



Dan kakovosti in inovativnosti Dolenjske in Bele krajine
KAKOVOST IN INOVATIVNOST V ČASU NEGOTOVIH
GOSPODARSKIH RAZMER

KAKOVOST UPRAVLJANJA V KRIZNIH
RAZMERAH IN IZZIVI REALNE
PRIHODNOSTI

Sonja Gole, dipl.ekon.
Adria Mobil, d.o.o., Novo mesto

Novo mesto, 19/11-2009

Vsebina:

1. UVOD – v globalno krizo!
2. FINANČNA IN GOSPODARSKA KRIZA 21. stoletja – Vzroki in posledice
3. PREGLED SVETOVNEGA GIBANJA PANOGE KARAVANINGA – Vpliv krize na delovanje panoge
4. ADRIA MOBIL V NEGOTOVIH TRŽNIH RAZMERAH – Ukrepi in učinki prilagajanja
5. IZZIVI REALNE PRIHODNOSTI
6. ZAKLJUČEK

1. Uvod - v globalno krizo

- Kriza 21. stoletja je globalna
- Ciklično gibanje gospodarstva je normalen pojav – pa vendar kriza preseneča
- Panoga karavaninga je občutljiva
- Odzivi na dogajanja v svetovnem trgu so različni
- Nove dimenzije, ki jih prinaša kriza, bodo narekovale dinamiko razvoja v prihodnosti

2. Finančna in gospodarska kriza 21. stoletja

- *Vzroki in posledice*

- ❑ Začetki krize 21. stoletja v ZDA
- ❑ Zlom finančnega sektorja in pregretost hipotekarnega sektorja
- ❑ Vladni ukrepi posameznih držav za zmanjšanje vplivov krize
- ❑ Spopad gospodarskih subjektov s krizo
- ❑ Ključni dejavnik: prevzem odgovornosti menedžmenta
- ❑ Tržne razmere po krizi bodo spremenjene
- ❑ V drugem četrletju 2009 prvi znaki oživljanja na borznih trgih

3. Svetovno gibanje karavaninga

- Vpliv krize na delovanje panoge (1)

- **Velika občutljivost panoge na globalne trende**
- **Prikolice, avtodomi kot investicijska dobrina**
- **Drastičen padec povpraševanja v 2008 ko posledica krize**
- **Zasičenost trga z zalogami vozil za prosti čas**
- **Zmanjšanje kupne moči prebivalstva**
- **Nezaupanje in zadržanost kupcev do investiranja**

	2006	2007	2008	Sprem. v %	Ocena 2009*
<i>Severna Amerika</i>	404.450	378.600	255.510	-32,5	140.000
<i>Evropa</i>	210.090	209.050	191.460	--8,4	150.000
<i>Avstralija</i>	19.650	19.700	19.350	-1,8	19.000
<i>Japonska</i>	4.350	4.695	4.450	-5,2	4.200
<i>Južna Afrika</i>	4.200	4.400	4.400	+0,0	4.500
<i>Nove države</i>	1.470	2.300	2.350	+2,2	2.400
<i>Kitajska</i>	500	1.000	1.350	+35,0	1.500
SKUPAJ:	644.710	619.745	478.870	-22,7	321.600

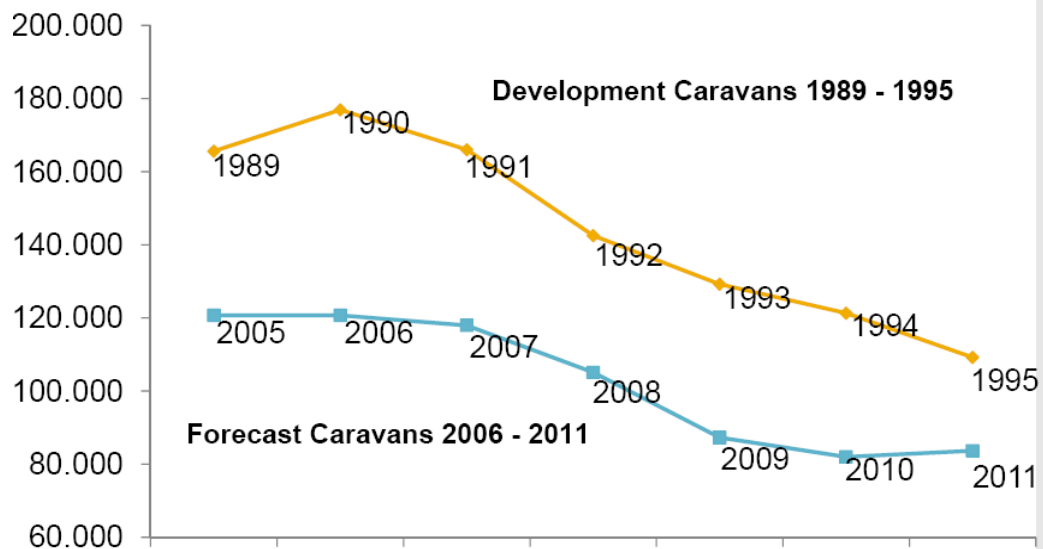
Vir: CIVD, Caravaning Profile 2009, * Ocena ECF + lastna ocena

3. Svetovno gibanje karavaninga

- Vpliv krize na delovanje panoge (2)

- **Primerljivost gibanja trga počitniških vozil v krizi iz začetka devetdesetih let prejšnjega stoletja s sedanjo krizo**

Europe: Registrations of Caravans
Development 1989-1995 and Forecast 2005-2011



3. Svetovno gibanje karavaninga

- Vpliv krize na delovanje panoge (3)

Gibanje proizvodnje, prodaje in zalog počitniških vozil v Evropi v obdobju 2007- 2009

Leto	Proizvodnja	Prodaja	Zaloga
2007	228.000	209.050	+ 19.000
2008	180.000	191.460	- 11.000
2009*	120.000	150.000	- 30.000

* Ocena

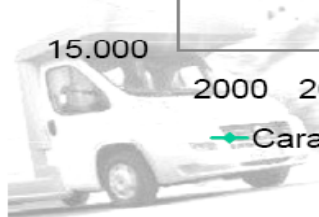
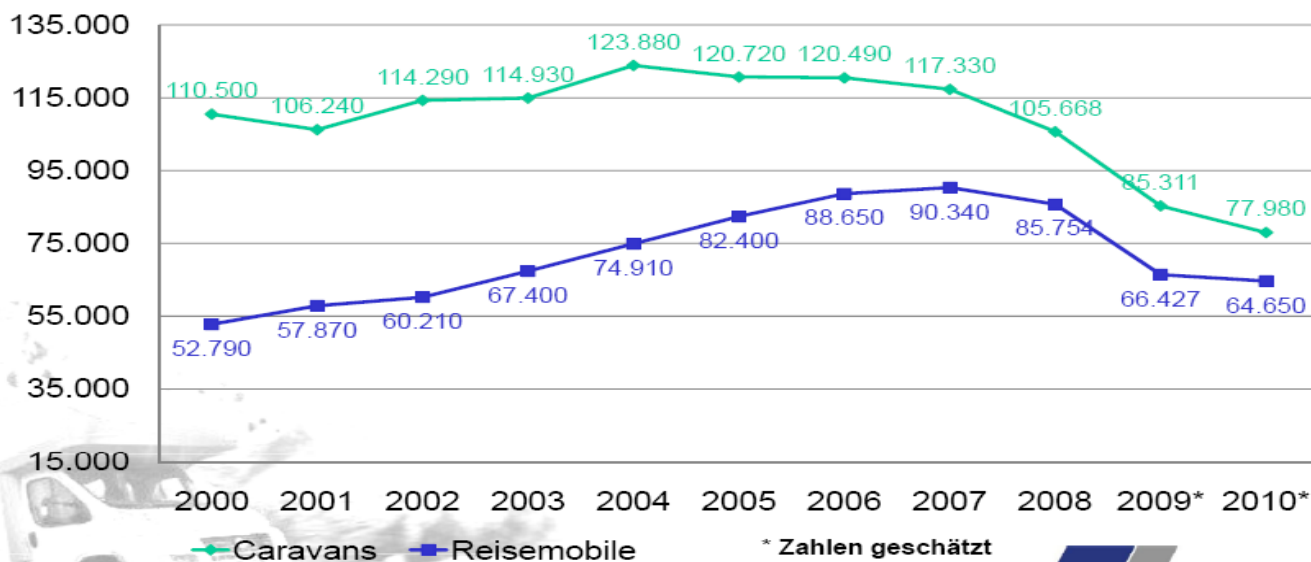
3. Svetovno gibanje karavaninga

- Vpliv krize na delovanje panoge (4)

○ Napovedi gibanja trga počitniških vozil

Zukunftserwartungen

Europa - Marktprognosen Zulassungen 2000-2010



4. Adria v negotovih tržnih razmerah

- Ukrepi in učinki prilagajanja (1)

○ *Predstavitev podjetja*

○ *Ukrepi prilagajanja v kriznih razmerah*

- *analize stanja na trgu in revizije notranje organiziranosti,*
- *organizacijske preнове in kadrovske krepitve področja trženja in marketinga ,*
- *uvedbe projekta preнове poslovnih procesov,*
- *uvedbe projekta nenehne rasti in profitabilnosti,*
- *oblikovanja programa ukrepov za racionalizacijo poslovanja in implementacijo teh.*

4. Adria v negotovih tržnih razmerah

- Ukrepi in učinki prilagajanja (2)

○ ***Ključni ukrepi za ohranjanje stabilnosti poslovanja***

Ukrepi	Realizacija in rezultati:
Zmanjšanje obsega proizvodnje in zalog, zagotavljanje fleksibilnosti	<ul style="list-style-type: none"> - Mesečna kapaciteta proizvodnje zmanjšana za 29 % - Skrajšan delovni čas iz 40 na 32 ur/teden - Dogovor o prilagajanju delovnega koledarja
Zmanjšanje fiksnih stroškov	<ul style="list-style-type: none"> - Povprečno znižanje vseh fiksnih stroškov za 30 % - Strog nadzor nad porabo sredstev po stroškovnih mestih in vrstah - Prenos odgovornosti na nižje poslovne ravni
Konsolidacija proizvodnje in produktov	<ul style="list-style-type: none"> - Koncentracija proizvodnje programov na enem mestu - Optimizacija prodajnega programa in nadgradnja z modularnim razvojnim pristopom ter opsijsko prilagoditvijo produkto
Optimizacija nabavnih stroškov	<ul style="list-style-type: none"> - Pritisk na dobavitelje za večjo učinkovitost - Zniževanje stroška nabave iz naslova standardizacije - Iskanje alternativnih dobaviteljev
Aktivnosti za povečanje prodaje in tržnega deleža	<ul style="list-style-type: none"> - Proaktivno delo z distributerji za povečanje tržnega deleža - Partnerski program za lojalnost pri distribuciji - Usmerjene naložbe v hiter razvoj novih produktov

4. Adria v negotovih tržnih razmerah

- Ukrepi in učinki prilagajanja (3)

- ***Dolgoročni cilji in strateške usmeritve podjetja***

Ključni cilji	Strateške usmeritve:
Rast obsega prodaje nad tržnim povprečjem	-Organska rast podjetja z močno partnersko distribucijsko mrežo -Poudarek na Adrii kot dinamični blagovni znamki v panogi
Poudarek na regionalni prisotnosti	Stabilen položaj na vseh ključnih trgih v EU -Prodajni program prilagojen potrebam različnih trgov in kupcev
Produktna inovativnost in odličnost dizajna	-Kontinuirano uvajanje razvojnih inovacij -Močno produktno trženje -Odličnost dizajna v ustreznem razmerju cena/kakovost
Finančna stabilnost in kvalitetno upravljanje s tveganji	-Rast skupnih prihodkov ob ustreznem obvladovanju tveganj -Programi lojalnosti za podporo distribucijski mreži

4. Adria v negotovih tržnih razmerah

- Ukrepi in učinki prilagajanja (4)

- Zmanjšan obseg proizvodnje na tržno raven
- Prepolovljen obseg zalog
- Zmanjšanje fiksnih stroškov za 30 %
- Ohranjanje večine delovnih mest
- Krepitev tržnega položaja
- Rast TD na programu AD 6,4 %
- Nove razvojne rešitve
- Odličnost v dizajnu
- Skrb za kakovost

CILJ: 10 % rasti obsega v letu 2010

Kako ravnati, ko nastopi kriza?

- ❑ »Tako ne gre več naprej, treba bo delovati na drugačen način!« **Spoznanje dve leti prepozno!**
- ❑ Ko nastopi kriza, začnite izvajati spremembe pri sebi in znotraj podjetja - **In to takoj!**
- ❑ Če ste prepričani, da je vzrok za slabo stanje vašega podjetja zunanja kriza, in ne morete nič narediti, potem prepustite to delo nekemu drugemu! **Brez odlašanja!**

5. Izzivi realne prihodnosti

- ❑ Kriza ni končana
- ❑ Leto 2010 bo za mnoga podjetja usodno
- ❑ Okrevanje bo počasno in dolgotrajno
- ❑ Za mnoga podjetja se kriza šele začne
- ❑ Potrebne strukturne spremembe
- ❑ Pravočasen umik začasnih kriznih ukrepov
- ❑ Potrebna:
 - stabilnost finančnega sektorja in nadzor
 - odpraviti pomanjkljivosti korporativnega upravljanja,
 - poskrbeti za konkurenčnost podjetij.

6. ZAKLJUČEK

Svet se spreminja in mi z njim – - prostovoljno ali prisilno

- Kriza je priložnost za izboljšanje kakovosti in inovativnosti
- Kriza je priložnost za oblikovanje nove paradigme vrednot medsebojnega spoštovanja, zaupanja in navdušenja nad pozitivnimi rezultati posameznika, poslovne skupine ali družbe kot celote.
- Preseganje okvirov lastnih interesov v korist splošne družbene blaginje se ponuja kot temelj uspešne prihodnosti.

Če je bila za to potrebna kriza, tudi prav.