

**TRGOVINSKA  
ZBORNICA SLOVENIJE**  
Slovenian Chamber of Commerce

Univerza v Ljubljani

**EKONOMSKA  
FAKULTETA**



Geni Arh, direktorica in partnerica,  | ARHEA.

# Izzivi in priložnosti razvoja trgovine v Sloveniji, uvod v okroglo mizo



# Trgovinski Odsev 2009

- Uvod
- **Izzivi in priložnosti razvoja trgovine v Sloveniji**
- Spremembe v navadah slovenskih porabnikov
- Statistična priloga

## Teme intervjujev

- Razvoj trgovine in njene priložnosti
- Nosilci, spodbujevalci in zaviralci razvoja
- Ključni izzivi trgovine
- Porabnik danes in v prihodnosti
- Storitve / ponudba trgovine danes in v prihodnosti
- Ključni dejavniki poslovanja
- Razvoj panog, formatov in prodajnih poti

## Sodelujoči v intervjujih

### Trgovinska dejavnost

- Samo Kupljen, Bauhaus
- Miha Rejc, Mimovrste
- Žiga Debeljak, Mercator
- Bine Kordež, Merkur
- Igor Mervič, Spar
- Bojan Papič, Lesnina
- Tanja Tuš, Tuš

### Ostale dejavnosti

- Igor Maroša, AT Kearney
- Peter Frankl, Finance
- Simon Starič, Nielsen
- Boštjan Ložar, svetovalec

## Kje imajo sodelujoči podobne poglede?

- Pogled na razvoj trgovine in njene priložnosti na krovnem nivoju
- Pogled na porabnika: kakšen je danes in kakšen bo v prihodnosti
- Pogled na storitev / ponudbo trgovine danes in v prihodnosti

# Pogled na razvoj trgovine in njene priložnosti na krovnem nivoju

- Razvoj trgovine v Sloveniji se nadaljuje v predvideni smeri, a počasneje zaradi recesije in zmanjševanje kupne moči (povpraševanja).
- Obstojita dve glavni priložnosti za slovensko trgovino:
  - širitev na tuje trge (predvsem na JV)
  - prilagajanje (ponudbe) porabnikom.
- Glavni nosilci razvoja so veliki in srednji veliki trgovci.

## Pogled na porabnika danes

- ostaja 'shizofren'
  - bolj racionalen
  - bolj preudaren/nezaupljiv
  - bolj informiran
  - bolj odziven na informacije iz okolja
- 
- → BOLJ (izredno) ZAHTEVEN!



## Pogled na porabnika v prihodnje

- **še bolj** zahteven
- zahteva kvaliteto (po nižji ceni)
- izhaja iz subjektivne percepcije vrednosti
- še bolj informiran
- še bolj družbeno in okoljsko osveščen
- še manj zvest, sočasna izbira mnogoterih kanalov
- geografsko nedeterminiran
- še bolj povezan z drugimi porabniki
- hitrejši
- bolj razslojen, segmentiran na različnih osnovah (življenjski slog, odnos do okolja, porabe prostega časa, različno stopnjo personalizacije storitev,...)

## Pogled na storitev trgovine

- **Danes** je osredotočena na pospeševanje prodaje oz. ponujanje najbolj ugodnega nakupa.
- **V prihodnosti** bo prilagojena potrebam posameznika – porabnika, bolj dinamična, fleksibilna, inovativna ter diferencirana. Ključna dejavnika bosta še vedno cena in kvaliteta, bodo pa še vedno dejavniki različni po blagovnih skupinah in odvisni od odločevalca.

## Kje se pogledi sodelujočih 'razlikujejo'?

- Pogled na izzive trgovine
- Pogled na ključne dejavnike poslovanja
- Pogled na spodbujevalce in zaviralce razvoja

## Pogled na izzive trgovine

**Izzivov je veliko, vsak ima svoje prioritete** (doma in na tujem trgu).

**'Domači'** izzivi

- preseganje zaviralcev
- kako iz 'primeža' dveh strategij (zniževanje cen, ohranjanje cen in dodajanje vrednosti)
- zadovoljevanje spremenjenih (potreb) porabnikov
- pomanjkanje kritične mase populacije za razvoj nišnih formatov in storitev
- interna optimizacija (stroški in vodenje)
- diferenciacija trgovcev
- pomanjkanje kadrov
- urejanje lastništva zemljišč
- pomanjkanje znanja, ...

## Pogled na izzive trgovine (nadaljevanje)

Izzivov je veliko,  
vsak ima svoje  
prioritete (doma in  
na tujem trgu).

### 'Tuji' izzivi

- podobni kot na slovenskem trgu
- problem nepoznavanja lokalnih specifik
- problem ekonomije obsega
- problem valutnih tveganj
- politična nestabilnost
- problem pridobivanja zemljišč
- premalo izdelani interni sistemi vodenja in IT
- globalizacija poslovanja
- prenos uspešnih modelov poslovanja, ...

## Pogled na ključne dejavnike poslovanja

Ključni dejavniki poslovanja so **za ene 'interni', za druge 'eksterni'**.

### **Interni** dejavniki poslovanja

- lastni ljudje
- interna stroškovna učinkovitost (pretvorjena v razvoj!)
- IT odličnost
- likvidnost
- obrat zalog
- prodaja
- stopnja elastičnosti in prilagodljivosti trgovca
- jasna strategija (krovna in na prodajnem mestu)
- razvoj lastnih blagovnih znamk
- komuniciranje, ...

## Pogled na ključne dejavnike poslovanja (nadaljevanje)

Ključni dejavniki poslovanja so **za ene 'interni', za druge 'eksterni'**.

### **Eksterni** dejavniki poslovanja

- porabnik (pomen cene, nakupne navade in zvestoba)
- vse večja konkurenca
- ekonomska klima
- ugodni viri financiranja
- konkurenčni davki in trošarine
- drugi predpisi
- stroškovno sprejemljiv nivo standardov, ...

# Pogled na spodbujevalce in zaviralce razvoja

Sedaj in v  
**prihodnosti** bodo  
prišli do izraza  
zaviralci...  
**Zaviralci so** hkrati  
**spodbujevalci**  
**razvoja.**

## Ključni **zaviralci**

- upad kupne moči oz. potrošnje
- “finančni krč”
- povečana stopnja konkurence
- upad zaupanja
- medijsko potenciranje krize
- politika in zakonodaja
- tveganost širitve na tuje trge



# Zmagovalec med trgovci prihodnosti bo...

## ... NARAVNAN K PORABNIKU

- znal bolje prisluhniti vsakemu segmentu kupcev
- znal racionalno in prijazno ustreči zahtevnemu kupcu
- kupcem ponudil največjo vrednost za njihov denar in si zagotavljal njihovo zvestobo
- ne le odgovarjal na želje in zahteve kupcev, ampak jih tudi ustvarjal
- znal hitro prilagajati
- znal pridobiti in obdržati zaupanje kupcev in njihovo zvestobo
- iskreno pogovarjati s kupci

## Zmagovalec med trgovci prihodnosti bo... (nadaljevanje)

### ... NOTRANJE OPTIMIRAN

- izkoristil recesijo za 'post'
- znal najbolje optimirati portfelj blagovnih znamk, trgovskih formatov, prodajnih kanalov (spremembe poslovnih modelov)
- interno stroškovno učinkovit
- v nabavi dosegal "global best price"
- imel inovativne, motivirane, strokovne in pripadne zaposlene

*..."Znal priložnost videti in jo tudi izkoristiti.  
Bo (finančno učinkovito) inovativen."*

## Kaj 'manjka' v odgovorih sodelujočih?

- Pogled na proizvajalce oz. dobavitelje → **Kakšna je vloga proizvajalcev v prihodnjem razvoju trgovine?**
- Pogled porabnika na sedanjo storitev (ponudbo) trgovcev → **Kako se porabniki odzivajo na ponudbo, ji zaupajo, ...?**
- Pogled na spremenjeni del porabnika prihodnosti → **V čem bo porabnik res drugačen?**
- → NALOGA OKROGLE MIZE!

Univerza v Ljubljani

TRGOVINSKA  
ZBORNICA SLOVENIJE  
Slovenian Chamber of Commerce

EKONOMSKA  
FAKULTETA

Generalni sponzor:

**PETROL**

Sponzor:



**Mercator** *60 let najboljši sosed*

Medijski sponzor:

**Dnevnik**