



Czynniki wytwórcze: praca, kapitał, ziemia, przedsiębiorczość, informacja

Wiedza o gospodarce
Studium przypadku

2013



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



Zachodniopomorska
Szkoła Biznesu
w Szczecinie

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY





Czynniki wytwórcze: praca, kapitał, ziemia, przedsiębiorczość, informacja

Cel

Celem jest analiza efektywnych czynników wytwórczych.

Wprowadzenie

Masz na imię Łukasz, jesteś uczniem liceum ogólnokształcącego w klasie maturalnej, masz 18 lat. Mieszkasz w małej nadmorskiej miejscowości: 20 tys. mieszkańców, jeden sklep Netto, pięć małych sklepików spożywczych, nie ma kina, teatru ani muzeum. Za to latem miejscowość rozkwita. W okresie od maja do października przyjeżdża tu 0,5 mln turystów.

Pewnego wiosennego dnia, idąc ulicą, spotykasz Cygankę, która chce ci powróżać. Oczywiście nie wierzysz w takie wróżby i pospiesznie odchodzisz. Z daleka dochodzi cię jeszcze głos Cyganki: „To jest twój szczęśliwy dzień, wygrasz na loterii”. Uśmiechasz się i idziesz dalej. Mijając kolejny stragan z pamiątkami, zauważyłeś napis „Loteria fantowa”. Wspominając słowa Cyganki, podchodzisz do straganu i kupujesz jeden los. Otwierasz go i czytasz: „Wygrałeś...”.

Co wygrałem?! „Wygrałeś piekarnię”!

Świat zawirował. Czy to faktycznie szczęśliwy dzień? Postanawiasz uwierzyć w los i poprowadzić wygraną piekarnię. Aby tego dokonać, musisz zaplanować zmiany w życiu prywatnym i zawodowym.

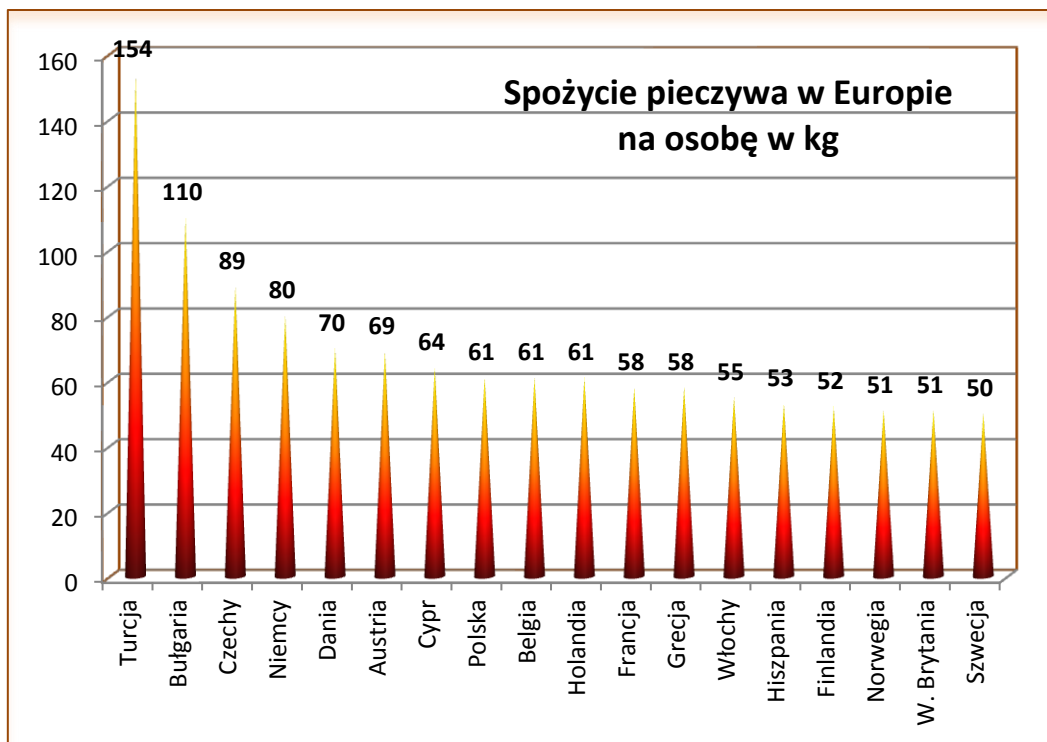
Otoczenie podmiotu

Według danych statystycznych spożycie pieczywa w Europie na 1 osobę kształtuje się następująco:

- Największe spożycie pieczywa w Europie odnotowano w Turcji, gdzie wynosi ono 154 kg na osobę rocznie.
- W Polsce, Belgii i Holandii spożycie pieczywa wynosi 61 kg rocznie na osobę.
- Najniższe spożycie odnotowano w Szwecji – 50 kg rocznie na osobę, i w Norwegii oraz Wielkiej Brytanii – po 51 kg rocznie na osobę. Szczegóły spożycia pieczywa w Europie przedstawione są na poniższym wykresie.

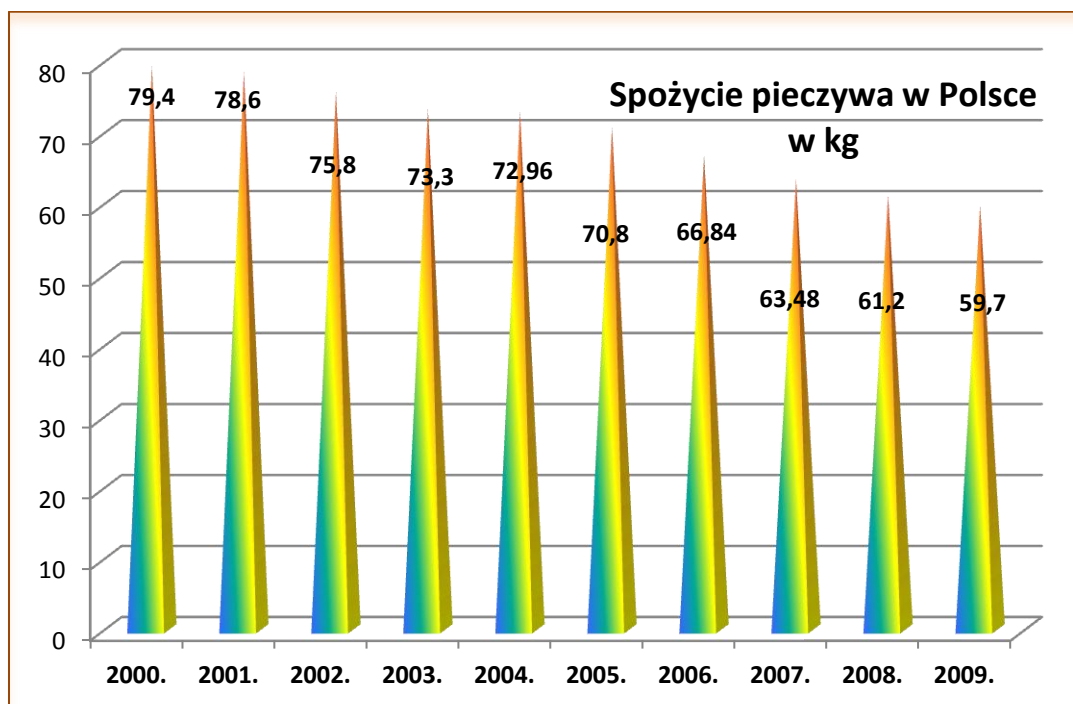


Czynniki wytwórcze: praca, kapitał, ziemia, przedsiębiorczość, informacja



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Spożycie pieczywa w Polsce w latach 2000–2009 spadło z 79,4 kg rocznie na osobę w roku 2000 do 58,7 kg na osobę rocznie w roku 2009. Szczegóły przedstawia poniższy wykres.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS.



Czynniki wytwórcze: praca, kapitał, ziemia, przedsiębiorczość, informacja

Na rynku piekarniczym występuje wiele zagrożeń:

- duże rozdrobienie w branży, do jednego sklepu pieczywo dostarcza wielu producentów,
- ostra walka cenowa, która wpływa na obniżenie rentowności biznesu,
- szara strefa, szacowana na około 30%, która dodatkowo obniża ceny na rynku,
- rosnące koszt surowców, energii i wynagrodzeń,
- długie terminy regulacji należności przy współpracy z sieciami handlowymi,
- dodatkowe opłaty za możliwość sprzedaży w sieci handlowej,
- spadek spożycia pieczywa, co przy dużej liczbie producentów zmniejsza zyski.

„Przegląd Spożywczy” informuje o pozytywnych planach na rynku pieczywa w Polsce.

Zdrowe pieczywo dla polskich konsumentów

Polskie Piekarnie i Cukiernie Sp. z o.o. we współpracy z Wydziałem Nauki o Żywności Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie podjęły wspólną inicjatywę promocji branży oraz informowania społeczeństwa o walorach odżywczych pieczywa.

Studenci będą mogli zdobyć doświadczenie w zakładach na Pomorzu, a piekarze, przy wsparciu naukowców, będą pracować nad poprawą jakości pieczywa i promocją branży.

Celem podpisanego porozumienia jest nawiązanie kontaktów naukowo-badawczych sprzyjających rzetelnemu informowaniu konsumenta o zaletach pieczywa oraz promowaniu wyrobów prozdrowotnych. Niewątpliwą korzyścią dla środowiska naukowego będzie poznanie aktualnych problemów branży piekarskiej i rozwój funkcji doradczej w tym zakresie – mówi dr hab. Iwona Konopka, prodziekan Wydziału Nauki o Żywności UWM. Najlepsi studenci Wydziału Nauki o Żywności będą mieli możliwość realizacji części prac dyplomowych i inżynierskich oraz odbycie praktyk w obiektach Spółki.

Branża piekarnicza, w przeciwieństwie do innych sektorów branży spożywczej, nie podejmuje aktywnych działań promocyjnych i edukacyjnych. – Polskie podmioty niejednokrotnie próbowały zorganizować ten rynek na różnych płaszczyznach – mówi Grzegorz Pellowski, członek PPC. – To jest kolejna próba i po ponad rocznej działalności widać, że rozwijamy się w dobrym kierunku.

Swoje udziały w ramach Polskich Piekarni i Cukierni posiada już 12 zakładów piekarskich i cukierniczych. Wśród przedstawicieli znaleźli się właściciele małych i dużych zakładów. Chcą mówić jednym głosem o tradycji i polskich wyrobach oraz wpływać na politykę branży w kraju. – Współpraca w PPC nie opiera się na sprzedaży produktów, ale na wspólnym zakupie surowców niezbędnych do ich produkcji – podkreśla Grzegorz Pellowski. Statut PPC pozwala również na pozyskiwanie funduszy niedostępnych dla pojedynczych zakładów.

Chcemy wprowadzać nowe produkty i zdrową żywność funkcjonalną. Współpraca z Uniwersytetem Warmińsko-Mazurskim jest niezbędna dla zapewnienia najwyższej jakości produktów finalnych – podkreśla Bogdan Raszczyk, właściciel zakładów piekarskich i cukierniczych, członek PPC. To dobra wiadomość dla bardziej wymagających konsumentów.



Czynniki wytwórcze: praca, kapitał, ziemia, przedsiębiorczość, informacja

Bardzo popularne w Europie pieczywo bezglutenowe jest na polskim rynku w dalszym ciągu trudno dostępne.

Rynek piekarniczy w całej Europie jest bardzo dobrze zorganizowany. We Francji udało się odwrócić tendencje spadkowe dzięki zorganizowaniu się branży, a współpraca z władzami i mediami doprowadziła do ponownego wzrostu spożycia pieczywa. To, jak sytuacja rozwinie się na polskim rynku, zależy wyłącznie od przedstawicieli branży. Członkowie PPC są dowodem na to, że współpraca wewnątrzbranżowa przynosi wiele korzyści nie tylko dla konsumentów, ale i dla producentów.

Źródło: Przegląd spożywczy.pl

Problematyka

Utrzymanie piekarni w ruchu przez nowego właściciela wymaga odpowiedzi na pytania w sferach życia prywatnego i zawodowego:

W życiu zawodowym:

- Co produkować (bułki czy chleb)?
- Ile produkować (ile bułek, ile chleba)?
- Jak produkować (jakich urządzeń użyć do produkcji, jakie zastosować surowce, z jakich korzystać receptur)?
- Dla kogo produkować (kim są klienci, jakie mają oczekiwania)?

W życiu prywatnym:

- Jaką część dochodu przeznaczyć na konsumpcję, a jaką zaoszczędzić?
- W jakiej kolejności zaspokajać potrzeby swoje i rodziny?
- Jakie dobra najlepiej zaspokoją te potrzeby?

Główni aktorzy i ich rola

Główny aktorem jest Łukasz, uczeń liceum ogólnokształcącego w klasie maturalnej, którego zadaniem jest dokonanie analizy rynku pieczywa i podjęcie decyzji, czy wygrana na loterii to szczęśliwy traf, czy może generator problemów.

Ryzyko problemu

Brak wiedzy i doświadczenia w zakresie produkcji pieczywa, prowadzenia biznesu oraz znajomości rynku w zakresie formalnym i nieformalnym może ograniczać możliwości Łukasza w realizacji biznesu.

Ważne pytania

1. Czy wygrana na loterii to szczęśliwy traf, czy może generator problemów?
2. Czy Łukasz powinien prowadzić piekarnię?