

Datum: 16. 5. 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

MEDTEM KO SO PRIHODKI V EVROPSKI TRGOVINI ŽE DALJŠE OBDOBJE V PORASTU, SE SLOVENSKA TRGOVINA ŠE VEDNO SREČUJE Z UPADANJEM PRIHODKOV

Podatki Statističnega urada RS za marec 2014 kažejo, da se je obseg trgovine na drobno brez motornih goriv v Sloveniji v marcu 2014 glede na februar 2014 ponovno znižal, in sicer za 0,5 %, glede na mesec marec na letni ravni pa je bilo znižanje kar za 1 %. V obdobju januar – marec 2014 se je v Sloveniji realni indeks prihodka v trgovini na drobno brez motornih goriv glede na enako obdobje leta 2013 znižal za 0,6 %, v primerjavi z enakim predkriznim obdobjem leta 2008 pa so ti padci še precej večji – obseg trgovine na drobno brez motornih goriv se je zmanjšal za 15,1 %, pri nekaterih dejavnostih (npr. specializirana prodaja pohištva in gradbenega materiala) pa so padci še večji, preko 45 %.

Ob primerjavi indeksov prihodka za Slovenijo in EU je razvidno, da je situacija v trgovinski dejavnosti na ravni EU bolj stabilna kot je v Sloveniji. V obdobju januar-marec 2014 glede na enako obdobje leta 2013 se je realni indeks v trgovini na drobno brez motornih goriv v EU-28 povečal za 1,7 % (v evroobmočju za 0,9 %), medtem ko se je v primerjavi z enakim obdobjem leta 2008 znižal za 2,1% (v evroobmočju za 4,3 %), kar pomeni, da trgovina v RS zaostaja za povprečjem EU kar za 13 odstotnih točk. Obseg trgovine se je marca 2014 na mesečni ravni najbolj zvišal v Estoniji in Latviji, v Sloveniji pa se je ponovno spet znižal. Zaskrbljujoče je, da se negativni trend nadaljuje, kar trgovcem povzroča poslovanje z izgubo.

Obdobje krize je v Sloveniji prineslo tudi padec kupne moči, ki je leta 2012 znašala le še 84 % povprečja EU-27, medtem, ko smo v letu 2008 po kupni moči dosegali 91 % glede na povprečje EU-27. Slovenski potrošnik se je krizi prilagodil tako, da je spremenil svoje nakupovalne navade. Njegovi nakupi so bolj preudarni, kupuje manj in pogosteje, išče najboljše razmerje med kakovostjo in ceno. Potrošnik je mnogo bolj pozoren in odziven na cenovno ugodne ponudbe in akcije, čedalje večji pomen daje trgovskim blagovnim znamkam.

Spremembe pri nakupovalnih navadah potrošnikov je zaznati tudi pri lojalnosti, saj vsaj na segmentu živilskega blaga v enem mesecu lahko posamezen potrošnik obiše od štiri do pet trgovcev. Na pomenu pridobiva spletna prodaja blaga. Kot zanimivost naj ob tem izpostavimo podatek, da se je tudi pri trajnih in poltrajnih dobrinah v letu 2014 glede na leto 2013 povečal delež potrošnikov, ki se za nakup teh izdelkov odločajo takrat, ko so v akcijah, kar pomeni, da se tudi pri nakupu teh izdelkov potrošnik odloča za cenovno ugodnejše izdelke. Na Trgovinski zbornici Slovenije v letu 2014 pričakujemo ohranjanje tega nakupovalnega trenda potrošnikov, zaradi česar zasebna potrošnja postaja tudi zaviralni element okrevanja slovenskega gospodarstva. Slovenija je majhna država, zato se, upoštevajoč tudi nižje davčne obremenitve v sosednjih državah, ne moremo izogniti odlivu kupne moči in s tem tudi odlivom dajatev v sosednje države.

Bistvenega povečanja zasebne potrošnje torej ni mogoče pričakovati brez zaupanja v našo prihodnost, poenostavitve pogojev poslovanja, v katerih delujejo podjetja, vzpostavitev prijaznejšega davčnega okolja, strukturnih reform, upada števila brezposelnih in manjše obremenitve iz naslova stroškov dela.

TRGOVINSKA ZBORNICA SLOVENIJE