DL\_5

**Lesson 5 – SWOT analysis of food industry**

*Aim: To carry out SWOT analysis of the food industry using the knowledge gained during previous lessons.*

**Task 1**

**Write your answers to the questions in the table**

Each group comes up with the SWOT analysis of the food industry based on the previously gained knowledge.

* What is SWOT analysis?
* S – Strengths
* W – Weaknesses
* O – Opportunities
* T – Threats

SWOT analysis of the food industry is carried out based on the publicly available information.

|  |  |
| --- | --- |
| Strengths | Weaknesses |
| 1.  2.  ….. | 1.  2.  …. |
| Opportunities | Threats |
| 1.  2.  … | 1.  2.  …. |

**Task 2**

**Read the text and working in groups fill in the table on SWOT.**

***Trends in the food industry***

**Main provisional trends in the food and beverage industry:**

* Niche products

Many food companies in Latvia, exporters in particular, specialize on manufacturing niche products. The majority of food companies does not possess the necessary capabilities to export products of mass consumption in the required amount to large markets such as Russia. That is the reason why specializing on innovative products is the way how to conquer new markets.

* The demand for food in growing in the worldPārtikas pieprasījums kopumā pasaulē pieaug

The increase in the demand for food is mainly seen in developing countries where the number of consumers is growing along with their incomes. It leads to changes in their eating habits and in the future they will be similar to those of developed countries. There will be greater demand for meat and milk, the diet will have variety in addition to grain products. However, there still be differences between diets in developed and developing countries. It is caused by the fact that the income in the developing countries will not increase so quickly as to reach the level of the developed countries, as well as religious reasons and taste.

* Consumers are paying more attention to ingredients and are becoming aware of health risks; organic origin of food and healthy eating habits are becoming more popular.

For example, Eurobarometer surveys on food safety carried out by EFSA every five years indicate that consumers in Europe and Baltics are becoimg more concerned about risks associated with food products. In 2010 compared with 2005 respondents of the three Baltic states admitted that food safety is important. In Lithuania the rate rose from 10% in 2005 to 20% in 2010, in Latvia - from 12% to 19%, in Estonia - from 4% to 11%. Consumers in the Baltics are most concerned about freshness and quality of food (94% in Latvia, 88% in Lithuania and 74% in Estonia).

Consumers increasingly want to know more about products and their origin. It is possible thanks to the availability of the information. In Europe the information on nutrition facts of the product is available for 85% of products. The research shows that individual preferences, for example health-consciousness, religious or moral stance determination the amount of attention that is paid to labels. As the number of allergic people and people with food intolerance is growing, food manufacturer take it into account and try to satisfy their needs as well. Food in the future should be organic and healthy, its safety being scientifically proven. Latvia can make use of this trend as there are many high-quality raw ingredients available for food manufacturing.

* Sustainable manufacturing

People are becoming more aware of the fact along with the impact food has on our health food manufacuring and consumption can affect world resourses. Sustainable us eof use resources means that the rate of consumption does not exceed the rate of resource renewal. In the long term food manufacturing poses a threat to environment. Wasted food is a serious issue: it has been estaimted that up to a half of all food in the world is wasted. It is worth mentioning that packaging has a negative effect on the environment. The use of eco-friendly packaging that can be recycled and reused is a commendable initiative.

It has been noted that consumers’ wishes cannot be fulfilled – people want fresh, tasty, organic, cheap and safe to keep for a long time product. It is not possible, at least one component has to be sacrificed.

It is clear that the decline in the industry during the crisis was not a short-term phenomenon, it is still felt as regards the volume of production. In the future the following constraints will be felt: lack of demand in the domestic market, increasing production costs and stricter quality control (both by the state and consumers). The export of food products will still be an important driver of business development, especially in the long term, when the demand for quality food will be on the rise. Each company will build its own strategy of development based on their produce: to focus on the domestic market, to export to the current partners or to search for new end markets.

**Regulatory acts in the EU and Latvia**

**Activities of manufacturing businesses in the EU and Latvia are strictly regulated. The three main spheres are requirements for food products, administrative requirements for manufacturers and regulation of the domestic market. Genetically modified products and introduction of innovative products are special areas of regulation.**

**Entrepreneurs blame constant amendments to regulatory acts for the lack of transparency and predictability during the decision-making process as to their economic activities. On the whole during the last five years the situation has improved, however, there are still a lot of obstacles for new businesses , which can lead to the decrease in the number of companies, thus creating favourable conditions for competition..**

**Task 3**

**Study the SWOT analysis of the food industry crried out by the Ministry of Agriculture.**

**SWOT analysis of the food industry**

SWOT analysis of the food industryhas been carried out based on the publicly vailable information on the current situation in the food industry market and its development, that is described in the strategic plan of the industry as well as on interviews and data analysis.

Tabula Nr. 3. Pārtikas nozares SVID analīze\*

|  |  |
| --- | --- |
| Stiprās puses | Vājās puses |
| -Latvijas vārda atpazīstamība tirgū;  - Eksportspējīga nozare;  - Pietiekama pieejamība nekvalificētam darbaspēkam;  - Plašs tirgus Krievijā un pārējā NVS un Āzijā, kā arī jauni tirgi rietumos;  - Izkoptas tradīcijas un zināšanas produkcijas  izstrādē;  - Pārtikas nozarē ir pieejamas subsīdijas;  - Spēcīgas preču zīmes: „Laima”, „Pure Foods”, „Spilva” „Rīgas šprotes” u.c.  - Nozare ES un Latvijā atkopjas no krīzes, un  kopumā nozarē sākusies mērena izaugsme, ko  atšķirīgi apakšsektori izjūt atšķirīgi, citi sāk pieaugt, citi vēl turpina stabilizēties;  - Latvijas lauksaimniecības un pārtikas produktu eksportam 2010. gadā bija stabila izaugsmes tendence - 2010. gada 4. ceturksnī salīdzinājumā ar 1. ceturksni eksports pieauga pat par 47%, ierindojot nozari otrajā vietā starp nozīmīgākajām Latvijas eksporta nozarēm;  - Saskaņā ar Ekonomikas ministrijas plānoto  attīstības scenāriju, turpmākajos gados ir  paredzēta būtiska apstrādes rūpniecības un līdz ar to arī pārtikas nozares attīstība gan darbinieku skaita ziņā, gan produktivitātes uzlabošanas un ražošanas apjomu paaugstināšanas ziņā;  - Ir pietiekami daudz mikro un mazo uzņēmumu, kas var elastīgi pielāgot produktus tirgus vajadzībām;  - Nozīmīga nozare apstrādes rūpniecībā (tā veido lielāko pievienotās vērtības īpatsvaru apstrādes rūpniecībā);  - ES fondu līdzekļi investēti ražošanas iekārtu  modernizācijai;  - 2010. gadā ir atjaunojušās investīcijas atsevišķos pārtikas nozares apakšsektoros. | - Nozarei zems prestižs potenciālo darbinieku acīs (īpaši zemākā līmeņa darbiniekiem);  - Saskaņā ar LLU sniegto informāciju jaunieši nelabprāt izvēlas studēt ar pārtikas nozari saistītās izglītības programmas, kaut arī nozares uzņēmumi pieprasa šādas profesijas ieguvušus speciālistus;  - Saskaņā ar nozares pārstāvju sniegto informāciju nozares uzņēmumos trūkst zemas kvalifikācijas darbinieku, kas būtu ar mieru veikt manuālas produktu apstrādes procedūras;  - Kopīgas sadarbības stratēģijas trūkums ar izejvielu piegādātājiem;  - Vāji izteikta kooperācija starp mikro un mazajiem uzņēmumiem, kas var traucēt šāda izmēra uzņēmumiem startēt eksporta tirgos;  - Nacionālā lobija trūkums ES institūcijās;  - Trūkst apgrozāmo un finanšu līdzekļu;  - Nevienlīdzīga konkurence ar citu valstu ražotājiem;  - Nekvalitatīva produkcija grauj produkta prestižu un ietekmē visu nozari;  - Liela atkarība no energoresursu cenām;  - Ļoti liela uzņēmumu koncentrācija Rīgā un  Pierīgas reģionā, radot lielu darbaspēka pieprasījumu šajos reģionos;  - Salīdzinoši zema produktivitāte;- Nozares uzņēmumu viedoklis, ka normatīvais regulējums būtiski apgrūtina uzņēmumu attīstību;  - Uzņēmumu pārstāvji norāda uz saistīto nozaru profesiju trūkumu pārtikas nozarē, piemēram, mehāniķu un elektriķu trūkumu;  - Nišas produktu izstrādei ražošanai var būt  vajadzīgs liels roku darbs;  - Uzņēmumi paši apmāca darbiniekus zemākos līmeņos, jo profesionālās izglītības iestādes neiemāca vajadzīgās prasmes, piemēram, kuterētāja prasmes gaļas apstrādē;  - Profesionālās izglītības iestāžu absolventiem, pabeidzot mācību iestādi, nav izpratnes, kā teorija atšķiras no praktiskās dzīves. |
| Iespējas | Draudi |
| - Iekarot jaunus noieta tirgus (tai skaitā Eiropā, Āzijā, starptautiskie iepirkumi, pārtikas palīdzības programmas u.c.);  - Uzņēmumu vertikālās integrācijas attīstība;  - Ilgtermiņa līgumi starp pārtikas izplatītājiem un ražotājiem un starp pārstrādātājiem un piegādātājiem;  - Iespējas celt produktivitāti, atjaunojot iekārtas un pilnveidojot darbaspēku;  - Ir pieejamas neizmantotas ražošanas jaudas;  - Iespēja investēt energoefektivitātes uzlabošanas pasākumos ražošanas procesā;  - Papildu struktūrfondu līdzekļi pārtikas  uzņēmumiem (tai skaitā līdzekļi mārketingam, jaunu tirgu apgūšanai, produktivitātes paaugstināšanai);  - Nozares apakšsektoru attīstība notiek atšķirīgos tempos, līdz ar to no speciālistu pieprasījuma viedokļa ir iespējama stabilizējoša darbība; (pārspecializācija);  - Izmantot valsts lobiju savu interešu aizstāvībai;  - Uzņēmēji arvien vairāk pieprasa zīmolu attīstītājus, kas liecina par vēlmi arvien vairāk virzīt produktus tirgū (iekšējā un ārējā);  - Nozares uzņēmēji nākotnē prognozē lielāku  nepieciešamību pēc pārtikas tehnologiem un  pārtikas kvalitātes speciālistiem, kas liecina par uzņēmumu koncentrēšanos uz jauniem  kvalitatīviem produktiem;  - Saskaņot izglītības programmas starp dažādiem līmeņiem, ļaujot vienkāršot pāreju no viena kvalifikācijas līmeņa uz otru;  - Izglītības programmas 1.-3. līmenī veidot ļoti ciešā sadarbībā ar ražotājiem (iespējams, piesaistot uzņēmumus kā mērķstipendiju nodrošinātājus). | - Darbaspēka izmaksu pieaugums;  - Pārtikas nekaitīguma normu ierobežojumi;  - Izejvielu sadārdzinājums;  - Energoresursu cenu pieaugums pasaules tirgos;  - Nozares attīstība ir būtiski atkarīga no izejvielu cenām, kā arī no eksporta tirgus paplašināšanās;  - Protekcionisma pasākumi eksporta tirgos  (ievedmuita u.c.);  - Citās ES valstīs pēdējos gados ir bijuši lielāki kapitālieguldījumi pārtikas nozarē, piemēram, Igaunijā 2010. gadā bruto kapitālieguldījumi pārtikas nozarē ir bijuši par 51% vairāk salīdzinājumā ar 2009. gadu, kamēr Latvijā kapitālieguldījumu apjoms ir bijis nedaudz mazāks nekā 2009.gadā;  - Izejvielu eksporta pieaugums uz kaimiņvalstīm. |

\*Zemkopības ministrija, Latvijas lauku attīstības valsts stratēģiskais plāns 2007, – 2013. gadam, http://www.zm.gov.lv/index.php?sadala=1820&id=11920.

Pārtikas nozares SVID analīzi izstrādā, pamatojoties uz publiski pieejamo informāciju par pārtikas nozari.

|  |  |
| --- | --- |
| Stiprās puses | Vājās puses |
| 1.  2.  ….. | 1.  2.  …. |
| Iespējas | Draudi |
| 1.  2.  … | 1.  2.  …. |

**2.uzdevums**

**Lasi tekstu un izmantojot iepriekšējās zināšanas, diskutē grupā un aizpilda SVID analīzes tabulu.**

**Tendences pārtikas nozarē**

Galvenās nākotnē gaidāmās (un jau tagad pamanāmās) tendences pārtikas un dzērienu nozarē:

* Nišas produkti

Daudzi Latvijas pārtikas uzņēmēji, it īpaši eksportētāji, specializējas uz nišas produktu ražošanu. Lielākajai daļai mūsu pārtikas uzņēmumu ražošanas jaudas nav pietiekami lielas, lai spētu eksportēt produktus masu lietošanai pietiekamā daudzumā uz tādiem lieliem tirgiem kā Krievija. Tāpēc viens no veidiem, kā iekarot eksporta tirgus, ir specializēšanās inovatīvos produktos un spēku izmēģināšana jaunās produktu kategorijās.

* Pārtikas pieprasījums kopumā pasaulē pieaug

Lielākais pārtikas pieprasījuma pieaugums pašlaik un nākotnē nāks no attīstības valstīm, kur gan pieaug patērētāju skaits, gan arī palielinās viņu ienākumi. Līdz ar to mainās attīstības valstu iedzīvotāju ēšanas paradumi, un nākotnē tie tuvosies attīstīto valstu iedzīvotāju pārtikas patēriņa struktūrai. Vairāk tiks patērēta gaļa un piens, ēdienkarte būs variētāka, vairs nesastāvēs tikai no graudaugu produktiem. Taču atšķirības starp attīstīto un attīstības valstīs dzīvojošo uzturu saglabāsies arī nākotnē. Tas tā gan tādēļ, ka ienākumi attīstības valstīs neaugs tik strauji, lai drīzumā sasniegtu attīstīto valstu pārtikas patēriņa līmeni uz iedzīvotāju, gan reliģisku iemeslu, gan arī gaumes dēļ.

* Patērētāju interese par produkta sastāvu un pārtikas produktu izraisīto veselības risku palielinās; arvien svarīgāks kļūst produkta dabīgums un veselīgums

Piemēram, Eirobarometra aptauja par riskiem, kas saistīti ar pārtikas produktiem, ko Eiropas pārtikas nekaitīguma iestāde (EFSA) pasūta katrus piecus gadus, liecina, ka patērētāji Eiropā un Baltijā arvien vairāk uztraucas par pārtikas produktu izraisītajiem riskiem. Visās trīs Baltijas valstīs 2010. gadā salīdzinājumā ar 2005. gadu daudz lielāka daļa aptaujāto atzina, ka viņus uztrauc ar pārtiku saistītais risks. Lietuvā šis rādītājs pieauga no 10% 2005. gadā uz 20% 2010. gadā, Latvijā no 12% uz 19%, Igaunijā (viens no zemākajiem rezultātiem Eiropā) no 4% uz 11%. Visvairāk patērētājus Baltijas valstīs uztrauc tieši pārtikas svaigums un kvalitāte (94% Latvijā, 88% Lietuva un 74% Igaunijā).

Arvien biežāk patērētāji vēlas un, ņemot vērā informācijas pieejamību un tās apmaiņas ātrumu, viņiem arī ir iespēja uzzināt ļoti daudz par produktu un tā izcelsmi. [Eiropā](http://flabel.org/en/News/FLABEL-final-webinar/) informācija par produkta uzturvērtību uz to iepakojuma pieejama 85% produktu. [Pētījumi](http://www.food.gov.uk/multimedia/pdfs/behavlabsummary.pdf) liecina, ka katra patērētāja individuālās uztura prasības, piemēram, rūpes par veselību, reliģiskā vai morālā nostāja, nosaka to, cik daudz uzmanības tiek pievērsts produktu etiķetēm. Palielinās to cilvēku skaits, kas ir alerģiski vai nepanes kādu pārtikas produktu sastāvdaļu, ko ražotāji ņem vērā un izgatavo produktus, kuros šo alergēnu nav. Pārtikai nākotnē būs jābūt dabiskai un veselīgai un vēlams, lai šī ietekme uz veselību būtu zinātniski pārbaudīta. Vairāki runātāji atzīmēja, ka Latvija ir labā pozīcijā, lai šo tendenci izmantotu, jo mums pieejamas augstas kvalitātes izejvielas pārtikas ražošanai.

* Ražošanas ilgtspējība

To, ka pārtika, ko ēdam, ietekmē mūsu veselību, mēs zinām, taču nākotnē arvien vairāk cilvēku sāks apzināties, ka pārtikas ražošana un patēriņš ļoti nopietni ietekmē pasaules resursus. Ilgtspējīga resursu lietošana ir tāda, kas izlieto resursus ne ātrākā laikā, kā zeme spēj tos aizstāt. [Ilgtermiņā](http://ec.europa.eu/environment/eussd/food.htm) pārtikas ražošanas sistēmas izturība ir apdraudēta - tā rada spiedienu uz apkārtējo vidi un procesa rezultātā ir daudz pārtikas atkritumu. Izniekotā pārtika ir ļoti nopietna problēma: ir aprēķināts, ka aptuveni no vienas trešdaļas līdz pat pusei no pasaulē saražotās pārtikas tiek izniekota. Šeit arī jāpiemin, ka iepakojumam ir liela negatīva ietekme uz apkārtējo vidi. Tāpēc apsveicama ir nesenā tendence lietot "zaļu" iepakojumu, kas ir viegli pārstrādājams vai atkārtoti izmantojams.

Vairāki runātāji pieminēja arī to, ka patērētāja vēlmes ir neizpildāmas – cilvēki grib garšīgu, dabīgu, svaigu, izskatīgu un lētu produktu ar ļoti ilgu derīguma termiņu. Visi bija vienisprātis, ka tas nav iespējams, un vienmēr vismaz kāda no šīm prasībām neizpildīsies.

Ņemot vērā iepriekš minēto, ir skaidrs, ka krīzes laika kritums pārtikas nozarē nav bijis tikai īslaicīgs vājuma posms. Nozare vēl joprojām nav izaugusi līdz pirmskrīzes ražošanas apjomu līmenim, un arī nākotnē saskarsies ar tādiem ierobežojošiem faktoriem kā pieprasījuma trūkums vietējā tirgū, pieaugošas ražošanas izmaksas un arvien stingrākas kvalitātes prasības (gan no valsts, gan pašu patērētāju puses). Pārtikas produktu eksports, kas palīdzēja pārtikas ražotājiem krīzes laikā, arī turpmāk būs ļoti nozīmīgs uzņēmumu attīstības veicinātājs, it īpaši ilgtermiņā, kad pieprasījums pēc (kvalitatīvas) pārtikas pasaulē pieaugs. Tas, vai uzņēmumi tuvākajā nākotnē fokusēsies uz vietējo tirgu, jau labi zināmajām eksporta partnervalstīm vai meklēs jaunus produkcijas noieta tirgus, ir vairāk atkarīgs no piedāvātā produkta veida un no katra uzņēmuma stratēģijas.

**Normatīvie akti Eiropas Savienībā un Latvijā**

**ES un Latvijas apstrādes rūpniecības nozares uzņēmumi darbojas stingri regulētā vidē. Galvenās regulējuma un uzraudzības jomas ir prasības pārtikas produktiem, administratīvās prasības ražotājiem un iekšējā tirgus regulēšana. Kā specifiskas regulējuma jomas pārtikas un dzērienu nozarē ir jāmin ģenētiski modificēto produktu klātbūtne tirgū un inovatīvu produktu ieviešana tirgū.**

**Uzņēmējprāt biežo regulu izmaiņu un papildinājumu dēļ gan Latvijas, gan ES nozares uzņēmumiem trūkst skaidrības un paredzamības saimniecisko lēmumu pieņemšanai. Kopumā tirgus regulēšanas administratīvās barjeras pēdējo piecu gadu laikā ir samazinājušās, tomēr jaunas uzņēmējdarbības uzsākšanas procedūrā joprojām ir daudz barjeru, kas var samazināt uzņēmumu skaitu nozarē, tādējādi uzlabojot konkurences apstākļus pārējiem uzņēmumiem.**

**3.uzdevums**

**Iepazīstas ar Zemkopības ministrijas izstrādāto Pārtikas nozares SVID analīzi.**

**Pārtikas nozares SVID analīze**

Pārtikas nozares SVID analīze izstrādāta, pamatojoties uz publiski pieejamo informāciju par pārtikas nozares pašreizējo tirgus situāciju un tās attīstību, kas aprakstīta attiecīgās nozares stratēģiskajā plānā, kā arī uz interviju un datu analīzes rezultātiem.

Tabula Nr. 3. Pārtikas nozares SVID analīze\*

|  |  |
| --- | --- |
| Stiprās puses | Vājās puses |
| -Latvijas vārda atpazīstamība tirgū;  - Eksportspējīga nozare;  - Pietiekama pieejamība nekvalificētam darbaspēkam;  - Plašs tirgus Krievijā un pārējā NVS un Āzijā, kā arī jauni tirgi rietumos;  - Izkoptas tradīcijas un zināšanas produkcijas  izstrādē;  - Pārtikas nozarē ir pieejamas subsīdijas;  - Spēcīgas preču zīmes: „Laima”, „Pure Foods”, „Spilva” „Rīgas šprotes” u.c.  - Nozare ES un Latvijā atkopjas no krīzes, un  kopumā nozarē sākusies mērena izaugsme, ko  atšķirīgi apakšsektori izjūt atšķirīgi, citi sāk pieaugt, citi vēl turpina stabilizēties;  - Latvijas lauksaimniecības un pārtikas produktu eksportam 2010. gadā bija stabila izaugsmes tendence - 2010. gada 4. ceturksnī salīdzinājumā ar 1. ceturksni eksports pieauga pat par 47%, ierindojot nozari otrajā vietā starp nozīmīgākajām Latvijas eksporta nozarēm;  - Saskaņā ar Ekonomikas ministrijas plānoto  attīstības scenāriju, turpmākajos gados ir  paredzēta būtiska apstrādes rūpniecības un līdz ar to arī pārtikas nozares attīstība gan darbinieku skaita ziņā, gan produktivitātes uzlabošanas un ražošanas apjomu paaugstināšanas ziņā;  - Ir pietiekami daudz mikro un mazo uzņēmumu, kas var elastīgi pielāgot produktus tirgus vajadzībām;  - Nozīmīga nozare apstrādes rūpniecībā (tā veido lielāko pievienotās vērtības īpatsvaru apstrādes rūpniecībā);  - ES fondu līdzekļi investēti ražošanas iekārtu  modernizācijai;  - 2010. gadā ir atjaunojušās investīcijas atsevišķos pārtikas nozares apakšsektoros. | - Nozarei zems prestižs potenciālo darbinieku acīs (īpaši zemākā līmeņa darbiniekiem);  - Saskaņā ar LLU sniegto informāciju jaunieši nelabprāt izvēlas studēt ar pārtikas nozari saistītās izglītības programmas, kaut arī nozares uzņēmumi pieprasa šādas profesijas ieguvušus speciālistus;  - Saskaņā ar nozares pārstāvju sniegto informāciju nozares uzņēmumos trūkst zemas kvalifikācijas darbinieku, kas būtu ar mieru veikt manuālas produktu apstrādes procedūras;  - Kopīgas sadarbības stratēģijas trūkums ar izejvielu piegādātājiem;  - Vāji izteikta kooperācija starp mikro un mazajiem uzņēmumiem, kas var traucēt šāda izmēra uzņēmumiem startēt eksporta tirgos;  - Nacionālā lobija trūkums ES institūcijās;  - Trūkst apgrozāmo un finanšu līdzekļu;  - Nevienlīdzīga konkurence ar citu valstu ražotājiem;  - Nekvalitatīva produkcija grauj produkta prestižu un ietekmē visu nozari;  - Liela atkarība no energoresursu cenām;  - Ļoti liela uzņēmumu koncentrācija Rīgā un  Pierīgas reģionā, radot lielu darbaspēka pieprasījumu šajos reģionos;  - Salīdzinoši zema produktivitāte;- Nozares uzņēmumu viedoklis, ka normatīvais regulējums būtiski apgrūtina uzņēmumu attīstību;  - Uzņēmumu pārstāvji norāda uz saistīto nozaru profesiju trūkumu pārtikas nozarē, piemēram, mehāniķu un elektriķu trūkumu;  - Nišas produktu izstrādei ražošanai var būt  vajadzīgs liels roku darbs;  - Uzņēmumi paši apmāca darbiniekus zemākos līmeņos, jo profesionālās izglītības iestādes neiemāca vajadzīgās prasmes, piemēram, kuterētāja prasmes gaļas apstrādē;  - Profesionālās izglītības iestāžu absolventiem, pabeidzot mācību iestādi, nav izpratnes, kā teorija atšķiras no praktiskās dzīves. |
| Iespējas | Draudi |
| - Iekarot jaunus noieta tirgus (tai skaitā Eiropā, Āzijā, starptautiskie iepirkumi, pārtikas palīdzības programmas u.c.);  - Uzņēmumu vertikālās integrācijas attīstība;  - Ilgtermiņa līgumi starp pārtikas izplatītājiem un ražotājiem un starp pārstrādātājiem un piegādātājiem;  - Iespējas celt produktivitāti, atjaunojot iekārtas un pilnveidojot darbaspēku;  - Ir pieejamas neizmantotas ražošanas jaudas;  - Iespēja investēt energoefektivitātes uzlabošanas pasākumos ražošanas procesā;  - Papildu struktūrfondu līdzekļi pārtikas  uzņēmumiem (tai skaitā līdzekļi mārketingam, jaunu tirgu apgūšanai, produktivitātes paaugstināšanai);  - Nozares apakšsektoru attīstība notiek atšķirīgos tempos, līdz ar to no speciālistu pieprasījuma viedokļa ir iespējama stabilizējoša darbība; (pārspecializācija);  - Izmantot valsts lobiju savu interešu aizstāvībai;  - Uzņēmēji arvien vairāk pieprasa zīmolu attīstītājus, kas liecina par vēlmi arvien vairāk virzīt produktus tirgū (iekšējā un ārējā);  - Nozares uzņēmēji nākotnē prognozē lielāku  nepieciešamību pēc pārtikas tehnologiem un  pārtikas kvalitātes speciālistiem, kas liecina par uzņēmumu koncentrēšanos uz jauniem  kvalitatīviem produktiem;  - Saskaņot izglītības programmas starp dažādiem līmeņiem, ļaujot vienkāršot pāreju no viena kvalifikācijas līmeņa uz otru;  - Izglītības programmas 1.-3. līmenī veidot ļoti ciešā sadarbībā ar ražotājiem (iespējams, piesaistot uzņēmumus kā mērķstipendiju nodrošinātājus). | - Darbaspēka izmaksu pieaugums;  - Pārtikas nekaitīguma normu ierobežojumi;  - Izejvielu sadārdzinājums;  - Energoresursu cenu pieaugums pasaules tirgos;  - Nozares attīstība ir būtiski atkarīga no izejvielu cenām, kā arī no eksporta tirgus paplašināšanās;  - Protekcionisma pasākumi eksporta tirgos  (ievedmuita u.c.);  - Citās ES valstīs pēdējos gados ir bijuši lielāki kapitālieguldījumi pārtikas nozarē, piemēram, Igaunijā 2010. gadā bruto kapitālieguldījumi pārtikas nozarē ir bijuši par 51% vairāk salīdzinājumā ar 2009. gadu, kamēr Latvijā kapitālieguldījumu apjoms ir bijis nedaudz mazāks nekā 2009.gadā;  - Izejvielu eksporta pieaugums uz kaimiņvalstīm. |

\*Zemkopības ministrija, Latvijas lauku attīstības valsts stratēģiskais plāns 2007, – 2013. gadam, http://www.zm.gov.lv/index.php?sadala=1820&id=11920.