



Izvažajmo pametneje – kako krepiti vrednost slovenskega izvoza

Sreda, 16. oktober 2019, Kristalna palača, Ljubljana

Časovnica konference

8:30 – 9:00

Registracija

9:00

Začetek konference

9:00 – 9:10

Uvodna pozdrava: Tine Kračun (ISR), Andrej Kren (Delo)

9:10 – 9:20

Uvodni govornik: Jure Stojan: Trgovska žilica v navdih

9:20 – 10:40

1. panel: Kako krepiti izvoz s podporo močne blagovne znamke?

10:40 – 11:00

Odmor za kavo

11:00 – 11:10

Častni govornik: Dr. Miro Cerar, minister za zunanje zadeve

11:10 – 11:30

Osrednji govornik: Sebastien Miroudot, OECD

11:30 – 12:40

2. panel: Kje so priložnosti za rast v globalnih nabavnih verigah vrednosti in kako jih izkoristiti?

12:40 – 13:00

Odmor za kavo

13:00 – 13:50

3. panel: Človeški viri dodane vrednosti: Kako do kadrov, ki povečujejo konkurenčnost na mednarodnih trgih?

13:50 – 14:00

Zaključki konference (Tine Kračun, ISR in Janez Tomažič, Delo)

14:00 – 15:00

Kosilo



Namen konference:

Izvozno poslovanje je rdeča nit letošnje poslovne kampanje Izvažajmo pametneje – kako krepiti vrednost slovenskega izvoza, ki pod okriljem časopisa Delo in priloge Svet kapitala poteka od junija do oktobra, ko bo zaključni dogodek – poslovna konferenca pod enakim naslovom: Izvažajmo pametneje – kako krepiti vrednost slovenskega izvoza, ki bo izveden z vsebinskim sodelovanjem Inštituta za strateške rešitve.

Konferenca bo vsebinsko sledila iskanju rešitev in uporabnih servisnih informacij za slovenske izvoznike, ki so prisotni v dobaviteljskih verigah mednarodnih podjetij in dobaviteljev. Dejstvo je, da se izvozni trgi, med njimi tisti najbolj pomembni za slovenske izvoznike, ohlajajo. Izziv za izvoznike je, kako naj ti okrepijo lastno vlogo v dobaviteljskih verigah na globalnih trgih. Odgovor na to vprašanje je, da predvsem s povečevanjem konkurenčnosti. To pa pomeni, da morajo krepiti dodano vrednost rešitev, ki jih ponujajo poslovnim partnerjem v kompetitivnem mednarodnem poslovnem okolju. Z višjo dodano vrednostjo bodo lahko segli višje v mednarodnih dobavnih verigah. Hkrati bodo s tem okrepili svojo odpornost proti ohlajanju in morebitnim prihodnjim šokom na izvoznih trgih.

Konferenca bo zajemala tri vsebinske sklope, ki so predstavljeni v nadaljevanju. Med posameznimi paneli bodo predstavljene dobre prakse nekaterih podjetij.



Opis panelov in govorcev

1. Panel: Kako krepiti izvoz s podporo močne blagovne znamke?

Opis panela:

Blagovne znamke se ne dotikajo samo marketinških oddelkov. Danes spadajo med glavne vire trajnostne dodane vrednosti. Na panelu bodo govorcev zato najprej pogledali, kakšen položaj imajo slovenske blagovne znamke na izjemno konkurenčnih tujih trgih. Nato pa predstavili uspešne primere znamčenja (brandinga), povzeli, katere skupne lastnosti si delijo, in ugotovili, česa se lahko od njih naučijo druga podjetja. Zlasti na kaj naj bodo pozorna, ko gradijo blagovne znamke v tujini. Mednarodne lestvice namreč kažejo, da ima Slovenija še precej prostora za krepitev svojega položaja na tujih trgih. Krepitev blagovne znamke Slovenije je seveda tudi v interesu slovenskih podjetij, ki bodo tako lahko za kakovostne in inovativne rešitve na mednarodnih trgih iztržila višjo ceno.

+ KAKO graditi koncept blagovne znamke

Moderator: Faris Kočan, FDV

Panelisti:

- Umair Ahmad, Deputy Director of UK Communications at the **Department for International Trade**,
- Mateja Jarc, vodja sektorja za internacionalizacijo **SPIRIT**
- Florence Ferrari, veleposlanica **Francosko veleposlaništvo v Sloveniji**
- Alan Šćuric, vodja marketinga **Atlantic Grupa**
- mag. Kristina Plavšak Krajnc, direktorica **Urada Vlade RS** za komuniciranje

Format:

5 min predstavitev + pogovor



2. Panel: Kje so priložnosti za rast v globalnih nabavnih verigah vrednosti in kako jih izkoristiti?

Opis panela:

Kakšen položaj imajo slovenska podjetja v izvoznih verigah na ključnih mednarodnih trgih? Kakšne značilnosti si delijo slovenski izvozniki po sektorjih? Kje so priložnosti za krepitev položaja slovenskih izvoznikov v mednarodnih verigah vrednosti, se pravi za pomik navzgor? Izhodišče prvega panela je uvid iz ekonomije, da je povečevanje dodane vrednosti glavni način, kako se podjetja pomikajo višje po mednarodnih nabavnih verigah. Udeleženci panela bodo pregledali in podrobneje predstavili uporabne načine za povečevanje dodane vrednosti.

Moderator: Domen Prašnikar

Panelisti:

- Stojan Petrič, **Kolektor**,
- Marko Drobnič, predsednik uprave **Talum**,
- Janez Škrabec, direktor **Riko**
- Sibil Svilan, **SID banka**

Format: Okrogla miza



3. Panel: Človeški viri dodane vrednosti: kako do kadrov, ki povečujejo konkurenčnost na mednarodnih trgih?

Opis panela:

Dejstvo je, da je doseganje visoke dodane vrednosti posledica preiščenega in dolgoročnega vlaganja v človeške vire. Panel bo prikazal uspešne rezultate krepite vlaganja v raziskave in razvoj ter v izobraževanje zaposlenih. To ni samo stvar države in njene šolske politike – vemo namreč, da se izobraževalni sistem ne more dovolj hitro prilagajati spremenjenim potrebam na trgu dela. Izkušnje tudi kažejo, da so proti krizam najbolj odporna mala in srednja podjetja, ki kljub majhnosti uživajo vodilno vlogo na svetu v ozko specializiranih nišah (angl. hidden champions). Panel bo odprl tudi vprašanje, kako lahko takšna podjetja učinkovito ustvarijo nove produkte z inovativno dodano vrednostjo (angl. value innovation) ter tako zmanjšajo pritisk konkurence, ustvarijo nove prihodke in okrepijo odpornost proti šokom na trgih.

+ KAKO do pravih kadrov + poti do pravih kadrov

Moderator: Klemen Košir, Delo

Panelisti:

- mag. Ksenija Klampfer, ministrica za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti,
- Sergej Simoniti, predsednik uprave **Coface-PKZ**,
- Aleksander Zadel, partner in direktor **Competo**

Format:

5 min predstavitev + pogovor