



# Piekrastes zvejniecības attīstības mārketinga programma”

Projekta Nr. 23-00-S0TV03-000001

Asoc. profesore, Dr.oec. **INGŪNA GULBE**

AREI Lauksaimniecības Tirgus  
veicināšanas daļas vadītāja



# ES nostādnes nozares attīstībai

virksne pētījumu par piekrastes sociālekonomisko situāciju



“

...galvenais piekrastes zvejnieku sliktās situācijas iemesls ir valsts un ES zivsaimniecības politikas nepareiza darbība, kas, lai gan uzsver piekrastes zvejas nozares nozīmi uz papīra, praksē neņem vērā viņu dažādās vajadzības.

”



# ES nostādnes nozares attīstībai

virrkne pētījumu par piekrastes sociālekonomisko situāciju



“

Lai gan piekrastes zvejniecība joprojām nodrošina visvairāk nodarbinātības nozarē, tos ignorē un atstumj stingrā, uz ražošanu balstītā politikā, kas vērsta uz rūpniecības attīstību, tehnisko efektivitāti un uz tirgu balstītiem pārvaldības mehānismiem (Pascual-Fernandez, 2020; Percy un O'Riordan, 2020; Jentoft, 2020)

”

Somijas Dabas resursu izpētes institūta un Zviedrijas Gēteborgas univesitātes pētnieku (Peka Salmi, Sebastian Linke, Nathan Siegrist, Kristina Svells) 2022. gada publikācijā “Jauna cerība mazapjoma piekrastes zvejniecībā ar vietējo rīcības grupu starpniecību? Somijas un Zviedrijas pieredzes salīdzināšana

# ES nostādnes nozares attīstībai

virksne pētījumu par piekrastes sociālekonomisko situāciju



## 1. EIROPAS PARLAMENTA UN PADOMES REGULA (ES) 2021/1139, ar ko izveido Eiropas Jūrlietu, zvejniecības un akvakultūras fondu un groza Regulu (ES) 2017/1004

“...palīdzētu sasniegt pienācīgu dzīves līmeni tiem, kuri ir atkarīgi no zvejas darbībām, paturot prātā piekrastes zvejniecības un sociālekonomiskos aspektus...”

“... vajadzētu būt pieejamam atbalstam, kas paredzēts ražotāju organizāciju izveidei, ražošanas un tirgvedības plānu īstenošanai, jauna tirgus noieta veicināšanai un tirgus informācijas sagatavošanai un izplatīšanai...”

# ES nostādnes nozares attīstībai

virksne pētījumu par piekrastes sociālekonomisko situāciju



## 2. Eiropas Parlamenta 2023. gada 19. janvāra rezolūcija par mazapjoma zvejas stāvokli ES un nākotnes perspektīvām (2021/2056(INI))

“... iespējas, kas izriet no iespējamās sinerģijas starp mazapjoma zveju un citām nozarēm un jo īpaši ar piekrastes tūrismu, kam ir tādi paši aktīvi un infrastruktūra kā mazapjoma zvejas nozarei; uzsver, ka šāda sinerģija ļautu dažādot vietējo ekonomiku, nodrošinātu papildu darbvietas un ienākumus ģimenēm un palīdzētu stabilizēt rentabilitātes un nodarbinātības samazināšanos zvejas nozarē; šajā sakarībā aicina skaidri definēt jēdzienu “zvejas tūrisms”, kas ļautu veikt reglamentētu darbību un vienlaikus profesionāliem mazapjoma zvejniekiem pilnībā izmantot iespējas, ko sniedz sinerģija ar zilās ekonomikas nozari...”

# Situācija nozarē



1

Piekrastes zvejas uzņēmumu skaitam ir tendence samazināties, īpaši samazinās zvejnieku skaits, kas zvejo visu gadu un zveja ir pamatienākumu veids.

2

Nozvejās pamatā reņģe un apaļie jūrasgrundūļi, lielākās nozvejas stāvvados. Tīklu un murdu zvejā ekonomiski izdevīgākās zivju sugas ir mencas, plekstes, laši, taimiņi, zandarti, sīgas, salakas (stintes), lucīši un asari. Nozvejas gadu no gada samazinās.

3

Zivju realizācija. Pa tiešo patērētājam oficiāli pārdod maz. Zivis nonāk dažāda lieluma pārstrādes uzņēmumos un tirgos. Pircējiem trūkst informācijas un zināšanu par vietējām zivju sugām un to izmantošanu.



# Zvejnieku saimniecības raksturojums



## **Vidējais vecums:**

zvejniecība tiek “ģenētiski pārmantota”, vidējais vecums 30–40 gadi.



## **Izglītība:**

pamatā vidējā izglītība, zināšanas nozarē tiek pārmantotas no paaudzes paaudzē.



## **Darba specifika:**

zvejo ar ilgtspējīgiem zvejas rīkiem, darba laiks un ienākumi atkarīgi no laikapstākļiem un citiem apstākļiem.



# Zvejnieku saimniecības raksturojums



## Papildu ienākumu avoti:

zivju pirmapstrāde, kūpināšana un pārdošana, nedaudz tūrisms, īpaši grūtos apstākļos meklē darbu citās nozarēs vai dodas īstermiņa darbos uz ārvalstīm.



## Īpašas prasmes un zināšanas:

zvejas rīku un aprīkojuma izgatavošana, labošana. Pārzina laikapstākļu ietekmi uz konkrētām zvejas vietām, jūras gultni, spēj novērtēt ekoloģiskos apstākļus jūrā.



## Rakstura īpašības:

savas zemes un nozares patriots, dziļa cieņa pret dabu un visu dzīvo, skarbs, piesardzīgs pret svešiniekiem, spēj sadarboties kritiskos brīžos, “zvejnieks, kurš nepārspilē, nav apveltīts ar izdomu”.





# Piekrastes zvejnieku apsekojums



1

Piekrastes komerczvejas uzņēmumi Carnikavā, Saulkrastos, Zvejniekiemā, Liepupē, Kuivižos, Engurē, Mērsragā, Upesgrīvā, Melnsilā, Kolkā, Saunagā, Užavā, Jūrkalnē, Pāvilostā, Liepājā

2

Zvejnieku organizāciju pārstāvji

3

Pašvaldības

4

Ēdināšanas uzņēmumu pārstāvji

5

Partnerība "Jūras zeme"



# Piekrastes zvejnieku apsekojums



1

Pārsvarā strādā paši, kā arī ģimenes locekļi. Zvejnieki paaudzēs.

2

Popularizēšanu veic katrs individuāli, samērā neregulāri un atbilstoši iespējām un iemaņām, uzticas reklāmai “no mutes mutē”.

3

Nākotnes attīstības plāni – zivju apstrādes ceļa ierīkošana, degustāciju un kūpināšanas meistarklašu vietas iekārtošana, zivju kioska izveide un tirdzniecības vietas ar automātisko zivju izsniegšanu iegāde, savas preču zīmes izveide, zvejas aprīkojuma modernizācija un papildu zvejas laivu iegāde, viesu mājiņu/ apmetņu jūras krastā izveide, saldētavas izveide, autoveikala-refrižeratora iegāde, tūrisma pakalpojumu piedāvājuma uzsākšana, tajā skaitā piedāvājums tūristiem doties līdz zvejā.

# Piekrastes zvejnieku apsekojums

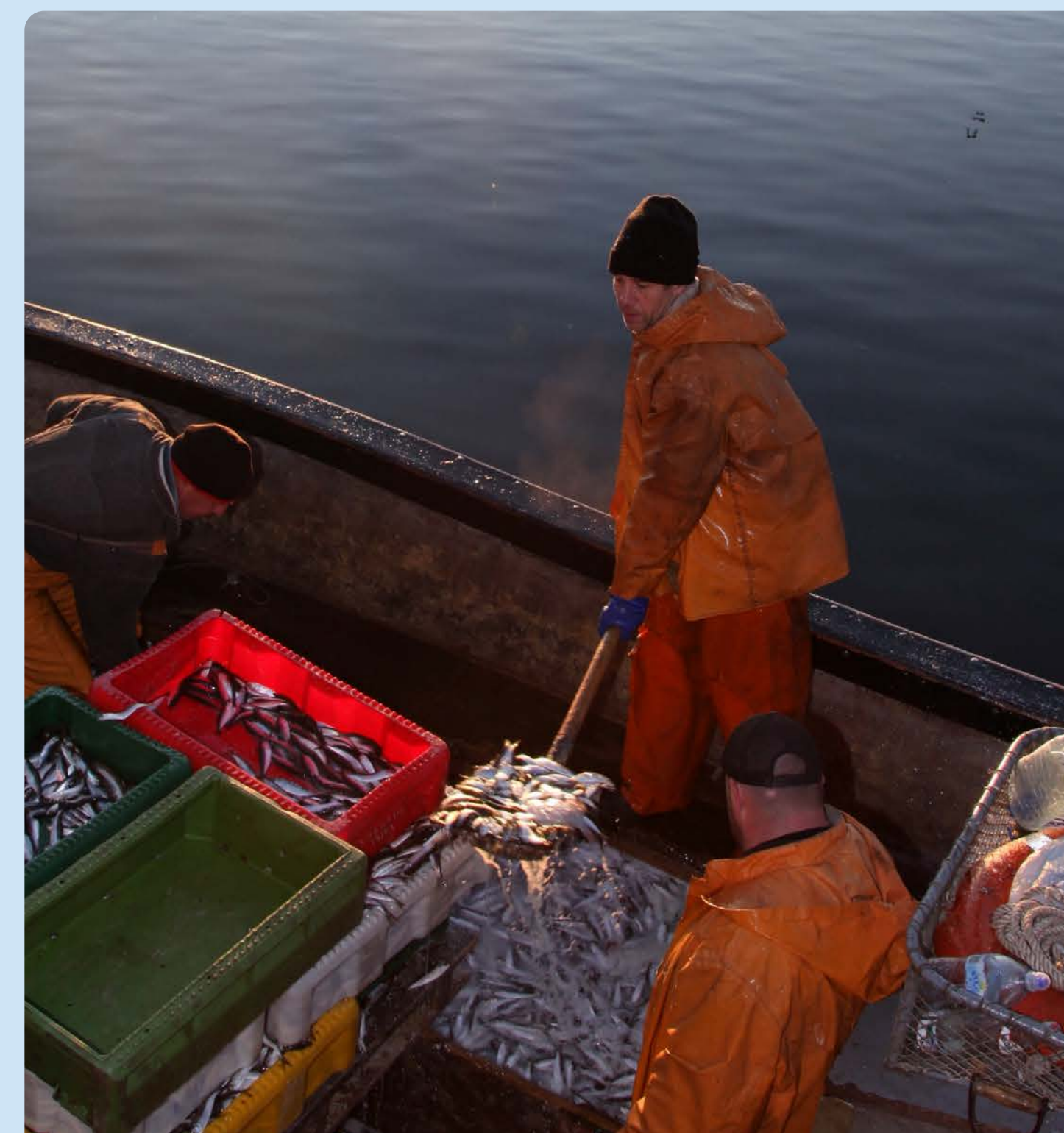


4

Savsarpējai sadarbībai un sadarbībai ar jau esošiem tūrisma pakalpojumu sniedzējiem un ēdināšanas uzņēmumiem redz plašu potenciālu.

5

Lai attīstītos – nepieciešamas zināšanas un citu pieredzes apzināšana, finanšu reursu, infrastruktūra, konsultāciju atbalsts projektiem, grāmatvedībai uc.



# Piekrastes zvejnieku apsekojums



1

Projekts “Zivju sezona”. Īsteno piekrastes VRG.

2

Zvejnieku svētki piekrastē.

3

Zivju festivāli – Reņģēdāju festivāls, Nēģu svētki uc.

4

Mārketinga materiāli – pagaidām maz.



# Mārketings piekrastes zvejai

## Programmas mērķi



1

Baltijas jūras un Rīgas līča piekrastes zvejniecības stiprināšana

2

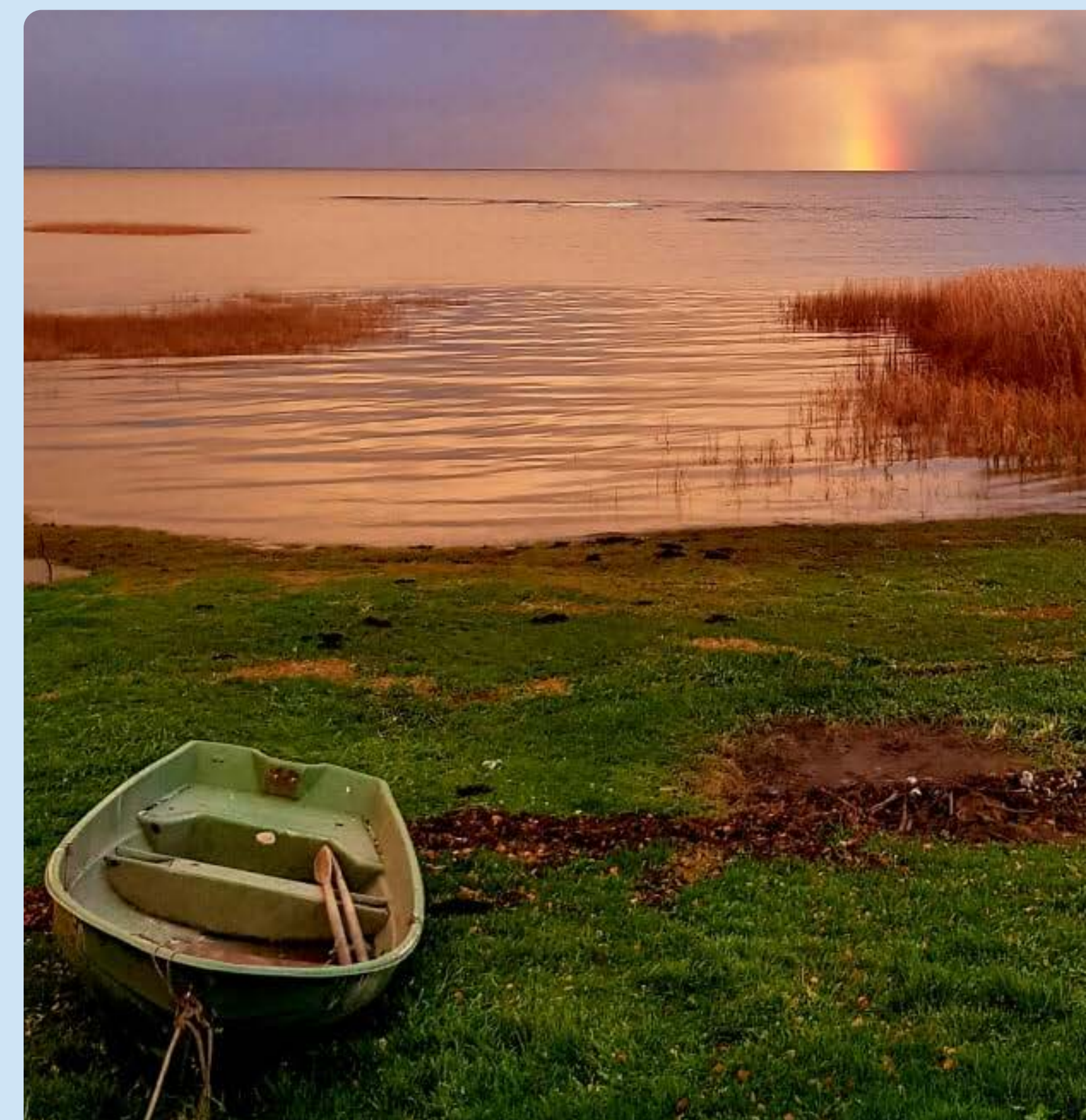
Esošo piekrastes ciemu un zvejnieku sētu saglabāšana un attīstība

3

Piekrastes potenciāla izmantošana tūrisma jomā

4

Piekrastes zvejniecības pievienotās vērtības celšana



# Mārketings piekrastes zvejai

## Programmas mērķi



5

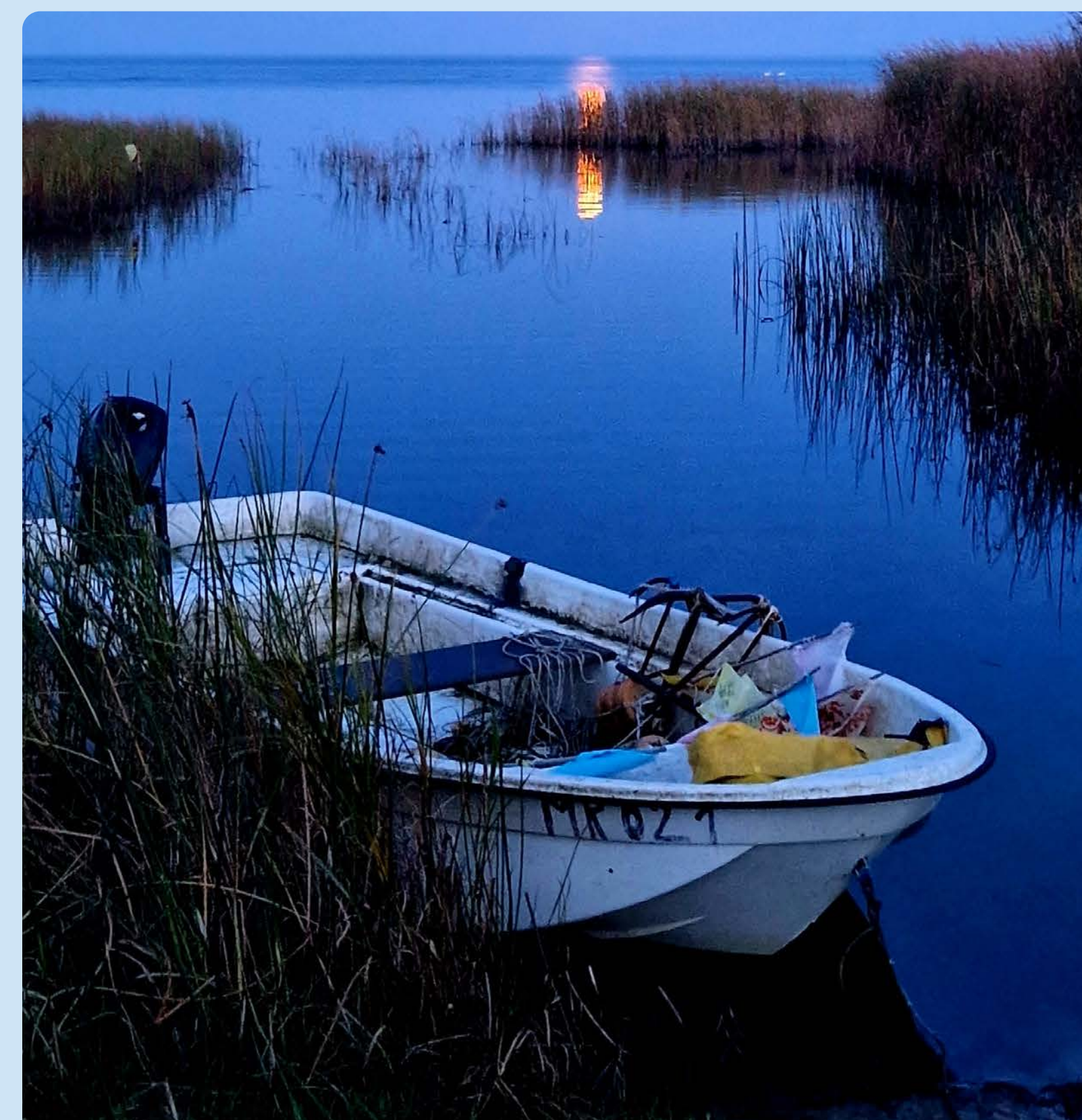
leguldījums kultūrvēsturiskā un kulinārā mantojuma saglabāšanā

6

Piekrastes zvejniecības tēla popularizēšana

7

Sezonālās ietekmes mazināšana Baltijas jūras un Rīgas līča piekrastē



# Mārketings piekrastes zvejai, jau izdarītais



Radīts korporatīvais stils- Stila grāmata

Uzsākta tīmekļa vietnes izstrāde

# Korporatīvais stils- Stila grāmata

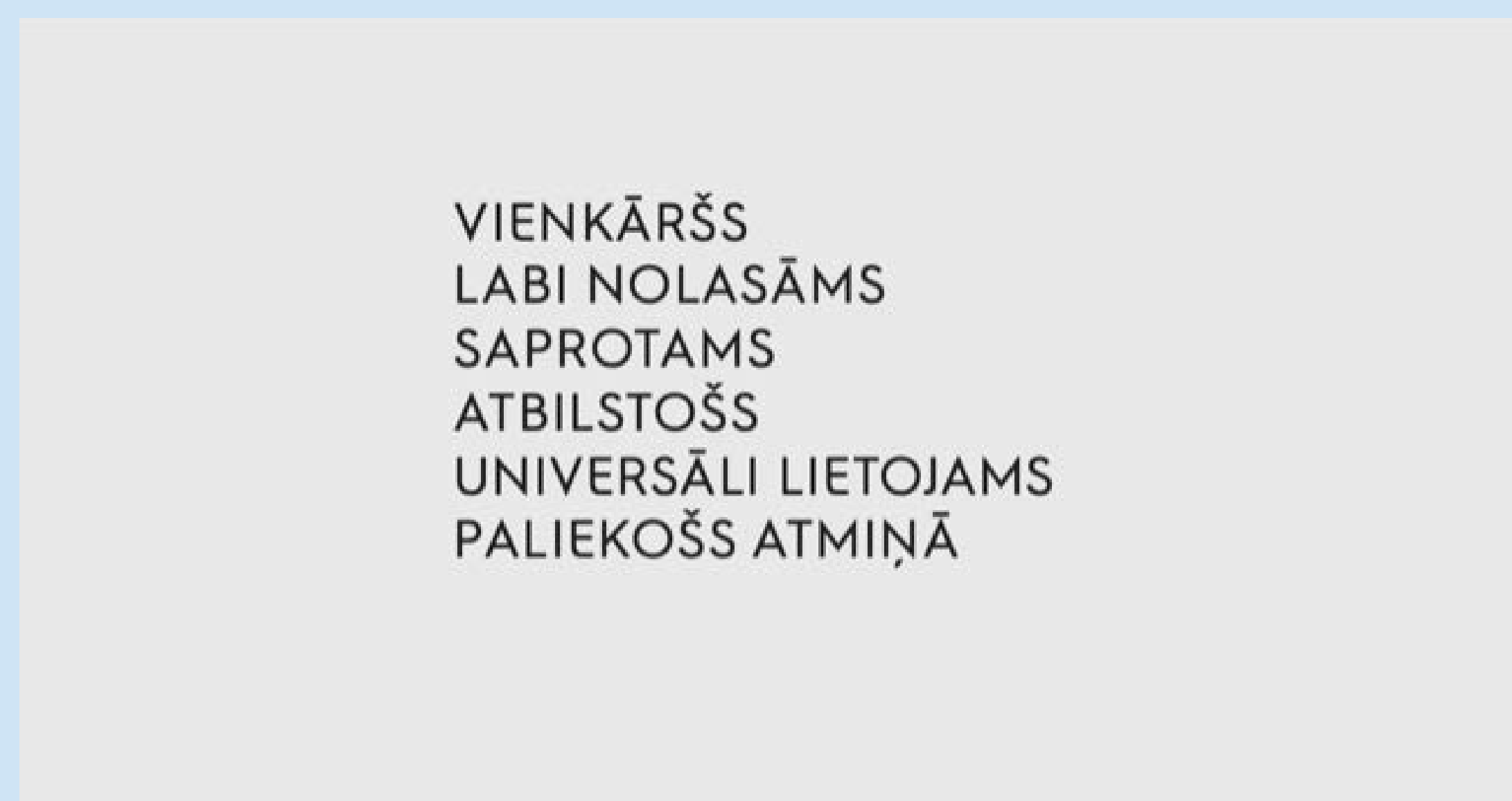


Zīmola mērķis ir mudināt piekrastes zvejnieku sadarbību, padarīt tos atpazīstamus, veicināt kopējas mārketinga un tirdzniecības platformas izveidošanu, piesaistīt valsts un finanšu institūciju atbalstu.

Radīts korporatīvais stils- Stila grāmata

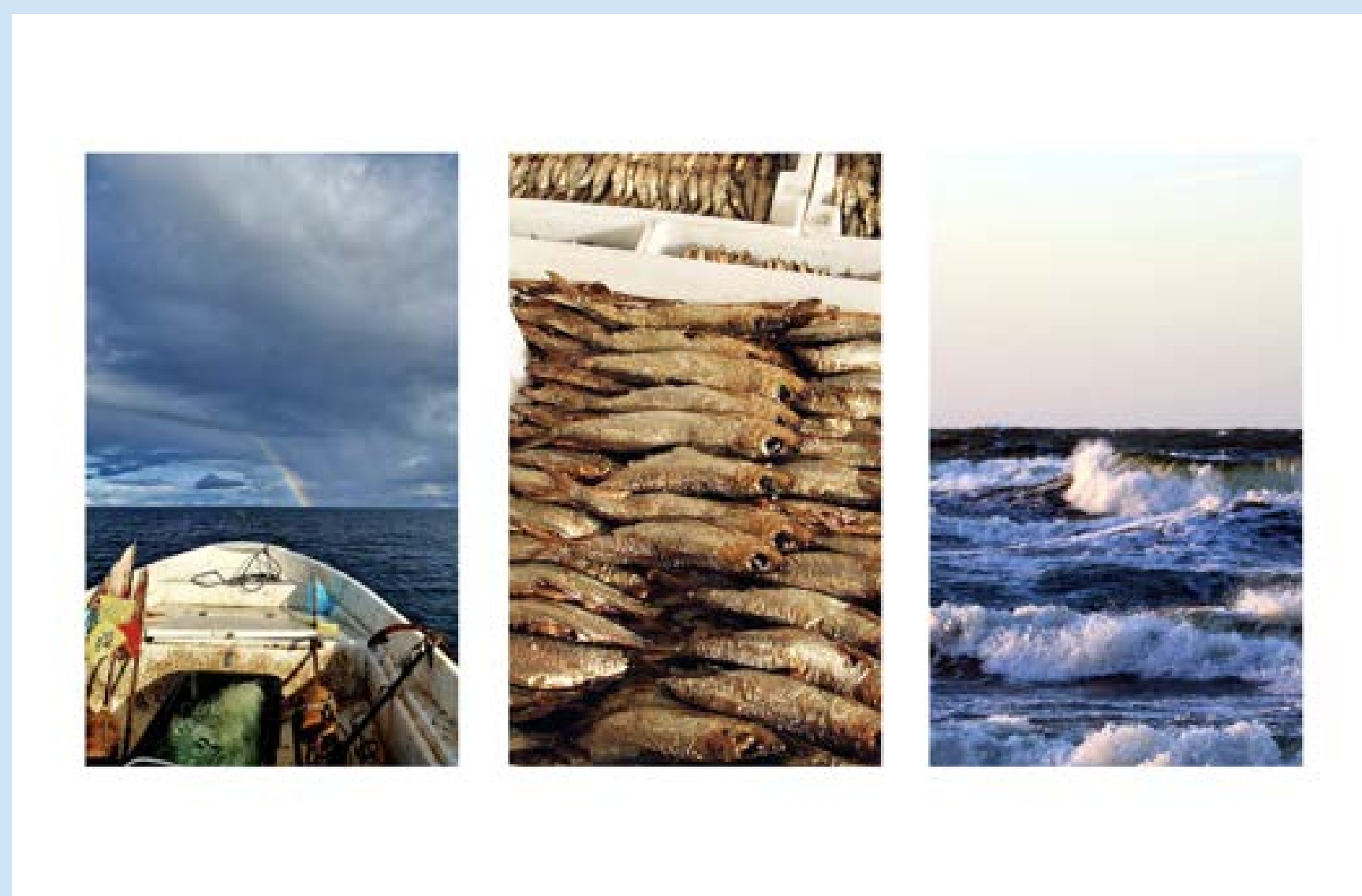


# Korporatīvais stils- Stila grāmata



Radīts korporatīvais stils- Stila grāmata

# Korporatīvais stils- Stila grāmata



Radīts korporatīvais stils- Stila grāmata

Krāsu palete

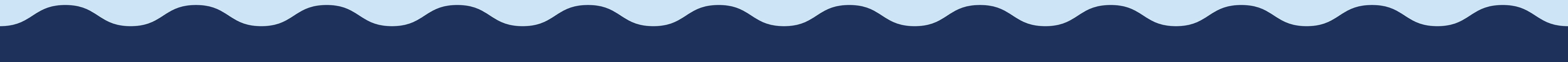
# Korporatīvais stils- Stila grāmata



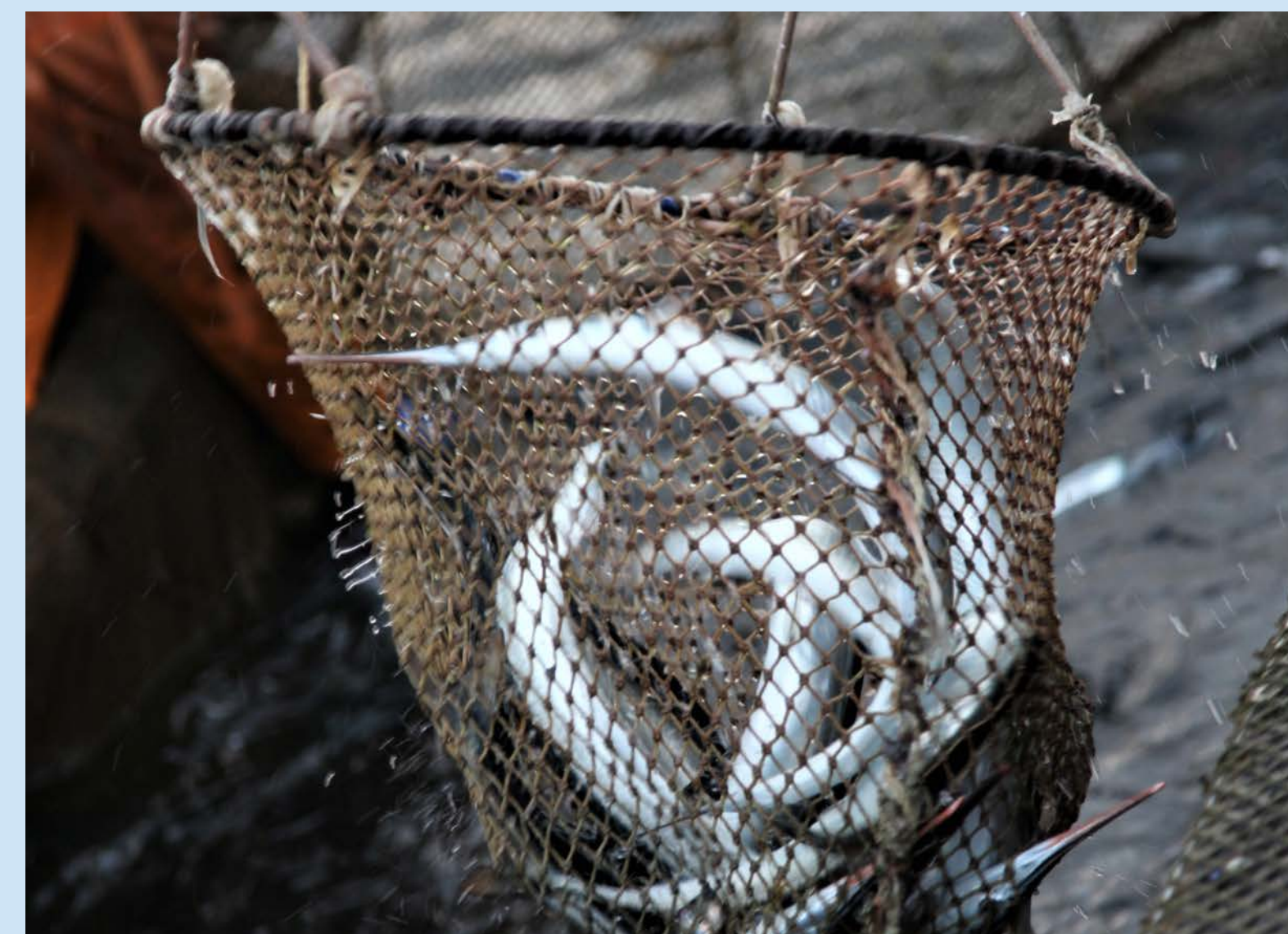
Vertikāls logotips



Horizontāls logotips



# Korporatīvais stils- Stila grāmata



Sociālo mediju paraugi

# Korporatīvais stils- Stila grāmata



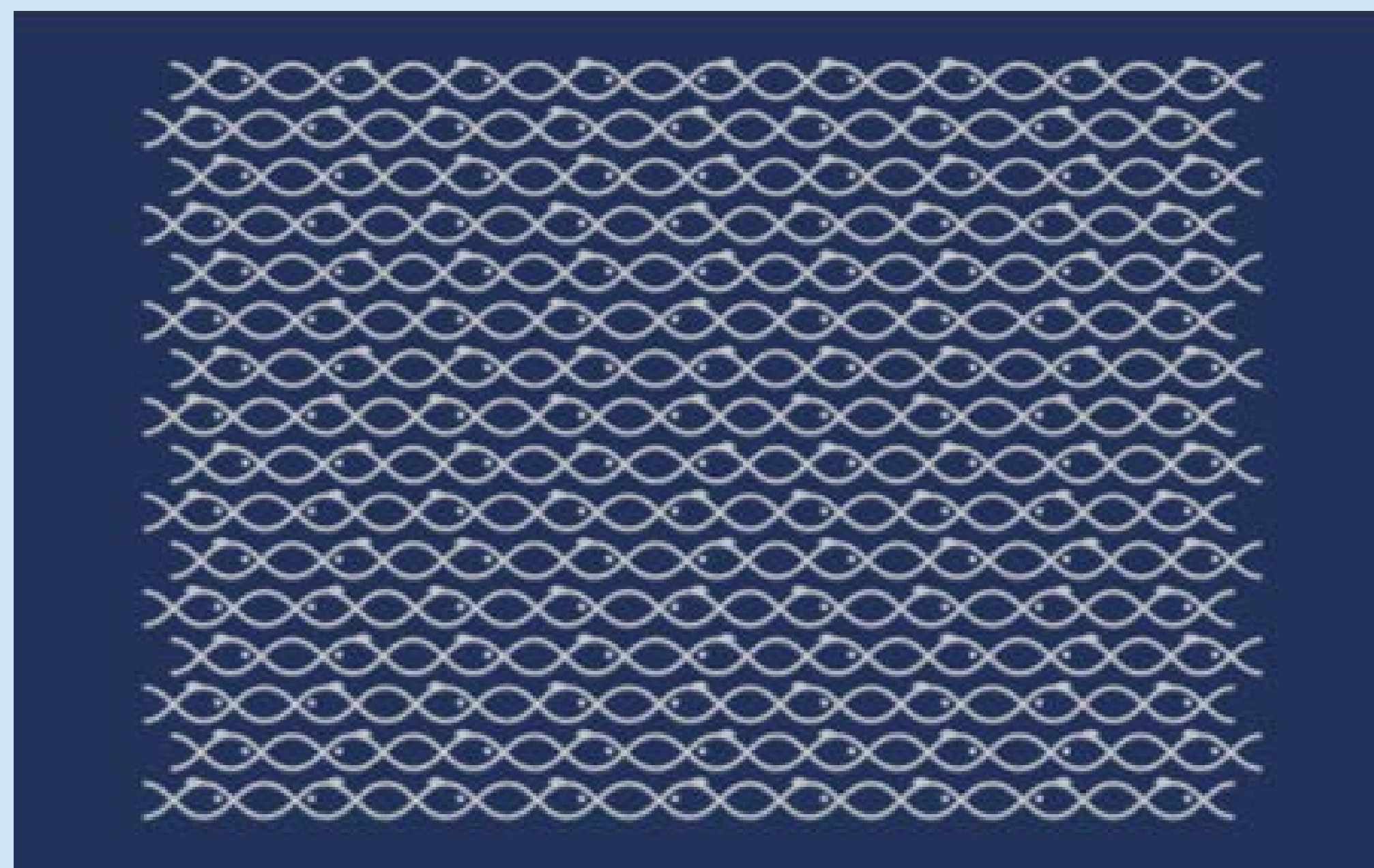
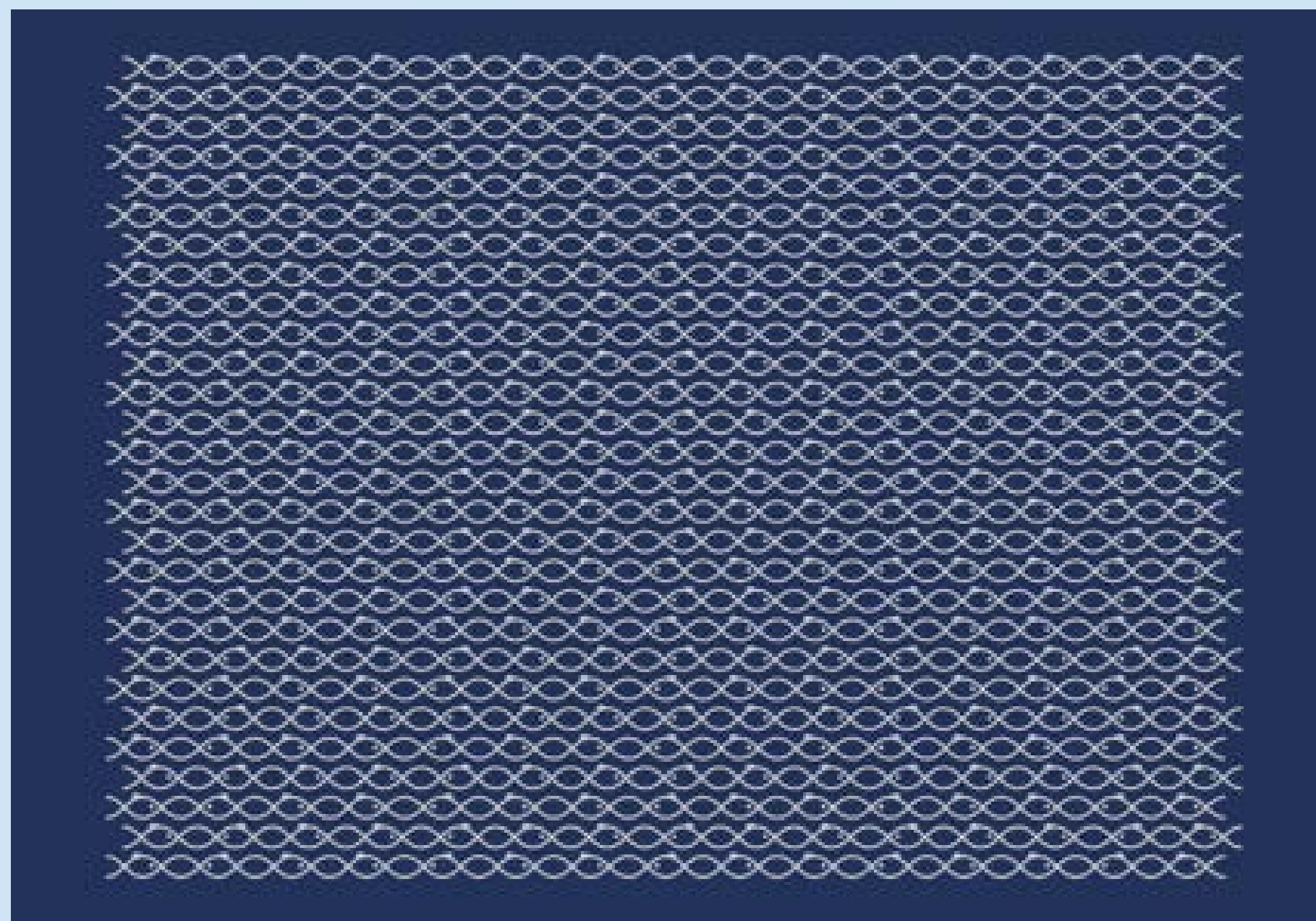
Uguns un nakts  
pasākums  
Pāvilostā



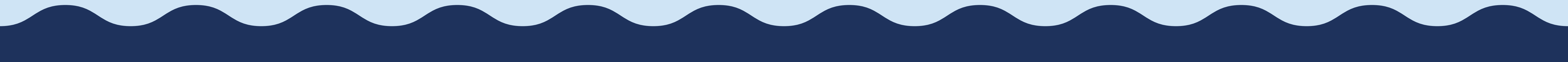
Piekrastes zivis  
visām gaumēm



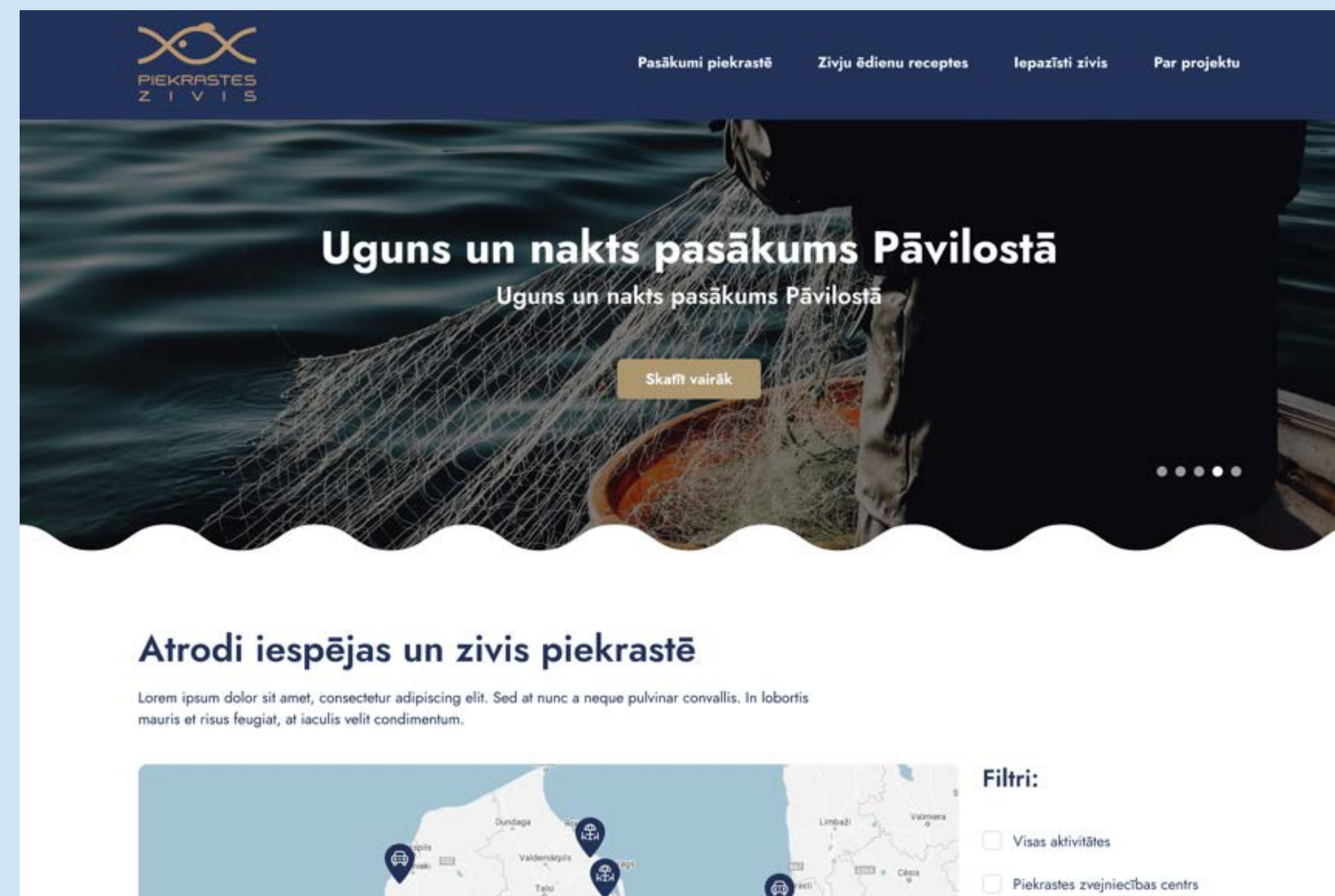
# Korporatīvais stils- Stila grāmata



Grafiskais raksts



# Uzsākta tīmekļa vietnes izstrāde



[Saite uz mājaslapu](#) 

# Mārketings piekrastes zvejai



## Īstermiņā

1

Tīmekļa vietnes satura sagatavošana, testēšana un promotēšana

2

Mārketinga materiālu izstrāde programmas tēla veidošanai un atpazīstamības veicināšanai

3

Latvijas piekrastes zvejnieku tālāka izglītošanās un pieredzes gūšana

4

Vismaz viens pasākums gadā - Zivju svētki un zivju tirgus

5

Sezonālo zivju meistarklases

6

Piekrastes zvejniecības centra izveide Bērzciemā



# Mārketings piekrastes zvejai



1

Gardēžu maršrutu pasākumu organizēšana

2

Piekrastes zvejniecības kā dzīves veida popularizēšana (izbraucieni jūrā, zvejas rīku meistarklases uc.)

3

Uzskates materiāli par vietējām un starptautiskām zvejniecības tradīcijām

4

Sadarbības veicināšana ar pašvaldībām, NVO, vietējiem amatniekiem, tūrisma uzņēmumiem uc.

5

Kvalitātes standarta izstrāde piekrastes zvejniecības produkcijas piedāvāšanai tiešajā tirdzniecībā

# Mārketings piekrastes zvejai



6

Zinātniskie pētījumi

7

Starptautiskas konferences organizēšana

8

Baltijas jūras un Rīgas līča piekrastes sakārtošana

9

Piekrastes zvejniecības centru izveide

10

Tūrisma infrastruktūras izveide vai attīstība



# Secinājumi



1

Līdz šim nozares uzņēmējiem ir trūcis tiešs atbalsts uzņēmējdarbības attīstībai.

2

Patērētājiem izveidojies nepareizs priekšstats par piekrastes zvejniecību un Latvijas piekrastē nozvejojamajām zivju sugām.

3

Piekrastes zvejnieki ir ieinteresēti paplašināt savu darbību.

4

Zvejnieku nozvejoto un apstrādāto zivju realizācija kopā ar citām piedāvātājām aktivitātēm, piem., tūrisma vai kulinārajām, sniedz ekonomisko pienesumu piekrastei kopumā.

5

Problēmas zvejnieku lomu realizēšanā, ir vairākas, viena no kurām ir informācijas nepieejamība vai tās pilnīgs trūkums par esošo piedāvājumu.

# Secinājumi



6

Zvejnieki kā savas zemes un aroda patrioti vēlas saglabāt savu senču mantojumu un nodot to nākamajām paaudzēm.

7

ES nostādnes piekrastes zvejas attīstībai nosaka ieviest pasākumus, kas palīdzētu sasniegt pienācīgu dzīves līmeni tiem, kas atkarīgi no zvejniecības darbībām piekrastē.

8

Visas Programmā apskatītās ES valstis, kurām ir piekrastes teritorijas, aktīvi izmanto to piekrastes zvejniecības popularizēšanai, kas ļauj nozarei pastāvēt un attīstīties.

9

Igaunijas pieredze rāda, ka mācību braucieni pieredzes apmaiņa ar citu ES valstu piekrastes reģionu zvejniekiem ļauj iepazīties ar zivsaimniecības jaunākajām tendencēm un tehnoloģijām.

10

Jebkādas mārketinga aktivitātes ir daudz vieglāk īstenojamas, sadarbojoties ar nozares organizācijām, kas apvieno pietiekami lielu piekrastes zvejnieku skaitu.

# Secinājumi



11

Latvijā pietrūkst vienotas platformas piekrastes zvejas aroda un piekrastē nozvejojamo zivju popularizēšanai.

12

Zvejnieki savu iespēju robežās attīstās, piedāvājot pircējiem ne tikai svaigas, bet arī jau apstrādātas zivis, kā arī paplašina tūrisma piedāvājumu, tomēr līdz šim viņi ir izmantojuši tikai sev pieejamos resursus, t.sk., informatīvos.





Kompleksi veicot mārketinga pasākumu īstenošanu, piekrastes zvejniecība un tās piedāvājums varētu kļūt par vērā ņemamu dažādo mērķauditoriju piesaistes objektu. Tomēr nozares dzīvotspējas sekmēšanai nepieciešami ne tikai mērķtiecīgi, vienoti mārketinga pasākumi, bet arī Latvijas piekrastes zvejniecības nozares attīstības stratēģija, kurā izvērtēta piekrastes zvejnieku sociālekonomiskā situācija, nozares pastāvēšanu apdraudoši faktori un piedāvāti risinājumi to mazināšanai u.c. Nozares attīstībai nepieciešamas izmaiņas arī esošajā likumdošanā, kas atvieglotu piekrastes zvejniekiem un uzņēmējiem gan šā brīža ikdienas darbu, gan sekmētu nozares attīstību kopumā.