

SPIS KLUCZOWYCH WYZWAŃ I INICJATYWY

Kluczowe wyzwania – numeracja

1	PERCEPCJA - Polska wołowina w kraju i na rynkach eksportowych jest mało rozpoznawalna i nie ma reputacji wołowiny wysokiej jakości
1.1.	Niewystarczające rozpowszechnienie certyfikatów poświadczających dobrostan i stosowanie dobrych praktyk produkcyjnych
1.2.	Niska rozpoznawalność marki polskiej wołowiny
1.3.	Nieadekwatny wizerunek wołowiny wśród konsumentów krajowych w stosunku do walorów dobrej wołowiny
1.4.	Niewłaściwe oznakowanie wołowiny na półkach polskich sklepów
2	INTEGRACJA - Procesy produkcyjne stosowane w polskim łańcuchu wartości wołowiny ograniczają możliwość wytworzenia wołowiny o powtarzalnej jakości
2.1.	Zbyt małe partie żywca dostarczane przez producentów do przetwórców
2.2.	Ograniczona skala działalności części przetwórców
2.3.	Wysokie koszty przetwórców związane z sortowaniem żywca
3	SATYSFAKCJA - Narzędzia wykorzystywane do przełożenia preferencji konsumentów na proces produkcji bydła są nieefektywne
3.1.	Nieefektywne narzędzia przekładające preferencje kulinarne konsumentów na proces produkcji bydła
3.2.	Nieefektywne narzędzia przekładające preferencje konsumentów w zakresie dobrostanu
4	KOOPERACJA - Uczestnicy polskiego łańcucha wartości nie współpracują ze sobą w wystarczającym zakresie
4.1.	Utrudniona wymiana handlowa ze względu na rozdrobnienie produkcji
4.2.	Skomplikowany proces przekazywania żywca
4.3.	Niepełny i niewiarygodny opis genotypu cieląt
4.4.	Ograniczone zaufanie w całym łańcuchu wartości wołowiny, w szczególności nieufność producentów do przetwórców, wynikająca z subiektywnego systemu klasyfikacji mięsa
4.5.	Niespójne cele producentów cieląt pochodzących z krów mlecznych z celami producentów żywca
5	KOMPETENCJE - Polscy producenci żywca dysponują niewystarczającym zakresem kompetencji w zakresie efektywnej produkcji wołowiny
5.1.	Niski stopień specjalizacji producentów w poszczególnych fazach opasu
5.2.	Ograniczony „know-how” w zakresie metod chowu z uwzględnieniem dobrostanu, dawek żywieniowych, genetyki, ekonomiki, rynków zbytu i oraz właściwej opieki weterynaryjnej
6	OPTYMALIZACJA - Polski łańcuch wartości wołowiny nie wykorzystuje w pełni dostępnych zasobów
6.1.	Nieefektywne wykorzystanie oraz zaniedbanie łąk i pastwisk
6.2.	Za niska dostępność cieląt pochodzących z rynku polskiego
6.3.	Niesatysfakcjonująca jakość materiału genetycznego pochodzącego od krów mlecznych
6.4.	Niesatysfakcjonująca jakość materiału genetycznego pochodzącego od krów mamek
6.5.	Ograniczony udział produktów rozbioru w eksporcie
6.6.	Rośnie liczba gospodarstw, które poszukują alternatywnych kierunków produkcji zwierzęcej

Inicjatywy strategiczne - Dźwignie wzrostu i rozwoju - numeracja

1.	Podniesienie ceny poprzez certyfikaty dobrostanu, zrównoważonego rozwoju oraz ochrony klimatu Konsumenci zagraniczni i krajowi są coraz bardziej świadomi oraz zwracają większą uwagę na dobrostan zwierząt, zrównoważony rozwój i ochronę klimatu.
1.1.	Analiza wymagań rynków docelowych dot. certyfikatów i wdrażanie uzyskanych wyników
1.1.1.	Badania oczekiwań odbiorców na rynkach docelowych dot. zapotrzebowania i wymagań dot. certyfikatów (np. dobrostanu, zrównoważonego rozwoju, ekologii, ochrony klimatu), poprzez warsztaty z głównymi uczestnikami rynku oraz badania preferencji odbiorców. Utworzenie i rozwijanie Platformy Zrównoważonej Wołowiny w ramach Europejskiego Okrągłego Stołu Zrównoważonej Wołowiny
1.1.2.	Modyfikacja certyfikatu potwierdzającego dobrostan chowu zwierząt, zrównoważony rozwój, ochronę klimatu zgodnie z oczekiwaniami klientów rynków docelowych
1.1.3.	Opracowanie planu wdrożenia, implementacja oraz mechanizmy utrzymania certyfikacji dot. dobrostanu / innych certyfikatów w Polsce wystawianych przez niezależne akredytowane jednostki certyfikujące zgodnego z wymaganiami UE dla dobrowolnych systemów zapewniania jakości
1.1.4.	Opracowanie planu wdrażania innowacyjnych metod zapewniania jakości i autentyczności, pochodzenia mięsa wołowego odpowiadających na zapotrzebowanie rynku np. certyfikacja, zastosowanie technologii blockchain, RFID, DNA itd..
1.2.	Popularyzacja opracowanych i wdrażanych certyfikatów
1.2.1.	Zbudowanie systemu zachęt finansowych (np. wsparcie finansowe dla uczestnictwa w systemach jakości) dla producentów oraz pozostałych graczy w sektorze do uczestnictwa w systemie certyfikacji. Dodatkowo, zostaną opracowane inne mechanizmy zachęt do udziału w systemach certyfikacji (m.in. szkolenia dla producentów, warsztaty, akcje marketingowe, dodatkowe korzyści z tytułu udziału w systemie)
1.2.2.	Promocja certyfikatów oraz budowanie zaufania do wdrażanych certyfikatów zarówno na rynku wewnętrznym jak i zewnętrznym

2.	Podniesienie ceny poprzez wdrożenie i upowszechnienie narzędzi zapewniania jakości kulinarnej - Powtarzalna jakość mięsa wołowego sprawi, że popyt konsumentów wzrośnie długoterminowo.
2.1.	Opracowanie narzędzi do zapewnienia jakości kulinarnej mięsa wołowego i ich popularyzacja
2.1.1.	Identyfikacja oczekiwań konsumentów na wybranych rynkach zagranicznych oraz konsumentów krajowych w zakresie jakości kulinarnej mięsa wołowego w ramach współpracy międzynarodowej w celu zaprojektowania narzędzi do prognozowania jakości kulinarnej elementów handlowych adekwatnych do preferencji konsumentów na rynkach docelowych
2.1.2.	Opracowanie kryteriów jakości kulinarnej wołowiny oraz narzędzi do zapewniania jakości kulinarnej wołowiny produkowanej w Polsce (w tym wprowadzenie klas/segmentów kulinarnych mięsa)
2.1.3.	Zbudowanie systemu zachęt finansowych dla przetwórców do wdrażania narzędzi zapewniania jakości kulinarnej mięsa wołowego, umożliwiających adekwatne premiowanie producentów za dostarczanie określonej jakości mięsa, a konsumentowi świadomy wybór zależny od jego preferencji i zasobności portfela
2.2.	Opracowanie systemu zapewnienia jakości kulinarnej mięsa wołowego dla polskiej wołowiny
2.2.1.	Uzgodnienie wymagań dot. jakości kulinarnej dla mięsa sprzedawanego pod wspólnym znakiem

2.2.2.	Opracowanie mechanizmu wdrożenia i utrzymania branżowego systemu zapewniania jakości kulinarnej wołowiny
2.2.3.	Promocja wspólnego znaku towarowego gwarancyjnego oraz zbudowanie strategii budowania zaufania do wdrażanego systemu zapewnienia jakości kulinarnej

3.	Obniżka kosztów i podniesienie wartości produkcji poprzez poprawę jakości żywca wołowego - Poprawa jakości materiału genetycznego pozwoli zarówno na zwiększenie przychodów jak i na optymalizację kosztów
3.1.	Poprawa jakości cieląt produkowanych w Polsce
3.1.1.	Wsparcie poprawy jakości cieląt do opasu poprzez system dopłat do zakupu zwierząt czystorasowych ras mięsnych i dwukierunkowych w celu wymiany krów i buhajów w stadzie podstawowym krów mamek oraz bydła o dwukierunkowym użytkowaniu w małych stadach krów mlecznych*
3.1.2.	Modyfikacja systemu dopłat bezpośrednich mająca na celu wsparcie poprawy jakości materiału genetycznego cieląt poprzez system dopłat do krów mamek oraz krów mlecznych w typie kombinowanym, przy utrzymaniu obecnego poziomu dopłat bezpośrednich do bydła w aktualnym lub proporcjonalnego jego zmniejszenia w nowym okresie programowania**
3.1.3.	Przygotowanie i wdrożenie programu edukacji rolników, importerów i dystrybutorów nasienia buhajów ras mięsnych, przeznaczonych do krzyżowania towarowego w celu zwiększenia świadomości potencjału genetycznego nasienia używanego do inseminacji
3.2.	Zwiększenie przejrzystości rynku cieląt, żywca i mięsa
3.2.1.	Uporządkowanie regulacji dotyczących systemu IRZ(w tym w szczególności rejestracja i publikacja numeru ojca) oraz mechanizmu weryfikacji informacji w nich zawieranych
3.2.2.	Opracowane bazy danych i mechanizmu gromadzenia danych rzeczywistych dot. jakości tusz wołowych wg EUROP, warunków chowu, genotypów w celach porównywania się z innymi producentami oraz porównywania buhajów używanych w rozrodzie, a także jego popularyzacja
3.2.3.	Opracowane systemu gromadzenia danych rzeczywistych dot. cen transakcyjnych cieląt, bydła, tusz, mięsa z wykorzystaniem nowych technologii i zapewnieniem poufności danych oraz jego popularyzację
3.2.4.	Wdrożenie systemu obiektywnej klasyfikacji tusz wołowych EUROP dla minimum 50% ubijanych sztuk bydła
3.3.	Zacieśnienie współpracy w łańcuchu wartości:
3.3.1.	Wsparcie dla producentów żywca do tworzenia sojuszy / grup z producentami cieląt opartych na identyfikacji wzajemnych korzyści, w tym we wsparcie inwestycji grup w infrastrukturę obrotu (środki transportu, punkty gromadzenia zwierząt).
3.3.2.	Niwelowanie barier i wsparcie dla producentów do rozwijania grup oraz organizacji producentów w celu zwiększenia wolumenu żywca wołowego sprzedawanego przez grupy, organizacje producentów i spółdzielnie rolników do poziomu 30% rynku.
3.3.3.	Zachęty dla przetwórców do tworzenia sojuszy producencko-przetwórczych
3.3.4.	Przygotowanie i wdrożenie programów współpracy pomiędzy producentami mleka a producentami żywca wołowego

4.	Obniżenie kosztów w wyniku podniesienia kompetencji producentów żywca - producenci bardzo liczą na wsparcie w zakresie zwiększenia ich kompetencji
4.1.	Rewitalizacja programu doradztwa techniczno-ekonomicznego:
4.1.1.	Opracowanie kompleksowego zbioru wiedzy nt. żywienia bydła w warunkach polskich, profilaktyki i opieki weterynaryjnej, ekonomiki chowu oraz referencyjnych cen transakcyjnych

4.1.2.	Opracowanie koncepcji doskonalenia systemu doradztwa techniczno-ekonomicznego dla producentów uwzględniającego synergie pomiędzy Ośrodkami Doradztwa Rolnego, organizacjami branżowymi i prywatnymi doradcami
4.1.3.	Popularyzacja systemu doradztwa techniczno-ekonomicznego wśród producentów
4.1.4.	Opracowanie efektywnych programów szkoleń oraz ich wdrożenie wśród producentów obejmujące zagadnienia technologii, profilaktyki i opieki weterynaryjnej oraz ekonomiki chowu bydła dla różnych ras oraz różnych warunków utrzymania zwierząt
4.2.	Wsparcie specjalizacji i profesjonalizacji producentów:
4.2.1.	Zwiększenie udziału specjalistycznych (np. odpajanie cieląt, tucz, itd.) gospodarstw poprzez zachęty finansowe do inwestycji dla producentów oraz popularyzacja inicjatywy
4.2.2.	Opracowanie i wdrożenie systemu do planowania rozwoju oraz zarządzania gospodarstwem rolnym produkującym żywiec wołowy w oparciu o wystandaryzowane analizy ekonomiczne, w tym kalkulatory ekonomiki chowu dla producentów
4.2.3.	Wdrożenie systemu wsparcia dla liderów zmian w zakresie specjalizacji i profesjonalizacji

5.	Zwiększenie wartości dodanej w wyniku podniesienia innowacyjności przetwórców - Wzrost marżowości może zostać spowodowany zwiększeniem udziału elementów rozbioru.
5.1.	Zwiększenie wartości dodanej w wyniku wdrożenia innowacyjnych rozwiązań z zakresu przetwórstwa i marketingu
5.1.1.	Zachęty finansowe do inwestycji w linie rozbiorowe zwiększające efektywność rozbioru, tj. wydajność jednego zatrudnionego, jakość, identyfikowalność oraz pozwalające zwiększyć udział eksportu elementów rozbioru i konfekcjonowanej wołowiny.
5.1.2.	Wsparcie marketingu konfekcjonowanych / przetworzonych produktów z polskiej wołowiny na rynkach docelowych
5.1.3.	Wsparcie współpracy uczestników łańcucha dostaw wołowiny, naukowców, producentów maszyn i urzędów dla opracowania i wdrażania nowych technologii w produkcji wołowiny
5.1.4.	Wsparcie do inwestycji w poprawę trwałości polskiej wołowiny kulinarnej (dążenie do zapewnienie 60-90 dni okresu przydatności do sprzedaży wołowiny chłodzonej)
5.1.5.	Umożliwienie rolnikom ubojów bydła w rzeźni rolniczej lub mobilnej i wprowadzanie mięsa z tego uboju na rynek.
5.1.6.	Umożliwienie uboju bydła na użytek własny bez względu na wiek zwierząt.

6.	Promocja polskiej wołowiny - Bardzo istotna jest promocja polskiej wołowiny na rynkach zagranicznych i krajowych, wesprze ona realizację wszystkich pozostałych inicjatyw
6.1.	Przygotowanie i wdrożenie strategii promocji marki polskiej wołowiny
6.1.1.	Zdefiniowanie marki dla polskiej wołowiny wraz z towarzyszącymi jej atrybutami oraz skojarzeniami, które chcemy wywołać u odbiorców na rynku krajowym i rynkach zagranicznych. Opracowanie strategii komunikacji marketingowej i promocji zdefiniowanej marki, z uwzględnieniem ograniczeń co do źródeł finansowania
6.1.2.	Opracowanie strategii komunikacji w sytuacjach kryzysowych
6.1.3.	Wdrożenie strategii promocji oraz działania mające na celu popularyzację polskiej wołowiny na wybranych rynkach zagranicznych oraz rynku krajowym