

Brdo pri Kranju, 21. oktober 2015

SPOROČILO ZA MEDIJE

Brdo pri Kranju, 21. oktober 2015 – Danes je potekala že deveta Strateška konferenca o trgovini, ki sta jo organizirali Trgovinska zbornica Slovenije in Ekonomska fakulteta Univerze v Ljubljani, v uvodnem delu pa se je udeležencem na konferenci pridružil tudi minister za gospodarski razvoj in tehnologijo, g. Zdravko Počivalšek. Na konferenci so domači in tuji strokovnjaki več kot 400 udeležencem predstavili različne primere uspešnih inovacij v trgovini in z njo povezanih dejavnostih ter razkrili dobre poslovne prakse, ki danes na globalni ravni zagotavljajo uspešne prebojne inovacije.

V uvodnem nagovoru je zbranim na konferenci predsednica TZS mag. Mariča Lah poudarila, da inovacije predstavljajo nove ideje, rešitve, ki v najrazličnejših oblikah sooblikujejo svet, v katerem živimo. Lahko so družbene, sociološke, tehnološke, organizacijske, vsem pa je skupno, da so usmerjene v povečanje vrednosti, ki se ne meri zgolj v materialnem, pač pa tudi v širšem družbeno razvojnem smislu. Inovacija potrebuje trg, ki jo sprejme, in nekoga, ki bo njeno dodano vrednost na trgu znal izkoristiti.

Podoba trgovinskega sektorja v Sloveniji, pa tudi v tujini, se je v zadnjih letih bistveno spremenila. Zaostrene gospodarske razmere niso vplivale zgolj na močno spremenjene nakupovalne navade potrošnikov, temveč so vplivale tudi na konkurenčnost v tej panogi. Mikro in mali trgovci tako vedno težje držijo korak z velikimi, saj pogosto nimajo dovolj sredstev za vlaganje v promocijo. Inovativnost je lahko zato njihova prednost, inovacije pa priložnost za nadaljnji razvoj in rast trgovinske dejavnosti v Sloveniji.

Na Trgovinski zbornici Slovenije smo prepričani, da še nimamo poslovnega okolja, ki bi spodbujal inovativnost in inovacije, je na konferenci izpostavila predsednica TZS mag. Mariča Lah. Kljub spodbudnim podatkom o gospodarski rasti na ravni celotnega gospodarstva RS, statistični podatki kažejo, da trgovinski sektor še vedno ne kaže vidnejših znakov okrevanja. Skrbi nas, ker predlagana proračuna za leto 2016 in za leto 2017 nista razvojno naravnana, celo več, prihaja do nespoštovanja zavez iz Socialnega sporazuma s strani dveh socialnih partnerjev, tako sindikatov kot tudi vlade, in takšen način ogroža zaupanje med vsemi socialnimi partnerji. Opozarjamo tudi na nadaljnjo

previdnost pri javni porabi. Pred nami še vedno ostajajo nekateri ključni izzivi: razbremenitev stroškov dela, davčna reforma oziroma prestrukturiranje dajatev v korist zasebne potrošnje, nadaljnja odprava administrativnih ovir ter birokratskih postopkov za podjetja. Kljub trudu sprejemanja za gospodarstvo spodbudnih ukrepov in reform ter poskusih debirokratizacije, se včasih zdi, da se vrtimo v začaranem krogu. Čim rešimo en problem, se takoj pojavi pet novih, še mnogo težje rešljivih, saj so posledica predvsem lastne inovativnosti pri pripravi novih nacionalnih predpisov. Zato si želimo, da naj država inovativnost in inovacije prepusti predvsem posameznikom in gospodarstvu, sama pa naj zagotovi okolje, ki bo prijazno do razvoja inovativnih rešitev.

Evropska komisija poudarja pomen inovativnosti, ustvarjalnosti in podjetnosti v izobraževanju. Nasploh pa vse bolj v ospredje prihaja zavedanje, da je za uspešno izobraževanje nujno povezovanje le tega s poslovnim okoljem in snovalci ekonomskih politik. Po besedah dekanje Ekonomske fakultete, prof. dr. Metke Tekavčič, ta načela udejanja tudi Ekonomska fakulteta, s povezovanjem in prepletom izobraževalnega procesa z gospodarstvom. Želimo si, da so podjetja polje, kjer univerza in gospodarstvo skupaj sejemo študentsko ustvarjalnost in nato žanjemo njene rezultate v družbenem razvoju.

Minister za gospodarski razvoj in tehnologijo, Zdravko Počivalšek, je predstavil ukrepe vlade, ki bodo podprli prizadevanja trgovinske panoge pri doseganju večje konkurenčnosti. Ti vključujejo nadaljevanje zmanjšanja administrativnih ovir, razbremenitve stroškov dela ter sprejem zakona o nagrajevanju uspešnih delavcev iz dobička. Minister je podprl naklonjenost trgovcev inoviranju, ker so inovacije gibalno rasti in razvoja. Po njegovem mnenju namreč ni dovolj računati le na lani začeti dvig privatne potrošnje in ogrevanje gospodarstva.

Prof. dr. Antonio Davila z IESE Business School je za uspešno inoviranje podal tri ključne napotke: prvič, kako inovirate, določa, kakšne inovacije boste uspeli razviti; drugič, inovativnost mora biti teamska, ne individualna aktivnost; in tretjič, ideje za inovativno razmišljanje so vsepovsod. Danes najpomembnejše inovacije niso tehnološke, temveč inovacije poslovnih modelov. Danes tudi niso najpomembnejše inkrementalne inovacije, kjer so spremembe v tehnologiji in poslovnih modelih zelo majhne in kjer izkoriščamo obstoječe znanje (t.i. knowledge management); nadpovprečno uspešnost dosegajo podjetja, ki razvijajo radikalne, prebojne inovacije in se sprašujejo, česa še nimamo, ne znamo (t.i. ignorance management). Izhodišče za proces inoviranja pa je kreativnost, ki jo proces inoviranja pretvori v dodano vrednost. Da bi jo v celoti sprostili, ni dovolj politika spodbujanja nenehnih izboljšav, tu namreč iščemo majhne izboljšave v okviru

obstoječe strategije, temveč spodbujanje strateških sprememb, ki ne pridejo z vrha podjetja, temveč s srednje ali celo nižje ravni. Zato je treba vzpostaviti procese komuniciranja, preko katerih ideje s spodnjih ravni dosežejo vrhnje managerje, ter sisteme spodbujanja in nagrajevanja zaposlenih, da bodo kreativni. Vse priložnosti za inoviranje so zunaj podjetij, ne znotraj njih. Doseči moramo, da bodo vsi zaposleni usmerjeni navzven, da bodo nenehno opazovali poslovno okolje (konkurente, poslovne partnerje, družbo, potrošnike, tehnološke spremembe) in da bodo imeli možnost izmenjati svoje poglede na to, kaj se dogaja zunaj. Vzpostavitev platforme za izmenjavo, nadgradnjo idej in nato natančno analizo dogajanja (t.i. landscape monitor) je ključna. Imenovanje managerja za ideje se je izkazal uspešen pristop za »aktiviranje« zaposlenih in spodbujanje inovativnosti v podjetju.

Tradicionalni modeli inoviranja (kot je npr. Stage-gate) spodbujajo predvsem postopne inovacije, ki sicer lahko prispevajo k uspešnosti podjetja - a le v manjši meri. Kot so poudarili predavatelji na konferenci, so za velik poslovni preboj potrebne radikalne, disruptivne inovacije. Te pa so povezane s tveganji – praviloma uspe le 1 od 10. Inovativni vodje v svetovnem merilu so lahko le tisti, ki si upajo in zmorejo vzpostaviti poslovni model, ki dopušča serijo tržnih neuspehov zato, da se lahko razvije zmagovalna ideja. Sodobni poslovni prijemi za vzpostavljanje in vzdrževanje inovativne kondicije v trgovini vključujejo nekaj osnovnih načel: prvič, vitko upravljanje inovacij omogoča hitrejše inoviranje, drugič, za premik od inovativnosti potrebujemo managerja za ideje, in tretjič, za uspešnejše inovacije je potrebno nenehno in hitro inoviranje.