



Agroresursu un
ekonomikas
institūts



EIROPAS SAVIENĪBA
Eiropas Jūrlietu un
zivsaimniecības fonds

Atskaite

Latvijas zivrrūpniecības nozares tēla izpēte pasaules tirgos reklāmas kampaņas koncepcijas izstrādei sardīnēm

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 METODES.....	7
3. TIRDZNICĪBAS VEICINĀŠANA .ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.	
3.1. Šī brīža produktu piedāvājuma izvērtējums Error! Bookmark not defined.	
3.2. Latvijas zivrupniecības tēls un līdzšinējais produktu pozicionējums	Error! Bookmark not defined.
3.3. Privātā zīmola ražošanas iespējas	Error! Bookmark not defined.
3.4. Secinājums.....	Error! Bookmark not defined.
4. TIRGUS PERSPEKTĪVA.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
4.1. Rietumvalstu un Āzijas eksporta tirgus potenciāls Error! Bookmark not defined.	
4.2. Galvenie izplatīšanas kanāli un patērētāju vēlmes Error! Bookmark not defined.	
4.3. Konkurenti.....	Error! Bookmark not defined.
4.4. Ieteikumi jaunu eksporta tirgu apguvei.. Error! Bookmark not defined.	
4.4.1 Līdzšinējā pieredze	Error! Bookmark not defined.
4.4.2 Soļi jaunu eksporta tirgu apgūšanā – jauna tirgus izpēte Error! Bookmark not defined.	
4.4.2.1 Tirgus statistika	Error! Bookmark not defined.
4.4.2.2 Produkta adaptācija.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.2.3 Mārketinga materiāli.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.2.4 Secinājums.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.3 Pamata noieta kanālu apgūšana	Error! Bookmark not defined.
4.4.4 Secinājums.....	Error! Bookmark not defined.
4.5. Vienota pozicionējuma izstrāde visiem tirgus dalībniekiem	Error!
Bookmark not defined.	
4.5.1 Latvijas sagatavotie un konservētie tunča produkti Error! Bookmark not defined.	
4.5.2 Latvijas sagatavotie un konservētie sardīņu produkti Error! Bookmark not defined.	
4.5.3 Secinājums.....	Error! Bookmark not defined.
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 nepieciešamība formulēt kopīgu Latvijas zivrrūpniecības nozares stratēģiju, ieskaitot vienotu rīcības plānu.

Pētījuma mērķis ir Latvijas zivrrūpniecības nozares izpēte kopīgas nozares stratēģijas izstrādāšanai, identificējot uzņēmumu kopīgos mērķus, kā arī vienota rīcības plāna izveidošana. Latvijas zivrrūpniecības nozares izpētē tiek iekļauts produktu klāsta, dažādu uzņēmumu stratēģiju un eksporta tirgu apraksts, kā arī ražošanas faktoru un inovāciju potenciāla izvērtējums.

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 darba uzdevumi - priekšlikumu izstrādāšana tirdzniecības veicināšanas pasākumiem un tirgus perspektīvu un potenciāla noteikšana Rietumvalstu un Āzijas eksporta tirgos.

Pētījumā izmantoti Centrālās Statistikas Pārvaldes (CSP) dati par eksportu un importu, EUROSTAT datubāzu dati, EUMOFA portāla informācija, 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 iespējamajiem tirgus veicināšanas pasākumiem, tirgu potenciālu un perspektīvām.

Balstoties uz izdarītajiem secinājumiem, tiek izvirzīti ieteikumi kopīgas Latvijas zivrrūpniecības nozares stratēģijas formulēšanai un vienota rīcības plāna izstrādāšanai.

Pētījuma apjoms ir 23 lpp., pētījumam netiek pievienoti pielikumi. Darbā iekļauti 9 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 „Severīns” eksperti.

PĒTĪJUMA SATURS

Pētījuma mērķis ir Latvijas zivrupniecības nozares izpēte kopīgas nozares stratēģijas izstrādāšanai, identificējot uzņēmumu kopīgos mērķus, kā arī vienota rīcības plāna izveidošana.

Atbilstoši mērķim ir izvirzīti sekojoši darba uzdevumi:

- 1) Sniegt priekšlikumus tirdzniecības veicināšanas pasākumiem, iekļaujot:
 - a. šī brīža produktu piedāvājuma aprakstu,
 - b. Latvijas zivrupniecības tēla un līdzšinējā produktu pozicionējuma izvērtējumu,
 - c. privāto zīmolu ražošanas iespējas.
- 2) Tirgus perspektīvu un potenciāla noteikšana Rietumvalstu un Āzijas eksporta tirgos, iekļaujot:
 - a) galveno izplatīšanas kanālu un patērētāju vēlmju aprakstu,
 - b) konkurentu raksturojumu,
 - c) ieteikumus jaunu eksporta tirgu apguvei, balstoties uz līdzšinējo pieredzi, jaunu eksporta tirgu izpēti un pamata noieta kanālu apgūšanu,
 - d) vienota pozicionējuma izstrādi visiem tirgus dalībniekiem Latvijas sagatavotajiem un konservētajiem tunča un sardīnes produktiem.

IZMANTOTIE/APKOPOTIE DATI

Pētījumā izmantoti Eiropas Savienības statistikas portāla EUROSTAT, Eiropas Savienības zivsaimniecības nozares statistikas portāla EUMOFA, Latvijas Centrālās Statistikas Pārvaldes (CSP), Zemkopības ministrijas (ZM), Lauku Atbalsta dienesta (LAD), Latvijas Zivsaimnieku Savienības (LZS), Pasauls Pārtikas un lauksaimniecības organizācijas (FAO) aģentūras GLOBEFISH, Kanādas izpētes centra Agriculture and Agri-Food Canada, Lielbritānijas vēstniecības Berlīnē, Holandes Ārlietu ministrijas aģentūras importa veicināšanai no attīstības valstīm CBI, Zviedrijas Tirdzniecības kameras, pārtikas ražošanas un drošuma standartu un prakses vadlīniju kompleksa Codex Alimentarius, globālās tirgus izpētes centra Euromonitor International, eksporta pakalpojumu kompānijas Export Compass, biznesa konsultāciju firmu Insider Media Limited, tirgus izpētes kompāniju Market Watch, Gateway Baltic, Nielsen 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) Patērētājiem joprojām ir spēcīgas asociācijas ar “Rīgas šprotes” zīmolu, kā Latvijas konservētās zivju produkcijas karognesēju, kas saistīts ar to, ka nav veiktas investīcijas Latvijas sardīņu pārstrādātāju tēla veidošanā ne pašmāju, ne ārvalstu tirgos.
- 2) Pastāv daži būtiski priekšnosacījumi, lai Latvijas Konservētu Zivju ražotāji varētu iekļūt ārējos tirgos, stabili tajos noturētos un būtu konkurētspējīgi, t.sk. elastība biznesa procesos, darba spēka pieejamība un izmaksas, kontakti / sakari, vienots produktu pozicionējums.
- 3) Latvijas zivrūpnieki piedāvā ļoti kvalitatīvu produkciju – mazas, smalkas un tīras zivis, taču potenciālajos noieta tirgos par to nav informācijas. Baltijas sardīne pēc garšas īpatnībām tuva Baltijas reņģēm un ir industriāls produkts. Nozarei ir ievērojams nākotnes potenciāls sardīņu tipa produktu virzībai līdz šim neapgūtos vai mazapgūtos tirgos. Darba spēka izmaksas ir salīdzinoši zemas, pretnostatot tās Rietumvalstu ražotājiem, tāpat arī tiek ražota daudzveidīga produkcija, ar Latvijas sagatavoto un konservēto zivju produktu nozarei ir nepieciešamā ražošanas infrastruktūra, inovatīvi risinājumi, kā arī pieejamas izejvielas.

Ieteikumi

- 1) Analizējot pasaulē populārākos konservētu zivju produktu veidus un iespējas tos ražot, Latvijā ir būtiski nodalīt sardīnes un sardīņu tipa produktus no pārējiem.
- 2) Latvijas Zivrūpnieku savienībai jānodrošina kopīgi uz nozares attīstību vērsti pamatdarbības principi, lai atbilstoši augstas kvalitātes pieprasījumam adaptētu savu produkciju, nodrošinātu noieta stabilitāti un minimizētu svārstības.
- 3) Ražotājiem pašiem vai arī ar eksporta profesionāļu palīdzību jānododas uz mērķa valstīm un jāapzina situācija veikalos. Ja tajos atrodami līdzīgi vai tie paši produkti, ir jāidentificē šo produktu ražotājs. Tālākie soļi ietver, sazināšanos ar tirgotājiem un vienošanos tikties ar ražotājiem, lai ievāktu informāciju. Šī iespēja pastāv 3-4 reizes gadā, un ir iespējama izstādēs. Pirms tikšanās ir svarīgi veikt datu izpēti un salīdzināšanu. Ja ir redzams, ka potenciāls tirgus daļai ir, jāveic aktivizācija, ko vēlams sākt ar precīza parauga izgatavošanu.
- 4) Lūkojoties jaunu tirgu virzienā, jāņem vērā arī daži politiska rakstura aspekti un iespējas, kā nodrošināt, lai ražotājs ir pamanāms vienotajā tirgū. Ir nepieciešama palīdzība no vēstniecībām tiešo kontaktu meklēšanā. Ilglaicīgu laika ieguldījumu prasa arī juridisko atzinumu saskaņošanas process un sertifikātu iegūšana. Sagatavoto un konservēto zivju produktu pieprasījuma un izplatīšanas kanālu aspektā potenciālajiem pasūtītājiem svarīgākie faktori ir stabilitāte, izvēles iespējas jeb produkcijas daudzveidība, iepakojums, drošība (kvalitātes kontrole), cena, tās stabilitāte un elastība. Ir jāizskata arī dažādu valstu

patērētāju paradumi un to patēriņa ierāžas konservēto zivju produktu lietošanā, t.sk. konservēto sardīņu produktu lietošanā. Jāņem vērā, ka Dienvideiropā un Centrāleiropā ir daļu no kopējā ražotāju skaita sastāda arī noteikts skaits ar mazāk efektīviem, nerentabliem uzņēmumiem, kas ir priekšrocība Latvijas ražotājiem.

- 5) Nepieciešams parādīt un pastāstīt pasaulei, ka Latvija var piedāvāt līdzvērtīgas, augstvērtīgas sardīnes – zivis, kuras atpazīst un kurām uzticas daudzos pasaules tirgos. Lai izstrādātu vienotu pozicionējumu visai nozarei, katram zivrūpniekam būtu jānodrošina, ka tā piedāvātā produkcija atbilst vienotiem kritērijiem, t.sk. produkcijas kvalitāte, produkcijas pieejamība, darba spēka pieejamība un izmaksas un drošība. Pozicionējot produktu, ir jāņem vērā benzoapirens to sastāvā un jāskaidro šīs vielas saturs un ietekme. Ir nepieciešams izveidot vienotu produkta zīmolu, kas apvieno Latvijas Zivrūpnieku savienības biedru, tā arī iesaistīto Latvijas zivrūpnieku sardīņu produkciju - zīmola virzība notiek visas industrijas interesēs.
- 6) Svarīgi ir veikt vairākus soļus, lai Latvijas ražotāji būtu konkurētspējīgi ārvalstu tirgos. Stratēģiski jāstrādā pie domas maiņas profesionāļu vidū un jāstiprina fakts, ka Baltijas zivis nav piesārņotas. Spējot mainīt viedokli par produkcijas kvalitāti un izejvielu augstvērtīgumu, Latvijas Sardīnei ir iespēja kļūt pamanāmai un konkurētspējīgai jaunos tirgos. Latvijas zivsaimniekiem jāspēj nodrošināt potenciālo pasūtījumu izpildei nepieciešamo tehnoloģisko bāzi un produkciju, sevišķi domājot par augsta apjoma tirgiem. Lai to veicinātu visas nozares konkurētspēju, ir jāstrādā pie nozares atpazīstamības veicināšanas, kam nepieciešams finansējums. Līdzšinējais „šprotu lielvalsts“ tēls jātransformē „sardīņu lielvalstī“.