



EVEA

EESTI VÄIKE- JA KESKMISTE ETTEVÕTJATE ASSOTSIATSIOON
ESTONIAN ASSOCIATION OF SME'S



**EU – PHARE BUSINESS SUPPORT
PROGRAMME SME-FIT
INFORMATION CAMPAIGN**

EUROOPA JA MEIE

UUS EUROOPA MINU JAOKS, KUI OLEN

JUUKSUR

Autorid: Prof. Mag. Stefan Hlawacek
Ing. Martina Orsulova

Tõlkinud: Eesti Väike- ja Keskmiste Ettevõtjate Assotsiatsioon (EVEA)

1. Euroopa Liiduga liitumise mõjud juuksurile

1.1 Kauba vaba liikumine

Alates Euroopa Liidu (EL) Lepingu jõustumisest 1. jaanuaril 1993. a. võib kõiki seaduspäraselt toodetud kaupu (s.t. kaubad, mis vastavad tervise- ja ohutusnõuetele) lasta kõigi teiste liikmesriikide turgudele.

Eesti juuksuri jaoks on toodete valik laienenud ning juurde on lisandunud palju uusi tooteid, mida eelnevalt müüdi vaid ELi liikmesriikides.

Võimalik on nn. paralleelimpordi tekkimine ja see muudab kaupmehed tarnijatest vähem sõltuvaks. Kaupmeestevaheline konkurents kasvab mõjutades ostuhindade langust ning seega ka importkauba hulgimüügi hindade langust.

Seetõttu võivad juuksurid eeldada kõigi juuksehooldustoodete hindade alanemist, samuti oodata tarnijatelt ökonoomsemaid hinnapakkumisi.

1.2 Vaba ettevõtlus

Eesti juuksurid peaksid informatsiooni hankima ELiga liitumisest tingitud vaba ettevõtluse teemadest:

Kardetakse teistest liikmesriikidest sisserännanud ettevõtjate poolt asutatud firmade kiiret kasvu ja sellest tulenevat üha suurenevat konkurentsi.

Mainitud kartus on siiski alusetu, kui jälgida ettevõtete asutamise tempot teistes liikmesriikides peale ELi eelnevaid laienemisi. ELis on ainult 0.3%, ehk 3 uut ettevõtet 1000st, mis on teise liikmesriigi ettevõtja poolt asutatud.

Juuksuritele on kättesaadavad kõik tooted ELi turul

ELis on ainult 3 uut ettevõtet 1000st, mis on asutatud teise liikmesriigi ettevõtja poolt

Seoses tugevate perekondlike ja sotsiaalsete sidemete, kindla kliendibaasi ning keelebarjääri (eriti juuksuriameti puhul on kliendiga suhtlemine väga oluline) olemasolu tõttu ei toimu Eestis peale ELiga liitumist suuri struktuurilisi muutusi.

Välismaalaste juurdepääs tööturule:

Peale ELi Lepingu jõustumist võib iga juuksur asutada oma ettevõtte ELi liikmesriigis eeldades, et ta tegevus on kookõlas vastava liikmesriigi nõuetega. Teistest ELi liikmesriikidest sisserännanud töölisi tuleb kohelda võrdselt selle liikmesriigi töolistega, kuhu nad on tööle tulnud.

***Eraettevõtte
asutamisel teises
liikmesriigis võivad
kehtida teatud
eelingimused***

Siiski, vastavalt iga riigi nõuetele peavad juuksurid vastama järgmistele tingimustele:

1. 6 aastat kestnud pidev kogemus eraettevõtjana või juhatajana ning miinimumvanus 26 aastat.

VÕI

2. 3 aastat kestnud kogemus eraettevõtjana või juhatajana, või kui oskustöölaine suudab tõestada oma 3-aastast vastavat erialast haridust ning esitada riikliku sertifikaadi või mõne teise teatud ametiala jaoks sobiva sertifikaadi, mis on tunnustatud pädeva ametialase assotsiatsiooni poolt.

VÕI

3. 3 aastat kestnud kogemus eraettevõtjana või kui oskustöölaine suudab tõestada oma 5 aastat kestnud tegevust juuksuring ning on vähemalt 23 aastane.

Esimese ja kolmanada eelduse puhul ei tohi kogemus olla omandatud rohkem kui 10 aasta eest

Eestis on juba praegu riik võimaldanud volitatud isikul osauhingut asutada. Siiski kasutatakse seda võimalust sotsiaalsete ning keeletakistuste tõttu veel vähe.

Kuna suured ettevõtted eeldavad osaühingutena funktsioneerimist, siis juriidilisest aspektist vaadatuna ei too suurettevõtete turule sisenemine kaasa palju muudatusi.

Samuti ei ole lähimas tulevikus oodata märkimisväärseid muudatusi frantsiisikettide tüüritevõtete tekkimisel isegi siis, kui frantsiisikettide arv suureneb. Seda sellepärast, et frantsiisilepingu sõlmijale langeb täisvastutus ettevõtte majandustulemuste eest.

1.3 Töö- ja sotsiaalseadus

ELi töö- ja sotsiaalseadus reguleerib järgnevaid seadusandluse valdkondi:

- Töö vaba valik
- Sisserännanud tööliste sotsiaalkindlustus
- Naiste ja meeste palkade võrdsus
- Töökeskkond
- Tööliste tervishoid ja ohutusnõuded
- Massilised koondamised suurtes firmades
- Kaitse vallandamise ning resignatsiooni puhul
- Kaebused ja pretensioonid seoses ebavõrdse töötasuga

ELi töö- ja sotsiaalmäärused sisaldavad alati vaid minimaalseid kohustuslikke nõudeid, mida tuleb täita. Igal ELi liikmesriigil on lubatud kehtestada rangemad või spetsiaalsed määrused ning tingimused.

Kõik teised kohustuslikud töö- ja sotsiaalmäärused viitavad piirilestele teemadele.

Need korraldused sisaldavad alati vaid minimaalseid kohustuslikke nõudeid, mida tuleb täita. Igal ELi liikmesriigil on lubatud kehtestada rangemad või spetsiaalsed määrused ning tingimused.

Töötunnid on peale ELi laienemist reguleeritud siseriikliku seaduse kohaselt.

Juuksuri töötunnid võivad väheneda tulenevalt välise konkurentsi survest.

Juhul, kui juuksurite esindajad lühendavad töötunde sotsiaalpartnerite vahelise läbirääkimise tulemusena ja mingi teatud isikliku huvi otstarbel, siis ei ole see tingitud liitumisest EL-ga.

1.4 Maksuseadus

Käibmaksumäär on ELis vähemalt 5% (või 15%) ning igal liikmesriigil on lubatud kehtestada kõrgem maksumäär.

1.5 Lahtioleku ajad

Lahtioleku ajad on reguleeritud siseriiklike seadustega ka peale ELiga ühinemist. Lahtioleku aegade reguleerimisel arvestatakse ka sotsiaalpartnerite seisukohti. Siiski, mingeid tõsiseid muudatusi siin ei oodata.

2 Eesti juuksurite võimalused ja riskid ELis

Juuksurite võimalused ning riskid sõltuvad tulevikus enamjaolt klientide käitumisest ning see ei sõltu ELiga ühinemisest.

Ettevõtetevaheline hinnakonkurents suureneb seoses juuksuriteenuste hindade liberaliseerimisega ning selles sektoris pidevalt tõusvate palkadega. Seega juuksurid peaksid oma konkurentsivõime tõstmiseks pöörama rohkem tähelepanu kliendi lojaalsuse arendamisele ning ettevõtte asukohale.

Suurimad võimalused ELis edu saavutada on juuksuritel, kes suudavad oma klientidele pakkudes head kvaliteeti, hoolt ning nõuandeid. Samuti on tähtis sihtgruppidele suunatud turundus (reklaam, eripakkumised ning moenõuanded) ning kliendi lojaalsuse tagamine tema meeles pidamisega (kirjad, telefonikõned, õnnitluskaardid)

Tähelepanu peaks pöörama klientide kasvavale polariseerumisele: olemasolevad kliendid, kes on valmis maksma kõrget hinda kõrgkvaliteedilise

Eestis hakkab peale ELiga liitumist kehtima ELi ühtne maksuseadus

Lahtioleku aegu reguleerib siseriiklik seadus

Juuksuri konkurentsivõime ei sõltu ELiga liitumisest

Kliendi lojaalsus on tulevikus edu saavutamisel tähtsam faktor

Konkurentsiks ettevalmistamata juuksurid ei suuda oma potentsiaali kasutada

teenuse eest ning samuti on kliente, kes soovivad maksta vähem ja kes ei aseta väga suurt rõhku teeninduse kvaliteedile.

Intensiivsele turustamisele peab lisanduma tööefektiivsus ning ökonoomsuspoliitika. Juuksurid, kes ei ole tugevamaks konkurentsiks ettevalmistunud ning kes ei reageeri aktiivselt põhiklientide vajadustele, peavad arvestama arvukamate riskidega. Arvata võib, et nad ei suuda vastata palkade tõusuga seoses olevale nõudluse ja ostujõu kasvule.

Alusetu on paljude juuksurite kartus, et seoses ELi laienemisega tekib juurde palju uusi juuksurisalonge: need ettevõtted on juba praegu frantsiiside ning kettettevõtetena olemas ning nende arv jääb ka tulevikus samaks.

Teiste ELi liikmesriikide eraettevõtjatest juuksuritel ei ole erilist huvi tulla Eestisse. Juba mõnda aega ühes riigis tegutsenud juuksuril peaksid olema tõsised põhjused sealt lahkumiseks, et Eestis uuesti oma ettevõtet alustada ning lisaks muudele raskustele ületada ka keelebarjäär.

Lõpetuseks võib öelda, et juuksuritel ei ole ELiga liitumisel tõesti midagi karta.

Kliendid muutuvad tulevikus aina nõudlikumaks ning konkurents tiheneb tänu frantsiiside ja ahelettevõtete kasvule, kuid see suund ei ole seotud ELi laienemisega. Kliendil on kõrgemad nõudmised teeninduse ja seega ka oma juuksuri suhtes. Seetõttu peaksid juuksurid juba praegu mõtlema lähimas tulevikus muutuvatele turutingimustele ning oma ettevõtte tugevdamise eesmärgil koostama individuaalse äriplaani!

Alusetu on paljude juuksurite kartus, et seoses ELi laienemisega tekib juurde palju uusi juuksurisalonge

EL pakub juuksuritele võimalusi, mis on kooskõlastatavad tuleviku turutingimustega

Võimalusi ning riske saab defineerida vaid individuaalselt

3. Küsimused

Veendumaks äririskides ja –võimalustes tuleks kõigile järgnevatele küsimustele võimalikult täpselt vastata. Küsimused käsitlevad järgnevaid teemasid:

- * ettevõtte ning tema positsiooni analüüs konkurentsirohkes keskkonnas;
- * eesmärkide arendamine;
- * sobivad meetmed ning strateegia.

Sobivad küsimused ettevõtte ning konkurentsi analüüsimiseks võiksid olla näiteks järgmised:

- * Milliseid tooteid / teenuseid me pakume?
- * Mida me oskame eriti hästi teha?
- * Millised tulemusi meie tooted saavutavad?
- * Kes on meie kliendid?
- * Milliseid tulemusi saavutame teatud kliendi sihtgruppidega?
- * Milline on meie turg?
- * Miks piirdume oma tegevusega ainult sellel turul?
- * Milliseid on meie asukoha plussid / miinuseid?
- * Kes on meie kõige suuremad konkurendid vaadates kapitali ning müügitulemusi?
- * Millised meie konkurentidest on kõige innovatiivsemad?
- * Mis on meie kõige olulisemad tugevad ning nõrgad küljed?
- * Millised on meie planeerimise ja kontrollivahendid?
- * Kas meie eelarvestused on lõpparvestustega kooskõlas??

Küsimused eesmärkide arendamiseks võivad olla näiteks järgmised:

- * Millised on meie olulised tugevad küljed, mille alusel klient saaks meid konkurentsist kindlasti eraldada?
- * Miks klient valiks just meie toote vaatamata suuremale kaugusele?
- * Millised võimalused on meil eelnevatele sihtgruppidele ekspordi kohaletoometamiseks?
- Millised võimalused meil on, kui soovime teenindada uut sihtgruppi ekspordi alal?
- Millised lisakulud ilmnevad, kui pakume oma teenuseid veidi kaugemal asetsevatele klientidele?
- * Milliseid sihtgrupe soovime adresseerida – tõhusamalt / detailselt ainuüksi?
- * Milliseid tooteid või tootegruppe võiks rohkem toetada / kasutusele võtta?
- * Millist teenindusharu võiksite tugevdada?
- * Millised turustamisviisid võiksid meie müüki oluliselt mõjutada?

Küsimused vastava strateegia ning meetmete koostamiseks on näiteks järgmised:

- * Mida me peame tegema saavutamaks oma eesmärgi, näiteks järgnevatel aladel?
 - Kliendisuhed;
 - Pakutav sortiment;
 - Teeninduskvaliteet;
 - Turundus ja reklaam;
 - Kulustruktuur;
 - Planeerimine ja kontroll;
 - Arvestus, kalkulatsioon.

- * Kes vastutab meetmete elluviimise eest?
- * Millistele tähtaegadele peame tähelepanu pöörama erinevate meetmete korral?
- * Kes vastutab teatud meetmete koordineerimise ja kontrolli eest?