

Brdo pri Kranju, 25. 10. 2016

## **SPOROČILO ZA MEDIJE**

### **Trgovci na 11. Strateški konferenci o kadrovske transformaciji trgovine**

**Brdo pri Kranju, 25. oktober 2017 – Danes je potekala že enajsta Strateška konferenca o trgovini z naslovom »Kakšne bodo kompetence prihodnosti in kako jih razvijati?«, ki jo tradicionalno skupaj organizirata Trgovinska zbornica Slovenije (TZS) in Ekonomska fakulteta Univerze v Ljubljani (EF). Udeležence konference sta nagovorila tudi predsednik vlade dr. Miro Cerar in minister za gospodarski razvoj in tehnologijo g. Zdravko Počivalšek. Na konferenci so domači in tuji strokovnjaki več kot 400 udeležencem predstavili aktualne trende in poslovne izzive, ki jih prinaša digitalizacija na področju kompetenc kadrov v tej pomembni gospodarski dejavnosti ter z njimi delili bogate izkušnje, znanje in dobre poslovne prakse.**

**Predsednica TZS mag. Mariča Lah** je v uvodnem nagovoru poudarila, da vstopamo v novo fazo trgovine, v fazo večje avtomatizacije poslovanja. »Prav zaradi tega na letošnji strateški konferenci namenjamo temo kadrovske transformacije trgovine, da poskušamo opredeliti spremembe, ki prihajajo, in spremembe, ki se že danes dogajajo. Kljub večji avtomatizaciji poslovnih procesov, odnosi med kupcem in prodajalcem ostajajo ključnega pomena. Na konferenci zato posebno pozornost namenjamo tudi vidiku humanosti ter človeški interakciji, ki sta za storitveno dejavnost kot je trgovina še vedno eden od najpomembnejših dejavnikov. Bolj kot kadarkoli prej bodo nove veščine, spretnosti, znanja in zmožnost prilagajanja novostim sooblikovale trgovca prihodnosti,« je poudarila mag. Lahova, ki se je v govoru dotaknila tudi aktualnih razprav glede ureditve obratovalnega časa prodajal ob nedeljah ter delovnega časa zaposlenih in v zvezi s tem izpostavila pomembnost socialnega dialoga z vsemi deležniki, vključno s sindikati. Vse navzoče je seznanila s tem, da so socialni partnerji v zadnjih dneh dosegli dogovor za reševanje omenjene problematike, ki bo podlaga za nadaljevanje socialnega dialoga na tem področju. Predsednica TZS je tudi izpostavila, da trgovina že od nekdaj velja za gospodarsko dejavnost, ki se stalno prilagaja novostim in spremembam ter da ima pri tem pomembno vlogo s svojim delovanjem ter aktivnim oblikovanjem predlogov za boljše poslovno okolje tudi Trgovinska zbornica Slovenije. Dodala je, da je bistvenega pomena, da se trgovina tudi v prihodnje še naprej razvija v luči novih vizij in sodobnih trendov.

**Dekanja Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani prof. dr. Metka Tekavčič** je udeležence spomnila, da na Ekonomski fakulteti posebno pozornost namenjajo kakovosti pri zagotavljanju znanj, kompetenc in veščin za trgovino prihodnosti. Skupaj s podjetji in združenji v dejavnosti trgovine iščejo odgovore na izzive avtomatizacije, digitalizacije in pasti, ki jih razvoj vnaša v medčloveške odnose. Dodaja, da mora za uspešno poslovno preobrazbo tehnološki razvoj spremljati tudi osebni razvoj zaposlenih.

V uvodnem delu konference je navzoče pozdravil **minister za gospodarski razvoj in tehnologijo Zdravko Počivalšek**, ki je izpostavil, da trgovina v gospodarstvu ustvari okoli 35 % vseh prihodkov gospodarskih družb v Republiki Sloveniji, v tej dejavnosti pa deluje kar četrtina vseh gospodarskih družb. Trgovski subjekti zaposlujejo nekaj več kot 100 tisoč zaposlenih, kar trgovino uvršča tudi med največje delodajalce v nacionalnem gospodarstvu. Izrazil je prepričanje, da bo trgovina znala izkoristiti 4,4 odstotno napoved rasti BDP, zaznan porast v zaupanju potrošnikov ter trend rasti spletne prodaje predvsem z vidika malih in srednjih podjetij. Menil je, da bo tudi v digitalni družbi, ki od vseh terja neprestane prilagoditve, pristen človeški odnos še kako pomemben. Minister se je Trgovinski zbornici Slovenije zahvalil za dobro sodelovanje, saj ima ta pomembno vlogo tako z vidika strokovne podpore članom, predstavlja mesto za povezovanje podjetij ter nastopa kot konstruktivni sogovorec pri obravnavi ključnih gospodarskih vprašanj.

Udeležence konference je tudi letos nagovoril **predsednik Vlade Republike Slovenije dr. Miro Cerar**, ki je izpostavil, da podatki nedvomno kažejo na pomemben položaj trgovinske dejavnosti v slovenskem gospodarstvu, saj ta močno prispeva k zaposlenosti ter k rasti BDP, ter preko Trgovinske zbornice Slovenije predstavlja aktivnega sogovornika na ključnih strokovnih ter gospodarsko in družbeno pomembnih vsebinah. Predsednik vlade je podal širše vidike družbenega razvoja ter poudaril, da mora družba kot celota delovati usklajeno in dobro, medtem ko je na področju gospodarstva izpostavil pomembnost zagotavljanja ugodnega poslovnega okolja. Izrazil je zadovoljstvo, da se na konferenci, ki je povezana z digitalizacijo, obračamo tudi k človeku. Zavzel se je za razvoj in prilagajanje na moderne tehnologije, ki bo koristila tudi človeku ob ohranitvi njegove humanosti. Ta korak naprej moramo narediti, dosegli pa ga bomo z dobrim medsebojnim sodelovanjem.

Prva sekcija konference »Od heroja do človeka« je ponudila vpogled v mednarodne izkušnje o človeški interakciji in humanosti kot jedru dodane vrednosti in bistvu konkurenčne prednosti v digitalno dehumanizirani družbi in trgovini. Strokovno razpravo je odprla mednarodna strokovnjakinja **Nadia Shouraboura**, lastnica in ustanoviteljica podjetja Hointer ter nekoč dolgoletna direktorica logistike in distribucije v Amazonu. Predstavila je inovativne poslovne prakse in poslovne modele, s katerimi na kratek in dolgi rok eksperimentirajo velike trgovske verige v ZDA, Seattlu. Govorila je o tem, kakšne poslovne prakse, s poudarkom na internetu in avtomatizaciji, razvijajo velike in manjše trgovinske mreže, katere prakse so se pokazale za uspešne, ter kateri pogoji morajo biti za to izpolnjeni. Podala je tudi svoje poglede na razvoj trgovine prihodnosti in katere kompetence bodo ključne za uspeh trgovca tako na ravni organizacije podjetja kot na ravni kompetenc zaposlenih. Današnja tehnologija omogoča boljšo nakupno izkušnjo kupcev v fizični trgovini, predvsem pa tudi lahko pomembno pripomore k vrnitvi smisla v delo prodajalca – končno se lahko posveti kupcu in z njim razvija poglobljen, človeški odnos. **Simonetta Carbonaro**, evropska strokovnjakinja za psihologijo vedenja potrošnikov in razvoj trgovskih storitev pa je odprla razpravo o tem, v katerih elementih trgovske poslovne logike in potrošništva nas bo pristen, poglobljen človeški odnos ločil od nevarnosti pojava družbe robotov. »Srčnost, toplino, pristnost, vzajemna podpora in spoštovanje«, to bo vedno dajalu tako kupcu kot prodajalcu smisel. Ta naravnost trgovine nas bo pripeljala do bolj humane trgovine in družbe.

V okviru druge sekcije so govorniki predstavili, kako v njihovih podjetjih razvijajo odnos s kupci ter kakšno vlogo imajo pri tem zaposleni in tehnologija. Predstavili so tudi, katere kompetence potrebujejo zaposleni za uspešno prodajo in pogled na prihodnost prodaje. **Dr. Rok Stritar**, prokurist v podjetju Kibuba, trgovini z gorniško in pohodniško opremo, je poudaril, da digitalizacija ni nekaj novega, ampak je proces, ki se odvija in pomembno se mu je prilagajati. Vse se začne in konča pri zaposlenih, zato so prijazni in strokovni zaposleni ključnega pomena. Tehnologija je predvsem orodje, ki zaposlenim pomaga opraviti odlično storitev in zagotoviti učinkovitost poslovnih procesov. **Vladimir Stanić**, direktor podjetja Kalček, ki je specializirano za prodajo ekoloških izdelkov, je prav tako poudaril vlogo prodajalcev – svetovalcev, ki kupcem s strokovnim znanjem in

poznavanjem izdelkov olajšajo nakupno odločitev. Ključne kompetence prodajalcev - svetovalcev so dobro poznavanje izdelkov, sposobnost empatije, dobre komunikacijske veščine, zanesljivost in poštenost. **Dinko Terzić**, direktor Direkcije kupci, Renault Nissan Adriatic, je pojasnil, kako spremembe v nakupnem vedenju potrošnikov povečujejo kompleksnost prodaje ter krepijo pomen h kupcu usmerjene organizacije. Izpostavil je številne potrebne kompetence v prodaji, ki se nanašajo na strokovno znanje in poznavanje dosežkov znamke, dobro poznavanje dodatnih storitev, sposobnost navezovanja pristnega stika s kupci, razumevanje čustvenih potreb in sposobnost prepoznavanja, kaj je za kupca najpomembnejše.

V sklepnem delu konference so ugledni gospodarstveniki, **mag. Vera Aljančič Falež**, pomočnica predsednika uprave, Mercator d.d. Ljubljana, **mag. Jerneja Kaminikar**, direktorica, Vivo d.o.o.o Ljubljana, **Aleksander Lemut**, direktor Fama d.o.o. Vipava, **Vanja Lombar**, generalna direktorica OMV Slovenija d.o.o. Koper in **Fabio Pahor**, direktor Ferro Julia, Monfalcone, Italija, na okrogli mizi spregovorili o transformaciji kompetenc zaposlenih in podjetja ter izpostavili aktualne izzive in podali svoje poglede o tem, kje smo sedaj ter kako naprej. V razpravi so podali mnenja ter svoje izkušnje glede pomena digitalnih kompetenc v praksi, pa tudi glede pomembnosti socialnih veščin ter naravnosti v smeri inovativnosti, proaktivnosti in drugačnosti. Sprememba sveta in generacij postavlja izzive tudi na področju vodenja, komunikacije ter motiviranja. Mlajše generacije si želijo znanja in izkušenj, velik izziv podjetjem predstavlja, kako dobre kadre zadržati ter jim ponuditi prave vrednote in primeren način nagrajevanja. Velik pomen bo v prihodnosti imela dobra komunikacija ter sposobnost najti pravi fokus v masi podatkov za ustrezne odločitve. Digitalna tehnologija bo naredila delo prodajalca zanimivejšega za mlade. Glede na demografske trende, ki kažejo na povečanje deleža starejše populacije, bo imelo velik pomen tudi medgeneracijsko sodelovanje, za kar pa so potrebni odprtost, čustvena inteligenca, vseživljenjsko učenje, osebni razvoj in rast.

Razpravo na konferenci smo sklenili z naslednjimi mislimi:

- Zunanje ekonomsko okolje je spodbudno, od predstavnikov vlade je bila jasno izražena pripravljenost za izboljševanje institucionalnega okolja za področje trgovine ter za ustvarjanje dobrega poslovnega in družbenega okolja za gospodarstvo.
- Pomembna je združitev najboljšega, iz fizičnega ter iz digitalnega sveta, za izboljšanje izkušnje kupcev in zaposlenih v trgovini.
- Digitalna transformacija ni revolucija, ampak evolucija, ki jo je treba živeti vsak dan!
- Mladi zaposleni nam lahko pomagajo odstirati vidike digitalnih kompetenc, ker so bili že sami vzgojeni v tem duhu, pomembno je dobro medgeneracijsko sodelovanje.
- Izzivov na kadrovskem področju se je potrebno lotevati strateško in dolgoročno.

**TRGOVINSKA ZBORNICA SLOVENIJE**

**EKONOMSKA FAKULTETA, UL**