



Agroresursu un  
ekonomikas  
institūts



EIROPAS SAVIENĪBA  
Eiropas Jūrlietu un  
zivsaimniecības fonds

## Atskaite

# Latvijas Zivrūpniecības nozares produkcijas eksporta potenciāla izpēte

Ziņojumu iesniedza :

.....  
Ingūna Gulbe

AREI EPC Tirgus veicināšanas daļas vadītāja

**2017. gada oktobris**



*PROJEKTU LĪDZFINANSĒ ES*

## Saturs

LIETOTIE SAĪSINĀJUMI .....	3
KOPSAVILKUMS.....	4
PĒTĪJUMA SATURS .....	5
1. IZMANTOTIE/APKOPOTIE DATI.....	6
2. IZVĒLĒTĀS METODEDES.....	7
3. TIRGUS APRAKSTS .....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
3.1. Eksporta statistikas izvērtējums .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2. Latvijas konservu ražotāju noieta tirgi ...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3. Secinājums.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4. TIRGUS PIEEJAMĪBA .....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
4.1. Sagatavoto un konservēto zivju eksports pa gadiem ārpus ES robežām ES iekšējā tirgū.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2. Tirgus tendences konservēto tunča produktu noietam	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3. Tirgus tendences sagatavoto un konservēto sardīņu noietam .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4. Secinājums.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
SECINĀJUMI UN IETEIKUMI .....	8

## LIETOTIE SAĪSINĀJUMI

ANO	Apvienoto Nāciju Organizācija
CSP	Centrālā Statistikas Pārvalde
EUMOFA	Eiropas Savienības zivsaimniecības nozares statistikas portāls
EUROSTAT	Eiropas statistikas portāls
ES	Eiropas Savienība
FAO	Pasaules Pārtikas un Lauksaimniecības organizācija
LAD	Lauku atbalsta dienests
LZS	Latvijas Zivsaimnieku Savienība
ZM	Latvijas Republikas Zemkopības ministrija

## KOPSAVILKUMS

Pētījuma aktualitāti nosaka sistēmiskās izmaiņas Latvijas zivrupniecības nozares produktu eksporta tirgos.

Pētījuma mērķis ir Latvijas zivrupniecības nozares produktu eksporta tirgu esošās situācijas raksturojuma sniegšana un pārmaiņu nepieciešamības noteikšana eksporta plūsmās produktu spektra un eksporta virzienu kontekstā.

Atbilstoši pētījuma mērķim izvirzītie darba uzdevumi ietver esošās situācijas raksturošanu sagatavotu un konservētu zivju produktu tirgū, kā arī šī tirgus nākotnes potenciāla izvērtējumu. Pētījumam izvirzīti divi plašāki darba uzdevumi - vispārēja tirgus apraksta sagatavošana un tirgu pieejamības raksturošana.

Pētījumā izmantoti Centrālās Statistikas Pārvaldes (CSP) dati par eksportu un importu, EUROSTAT datubāzu dati, vairāku valsts un privāto institūciju dati un informācija.

Pētījumā tiek izmantotas kvalitatīvās un kvantitatīvās datu ieguves un apstrādes metodes.

Balstoties uz datu analīzi, tiek izdarīti secinājumi par eksporta tirgu pieejamību un to nākotnes potenciālu.

Balstoties uz izdarītajiem secinājumiem, tiek izvirzīti ieteikumi turpmāko nozares eksporta plūsmu veidošanai produktu spektra un eksporta virzienu kontekstā.

Pētījuma apjoms ir 19 lpp., pētījumam netiek pievienoti pielikumi. Darbā iekļauti 11 attēli. Ierobežotais izpildes laiks un finansējums, kā arī pieejamie dati noteica šī darba apjomu un detalizācijas pakāpi.

Ziņojumu sagatavoja Dr.oec. I.Gulbe, Mg.oec. I.Osīte un SIA „Leiter” eksperti

## **PĒTĪJUMA SATURS**

Pētījuma mērķis ir Latvijas zivrūpniecības nozares produkcijas eksporta potenciāla izpēte.

Atbilstoši mērķim ir izvirzīti sekojoši darba uzdevumi:

- 1) Sniegt vispārējo tirgus aprakstu, iekļaujot:
  - a. eksporta statistikas izvērtējumu,
  - b. Latvijas konservu ražotāju noieta tirgu raksturojumu.
- 2) Raksturot tirgus pieejamību, iekļaujot:
  - a. sagatavoto un konservēto zivju eksporta dinamiku ārpus ES robežām ES iekšējā tirgū,
  - b. tirgus tendences konservēto tunča produktu noietam,
  - c. tirgus tendences sagatavoto un konservēto sardīņu noietam.

## **IZMANTOTIE/APKOPOTIE DATI**

Pētījumā izmantoti Eiropas Savienības statistikas portāla EUROSTAT, Latvijas Centrālās Statistikas Pārvaldes (CSP), Zemkopības ministrijas (ZM), Latvijas Zivsaimnieku Savienības (LZS), Pasaules Pārtikas un lauksaimniecības organizācijas (FAO) aģentūras GLOBEFISH, biznesa konsultāciju firmas Grand View Research dati un informācija.

## **IZVĒLĒTĀS METODES**

Atbilstoši pētījuma mērķim un uzdevumiem, kā arī, ievērojot pieejamo datu avotu klāstu un kvalitāti, pētījuma veikšanai izmantotas kvalitatīvās un kvantitatīvās metodes.

### **Kvalitatīvās metodes**

Pētījumā izmantotas analīzes, sintēzes un grafiskās metodes.

### **Kvantitatīvās metodes**

Pētījumā izmantota bilances metode.

## SECINĀJUMI UN IETEIKUMI

### Secinājumi

- 1) Konservu eksporta apjoma kritums uz NVS valstīm daļēji tiek kompensēts, pārorientējoties uz Rietumeiropas valstīm, kā arī Āziju, ASV un Dienvidameriku. Taču jaunie tirgi netiek apgūti pietiekami strauji. Eksporta pieaugums uz Rietumvalstīm un Āziju ir skaidrojams ar atsevišķu uzņēmumu spēju veiksmīgi apgūt tirgu, nevis vienota nozares produkta virzību. Kāpums pārdošanas apjomos rietumu virzienā faktiski bāzēts uz viena uzņēmuma „SIA Karavela“ panākumu pamata.
- 2) Sagatavoto un konservēto zivju tirgus vērtība periodā līdz 2024. gadam var pieaugt par 3%. Kopumā zivju produktu cenās ir vērojams kāpums, kas daļēji ir saistīts arī ar pieprasījuma izmaiņām, patērētāju vēlmei izmantot zivju produktus, kā gaļas daļēju aizstājēju ikdienas uzturā. Konservētie zivju produkti kļūst populārāki, jo samazinās gatavošanai nepieciešamais laiks. Pasaulē konservētu zivju produktu segmentā ar ievērojamu līderpozīcijas ieņem konservēts tuncis, otro vietu ieņem sardīnes, tālāk seko skumbrija u.c. produkti.

### Ieteikumi

- 1) Latvijas zivrūpniecības uzņēmumiem ir nepieciešams turpināt pārorientāciju no NVS tirgiem uz Rietumeiropas, Āzijas un ASV tirgiem ar augsta noieta potenciālu.
- 2) Jaunu tirgu apgūšanas intensitāti ir nepieciešams paaugstināt, palielinot tajos izejošo Latvijas uzņēmumu skaitu.
- 3) Nepieciešams izmantot labvēlīgo globālo tirgus situāciju vidēja termiņa periodā, pieaugot sagatavoto un konservēto zivju cenām.
- 4) Nepieciešams ņemt vērā pieaugošo patērētāju vēlmi izmantot zivju produktus kā gaļas aizstājējproduktus.
- 5) Nepieciešams izmantot konservēto zivju produktu popularitātes pieaugumu sakarā ar maltīšu gatavošanai nepieciešamā atvēlētā laika samazināšanos.
- 6) Latvijas zivrūpniecības uzņēmumiem nepieciešams produkcijas sortimentu lielākā mērā pārvirzīt uz sardīnes, tunča un skumbrijas produktiem.
- 7) Latvijas zivrūpniecības uzņēmumiem aktīvāk izmantot dažādus mārketinga instrumentus (dalība starptautiskajās izstādēs un produktu kvalitātes konkursos, sadarbība ar populāriem pavāriem, dažādu informatīvu prezentācijas materiālu izplatīšana (filmas, grāmatas, bukleti)) u.c.