

EIROPĀ UN MĒS



Jaunā Eiropa man kā

FRIZIERIM

**Autori: Prof. Mag. Stefan Hlawacek
Ing. Martina Orsulova**

Izmantojot Austrijas EUROFIT piemēru

2003.

1. Kā iestāšanās Eiropas Savienībā ietekmēs frizierus

1.1 Brīva preču kustība

Saskaņā ar ES līgumu, kurš stājās spēkā 1993. gada 1. janvārī, visas vienā ES dalībvalstī likumīgi saražotās preces (t.i., saskaņā ar veselības un drošības ierobežojumiem un likumiem) ir jālaiž apgrozībā un jāatzīst arī jaunajās dalībvalstīs.

Iepriekš teiktais Latvijas frizierim nozīmē to, ka matu kopšanas līdzekļu sortiments palielināsies, jo kļūs pieejami tādi līdzekļi, kas agrāk tika pārdoti tikai ES valstīs.

Būs iespējams arī paralēlais imports, tādējādi tirgotāji nebūs pārāk cieši piesaistīti saviem piegādātājiem. Konkurence tirgotāju starpā pieaugs, un tas, savukārt, samazinās iepirkumu cenas, un importa preces tiks pārdotas vairumtirdzniecībā par zemākām cenām.

Tādēļ frizieri var rēķināties ar izdevīgākām cenām visiem matu kopšanas līdzekļiem, pamatojoties uz pieņēmumu, ka, pateicoties piegādātājiem, cenu samazināšanās dos labumu arī frizieriem.

Lai saņemtu atļauju kā pašnodarbinātai personai apmesties kādā citā ES dalībvalstī, ir jāizpilda daži priekšnoteikumi

1.2 Brīvība dibināt uzņēmumu

ES būs tikai 3 no 1000 citas ES dalībvalsts pilsoņu kādā citā ES dalībvalstī dibinātu uzņēmumu

Latvijas frizieriem pēc iestāšanās ES būtu jāpievērš īpaša uzmanība brīvībai dibināt uzņēmumus:

Šī aroda veicēji baidās no iespējamās kādas citas ES dalībvalsts konkurentu aktivitātes dibināt uzņēmumus, jo visiem ES pilsoņiem ir tiesības dibināt uzņēmumus (ievērojot noteiktus, patlaban vēl apspriežamus priekšnoteikumus) jebkurā ES dalībvalstī.

Tomēr šķiet, ka šīm bailēm nav pamata it sevišķi, ja mēs atceramies, cik uzņēmumu tika dibināti citās dalībvalstīs pēc iepriekšējās ES paplašināšanās. Citas ES dalībvalsts nodibināto uzņēmumu skaits kādā citā dalībvalstī ir tikai apmēram 0.3% no visu izveidoto uzņēmumu skaita, tas ir, 3 uzņēmumi no 1000.

Pēc iestāšanās ES, ciešo ģimenisko un sociālo saikņu dēļ ar dzimto valsti, un arī jau iegūto klientu vai valodas barjeras dēļ (kas ir sevišķi svarīgi friziera arodā, jo savstarpējai saskarsmei ir ārkārtīgi liela nozīme) Latvijā nenotiks nekādas strukturālas pārmaiņas.

Citu valstu pilsoņiem pieejamās darba iespējas:

Pēc ES līguma stāšanās spēkā jebkurš frizieris var uzsākt biznesu jebkurā ES dalībvalstī, ja vien viņš ievēro šajā valstī noteiktos priekšnosacījumus. Šādā veidā katrā ES dalībvalstī būs iespējams panākt vienlīdzību starp attiecīgās dalībvalsts pilsoņiem un ārzemniekiem.

Tomēr, saskaņā ar katras atsevišķas valsts prasībām, frizierim ir jāpierāda vismaz:

1. Nepārtraukts 6 gadus ilgs darbs kā pašnodarbinātai personai attiecīgajā profesijā vai darbs menedžera amatā un minimālais vecums 26 gadi

VAI

2. Nepārtraukts 3 gadus ilgs darbs kā pašnodarbinātai personai attiecīgajā profesijā vai darbs menedžera amatā, vai arī ja amatnieks var pierādīt iepriekšēju vismaz 3 gadu garumā iegūtu izglītību attiecīgajā profesijā, un var iesniegt valsts izdotu sertifikātu vai atbildīgās, profesionālās asociācijas izdotu, ekvivalentu, profesijai atbilstošu sertifikātu.

VAI

3. Nepārtraukts 3 gadus ilgs darbs kā pašnodarbinātai personai attiecīgajā profesijā vai arī, ja amatnieks var pierādīt, ka viņam ir vismaz 5 gadu darba pieredze friziera profesijā un viņš ir vismaz 23 gadus vecs.

Pirmā un otrā priekšnoteikuma sakarā norādītā profesionālā darbība tiek uzskatīta par derīgu, ja tā veikta laika periodā, kas nav ilgāka par 10 gadiem.

Jau šodien ir iespējams apmesties jebkurā Eiropas valstī, nodibinot privātu, ierobežotas atbildības uzņēmumu ar pilnvarotu attiecīgas valsts ierēdni. Tomēr šī iespēja, iepriekš minēto sociālo un valodas barjeru dēļ, tiek izmantota visnotaļ ierobežoti.

No likumīgā viedokļa raugoties, pašreizējā situācija, kad tirgū ienāk lielie uzņēmumi, neradīs būtiskas izmaiņas, jo šie uzņēmumi dod priekšroku vadīt savu biznesu kā privātas ierobežotas atbildības firmas.

Tāpat tuvākā vai tālākā nākotnē netiek gaidītas ievērojamas izmaiņas franšīzes ķēžu meitas uzņēmumu skaitā, pat tādā gadījumā, ja šo ķēžu skaits pieaugs. Tas varētu būt tādēļ, ka franšīzes ņēmējs nes pilnu atbildību par sava uzņēmuma darbības ekonomiskajiem rezultātiem.

1.3. Darba un sociālā likumdošana

ES darba un sociālās likumdošanas regulējošās jomas:

Brīva darba izvēle

Ieceļojošo strādnieku sociālā drošība

Atlīdzība vīriešiem un sievietēm

Darba vide

Darbinieku veselība un drošība

Masveida štatu samazināšana lielos uzņēmumos

Aizsardzība atlaišanas un aiziešanas no darba gadījumos, sūdzības un prasības attiecībā uz pamata tiesībām saņemt vienlīdzīgu atalgojumu.

Visi citi obligātie darba un sociālie nosacījumi attiecas uz robežu šķērsošanas jautājumiem.

Šie nosacījumi vienmēr nosaka tikai minimālos obligāti izpildāmos noteikumus. Katrai dalībvalstij ir tiesības noteikt stingrākus vai arī kādus īpašus noteikumus vai prasības.

Pēc ES paplašināšanās darba laiku nosaka attiecīgās valsts likumdošana.

Ārējā konkurences spiediena dēļ frizieru darba stundas var tikt saīsinātas.

Tomēr, ja frizieru profesijas nozares vienojas ar sociālajiem partneriem par darbalaika saīsināšanu, lai tādējādi iegūtu priekšrocības citās jomās, tam nav nekāda sakara ar iestāšanos ES.

1.4. Nodokļu likumdošana

Pievienotās vērtības nodokļa likme ES būs vismaz 5% (vai 15%), un katrai valstij ir tiesības noteikt augstāku nodokļa likmi.

1.5. Darba laiks

Arī pēc iestāšanās ES darba laiks paliks attiecīgās dalībvalsts kompetencē un būs atkarīgs no sarunām ar sociālajiem partneriem. Tomēr šajā sfērā nav sagaidāmas nekādas būtiskas izmaiņas.

**ES
standartizētā
nodokļu
likumdošana,
kura ir spēkā
katrā valstī pēc
tās pilnas
dalības ES**

**Darba laiku
regulē
attiecīgās
valsts
likumdošana**

2. Latvijas frizieru iespējas un riski ES

Frizieru konkurence nav atkarīga no iestāšanās ES

Frizieru nākotnē iespējamie riski un iespējas ir pamatā atkarīgas no klientu izturēšanās, un šis apstāklis nekādā veidā nav atkarīgs no ES paplašināšanās.

Frizieru pakalpojumu cenu liberalizācijas un šajā sektorā nepārtraukti pieaugošo algu dēļ pieaugs cenu konkurence starp uzņēmumiem. Tādēļ frizierim jāpievērš lielāka uzmanība tādām konkurences stiprajām pusēm kā klientu lojalitāte un uzticība.

Nākotnē pieaugs klientu uzticības faktora nozīme

ES veiksies tiem frizierim, kuri spēs apmierināt savu klientu vēlmes, piedāvājot tiem augstas kvalitātes pakalpojumus, izrādot rūpes un sniedzot padomus, kā arī tiem šī aroda veicējiem, kuri mērķtiecīgi izmantos marketingu (reklāmu un īpašus piedāvājumus modes jautājumos) un pratīs piesaistīt savus klientus ar telefona zvanu, vēstuļu un apsveikumu palīdzību.

Jāpievērš īpaša uzmanība turpmākai klientu polarizācijas veicināšanai: tiem klientiem, kuri ir gatavi par augstas kvalitātes pakalpojumu maksāt atbilstošu naudas summu, un tiem klientiem, kuri vēlas maksāt zemākas cenas, bet ir gatavi attiecīgi saņemt zemākas klases pakalpojumus.

Intensīva marketinga pieeja nepārtraukti jāpapildina ar efektīgu darbu un attīstības politiku. Frizieri, kuri nebūs gatavi strādāt sīvas konkurences apstākļos, un kuri nespēs elastīgi reaģēt uz mērķa klientu vajadzībām, tiks pakļauti riskam. Viņi nespēs apmierināt potenciālās prasības, kuras izpildot varētu pieaugt algas, un kas spētu palielināt viņu pirktspēju.

Konkurencei nesagatavoti frizieri nespēs izmantot savu potenciālu

Nav pamata baidīties, ka citu dalībvalstu pilsoņi varētu atvērt lielu skaitu jaunu uzņēmumu

Nav pamata baidīties, ka ES paplašināšanās rezultātā citu dalībvalstu pilsoņi varētu atvērt lielu skatu jaunu uzņēmumu. Jau šodien tādi pastāv kā franšīzes un ķēdes uzņēmumi, un to skaits paliks nemainīgs arī nākotnē.

Atsevišķi frizieru aroda uzņēmumi no citām ES dalībvalstīm nebūs īpaši ieinteresēti uzsākt biznesu Latvijā. Frizierim, kurš jau ilgu laiku strādā uzņēmumā savā valstī, ir nepieciešams patiesi nopietns iemesls, lai atstātu šo zemi un sāktu jaunu uzņēmumu valstī, kur viņam nāktos saskarties arī ar valodas problēmām!

ES piedāvā iespējas frizieriem, kuri spēs pielāgoties nākotnes tirgus prasībām

Rezumējot iepriekš teikto, frizieriem patiešām nav iemesla baidīties no ES paplašināšanās.

Klienti nākotnē kļūs aizvien izvēlīgāki, un konkurenci palielinās augošais franšīzes un ķēdes uzņēmumu skaits. Tomēr jāņem vērā, ka

Šai tendencei nav nekā kopīga ar ES paplašināšanos. Klientu prasības pēc kvalitatīviem pakalpojumiem pieaugs, un tādējādi pieaugs prasības tieši frizierim. Sī iemesla dēļ jau tagad jāpīlņveido savs uzņēmums un jāizstrādā individuāla nākotnes koncepcija, lai jūsu business būtu pietiekoši spēcīgs mainīgajos tirgus apstākļos.

Jautājumi

Lai definētu biznesā iespējamos riskus un iespējas, un lai izdarītu pareizus secinājumus, ir nepieciešams precīzi atbildēt uz virkni dažādu jautājumu, kuri, lielākoties, attiecas uz:

- * uzņēmuma analīzi un tā vietu konkurences vidē,
- * mērķu izstrādi
- * attiecīgo stratēģiju un pasākumiem.

Atbilstoši uzņēmuma vai konkurences analīzes jautājumi varētu būt, piemēram:

- * Kāda veida produkciju/pakalpojumus mēs piedāvājam?
- * Ko mēs spējam paveikt īpaši labi?
- * Kādus rezultātus mēs sasniedzam un ar kāda produkcija palīdz mums to garantēt?
- * Ar kādām klientu grupām mēs spējam strādāt?
- * Kādus rezultātus mēs sasniedzam un kādas klientu grupas palīdz mums to panākt?
- * Kas ir mūsu tirgus?
- * Kādēļ mēs ierobežojam savu dalību šajā tirgū?
- * Kādas ir mūsu atrašanās vietas priekšrocības un trūkumi?
- * Kuri ir mūsu sīvākie konkurenti (pēc kapitāla un apgrozījuma)?
- * Kuri no mūsu konkurentiem ir visnovatoriskākie?
- * Kādas ir mūsu svarīgākās stiprās un vājās puses?
- * Kādi plānošanas un kontroles instrumenti ir mums pieejami?
- * Cik precīzi ir mūsu priekšaprēķini salīdzinot ar pēcaprēķiniem?

Mērķu izstrādei varētu uzdot šādus jautājumus:

- * Kādas ir mūsu galvenās stiprās puses, kuras mēs sevišķi veiksmīgi varam pārdot saviem klientiem, un kas mūs dara atšķirīgus no konkurentiem?
- * Kādēļ klienti izvēlētos tieši mūsu produkciju, lai gan mēs atrodamies tālāk?

*iespējas un
riskus ir
iespējams
definēt tikai
individuāli*

- * Kādas ir mūsu izredzes, veicot eksporta piegādes iepriekšējām mērķa grupām?
- * Kādas ir mūsu izredzes, ja mēs vēlamies strādāt jaunās eksporta mērķa grupās vai piegādes ķēdēs?
- * Ar kādām papildu izmaksām mums jāērķinās, ja vēlamies sniegt pakalpojumus vistālākajam klientam?
- * Kuras mērķa grupas mēs vēlamies uzrunāt visvairāk/ īpaši/ ekskluzīvi?
- * Kāda produkcija/ produktu grupas būtu jāatbalsta/ jāražo nākotnē?
- * Kādus pakalpojumus mums vajadzētu pastiprināt?
- * Kādi marketinga pasākumi varētu ietekmēt mūsu apgrozījumu?

Jautājumi, lai definētu atbilstošo stratēģiju un pasākumus:

- * Kas mums jā dara, lai īstenotu savus mērķus, piemēram, šajās jomās?
 - Klientu attiecības
 - Piedāvātais sortiments
 - Pakalpojumu veikšana
 - Marketings un reklāma
 - Izmaksu struktūra
 - Plānošana un kontrole
 - Aprēķini
- * Kurš ir atbildīgs par šo pasākumu izpildi?
- * Kāds ir termiņš, kura laikā mums jākoncentrē uzmanība uz atsevišķiem pasākumiem?
- * Kurš ir atbildīgs par šo pasākumu koordināciju un kontroli?