

**Izstopa trgovina z motornimi vozili**

Kazalnik zaupanja v trgovini tudi na desezonirani ravni precej niha in je bil oktobra najnižji v zadnjih 6 mesecih. Tekoča prodaja je razočarala, medtem ko so bila pričakovanja o prihodnji prodaji najvišja v zadnjih nekaj letih. Tudi obseg zalog se je povečal, kar pomeni, da trgovci pričakujejo večjo rast v prihodnje. Med trgovskimi podjetji so najpomembnejše sledeče omejitve: visoki stroški dela (50 % družb po prodaji), konkurenca v sektorju (45 %) in otežena dostopnost do bančnih kreditov (39 %). Zaradi padca cen se nominalni prihodki v trgovini na drobno še ne

povečujejo. V prvih treh četrtletjih so bili nižji za 0,6 %. Prodaja v trgovinah z živili in pijačami je bila nižja za 0,3 %, v trgovinah z neživili (brez motornih goriv) pa višja za 5,2 %. Izstopala je trgovina z motornimi vozili (+ 20 % rast), spletna trgovina (+14 %) in trgovina z gospodinjskimi napravami in tehničnim blagom (+8 %). V prihodnjih mesecih pričakujemo ohranitev ugodnih trendov v trgovini z neživili, saj se trg nepremičnin prebujata, trgovci z motornimi vozili pa so še vedno močno oddaljeni od prodajnih števil v nevtralnem obdobju (40.000 vozil, trenutno: 30.000).

**11 odstotkov slovenskih podjetij je lani omogočalo spletno prodajo v druge EU članice, kar je 79 odstotkov več kot leta 2013.**

*Pripravila: Analitika GZS*

# Na splet tudi po zobno ščetko

**Tudi večji trgovci vse več prodajo prek spleta. V Merkurju bolj raste prodaja bele tehnike prek spletne trgovine kot v trgovskih centrih.**

*Nina Oštrbenk*

Neživilski trg bo rasel toliko, kot je pričakovana gospodarska rast, napovedujejo v Merkurju, kjer se povečuje povpraševanje po beli tehniki (tudi zaradi več nakupov nepremičnin in prenov): »Že letos smo pri beli tehniki povečali tržni delež in absolutno vrednost prodaje v primerjavi z enakim obdobjem lani. Spletni center Merkur je nasploh čedalje pomembnejši prodajni kanal in rast prodaje bele tehnike je prek naše spletne trgovine še višja kot v trgovskih centrih.« Zato je tudi eden od ciljev podjetja nadaljnji razvoj spletne trgovine.

**Bodo zobne ščetke zamenjale hladilnike?**

Vsi spletni trgovci pričakujejo nadaljnjo rast, tudi največja mimovrste.com in enaA.com, ki si delita vsak približno polovico slovenskega trga, ocenjuje Aljoša Domijan, direktor podjetja Gambit trade (enaA.com). Potenciala je še ogromno, pravijo sogovorniki, poleg tega je spletna prodaja ena redkih panog, ki je rasla tudi med gospodarsko krizo.

Spletne trgovine trenutno še prodajo največ tehničnih izdelkov in bele tehnike, »v zadnjih letih pa smo zaznali hitro rast prodaje artiklov hitre potrošnje, ki generirajo bolj frekventne nakupe in so večinoma artikli nižjih vrednosti. Ob začetkih naše spletne trgovine je bilo težišče prodaje na računalništvu in beli tehniki, danes lahko kupci pri nas kupijo vse od zobne ščetke do avtomobilske gume, oblačil, igrač, orodja za domače mojstre, parfumov itd.,« pove Lea Benedejčič, direktorica spletne trgovine

mimovrste.com, ki je v lanskem poslovnem letu dosegla 38-odstotno rast poslovanja.

To je eden od trendov, ki prihaja, napoveduje Darko Dujič, izvršni direktor podjetja Ceneje (primerjalne nakupovalne platforme ceneje.si, ki omogoča primerjavo ponudb več sto trgovcev). Napoveduje rast intenzitete spletnega nakupovanja in rast določenih blagovnih skupin: »Obstajajo namreč kategorije, ki so na spletu že zelo razvite, na primer avdio-video oprema, izdelki za dom in vrt, oblačila, obutev in modni dodatki, na drugi strani pa so kategorije, v katerih v zadnjem obdobju opazamo veliko rast - to so avto oprema in pnevmatike, pohištvo, zdravila in tudi izdelki za vsakdanjo rabo.«

**Slovenci med bolj preudarnimi**

Tipičen slovenski (spletni) potrošnik se poslužuje preudarnih taktik nakupovanja, pojasnjuje Dujič: »Kar 9 od 10 slovenskih uporabnikov interneta v nakupnem procesu išče relevantne podatke o izdelkih in storitvah na spletu, pridobljene informacije pa nato pomembno vplivajo na spletne nakupe, predvsem pa na nakupe, opravljene v tradicionalnih kanalih. Ta statistika nas uvršča v vrh EU.« Domijan dodaja, da je slovenski potrošnik, ki kupuje na spletu, razgledan in zahteven, poleg tega pa je tudi globalni kupec: »Brez oklevanja kupuje tudi po drugih spletnih trgovinah po svetu, če so nakupi ugodnejši.« gg



Foto: mimovrste.com

**»Hitrejšo rast prodaje na letni ravni opazamo med artikli hitre potrošnje.«**

*Lea Benedejčič, direktorica spletne trgovine mimovrste.com*

**600 tisoč Slovencev ima uporabniški račun v spletni trgovini mimovrste.com.**