lielveikalu zīmolu produktu piegādes ķēdes caurskatāmākas un godīgākas?
2. Ar kādām metodēm varētu padarīt konkrētu lielveikalu produktu piegādes ķēdes caurredzamas? Kādā veidā būtu jāinformē sabiedrība par produkta ražošanas procesu un iesaistītajām personām?
3. Ar kādām problēmām varētu sastapties lielveikals, cenšoties padarīt savu zīmolu piegādes ķēdes ilgtspējīgas un kādi varētu būt to risinājumi?
4. Kādai būtu jābūt lielveikala atbildībai kopumā attiecībā uz savu zīmolu produktiem, kā arī uz pārdotajiem produktiem kopumā? Cik tālu lielveikalam būtu jāpārziņina sava piegādes ķēde un cik izteikti tā jāietekmē?
5. Ko lielveikali varētu darīt, lai uzlabotu izejvielu ražotāju/audzētāju sociāl-ekonomisko un vides situāciju jaunattīstības valstīs?