

Datum: 28.2.2014

SPOROČILO ZA JAVNOST TZS

Dimičeva ulica 13, SI-1000 Ljubljana
t: +386 1 58 98 212, +386 1 58 98 213
f: +386 1 58 98 219
e: info@tzslo.si, www.tzslo.si

ID številka za DDV: SI67994598
Številka TRR: SI56 0313 8100 0518 803

Zimske sezonske razprodaje, ki se počasi zaključujejo, rešile za trgovce slab december

Običajno je prodaja v času vsakoletnih zimskih sezonskih razprodaj nekoliko večja kot v ostalih mesecih in za marsikaterega trgovca predstavlja, poleg prazničnih nakupov v decembru, najboljše tedne prodaje. Prihodki od prodaje v trgovini na drobno so bili v januarju sicer nekoliko višji kot v decembru 2013, in na TZS to pripisujemo večjemu obisku potrošnikov na letošnjih razprodajah, na katerih trgovci blago ponujajo po nižjih cenah. Na TZS opazamo, da so bila letošnja znižanja nekoliko višja kot v preteklih letih, saj so se trgovci v času razprodaj večkrat odločali tudi za dodatna znižanja.

Trend bolj preudarnih nakupov se je odrazil tudi na letošnjih zimskih sezonskih razprodajah, ki se počasi zaključujejo. Na Trgovinski zbornici Slovenije opazamo, da so bili nakupi slovenskih potrošnikov še vedno racionalni, vendar pa se je letošnjih razprodaj udeležilo večje število potrošnikov. Nekoliko večji obisk na razprodajah pripisujemo dodatnim znižanjem, in sicer glede na obseg prodaje po posameznih vrstah blaga, konec januarja pa je bilo zaznati tudi vpliv zimskega vremena s povečanim povpraševanjem po zimski športni opreми, oblačilih in obutvi.

Realni prihodek od prodaje v trgovini na drobno brez motornih goriv je bil sicer v januarju 2014 glede na december 2013 višji za 2,7 %, kar pa po naših ocenah še ne vzbuja večjega optimizma. Leto 2013 se je namreč v trgovini na drobno brez motornih goriv zaključilo s 3,6 % nižjim realnim prihodkom od prodaje glede na leto 2012.

Predsednica TZS mag. Mariča Lah poudarja, »da bo kljub nekoliko boljšemu januarju letošnje leto za slovenske trgovce še vedno težko, zato bodo morali svojim že tako spremenjenim in prilagojenim modelom poslovanja dodati še nove ob-nakupovalne aktivnosti, kot so razne prireditve, stojnice, akcije, s katerimi bodo skušali kupce prepričati v nakup svojih izdelkov.« Slovenski potrošnik se je namreč krizi prilagodil tudi tako, da je spremenil svoje nakupovalne

navade, tudi v smislu, da nakupuje le tisto, kar dejansko tudi potrebuje. Njegovi nakupi so bolj preudarni, bolj je pozoren in odziven na cenovno ugodne ponudbe in akcije, večji pomen daje trgovskim blagovnim znamkam in uveljavljenim blagovnim znamkam znanih proizvajalcev.

Zaradi napovedane negativne rasti slovenskega gospodarstva tudi v letu 2014 in ohranjanja visoke ravni brezposelnosti, na TZS v letu 2014 ocenjujemo, da se razmere v trgovini, pa tudi na sploh v slovenskem gospodarstvu, ne bodo bistveno spremenile, dokler bo čutiti negotovosti v celotnem slovenskem prostoru. V očeh trgovcev bo leto 2014 uspešno že, če bo obseg potrošnje ostal na enaki ravni kot je znašal v letu 2013, za kar pa je nujno zagotoviti stabilno poslovno okolje in stabilno davčno politiko.

TRGOVINSKA ZBORNICA SLOVENIJE