

ЕВРОПА

И

НИЕ

Новата Европа за мен

в сферата на

ПЕКАРСТВОТО / СЛАДКАРСТВОТО

**Автори: Проф.Маг. Стефан Хлавачек
Инж. Мартина Орсулова**

2003

Използвайки опыта на ЕВРОФИТ Австрия

1. ШАНСОВЕ И РИСКОВЕ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ВЪТРЕШЕН ПАЗАР ЗА ПЕКАРСКИТЕ И СЛАДКАРСКИТЕ КЛОНОВЕ

1.1 Свободното движение на стоките

В ЕС има пълна свобода на движението на стоките, което е регулирано със стандартни ориентирани към пазара и икономиката конкурентни директиви. Във вътрешния пазар не се изискват никакви митнически формалности.

Страните членки на ЕС имат общи търговски политики към трети страни и е предвидено приблизителното изравняване на данъчните закони. Това засяга прилагането на минималния данък добавена стойност от 5% или 15% и хармонизацията на потребителските данъци, като например за алкохолните напитки.

Различните технически стандарти ще бъдат хармонизирани. Ако не се предвижда изравняване на закона, ще се приложи **принципа на взаимното признаване**. (Cassis de Dijon principle). За храните както и за хлебните изделия и сладкишите този принцип е от голяма важност.

Принципа за взаимното признаване

Според този принцип легално произведената храна в която и да е страна членка на ЕС ще може свободно да се движи в целия ЕС. Това може да породи определени трудности за производството на хлебните изделия и сладкишите; очакваните ефекти са анализирани в следния браншови сценарии.

1.2 Свободното движение на хората

Свободното движение визира на само стоките, но също така и гражданите на ЕС. Работещите ще могат да се установяват в която и да е държава от ЕС. Това се дължи на принципа за еднаквото отношение към гражданите на държавите членки на ЕС. На работещите от други страни членки трябва да се предложат еднакви условия на работа както на местните, т.е. заплата и други условия на работа. На тях им се разрешава да работят в която и да е друга страна от ЕС без разрешителни за работа. Целта е да се създадат граници, които прекрочват пазара на работна ръка. За сега относително малък брой граждани са се възползвали от тази възможност, това може да е предизвикано от езикови или психологически бариери.

Свободното движение на предоставянето на услуги и свободата за установяване

Занаятчиите работещи частно, но също така и професионалистите на свободна практика могат да търсят нови почви за дейностите си в целия ЕС. Един италиански сладкар може (т.е. след 6- годишен опит в независима дейност) да отвори сладкарница

в Австрия или която и да била друга държава. Изпита за занаятчийски магистърски сертификат не се изисква за изпълнението на дейността.

Двойната образователна система със последния изпит за чираци и изпита за магистърски занаятчийски сертификат се е доказал много добре в Австрия, Германия или xxxxx. Тази система гарантира добро ниво на образование и е предпоставка за производството на висококачествени хлебни изделия и сладкиши. Така, че има тенденция в много държави от ЕС, където двойната система липсва, да се наложи такава.

Двойната образователна система гарантира качеството

Ако занаятчия от друга държава от ЕС иска да се установи в xxxxx., разбира се той ще се сблъска с националните събирателни договори и други социални и фискални закони. Въпреки, че от предишен опит само относително малък брой занаятчии с частно занимание или назначени на работа се преместват. Лингвистичните и културните различия, но също така и недостатъчното познание на местните пазари и качеството на продукцията често изграждат бариери за икономическия успех в друга страна от ЕС.

1.4 Свободното движение на капитала

Не само стоки, хора или услуги могат да се движат или да бъдат придвижвани свободно във вътрешния пазар, но също така е либерализирано и прехвърлянето на пари, капитал и плащания. Това носи, т.е. в застрахователния сектор възможността да се сключват застраховки и зад граница (без да се плаща допълнителен данък, ако цената на застраховката в тази държава е по-приемлива). В банковия сектор това позволява на повишаването на свободните кредити в целия ЕС и изцяло свободния капитал и трансфери на плащания. По-удобните кредитни условия могат да стимулират малките и средните предприятия за преминаването на границите в бъдеще.

2. Сценарии за влизане в ЕС

Този сценарии би трябвало да отбележи възможните промени, шансове и рискове, които ще донесат достъпа до сладкарските предприятия. Дискусиите с хребарите и сладкарите на семинарите и работилниците, размяната на опит с чуждестранните сестрински предприятия и опита от консултациите с предприятията на базата на подготовката за тази бъдеща визия в този бранш чрез интегрирането на вътрешния европейски пазар.

За сладкарските предприятия тези важни фактори ще останат за постигането на този икономически успех.

- Абсолютно пресни продукти,
- Дълбоко специализиран асортимент с нови продукти,
- Оформянето на специализирани магазини и
- Компетентен и икономически мениджмънт

Новите продукти осигуряват икономически успех

Предприятията, които продават **пресен асортимент** ще останат активни с относително малки разлики заради пресните си продукти като един от най-важните аспекти на пекарските продукти, но също така и заради цената. Въпреки всичко динамиката на големия пазар ще има повече въздействие върху малките и средните предприятия, продаващи полу-фабрикати, фабрикати и замразени храни. От този асортимент много нови конкурентни продукти ще бъдат пуснати на пазара от предприятия от ЕС на местните пазари.

Производството (и продажбите) на хлебни изделия и сладкиши е под строги кодови регулации и законови наредби за хранителните продукти. Специално в земеделието и едно ниво по-нагоре (мелниците) има стриктен национален контрол; в тези сфери се очакват други интензивни промени след влизането в ЕС (ННСП).

Следващия критерий се оказва особено важен за хлебните и сладкарските изделия:

2.1. Асимилация на цените на суровите продукти

В ЕС има абсолютно различни промоции и ценова система в земеделието. За предприятията това означава, че много сурови материали могат да бъдат купени за изключително важната по-ниска цена. Т.е. очаква се намаляване на цената на брашното с до 50% в ЕС, също така много други съставки като маята, солта, захарта и мазнините ще бъдат на разположение на по-ниски цени.

По-ниски цени на суровите продукти след влизането в ЕС

2.2 Принципа “Gassis de Dijon”

Един френски алкохолен продукт “Johannesbeer liqueur” доведе до едно от водещите решения на Европейския Съд на Правосъдието. Комерсиализацията на храната е под специални наредби.

Специални наредби за продажбата на хранителни продукти

Ключовото изречение в политиката за хранителните продукти в ЕС е:

“Всеки продукт, произведен легално в една държава членка (според респективната национална легална ситуация) може да се придвижва свободно във всяка държава от ЕС. Тази защита на потребителите трябва да бъде гарантирана чрез подходящата маркировка”.

На практика това означава, че продуктите произведени според, която и да е директива на страната членка, може да бъде продадена без ограничения в xxxxx. Тези продукти трябва да кореспондират с директивите и наредбите в xxxxx. Но всички разлики трябва да бъдат единично маркирани върху опаковката на продукта. Кексовете от Дания могат да служат за пример, където химическото консервиране и

ароматни съставки са позволени. Тези кексове могат да бъдат продавани в xxxxx с подходящото обозначение (директивата за обозначението на етикетите в ЕС).

Поради тези причини си заслужава да се отбележи дали кодовите ограничения и правилата за хранителните продукти не трябва да бъдат осъзнати или ревизирани в xxxxx за да се позволи потока под контрола на хранителните продукти от друго качество, тъй като е много трудно да се върне изгубения пазар и обикновено е свързано с високи разходи. Във връзка с това, е важно да се отбележи, че производителите на xxxxx са по-нататък регулирани от правила за национални кодове, ако те са за внос в друга държава от ЕС.

Принципа Cassis de Dijon е валиден в целия ЕС!

2.3 Изравняването на заплатите и на цените

Средната заплата в Германия е около xx% по-висока от тази в xxxxx. (В Швейцария около xx % по-висока). Ако едно предприятие иска да калкулира цената на един работен час, то трябва да го калкулира с разходите, които не включват заплатата (странични разходи). За да се намали изтичането на квалифицирани хора – изтичане на мозъци (виж свободното движение на хората) ще бъде необходимо да се увеличат нивата на заплатите за няколко професии в няколко региона (граничните райони); във връзка с това нивото на разходите за работната ръка извън заплатите (странични разходи) би трябвало също така да бъдат повдигнати за дискусия за да се подобри равенството в шансовете за конкуренция.

Повишаването на заплатите става необходимо

Влизането в ЕС ще бъде обвързано с разширението на предлагания асортимент от продукти. Намалването на цените за определени продукти и услуги като резултат от по-интензивната конкуренция и намаляването на разходите за суровите материали и разходи за заплати. По-конкурентните цени и повишаването на заплатите трябва да даде резултат в повишаването на покупателната способност и да стимулира по-нататък изискванията за по-високо качество и продуктите направени по поръчка (предлагани от занаятите).

По-голям асортимент на продукти

За сравнение на цените на хлебните и сладкарските изделия в Германия и Австрия (и xxxxx), можем да видим, че хляба и питките имат доста еднакво ниво на цените.

2.4. Бърза адаптация в граничните региони

Свободното движение на стоки и хора, свободата за установяване и евентуалните промени могат да имат бързи ефекти, по-специално в граничните региони. От една страна предприятията ще се адаптират бързо към изискванията за асортимент, цени и разходи, а от друга страна те ще се сблъскат с възможности за разширение, т.е. под формата на субсидирано основаване “зад граница”, но също така и по-добри възможности за продажба на едро от националните специалитети.

Нова ситуация в граничните райони

Направете вашия бизнес “европригоден”, вие ще бъдете подкрепени от опитни съветници от вашата браншова организация:

- Формулиране на нови цели и стратегии на фирмите
- Изчисляване на разходите
- Позициониране на специализирани пекарски и сладкарски магазини
- Организация и увеличение на продуктивността в сладкарството

3. Въпроси

За да се дефинират шансовете и рисковете на бизнеса и да се извлекат от него правилните изводи, означава да се отговори точно на колкото се може повече въпроси, които се отнасят до:

- анализа на собствената фирма и нейната позиция в конкурентната среда,
- за развиващите се цели
- за подходящите стратегии и мерки.

Подходящите въпроси за бизнес или конкурентния анализ могат да бъдат, например:

- Какви продукти / услуги предлагаме?
- Кое можем да правим най-добре?
- С каква група клиенти можем да се справим?
- От коя група клиенти, какви резултати ще постигнем?
- Какъв е нашия пазар?
- Защо ограничаваме дейността си на този пазар?
- Какви преимущества и недостатъци има нашето местонахождение?
- Защо нашите най-силни конкуренти се измерват от капитала на продажбите?
- Кой от нашите конкуренти са най-предприемчиви?
- Кой са нашите най-силни страни и слабости?
- Кой планиращи и контролни инструменти за ни на разположение?
- Колко е точна нашата предварителна калкулация в сравнение с калкулацията след това?

Въпросите за развиващите се цели могат да бъдат например:

- Кой са нашите основни силни страни, с цел да продаваме на клиентите си най-добре и това което да ни отличи значително от нашите конкуренти?
- Защо клиентите биха избрали нашия продукт, дори ако разстоянието е по-голямо?
- Какви шансове имаме като изнасяме поръчките към предишната целева група?
- Какви шансове имаме ако искаме да участваме в новите целеви групи за износ или вериги за доставки?
- Какви допълнителни разходи ще се появят, ако предлагаме нашите услуги на най-отдалечения клиент?
- Коя група клиенти искаме да адресираме на интензивно /специално/ есклузивно?
- Кой продукти или група от продукти трябва да поддържа по-нататък?

- Кой услуги трябва да засилим?
- Кой маркетингови дейности ще повлияят силно на нашите продажби?

Въпроси към дефиницията за подходящите стратегии и мерки са, например:

*Какво трябва да направим за да постигнем нашите цели, например в следните сфери?

- Отношения с клиентите
 - Предлагания асортимент
 - Извършването на услугите
 - Маркетинг и реклама
 - Структура на разходите
 - Планиране и контрол
 - Калкулация
-
- Кой е отговорен за изпълнението на мерките?
 - На какви крайни срокове трябва да обърнем внимание за различните мерки?
 - Кой е отговорен за координацията и контрола на специфичните мерки?