

Informácie zo sveta
Information from abroad**Najvýznamnejšie odvetvia potravinárskeho priemyslu Švajčiarska**

Švajčiarsky potravinársky priemysel takmer výhradne poháňajú odvetvia, ktoré väčšinu surovinových zdrojov získavajú v zahraničí (napr. kakaové bôby, cukor, rastlinné oleje, škrob, káva) alebo používajú vstupy nepoľnohospodárskeho pôvodu z domácich zdrojov (napr. minerálnu vodu, mlieko). Veľmi dobrú ekonomickú výkonnosť dosahujú spracovatelia kakaových bôbov, producenti čokolád a čokoládových výrobkov. V období rokov 2001-2011 rástol obrat cukrovinkárskeho priemyslu v priemere o 10 % ročne. Obrat ostatných odvetví švajčiarskeho potravinárskeho priemyslu vrátane výrobcov nápojov sa v rovnakom období zvyšoval v priemere o 5,8 % ročne. Podiel výroby kaka, čokolády a cukru na celkovom potravinárskom obrate dosahuje takmer 50 %. Výroba nealkoholických nápojov dosahuje štvrtinový podiel na obrate. Obidve odvetvia spolu zabezpečujú vyše 70 % švajčiarskeho exportu potravinárskeho tovaru. V špecifických segmentoch trhu sa presadili aj exportéri vybraných mliečnych výrobkov s vysokou pridanou hodnotou hoci v porovnaní s konkurenciou v EÚ majú vyššie náklady na materiálové vstupy a pracovné sily. Podiel týchto mliečnych produktov na celkovom potravinárskom exporte predstavuje okolo 9 %.

V roku 2011 podnikalo vo Švajčiarsku 2 410 potravinárskych firiem, ktoré zamestnávali 73 100 pracovníkov a dosiahli priemerný ročný obrat 17,3 mil. EUR/podnik. V Holandsku a vo Veľkej Británii dosahujú potravinárske podniky priemerný obrat 14,1 mil. EUR za rok, v Nemecku 5,6 mil. a v Rakúsku 5,0 mil. EUR. Koncentrácia potravinárskeho priemyslu vo Švajčiarsku je vysoká, keďže 13 % najväčších podnikov sa podieľa 80-timi % na celkovom obrate. Na vysokej úrovni je produktivita práce, ktorá v roku 2011 dosiahla obrat 482 tis. EUR/pracovníka. V rámci európskych krajín bola v rovnakom kalendárnom roku vyššia produktivita práce len v holandskom potravinárskom priemysle (483 tis. EUR/pracovníka). Pre ďalšie porovnanie: vo Francúzsku dosiahla produktivita práce na zamestnanca v potravinárskom priemysle 226 tis. EUR, v Taliansku 219 tis. EUR, vo Veľkej Británii 195 tis. EUR, v Rakúsku 191 tis. EUR, v Nemecku 167 tis. EUR.

Druhým najvýznamnejším potravinárskym odvetvím Švajčiarska z hľadiska podielu na celkovom obrate (11,8 % podiel) je mliekarenstvo. Spolieha sa na mierne stúpajúcu domácu produkciu mlieka, hoci ceny švajčiarskych farmárov sú stále približne o 50 % vyššie ako v krajinách EÚ. V rokoch 2001-2011 sa obrat mliekarenskeho priemyslu zvýšil len o 0,8 %, priemerný obrat na podnik však vzrástol o 5 %, čo bolo spôsobené znížením počtu mliekarenských podnikov o 4 % a zlepšením ekonomiky z rozsahu. V roku 2011 export mliečnych výrobkov zo Švajčiarska bol v porovnaní s rokom 2000 vyšší o 8,1 %, ale podiel na svetovom trhu sa znížil z 1,3 na 1,0 %.

Obrat švajčiarskej výroby kakaových a čokoládových výrobkov rástol v období 2001-2011 nesmiernym tempom – v priemere o 18 % ročne. Pritom čokoládovnícky a cukrovinkársky priemysel je do veľkej miery závislý na dovážaných surovinách vrátane rafinovaného cukru. V krajine sa síce pestuje cukrová repa, ale sebestačnosť v rafinovanom cukre s pohybuje medzi 50 – 60 %. Švajčiarski exportéri čokoládových a cukrovinkárskych výrobkov v posledných rokoch posilnili svoju pozíciu na svetovom trhu a v súčasnosti získali 2,5 %-ný trhový podiel. V období 2000-2011 stúpol švajčiarsky export čokoládových a cukrovinkárskych výrobkov o 16,4 %.

Švajčiarski výrobcovia kakaových, čokoládových a cukrovinkárskych výrobkov sú príkladom úspešného zapojenia do hodnotových reťazcov. Sústreďenie sa na každú etapu výroby, prístup k najlepším vstupom za najvýhodnejšie ceny ako aj dodržiavanie predpisov a technických noriem uľahčuje výmenu polotovarov a hotových výrobkov s obchodnými partnermi. Pre udržanie spotrebiteľského dopytu v celosvetovom meradle bude potrebné zlepšiť cenovú konkurencieschopnosť švajčiarskeho čokoládovníckeho a cukrovinkárskeho priemyslu. Vhodnými stratégiami sa javia: efektívnejšie využívanie ekonomiky z rozsahu, zväčšovanie objemu a rozširovanie sortimentu domácich poľnohospodárskych surovín, aplikovanie nových marketingových stratégií, presadzovanie inovatívnych prístupov voči obchodným reťazcom, rozpoznávanie špecifických okruhov zákazníkov, intenzívnejšia integrácia na trhu EÚ, redukovanie obchodných bariér na svetovom trhu.

Zdroj: OECD

Ing. Ivan Masár