



Správa pre tlač
V Bratislave, dňa 15. 12. 2009

ROK EURA SA SKONČIL, OBCHOD IDE ĎALEJ

Hľadáme riešenia a východiská z problémov, ktoré nastoľuje kríza. Ponúkame spoluprácu

Zväz obchodu a cestovného ruchu SR (ZOCR SR) zastáva názor, že len vzájomným dialógom a spoločným postupom, jednotlivých účastníkov trhu sa predíde chybám a eliminujú sa možné následky nesystémových rozhodnutí súvisiace s ekonomicko-hospodárskou krízou. „Obchod vyzýva všetkých partnerov a dodávateľov, aby spoločným úsilím prispeli k riešeniu krízy z mikro- aj makro-ekonomického hľadiska,“ uvádza vo svojom vyjadrení k nadchádzajúcim aktivitám Zväzu obchodu a cestovného ruchu SR v roku 2010 **Pavol Konštiak, prezident Zväzu obchodu a cestovného ruchu SR.**

„Aj keď je obchod nevýrobné odvetvie, tak isto ho veľmi vážne postihla hospodárska a finančná kríza. Mimoriadny pokles tržieb v obchode o cca 20 – 25 % pri zvyšovaní nákladov spôsobuje prepád výnosov a mnohé obchodné spoločnosti zaznamenávajú vážne ekonomické straty. Existencia malých, ale aj stredných obchodných spoločností je ohrozená. Táto skutočnosť bude mať vážne dopady na príjmovú stránku rozpočtu. Preto je nevyhnutné v tejto situácii, aby sa nesťažovala práca obchodníkom zbytočnými prekážkami,“ komentoval súčasnú situáciu **František Ľapuš**, 1. viceprezident ZOCR SR.

Legislatíva, jej dopad na spotrebiteľa a na vzťahy medzi jednotlivými účastníkmi trhu

Z hľadiska legislatívy a jej dopadu na obchod v roku 2009 jednoznačne konštatujeme, že zákon o neprimeraných podmienkach v obchodných vzťahoch zapríčinil viacero nedorozumení medzi dodávateľom a odberateľom, pretože narušil prirodzenosť ich vzájomného vzťahu. Uvedený predpis je jednoznačne zlý, diskriminuje a znerovnoprávňuje jednu stranu pred druhou, pričom v tom nevýhodnom postavení sa ocitol obchodník. Zákonom sa narušili väzby medzi účastníkmi dodávateľsko-odberateľských vzťahov, vyvolali nervozitu najmä na začiatku uplatňovania tohto predpisu. Paradoxom zostáva, že uvedený zákon mal riešiť takzvané neprimerane výhodné postavenie obchodníka voči spracovávateľovi či výrobcovi a tým pomáhať riešiť určité existenčné starosti dodávateľa, či výrobcu, najmä pokiaľ ide o potravinový sortiment. Pravda je taká, že za problémy, ktoré výrobcovia či spracovávatelia majú, nemôžu obchodníci, ale prevažne oni sami. Už len smiešnym paradoxom ostáva konštatovať, že návrh novely predmetného zákona, ktorý sa v ostatných dňoch objavil na našich stoloch obsahuje návrh na vypustenie problematiky ekonomickej závislosti a práve ekonomická závislosť bola dôvodom, ktorým argumentoval predkladateľ zákona pri jeho predkladaní v roku 2008. „Počas roka sa obchodníci museli brániť viacerými iniciatívami rôznych inštitúcií, ale i poslancov, ktorými sa „akože“ sledovala potreba spresniť, lepšie povedané sťažiť, podmienky za ktorých obchodníci pracujú. Medzi takéto patrí napríklad návrh novely zákona o cenách (20% marža), návrh zákona o potravinách, návrh zákona o odpadoch, návrh zákona o fluorovaných skleníkových plynach, návrh zákona o duálnom zobrazovaní cien a pod. V súčasnosti obchodníci ukončili diskusiu s Ministerstvom financií SR pokiaľ ide o zákon o registračných pokladniciach, kde sa síce podarilo dosiahnuť určité čiastkové úpravy náročnosti zostavy elektronických registračných zariadení, diskusia však prebieha, teraz už mimo MF SR, o predĺžení doby, do ktorej treba elektronické registračné pokladne (ERP) inštalovať. Vzhľadom na realitu obchodníci navrhujú predĺžiť túto lehotu do 31. 12. 2015 a to z toho dôvodu, že na trhu nie je dostatok certifikovaných ERP na strane jednej, na strane druhej ide o mimoriadne nákladnú záležitosť, ktorej realizácia v priebehu 12 mesiacov by mohla viacerých obchodníkov položiť na koliená,“ zhodnotil **Martin Katríak**, predseda Legislatívnej sekcie ZOCR SR, stav legislatívy týkajúcej sa obchodu za rok 2009.

Obchod ako korektný partner

„Pri výkone trhového dozoru je dobrá komunikácia s obchodníkmi kľúčová a tí organizovaní (ZOČR SR) sú prirodzene vo výhode. Obchod sa ubera správny smerom a stal sa korektným partnerom, ktorý si uvedomuje svoju zodpovednosť. Nedostatky sa vyskytovali a budú vyskytovať, ale dôležitá je však snaha ich riešiť okamžite a neopakovať ich v budúcnosti,“ uviedla **Nadežda Machútová**, ústredná riaditeľka Slovenskej obchodnej inšpekcie.

Aký bude spotrebiteľ v roku 2010

Odpoveď na otázku „Aký bude spotrebiteľ v roku 2010“ poskytol **Martin Mravec**, riaditeľ spoločnosti GfK Slovakia, na základe zrealizovaných prieskumov spoločnosti GfK Slovakia. Ekonomická situácia v roku 2009 ovplyvnila aj obchod, medzi spotrebiteľmi prevažovali negatívne spotrebiteľské nálady. Enormne sa zvýšili nákupy slovenských spotrebiteľov v zahraničí, zvýšil sa záujem o nákup tovaru v akciových ponukách. Slovenský obchod všeobecne zaznamenal pokles hodnoty nákupu v určitých oblastiach v kombinácii aj s poklesom počtu kupujúcich. Spotrebiteľia si v súčasnosti dávajú pozor, koľko míňajú a kontrolujú svoje výdavky. Aj budúci trend spotreby bude pokračovať v tejto rovine. Tovar bežnej spotreby sa ustáli na objeme tohto roku, reštauračné služby a produkty pre voľný čas a zábavu zaznamenajú zo strany spotrebiteľa ešte väčší prepád záujmu, ako aj sortiment elektroniky a zariadenia do domácnosti. Trend záujmu nakupovať v promo akciách značkových produktov aj v privátnych značkách jednotlivých obchodných reťazcov bude pokračovať. Spotrebiteľ bude ešte väčšou mierou plánovať a kontrolovať svoje výdavky. Vo firemnej sfére bude pokračovať optimalizácia nákladov, predpokladá sa ešte výraznejší pokles kúpnej sily. Bude pretrvávajúca tendencia nákupov v akciách a spotrebiteľské nákupy v zahraničí.

Obchod aj naďalej ponúka spoluprácu v projektoch spoločenskej zodpovednosti

Obchod si uvedomuje svoju spoločenskú zodpovednosť vo veciach verejných, a tiež jeho jedinečné možnosti komunikácie so spotrebiteľom. V rámci projektov spoločenskej zodpovednosti dlhodobo sleduje celospoločensky prospešné ciele. Aj v roku 2010 bude pokračovať v úspešnom projekte „Na vekú záležitosť“, ktorý je zameraný na zamedzenie dostupnosti predaja tabakových výrobkov neplnoletým. ZOČR SR sa zapojila aj do pripravovaného projektu z oblasti zdravotnej prevencie obyvateľstva týkajúceho sa mobilných mamografických jednotiek. „Zároveň pracujeme aj na pokračovaní kampane „Nakupujeme doma“, ktorý má za cieľ vysvetliť spotrebiteľom prečo je z makroekonomického hľadiska dôležité nakupovať na slovenskom trhu a tiež nakupovať na Slovensku vyrobené produkty. Tento ročník je iný oproti minulému v tom, že otvára možnosť aktívnej komunikácie – edukácie so spotrebiteľom aj pre dodávateľov do obchodu prostredníctvom spotrebiteľskej sms súťaže, ktorej výťažok by bol použitý na podporu zamestnanosti,“ doplnila aktivity ZOČR SR v prichádzajúcom roku autorka projektu a členka predstavenstva ZOČR SR **Bohumila Tauchmannová**.

Gestor:



Generálny partner:



Partner: **COOP Jednota Slovensko**

Organizátor: INCOMA Slovakia, Mišíkova 10, 811 06 Bratislava, tel. 02/5441 8969, mobil: 0903 774 482

e-mail: kubalova@incoma.sk, www.incoma.sk, www.biznis.sk

Kontakt pre médiá: Creative Department, Gabriela RICHNAVSKÁ, PR Manager, tel. 02/5441 9062 mobil: 0903 246 596

e-mail: richnavska@cd-creative.sk