



Agroresursu un
ekonomikas
institūts



EIROPAS SAVIENĪBA
Eiropas Jūrlietu un
zivsaimniecības fonds

Atskaite

Tirgus pētījums

Surimi tirgus perspektīvas Polijā

Projekta Nr.18-00-F05403-000005

Ziņojumu iesniedza :

.....
Ingūna Gulbe

AREI EPC Tirgus veicināšanas daļas vadītāja

2019. gada aprīlis



PROJEKTU LĪDZFINANSĒ ES

Saturs

LIETOTIE SAĪSINĀJUMI	3
KOPSAVILKUMS.....	4
PĒTĪJUMA MĒRĶIS	5
1. IZMANTOTIE/APKOPOTIE DATI.....	6
2. IZVĒLĒTĀS METODEDES.....	7
3. NOZARES TIRGUS PĀRSKATS.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
3.1. Patēriņš	Error! Bookmark not defined.
3.2. Ražošana, imports un eksports	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Ražošana.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Imports un eksports	Error! Bookmark not defined.
3.2.3 Importa un eksporta salīdzinājums	Error! Bookmark not defined.
4. KONKURENCES PĀRSKATS.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
4.1. Lielākie ražotāji.....	Error! Bookmark not defined.
4.2. Produkcijas klāsts	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Zivju konservu produkcijas klāsts	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Surimi produkcijas klāsts	Error! Bookmark not defined.
5. TIRGUS PIEEJAMĪBA UN IZPLATĪŠANAS KANĀLU PĀRSKATS.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
5.1. Izplatīšanas struktūra	Error! Bookmark not defined.
5.2. Vairumtirdzniecības kanāli	Error! Bookmark not defined.
5.2.1 Lielākie pārtikas vairumtirgotāji	Error! Bookmark not defined.
5.2.2 Specializētie un citi vairumtirgotāji.....	Error! Bookmark not defined.
5.3. Mazumtirdzniecības kanāli	Error! Bookmark not defined.
5.3.1 Lielākie mazumtirgotāji.....	Error! Bookmark not defined.
5.3.2 Specializētie un citi mazumtirgotāji	Error! Bookmark not defined.
6. TIRDZNIECĪBAS VEICINĀŠANA	29
TIRGUS PERSPEKTĪVA: SECINĀJUMI UN IETEIKUMI.....	8
DATU AVOTU UN LITERATŪRAS SARAKSTS	10

	LIETOTIE SAĪSINĀJUMI
EJZF	Eiropas Jūrlietu un Zivsaimniecības fonds
ES	Eiropas Savienība
EUMOFA	Eiropas Savienības zivsaimniecības nozares statistikas portāls
EUR	Eiropas Savienības valūtas vienība (Eiro)
Eurofish	Eiropas zivsaimniecības un akvakultūras atbalsta organizācija
Euromonitor	Stratēģiskās tirgus izpētes organizācija
HoReCa	<i>Hotels, Restaurants and Catering</i> (sabiedriskās ēdināšanas sektors)
HSO	Harmonizētā preču aprakstīšanas un kodēšanas sistēma
Seafish	Apvienotās Karalistes zivsaimniecības sabiedriska organizācija
UN ComTrade	Apvienoto Nāciju Organizācijas ārējās tirdzniecības statistikas portāls
USDA FAS	ASV Lauksaimniecības Departamenta Ārzemju dienests

KOPSAVILKUMS

Pētījuma aktualitāti nosaka pēdējo gadu laikā notikušās pārmaiņas Latvijas zivju konservu realizācijas tirgos, radot nepieciešamību pēc tirgu diversifikācijas, ieskaitot jaunu tirgu identificēšanu, darbības paplašināšanu atsevišķos esošajos tirgos, kā arī produktu modificēšanas un jaunu produktu ieviešanas.

Balstoties uz esošajām ekonomiskajām prognozēm, kā arī ņemot vērā vēsturisko pieredzi Eiropas Zivsaimniecības fonda pasākumu īstenošanā, zivju pārstrādes nozarē ir iespējama projektu izstrādāšana alternatīvas pievienotās vērtības produktu radīšanai un noieta tirgu pārorientācijai. Ņemot vērā šādu projektu finansiālo ietilpīgumu, ir svarīgi nodrošināt projektu realizācijas rezultātā radīto papildus ražošanas jaudu optimālu noslodzi. Šādas iespējas var nodrošināt izplatīšanas iespēju atrašana lielos, stabilos un augošos tirgos.

Polija ir nozīmīgs Eiropas zivju un jūras produktu tirgus, tādējādi ir svarīgi identificēt zivju produktu izplatīšanas iespējas šajā tirgū. Bez tam Polijas zivju pārstrādes sektors ir uz eksportu orientēts, un liela daļa zivju izejvielu šajā sektorā tiek importētas.

Pētījuma mērķis ir Latvijas saldētu zivju, ieskaitot surimi, kā arī zivju konservu potenciālo iespēju produktu izplatīšanai Polijas tirgū novērtēšana, kā arī ieteikumu sagatavošana šo iespēju izmantošanai.

Atbilstoši pētījuma mērķim izvirzītie darba uzdevumi ietver Polijas zivju pārstrādes produktu patēriņa un cenu pārskatu, patēriņa tendenču novērtēšanu, Polijas zivju un zivju pārstrādes produktu ārējās tirdzniecības bilances analīzi, konkurences izvērtējumu Polijas tirgū, izplatīšanas kanālu analīzi.

Pētījumā izmantoti dati no Polijas zivsaimniecības nozares pārskatiem, nozarē iesaistīto organizāciju un kompāniju interneta vietņu informācija, Eiropas valstu statistikas portāla EUROSTAT, Apvienoto Nāciju Organizācijas starptautiskās tirdzniecības datubāzes UN ComTrade, Eiropas Savienības zivsaimniecības nozares statistikas portāla EUMOFA dati, ko apkopoja un analizēja SIA "Gateway Baltic" un Agrosursu un ekonomikas institūta pētnieki.

Datu analīzei izmantotas kvantitatīvās un kvalitatīvās metodes.

Balstoties uz datu analīzi, tika izdarīti secinājumi par Polijas zivju pārstrādes produktu tirgu, kā arī tika sagatavoti ieteikumi saldētu zivju, ieskaitot surimi, zivju konservu izplatīšanas paplašināšanai šajā tirgū.

Pētījuma apjoms ir 33 lpp. Darbā iekļauti 6 attēli un 9 tabulas. Ierobežotais izpildes laiks un finansējums, kā arī pieejamie dati noteica šī darba apjomu un detalizācijas pakāpi.

Ziņojumu sagatavoja Asoc.prof., Dr.oec. I.Gulbe. Asoc.prof. Dr.oec. L.Melece un Mg.oec. I.Osīte

PĒTĪJUMA MĒRĶIS

Pētījuma mērķis ir novērtēt Latvijas saldētu zivju, tai skaitā, surimi, un zivju konservu potenciālās iespējas produktu izplatīšanai Polijas tirgū un sniegt ieteikumus šo iespēju izmantošanai.

Atbilstoši mērķim ir izvirzīti sekojoši darba uzdevumi:

- 1) Sniegt Polijas zivju pārstrādes produktu patēriņa tendenču novērtēšanu, ieskaitot patēriņa apjomu un struktūras izmaiņas un tās ietekmējošos faktorus.
- 2) Novērtēt Polijas zivju un zivju pārstrādes produktu ārējās tirdzniecības bilanci.
- 3) Veikt konkurences izvērtējumu Polijas tirgū, analizējot nozīmīgāko ražotāju apjomus un produktu piedāvājuma struktūru.
- 4) Sniegt detalizētu izplatīšanas kanālu analīzi, ieskaitot sekojošus kanālus:
 - a. vispārējie un specializētie vairumtirgotāji,
 - b. vispārējie un specializētie mazumtirgotāji.
- 5) Izdarīt secinājumus par Polijas saldētu zivju, ieskaitot surimi, un zivju pārstrādes produktu tirgus potenciālu un sniegt uz šiem secinājumiem balstītus ieteikumus realizācijas paplašināšanai šajā tirgū.

1. IZMANTOTIE/APKOPOTIE DATI

Pētījumā izmantoti Eiropas Savienības zivsaimniecības nozares statistikas portāla EUMOFA, Apvienoto Nāciju Organizācijas ārējās tirdzniecības datubāzes UN ComTrade, Apvienotās Karalistes nevalstiskās organizācijas „Seafish”, ASV Lauksaimniecības Departamenta (USDA) Ārzemju Lauksaimniecības Dienesta (FAS), Eurofish organizācijas, Euromonitor tirgus novērošanas organizācijas, Eiropas jūrlietu un Zivsaimniecības Fonda (EJZF), Polijas Valsts statistikas portāla, Polijas Lauksaimniecības izpētes organizācijas Agrofakt, Globālās Mazumtirdzniecības Zīmolu izpētes portāla, Apvienotās Karalistes Tirdzniecības un Investīciju organizācijas, kā arī Polijas komerciālo organizāciju portālos pieejamie dati.

2. IZVĒLĒTĀS METODEDES

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

Kvalitatīvās metodes

Pētījumā izmantotas analīzes, sintēzes, grafiskā un bilances metode.

Analīzes metode tiek izmantota ASV Lauksaimniecības Departamenta Ārzemju dienesta (USDA FAS) datu un informācijas analīzei par zivju produktu patēriņu Polijā, par zivju un zivju produktu ražošanu Polijā, par lielākajiem zivju konservu ražotājiem Polijā un to zīmoliem, par lielākajiem parastajiem un specializētājiem produktu izplatītājiem vairumtirdzniecībā un mazumtirdzniecībā.

Sintēzes metode tiek izmantota, lai, balstoties uz Eiropas Savienības zivsaimniecības nozares statistikas portāla EUMOFA, Apvienotās Karalistes nevalstiskās organizācijas „Seafish”, Eurofish organizācijas, Euromonitor tirgus novērošanas organizācijas, Eiropas jūrlietu un Zivsaimniecības Fonda (EJZF), Polijas Valsts statistikas portāla, Polijas Lauksaimniecības izpētes organizācijas Agrofakt, Globālās Mazumtirdzniecības Zīmolu izpētes portāla, Apvienotās Karalistes Tirdzniecības un Investīciju organizācijas, kā arī Polijas komerciālo organizāciju portālos pieejamajiem datiem izveidotu pārskatu par tirgus pieejamību, kā arī, lai izdarītu secinājumus par Latvijas ražotāju perspektīvām Polijas tirgū.

Bilances metode kombinācijā ar grafisko metodi tiek izmantota Apvienoto Nāciju Organizācijas ārējās tirdzniecības datubāzes UN ComTrade datu analīzē, sastādot Polijas zivju un zivju produktu ārējās tirdzniecības bilances svāra un vērtības izteiksmē, un nosakot ārējās tirdzniecības saldo attīstības dinamiku.

TIRGUS PERSPEKTĪVAS: SECINĀJUMI UN IETEIKUMI

Būtisks Polijas lielās pievilcības iemesls - liels iedzīvotāju skaits (un līdz ar to liels iekšzemes tirgus), kas varētu mudināt nozares uzņēmējus veikt investīcijas un ražot preces šim tirgum.

Polijas zivju pārstrādes nozare ir piedzīvojuši izaugsmi pēdējo 10 gadu laikā, un tā ir spējusi būtiski palielināt pārstrādāto zivju produktu eksporta apjomu. Tai pašā laikā, ir redzams, ka imports ir būtiski lielāks saldētu zivju kategorijā nekā konservētu zivju kategorijā, norādot uz nepieciešamību pēc zivju importa tālākai pārstrādei un spēju saražot gatavo produkciju vietējā tirgus apmierināšanai. Tādējādi Latvijas ražotājiem ir lielākas iespējas tirgū piedāvāt produktus, kas domāti tālākai pārstrādei, jo šādi produkti Polijā tiek importēti daudz lielākā apmērā kā gatava produkcija, piemēram, zivju konservi, tūlītējam patēriņam.

Latvijas ražotāju iespējas pārstrādāto zivju produktu kategorijā Polijas tirgū ierobežo spēcīgie vietējie ražotāji, kas ražo augstas kvalitātes produkciju, kas ir spējīga apmierināt vietējo tirgu un ir konkurētspējīga arī ārzemju tirgos. Vietējie ražotāji salīdzinājumā ar ārzemju ražotājiem piedāvā savu produkciju par zemākām cenām, tādēļ, lai iekļūtu tirgū ir jānosaka citi galvenie konkurētspējas faktori, par galveno nenosakot cenu. Latvijas ražotāji kā galvenos faktoros var izvirzīt, piemēram, inovatīvu produkta iepakojumu, augstu produktu kvalitāti, vai jaunas produktu garšas. Vēl jo vairāk, jāņem vērā, ka Latvijas ražotāju iespējas ierobežo Polijas iedzīvotāju zemais zivju produktu patēriņš, kas ir uz pusi mazāks kā Eiropas Savienības vidējais rādītājs.

Secinājumi

- 1) Polijas iedzīvotāju zivju un jūras produktu patēriņš ir relatīvi neliels, un tas nepalielinās.
- 2) Iedzīvotāju zivju un jūras produktu patēriņā dominē relatīvi lētāki produkti.
- 3) Patērētāju uztverē palielinās tādu produktus raksturojošu faktoru nozīmīgums kā kvalitāte un izcelsme.
- 4) Patērētāju izpratne mainās, pieaugot veselīgāka dzīvesveida popularitātei.
- 5) Pārmaiņas patērētāju uztverē ir pakāpeniskas un samērā lēni notiekošas.
- 6) Piedāvājuma veidošanā pastiprinātā vērība tiek veltīta jaunām produktu garšas īpašībām un produktu iepakojumu daudzveidībai.
- 7) Gados jaunu un ekonomiski aktīvu iedzīvotāju interese pārvirzās uz viegli un ātri pagatavojamiem veselīgiem zivju produktiem. Šajā patērētāju grupā ražotāju piedāvājums fokusējas uz tādiem tīriem produktiem, kuru sastāvā neietilpst konservanti, garšas pastiprinātāji un citas sintētiskas sastāvdaļas.
- 8) Sakarā ar augstas kvalitātes zivju un jūras produktu pieprasījuma pieaugumu tirgū palielinās arī attiecīgo produktu importa izplatīšanas iespējas.
- 9) Cena ir nozīmīgs faktors Polijas zivju pārstrādes izejvielu importa tirgū.
- 10) Polijas vietējie ražotāji piedāvā augstas kvalitātes konkurētspējīgu zivju konservu produkciju gan vietējā tirgū, gan arī ārzemju tirgos.
- 11) Cena nav uzskatāma par galveno konkurētspēju noteicošo faktoru Polijas patēriņa tirgū.

- 12) Vietējo ražotāju piedāvājumā tiek attīstīti spēcīgi un atpazīstami zīmoli.
- 13) Konkurenci tirgū saasina arī lielāko mazumtirdzniecības ķēžu privātie zīmoli.
- 14) Surimi produkcijas piedāvājums tirgū ir neliels un šaurs.
- 15) Zivju produktu piegādes ķēdē darbojas gan parastie, gan arī specializētie vairumtirgotāji
- 16) HoReCa sektora īpatsvars patēriņā ir nenozīmīgs.
- 17) Zivju produktu mazumtirdzniecībā lielākais īpatsvars ir mazumtirdzniecības tīkliem. Specializēto veikalu īpatsvars mazumtirdzniecībā ir nenozīmīgs.

Ieteikumi

- 1) Lētāku, mazāk kvalitatīvu produktu piedāvājuma virzīšana Polijas piesātinātajā un nepieaugošajā zivju produktu patēriņa tirgū nav uzskatāma par lietderīgu.
- 2) Polijas tirgū nepieciešams piedāvāt kvalitatīvus, īpaši atsevišķiem patērētāju segmentiem izveidotus ātri pagatavojamus produktus daudzveidīgā iepakojumā ar pazeminātu konservantu un garšas pastiprinātāju saturu par augstākām cenām, izceļot kvalitātes, izcelsmes un veselīguma faktorus.
- 3) Polijas zivju pārstrādes sektoram ir iespējams piedāvāt cenu ziņā konkurētspējīgas zivju izejvielas.
- 4) Sakarā ar nelielo un šauro piedāvājumu tirgū ir iespējams Latvijas surimi produktu piedāvājuma pieaugums.
- 5) Pietiekami lielu apjomu pastāvīga piedāvājuma gadījumā izplatīšana Polijas tirgū ir iespējama ar parasto vai specializēto vairumtirgotāju palīdzību.
- 6) Produktu izplatīšana HoReCa sektorā, kā arī specializētajos veikalos nav perspektīva.
- 7) Tirgū nepieciešams virzīt spēcīgus zīmolus ar labu atpazīstamību, kuras nodrošināšanai ir lietderīgi tirgus veicināšanas pasākumi.

DATU AVOTU UN LITERATŪRAS SARAKSTS

1. EUMOFA The EU Fish Market 2018 Edition. Pieejams:
http://www.eumofa.eu/documents/20178/132648/EN_The+EU+fish+market+2018.pdf
2. EUMOFA. EU Consumer Habits Regarding Fishery and Aquaculture Products, 2017. Pieejams: <https://www.eumofa.eu/documents/20178/84590/Annex+1+-+Mapping+of+studies.pdf>
3. Eurofish Magazine. Poland – Europe’s fish and seafood processor. Pieejams: https://issuu.com/eurofish/docs/eurofish_magazine_2_2018/33?e=1376257/59882378
4. Eurofish. Overview of the Polish fisheries and aquaculture sector. Pieejams: <https://www.eurofish.dk/poland>
5. Euromonitor Processed Meat and Seafood in Poland (Country report November, 2018)
6. European Maritime and Fisheries Fund - Poland. Pieejams: https://ec.europa.eu/fisheries/sites/fisheries/files/docs/body/op-poland-fact-sheet_en.pdf
7. Fish industry in Poland. Optimistic forecasts. Pieejams: <https://www.agrofakt.pl/przemysl-rybny-w-polsce-optimistyczne-prognozy/>
8. Global Retail Brands. Discounter Battles in Poland. Pieejams: <http://globalretailmag.com/discounter-battles-poland/#sthash.eXh1ryAi.dpbs>
9. Lisner vietne. Pieejams: <https://www.lisner.pl/produkty/?category=7,8>
10. Rio Mare Polijas mājas lapa. Pieejams: <https://www.riomare.pl/ania-starmach/>
11. Statistics Poland. Internal Market in 2017. Pieejams: <http://stat.gov.pl/en/topics/prices-trade/trade/internal-market-in-2017,7,16.html>
12. UK Trade&Investment. Poland Overseas Market Introduction Service on seafood sector in Poland for Sea Fish Industry Authority. Pieejams: https://www.seafish.org/media/1460759/poland_update.pdf
13. UN comtrade database. Pieejams: <https://comtrade.un.org/>
14. USDA Foreign Agricultural Service. Poland Retail Sector. Pieejams: https://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Poland%20Retail%20Sector_Warsaw_Poland_6-27-2018.pdf
15. USDA Foreign Agricultural Service. 2017 Fish and Seafood Market in Poland. Pieejams: https://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/2017%20Fish%20and%20Seafood%20Market%20in%20Poland_Warsaw_Poland_2-21-2018.pdf