

Iespējām un izdomai nav robežu

Uzņēmumi arvien vairāk pieprasa automātiskas iepakošanas iekārtas ar zemāku enerģijas patēriņu, kurām nepieciešams mazāks apkalpojošā personāla skaits

Latvijā ir vairāki ietekmīgi iepakošanas iekārtu izplatītāji. Daudzi no tiem ir nišas uzņēmumi, kas ir specializējušies kādā tautsaimniecības nozarē vai noteiktā iepakošanas veidā.

Ģeopolitiskā situācija un saspīlētās attiecības ar Krieviju daudziem Eiropas, tostarp Latvijas ražotājiem likusi strauji pār-orientēt savu darbību, secina aptaujātie iepakošanas iekārtu un materiālu izplatītāji. Atsevišķās jomās iekārtu iepirkumu skaits ir samazinājies, tomēr, meklējot jaunus, inovatīvus risinājumus savai produkcijai, kuri ļautu paaugstināt tās pievilcību un konkurētspēju, daudzu nozaru ražotāji iepērk modernas iekārtas.

Embargo un ES fondi

Sakarā ar politisko krīzi attiecībās ar Krieviju uz šo tirgu orientēto pārtikas ražotāju apjomi ir krietni samazinājušies. Pastāv segmenti, kuri vēsturiski bija vairāk orientēti galvenokārt tikai uz Krievijas tirgu, piemēram, zivrupniecība, un pašreizējā situācijā šādu uzņēmumu iepirkumi iekārtu jomā faktiski nenotiek. Krievijas embargo ir samazinājis iepakošanas iekārtu pārdošanas apjomu par 5–10%. Ražotāji, kuri orientējas uz Baltijas un Eiropas tirgiem, saglabā zināmu stabilitāti iepirkumu jomā, raksturo Viktors Grigorjevs, SIA PakMarkas valdes loceklis.

«Krievijas embargo ir skāris Eiropu, tostarp Latviju. Mūsu ražotājiem nav viegli atrast jaunus noieta tirgus un pār-orientēt ražošanu uz jaunajām tirgus prasībām. Sakarā ar konkurences saasināšanos problēmas ir radušās arī tiem uzņēmumiem, kuri neeksportēja savu produkciju uz Krieviju, bet gan uz citām Eiropas valstīm, jo arī citi Eiropas ražotāji cenšas aizstāt zaudēto Krievijas tirgu,» raksturo Ģirts Lazdiņš. Multivac Oy Latvijas filiāles vadītājs.

Iepakošanas iekārtu varētu sadalīt divos lielos segmentos – transporta iepakojums un iepakojums gala patērētājam. Katram no šiem segmentiem ir sava funkcija, savi uzdevumi, atšķirīgi izmantojamie materiāli un speciālās iekārtas, stāsta SIA PTC valdes loceklis Inārs Kučāns. «Iepakošanas iekārtu segmentā pieprasījuma šūpošanos lielākoties ietekmē ES struktūrfondu finanšu pieejamība. Kad nauda ir pieejama, tad tiek bombardēti ar pieprasījumiem. Zināms, ka daudzi uzņēmumi ir cietuši no Krievijas embargo, sevišķi loģistikas uzņēmumi un tie ražotāji, kuriem Krievijas virziens bija ar lielu savas produkcijas īpatsvaru, bet pakošanas iekārtu pieprasījumu tas ir ietekmējis minimāli. Iespējams, uzņēmumi pārorientējās uz citiem tirgiem vai citām biznesa iespējām, un šādos gadījumos atkal ir vajadzīgi jauni iepakojumi un jaunas iekārtas,» viņš skaidro. Pēc iepakojuma iekārtu pieprasījuma var spriest, ka visu triju Baltijas valstu tautsaimniecība attīstās līdzīgi. «Uzņēmumam labākie rezultāti ir Latvijā, bet es to vairāk saistu ar iekšējo resursu sadalījumu reģionā, jo tieši Latvijā mums ir galvenais birojs ar pieredzes bagātākiem un zinošiem speciālistiem gan iekārtu tirdzniecībā, gan to tehniskajā atbalstā un servisā,» stāsta PTC vadītājs.

Savukārt Ģ. Lazdiņš teic, ka Multivac ir pārstāvēts daudzās pasaules valstīs, tostarp Latvijas kaimiņvalstīs, kur tam veicās nedaudz labāk. Viņaprāt, tas galvenokārt ir skaidrojams ar to, ka Lietuvas un Igaunijas ražotāji vairāk eksportē savu produkciju un līdz ar to ir lielāks pieprasījums pēc iepakošanas iekārtām un materiāla, viņš secina.

Pamatā kvalitāte

SIA PTC iepakojuma iekārtu realizācija veido 5–10% no apgrozījuma, pārējo – materiālu tirdzniecība. Uzņēmuma apgrozījums 2014.gadā bija 4,6 miljoni eiro. «2015.gadā tas bija aptuveni tādā pašā līmenī kā gadu iepriekš, bet esam nostrādājuši efektīvāk, un uzņēmums ir palielinājis peļņas rādītājus,» informē I. Kučāns.

Šis uzņēmums realizē iepakojuma iekārtas, kas ražotas Holandē, Itālijā, Vācijā, Japānā, ASV u.c. Pēc viņa teiktā, transporta iepakojumā lielas pārmaiņas nav notikušas, ir svarīgas klasiskās vērtības, proti, drošība un izmaksas. Savukārt plaukta iepakojuma tendences diktē konkurence par gala patērētājiem, un tur izdomai nav robežu. Prasības iepakojumam kopumā pieaug. Uzņēmumi vēlas, lai palīdz izcelties, lai tas palīdz pagarināt produkta derīguma termiņu un samazināt izmaksas u.c. Tas motivē iepakojuma ražotājus nesnaust un ģenerēt arvien jaunus risinājumus.

Multivac galvenokārt ražo un pārdod dažāda veida iekārtas, kuras spēj iepakot produktus vakuuma vai arī t.s. aizsarg- atmosfērā. «Iekārtas varam aprīkot ar dažādām marķēšanas sistēmām. Piedāvājam arī tehnisko servisu un arī pašu iepakojamo materiālu,» stāsta Ģ. Lazdiņš. Iekārtas pārsvarā tiek izmantotas pārtikas rūpniecībā, piemēram, gaļas, piena, zivju, dārzeņu un maizes izstrādājumu iepakojšanai, vērā ņemams klientu skaits šīs iekārtas izmanto nepārtikas nozarē un medicīnā, piemēram, dažādu industriālo detaļu, medicīnas instrumentu, parfimērijas un ķīmisko vielu iepakojšanai. Latvijā populārāki kļūst iepakojumi, kurā gala patērētājs var pagatavot produktu. «Pirms pagatavošanas iepakojums nav jāatver, to var likt cepeškrāsnī. Rezultātā tiek iegūts mīkstāks un sulīgāks produkts ar labākām garšas un smaržas īpašībām. Vērā ņemams fakts ir tīra cepešpanna un īsāks pagatavošanas laiks,» klāsta Ģ. Lazdiņš. Šobrīd biežāk tiek pieprasītas automātiskas iekārtas ar zemāku enerģijas patēriņu, kurām nepieciešams mazāks apkalpojošā personāla skaits.

Viņaprāt, konkurence visai mazajā Latvijas tirgū ir liela. «Latvijā ir kādi 8–9 vērā ņemami uzņēmumi, kuri spēj piedāvāt dažādas pārtikas pārstrādes un iepakojšanas iekārtas,» teic G. Lazdiņš. Viņš stāsta, ka uzņēmums šogad plāno noturēt apgrozījuma apjomu pagājušā gada līmenī, jo, ņemot vērā mainīgo tirgus situāciju, nav pamata pārlietu lielam optimismam. Pēc SIA Lursoft informācijas, Multivac apgrozījums Latvijā pērn bijis 1,6 milj. eiro.

V. Grigorjevs stāsta, ka SIA PakMarkas iepakojšanas iekārtu tirdzniecība šobrīd veido aptuveni 14% no tā kopējā apgrozījuma. 2015.gadā uzņēmuma apgrozījums sasniedza 4,1 milj.eiro. Šogad lielas svārstības iekārtu realizācijas jomā salīdzinājumā ar pagājušo gadu, viņaprāt, nav gaidāmas. Arī šī uzņēmuma klienti galvenokārt pārstāv pārtikas un dzērienu nozares. «Daudz ir tādu klientu, kuri gribētu attīstīties, palielinot lauksaimniecības produkcijas ražošanas un pārstrādes efektivitāti, bet šo attīstību kavē, piemēram, zemnieku kreditēšanas problēmas un specializēto Eiropas fondu atbalsta trūkums šajās nozarēs, tāpēc šī brīža prognozes ir tādas, ka iekārtu tirgus apjoms saglabāsies līdzšinējā līmenī,» viņš rezumē.

Avots: Laikraksts "Dienas bizness", Kristīne Stepīņa, 2016. gada 17. maijs