SP\_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.***

***Guidelines:***

1. *During the lesson students read the text Trends in the food industry and analyze its SWOT.*
2. *During the lesson students use the worksheet.*

**Task 1**

1. Students are divided into groups; each group comes up with the SWOT analysis of the food industry based on the previously gained knowledge.

2. Explain what SWOT is:

* 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**

Students 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 do 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 world

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 are 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 becoming 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 manufacturing and consumption can affect world resources. Sustainable use of 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 estimated 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**

**Students study the SWOT analysis of the food industry carried 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 available 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.