



НОВОСТИ В КООПЕРАТИВНАТА ТЪРГОВИЯ

РЕГЛАМЕНТИ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ

- Програмата на Европейския парламент за 2023 г.



ИНОВАЦИИ

- Съвременни търговски формати – удобен магазин



КОНКУРЕНЦИЯ И ПАЗАРНИ АНАЛИЗИ

- Пазарът на шоколадови продукти ще продължава да расте



ДОБРИ ПРАКТИКИ

- Кооперативната група Великобритания разширява услугите си за онлайн доставки
- Нови обекти ТВ КООП
- Инициативата „КООП - Заедно на пазар“ за 2022: участници и наградени





Програмата на Европейския парламент за 2023 г.



Енергията от възобновяеми източници, кръговата икономика, миграцията и сигурността онлайн са сред основните теми в програмата на Парламента за 2023 г.

Цифров преход

Депутатите ще обсъждат теми като криптовалутите, изкуствения интелект, полупроводниците и споделянето на данни през следващите месеци.

През януари те ще приемат позиция по правната рамка за изкуствения интелект, която цели да създаде нормативна база в съгласие с ценностите на ЕС. Акцентът е върху конкретни приложения на технологиите и евентуалните рискове.

Правила за криптовалутите, които са в програмата за февруари, следва да осигурят по-голяма защита на потребителите срещу пазарни манипулации и финансови престъпления.

Друга важна тема е законодателният акт за данните, който урежда споделянето на данни при използване на свързани продукти или услуги. Законодателният акт ще даде на ползвателите по-голям достъп до генерираните от тях данни и ще улесни прехвърлянето от един доставчик на услуги в облак на друг. Пандемията от COVID-19 подчерта проблемите с доставките на полупроводници в световен мащаб. Европейският акт за интегралните схеми цели да създаде условия ЕС да се превърне в лидер в тази област. Парламентът ще изрази позицията си по предложението в началото на 2023 г.

Политически реклами

Депутатите ще разискват правила за засилване на прозрачността на политическите реклами. Стремешът е да се гарантира справедливостта и откритостта на демократичния процес в ЕС и да се предотвратят манипулации на общественото мнение.

Миграция

След като Парламентът и Съветът постигнаха съгласие през септември 2022 г. по обща пътна рамка за реформиране на правилата за миграцията и предоставянето на убежище в ЕС, депутатите ще продължат работата си по предложенията на Комисията в новия пакт за миграция и убежище.

Пактът включва въпроси като подобряване на процедурите за идентифициране и проверка на мигрантите, по-справедливо споделяне на отговорностите по посрещането и обща система за връщания.



Зелен преход

Европейският парламент ще продължи да работи по приемането на законодателните актове в пакета „Подготвени за цел 55“, който цели да намали емисиите на парникови газове в различни сектори на икономиката.

Депутатите ще гласуват по нови стандарти за емисиите от автомобили, изграждане на инфраструктура за алтернативни горива, стимулиране на използването на водород, намаляване на емисиите на метан и флуорсъдържащи парникови газове, правила за предотвратяване на преместването на компании в страни с по-ниски изисквания от ЕС относно емисиите и разширяване на схемата за търговия с емисии.

Енергия

Енергията от възобновяеми източници играе ключова роля за постигането на целите относно климата и намаляване на зависимостта от внос на изкопаеми горива. ЕС иска да повиши дела на този тип енергия на 40% от брутното крайно потребление до 2030 г. Парламентът ще работи и по по-амбициозни цели за намаляване на потреблението на енергия на ниво ЕС.

Кръгова икономика

Като част от усилията за изграждане на кръгова икономика Парламентът ще гласува по нови изисквания за екодизайна на конкретни видове продукти като кухненски уреди, компютри и сървъри, електрически мотори и гуми, за да ги направи по-дълготрайни и по-малко вредни за околната среда.

Депутатите ще се произнесат и по нова стратегия, насърчаваща повторното използване и рециклирането на платовете, което следва да намали въздействието на текстилната продукция върху околната среда, както и по норми за намаляване на пилеенето на храни.

Права на работниците

Парламентът ще води преговори със Съвета по нови правила относно правата на хората, работещи за цифрови платформи. Предложението следва да осигури на тези хора ясен правен статут, който отговаря на реалните условия на работа, и да подобри прозрачността, справедливостта и отчетността в условията на труд за цифрови платформи.

Борба срещу изпирането на пари

Нови правила, насочени срещу изпирането на пари и финансирането на тероризма, ще бъдат също в дневния ред на евродепутатите.

Младите хора

Организираната от Парламента Среща на европейската младеж на 9-10 юни 2023 г. в Страсбург и онлайн ще даде нова възможност на младите хора да вземат участие и да дадат принос в изграждането на бъдещето на Европа.



Съвременни търговски формати – удобен магазин



В последните десетилетия в търговията на дребно у нас навлязоха и се утвърдиха съвременните търговски формати. Основните критерии, които се използват за тяхното разграничаване са размерът на магазина като търговска площ, ширината и дълбочината на стоковия асортимент, средното равнище на цените, характеристиките на търговската среда и организацията на търговската дейност, оказваните допълнителни услуги, спецификата на промоционалната политика и др. Изборът и придържането към определен търговски формат е съществена част от позиционирането на всеки търговец на съвременния конкурентен пазар. Затова в няколко поредни броя на бюлетина ще ви запознаем със специфичните характеристики на най-разпространените съвременни търговски формати (удобен магазин, супермаркет, хипермаркет, дискаунтър, кеш енд кери, търговски център от типа „мол“ и др.). Започваме с търговския формат „удобен магазин“ към който се причисляват преобладаващата част от обектите на Национална търговска верига КООП.

Според възприетото разбиране в теорията и практиката удобните магазини (англ. convenience stores) се разглеждат като самостоятелен търговски формат, който отговаря на ежедневните нужди на потребителите чрез практичен продуктов микс и ускорена покупко-продажба в приятна атмосфера. Приема се, че ако търговският обект се намира в притегателен район на целевите клиенти, така че те могат да го достигат бързо и да избират от необходимия им асортимент от потребителски стоки и услуги, той може да се определи като удобен магазин. Удобството за клиента се постига в резултат от бързото достигане до обекта, намирането на всички желани продукти, бързото осъществяване на покупките и подходящото обслужване от търговския персонал.

Ключова характеристика на удобния магазин е подходящото му **месторазположение**, което позволява на потребителя да минимизира времето за придвижване до магазина.



Основните изисквания при избора на място са видимост от максимално разстояние, разполагане на ключови за пътничопотока и автомобилния трафик места и наличието на прилежащи паркинг места. Наред с това се изисква работното време на тези магазини да е удължено за да се осигури на клиентите и времево удобство.

Обичайните размери на **търговската площ** на обектите от търговския формат „удобен магазин“ са в интервала между 30 кв.м. и 250 кв. м. Особеностите на организацията и технологията на търговския процес в удобните магазини са съкратен път от входа до изхода на търговския обект, подходящо разположено търговско оборудване, видимост на продуктите, ясна маркировка и етикетировка и самообслужване, които в своята съвкупност намаляват необходимото време за търсене, намиране и избиране на желаните продукти от клиента. Средният обхват на обслужваните домакинства от един магазин е около пет хиляди.

Стоковият асортимент на удобните магазини е среден по ширина, със сравнително малка дълбочина и средно качество на предлаганите стоки. Основният дял в асортимента имат бързооборотните стоки, допълвани със стоки, които са обект на импулсивни покупки. Включването на закуски, сандвичи, топли напитки и други нестандартни стоки и услуги в стоковото предлагане на удобния магазин може да играе ролята на трафик генератор и да му осигури конкурентно предимство.

Цените на стоките в удобните магазини са около средните и над средните равнища за пазара. По-високите цени се възприемат от клиентите като компенсация за получаваните удобства, а от търговците – като икономически необходими за да покрият по-високите разходи за дейността вследствие невъзможността да се постигне икономия от мащаба.

Промоционалната политика на удобните магазини е обвързана основно с промоционалните кампании на големите дистрибутори и производители и се провежда предимно в точката на продажбата. Клиентската лоялност при този търговски формат се изгражда на основата на близкия контакт между продавач и купувач, поддържан чрез доброто познаване на клиентите, активната комуникация и предлагането на допълнителни услуги.

Типичните клиенти на удобните магазини са тези, които са с предварително формулиран избор за желаните продукти и за които ключови са удобството на разположението на магазина и времето за пазаруване. Това са предимно ангажирани хора, които не могат да си позволят пазаруването по предварително определен график и планират потреблението си на дневна база. В много случаи удобните магазини са място за осигуряване на допълнителни продукти, възникнали като необходимост за потребителите между техните значителни покупки от планирани посещения на големите търговски обекти (супермаркети и хипермаркети).



Пазарът на шоколадови продукти ще продължава да расте



По данни на Grand View Research (www.grandviewresearch.com) глобалният пазар на шоколадови продукти достига през 2021 г. 113 млрд. щатски долара и се очаква да нараства със среден годишен темп от 3,7% в периода до 2030 г. Европа доминира световния пазар на шоколадови продукти с дял от 47% през 2021 г. и с най-високо потребление на глава от населението, възлизащо на около 5 кг. годишно.

Основният двигател на пазара на шоколад и шоколадови изделия е нагласата на потребителите към консумация на висококачествен шоколад, който допринася положително за здравето. Според здравни експерти умерената консумация на шоколад повишава нивото на серотонина, който успокоява мозъка и действа като антидепресант. Наред с това предизвиква освобождаване на ендорфини в тялото, което подобрява настроението.

Сегментът на млечния шоколад заема най-голям дял в глобалното предлагане на шоколадови продукти през 2021 г. Продуктите от млечен шоколад съдържат висока концентрация на флавоноиди, които са оксиданти и премахват свободните радикали от кръвта. Наблюдава се нарастващо предлагане на черен шоколад, което може да се обясни с осъзнаване на ползите за човешкото здраве от неговата консумация в умерени количества – съдържа жизненоважни минерали (цинк, магнезий, фосфор и др.), подобрява кръвообращението и намалява риска от сърдечносъдови заболявания.



Продуктите, заместители на шоколада, се очаква да имат средногодишен ръст от 9,5% в периода 2022-2030 г. Сладкарските изделия от рожков - алтернативния на какаото продукт, не съдържат кофеин, което ги прави подходящи за потребителите с непоносимост към кофеина. Освен това, съдържанието на калций в рожков е почти три пъти по-голямо от това в какаото, което го прави предпочитан продукт за хората, страдащи от калциев дефицит.

Концепцията „от какаовите зърна до шоколадовото блокче“ (използването на оригинални какаови продукти с гарантирано качество и произход) ще продължи да бъде в основата на разработването на нови продукти. Очакванията са за значително увеличение на търсенето на премиум и специални шоколадови продукти през следващите години. Ще продължи да нараства търсенето на ръчно направени шоколадови бонбони и на вегански, органични шоколади, без съдържание на глутен и без захар.

Основният канал за дистрибуция на шоколадови продукти са супермаркетите и хипермаркетите с 47% дял от приходите през 2021 г. Близо 1/3 от приходите се реализират в други типове търговски обекти (удобни магазини, молове и др.). Макар че потребителите на категорията предпочитат физическите магазини като място за пазаруване, в последните години се увеличава относителният дял на онлайн канала за търговия с шоколадови продукти, като прогнозите са, че през периода 2022-2030 г. този канал ще има най-бърз темп на растеж от 4,6% на годишна база.

Основните играчи на световния пазар на шоколадови продукти са компаниите Barry Callebaut, Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli, Mondelez International, Nestle, Ferrero Group, Mars Inc. и др.



Кооперативната група Великобритания разширява услугите си за онлайн доставки



Кооперативната група Великобритания стартира партньорство с Just Eat, водеща платформа за поръчки и доставка на храна.

Чрез своята нарастваща мрежа от куриери на острова Just Eat, ще се погрижи за доставката на стоки от магазините КООП до дома на потребителите.

В началото на годината проекта ще стартира с 50 магазина, като се очаква услугата да се разшири до над 1000 магазина до пролетта на 2023. Кооперативната група обещава времето за доставка да бъде ограничено до 30 минути.

Кооперативната група работи с Amazon, Deliveroo и Ubereats, предоставящи услуги за доставка до дома, заедно с компанията за доставка с роботи Starship Technologies.

Крис Конуей, директор електронна търговия в Кооперативната група каза: „Кооперативните магазини са добре разположени в местните общности и това ни позволява да осигурим бързи, лесни и удобни доставки до дома. Постоянно проучваме нови и иновативни начини за увеличаване на достъпа на клиентите и членовете до нашите продукти и услуги.“

Ейми Хедър, директор по стратегически проекти в Just Eat, сподели: „Развълнувани сме да стартираме нашето партньорство с КООП. То ще предостави на клиентите ни достъп до широка гама от фантастичните продукти с марка КООП, доставени до дома им за минути. Настоящото партньорство е още един пример за ангажимента на Just Eat към хранителния магазин в Обединеното кралство и сме убедени, че магазините КООП ще бъдат чудесно допълнение за нашите клиенти.“



Нови обекти ТВ КООП



През м. декември 2022 г. сертифицираните обекти от ТВ КООП са вече 505 след включването към веригата на един нов обект в гр. Айтос.

Обектът се стопанисва от ПК „Напред“ гр. Айтос, член на РКС „Черноморие“ гр. Бургас.

Магазинът е с удобна локация, модернизирани и заредени с богат асортимент от стоки. В съчетание с високото ниво на обслужване, това го прави конкурентоспособен в региона и предпочитано място за пазаруване от жителите на гр. Айтос.

Инициативата „КООП - Заедно на пазар“ за 2022: участници и наградени

На 15 декември 2022 г. на официална церемония в присъствието на членовете на Управителния, Председателския и Контролния съвет на ЦКС бяха изтеглени печелившите в 15-то издание на Инициативата „КООП - Заедно на пазар“. Право на участие в Инициативата получиха 1128 кооперативни членове, всеки от които за периода 1 декември 2021 - 30 ноември 2022 е направил покупки на стойност над 1200 лева в търговските обекти КООП.





Печелившите и наградите в Инициативата „КООП – Заедно на пазар“ за 2022 са:

- Лек автомобил „Форд Скала“ - Бялка Златева Касабова, РПК гр. Чирпан, РКС Стара Загора.
- 6-дневна почивка за двама в х.к. „Странджа КООП“ – Хайриш Шабан Метух, РПК „Подкрепа“ с. Тополово, РКС Пловдив.
- 3-дневна почивка за четирима в х.к. „КООП Добринище“ – Димитрийка Николова Барабанова, РПК „Наркооп“ гр. Пловдив, РКС Пловдив.
- Телевизор Philips 43 инча - Гюлсюн Хасан Исмаил, ПК „Наркооп“ гр. Кубрат, РКС Русе.
- Преносим компютър Lenovo - Милена Тодорова Илиева, ГПК „Наркооп“ гр. Бяла, РКС Русе.
- Телевизор Philips 32 инча - Диляна Илиева Радева, РПК „Правда“ с. Щръклево, РКС Русе.
- Фритюрник Philips Airfryer - Надежда Сийкова Василева, РПК „Подкрепа“ Тополово, РКС Пловдив.
- Кафе машина с капсули Krups - Елена Николова Атанасова, РПК „Подкрепа“ Тополово, РКС Пловдив.
- Смартфон Samsung - Даньо Иванов Гичев, ПК „Наркооп“ гр. Кубрат, РКС Русе.



ТОП ПРОДУКТИ С МАРКА „КООП“



Главна дирекция
„Иновации и логистика в търговската
дейност“

тел: 02/926 64 42;
coop_trade@cks.bg