



B&B
VIŠJA STROKOVNA ŠOLA

Diplomsko delo višješolskega strokovnega študija

Program: Ekonomist

Modul: Logistični menedžment

STATISTIKA KUPCEV V TRGOVSKEM CENTRU PLANET TUŠ KRANJ

Mentor: Lovro Dretnik, prof. mat., spec.
Lektorica: Ana Peklenik, prof. slov.

Kandidatka: Uršula Zupan

Kranj, maj 2012

ZAHVALA

Zahvaljujem se mentorju Lovru Dretniku, spec., in lektorici Ani Peklenik, prof. slov., za vso strokovno pomoč in nasvete pri izdelavi diplomske naloge.

Posebna zahvala gre tudi Mili T. in Mirjani B., predvsem pa moji družini, ker so mi stali ob strani in me na tej poti spodbujali.

IZJAVA

»Študentka Uršula Zupan izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom Lovra Dretnika, spec.«

»Skladno s 1. odstavkom 21. člena Zakona o avtorski in sorodnih pravicah dovoljujem objavo tega diplomskega dela na spletni strani šole.«

Kranj, 14. maj 2012

Podpis: _____

POVZETEK

Današnji način življenja nam dopušča malo prostega časa. Zato smo potrošniki vedno bolj zahtevni in želimo opraviti nakupe na enem mestu, kjer so zagotovljeni tudi parkirni prostori. Na ta način izgubimo manj časa, ki ga lahko namenimo drugim dejavnostim. V ta namen so po Sloveniji nastali trgovski centri, kjer lahko na enem mestu nakupujemo, se zabavamo in opravimo vsakodnevne obveznosti.

V diplomski nalogi obravnavamo trgovski center Planet Tuš Kranj. Raziskali smo zgodovino trgovine Tuš vse od nastanka do danes. Predvsem smo se osredotočili na kupce trgovskega centra Planet Tuš Kranj, in sicer smo opravili raziskavo z metodo anketiranja. Statistično smo obdelali zbrane podatke, ki jih bomo lahko s pridom uporabili pri uveljavljanju določenih sprememb v Planetu Tuš Kranj.

KLJUČNE BESEDE

- Planet Tuš Kranj
- trgovina
- trgovski center

ZUSAMMENFASSUNG

Die heutige Art und Weise des Lebens überlässt uns nur wenig freie Zeit. Deswegen wollen die Verbraucher ihre Einkäufe an einer Stelle erledigen, wo auch gesicherte Parkplätze zur Verfügung stehen. Auf diese Weise verlieren die Verbraucher weniger Zeit und können so mehr Zeit für andere Tätigkeiten nutzen. Aus diesem Grund sind in Slowenien viele Einkaufszentren entstanden, wo man an einer Stelle verschiedene Sachen erledigen kann.

In dieser Diplomarbeit beschäftigen wir uns mit dem Einkaufszentrum Planet Tus Kranj. Wir werden die Geschichte des Einkaufsgeschäfts Tus von dem Anfang bis heute recherchieren. Vor Allem werden wir uns auf die Käufer des Einkaufszentrum Planet Tus Kranj konzentrieren, wo wir auch eine Recherche gemacht haben. Die gesammelten Daten werden wir statistisch bearbeiten und sinnvoll gebrauchen für die Einführung bestimmter Veränderungen im Planet Tus Kranj.

SCHLÜSSELWORTE

- Einkaufszentrum Planet Tus Kranj
- Einkaufsgeschäft
- Einkaufszentrum

KAZALO

1	UVOD	1
1.1	PREDSTAVITEV PROBLEMA.....	1
1.2	PREDSTAVITEV OKOLJA	1
1.3	PREDPOSTAVKE IN OMEJITEV	1
1.4	METODE DELA.....	2
2	TUŠ.....	2
2.1	OSNOVNI POJMI	2
2.2	POSŁANSTVO PODJETJA TUŠ	3
2.3	VREDNOTE PODJETJA TUŠ	5
2.4	RAZVOJ PODJETJA TUŠ, CENTROV TUŠ IN DODATNA PONUDBA.....	6
2.5	RAZVOJ PLANETOV TUŠ	13
2.5.1	PLANET TUŠ KRANJ	14
3	ANALIZA ANKETNEGA VPRAŠALNIKA.....	20
3.1	SPOŁ.....	20
3.2	STAROST	21
3.3	ODDALJENOST	22
3.4	POGOSTOST OBISKA PLANETA TUŠ KRANJ	23
3.5	NAMEN OBISKA PLANETA TUŠ KRANJ.....	24
3.6	NAJPOGOSTEJE OBISKANE TRGOVINE V PLANETU TUŠ KRANJ	25
3.7	ŠTEVIŁO NAKUPOV V TEHNIČNI TRGOVINI V PLANETU TUŠ KRANJ V LETU 2011	27
3.8	NAJZANIMIVEJŠI IZDELKI V TEHNIČNI TRGOVINI V PLANETU TUŠ KRANJ V LETU 2011	28
3.9	LETNA PORABA DENARNIH SREDSTEV V PLANETU TUŠ KRANJ V LETU 2011	29
3.10	RAZLOGI ZA VRAČANJE V PLANET TUŠ KRANJ.....	30
3.11	PREDLAGANE IZBOLJŠAVE V PLANETU TUŠ KRANJ	30
3.12	PREDNOSTI IN SLABOSTI PLANETA TUŠ KRANJ	31
4	ZAKLJUČEK	32
	LITERATURA IN VIRI	33
	KAZALO SLIK.....	33
	KAZALO TABEL	34
	KAZALO GRAFOV	34
	PRILOGA	35

1 UVOD

Današnji način življenja nam dopušča malo prostega časa. Zato želimo potrošniki opraviti nakupe na enem mestu, kjer so zagotovljeni tudi parkirni prostori. Na ta način izgubimo manj časa, ki ga lahko namenimo drugim dejavnostim.

Način trgovanja se je skozi časovna obdobja zelo spreminjal. Nekdaj male trgovine so danes nadomestili veliki trgovinski centri, v katerih potekajo različne trgovske dejavnosti. V teh centrih je poskrbljeno za parkiranje, nakupovanje, zabavo, prireditve, družabna srečanja idr.

Vsa večja mesta v Sloveniji imajo takšna centre, med njimi je tudi mesto Kranj. V diplomski nalogi smo se osredotočili na trgovski center Planet Tuš Kranj. Raziskali smo zgodovino trgovine Tuš vse od nastanka do danes, pozornost pa smo posvetili uporabnikom trgovskega centra Planet Tuš Kranj, in sicer smo opravili raziskavo z anketnim vprašalnikom.

1.1 PREDSTAVITEV PROBLEMA

Živimo v času, ko je na voljo veliko ponudnikov izdelkov in storitev. Konkurenca je močna in potrebno je temeljito analizirati kupce in ugotoviti načine, kako jih pridobiti in obdržati. S tem vprašanjem se dandanes ukvarjajo tudi lastniki velikih trgovskih centrov, med katerimi je tudi Planet Tuš Kranj.

1.2 PREDSTAVITEV OKOLJA

V diplomskem delu bomo poskušali ugotoviti, kaj je tisto, kar pritegne ali pa odvrne obiskovalce Planeta Tuš Kranj. Predpostavljamo, da je veliko več tistih, ki jih Planet Tuš Kranj pritegne in se zaradi tega vedno znova vračajo.

1.3 PREDPOSTAVKE IN OMEJITEV

V diplomskem delu sta upoštevani dve predpostavki:

- predpostavljamo uporabnost izvedene ankete pri izboljšanju ponudbe Planeta Tuš Kranj,
- predpostavljamo, da bodo podatki, pridobljeni iz rezultatov anketnih vprašalnikov, potrdili naša predvidevanja glede Planeta Tuš Kranj.

V diplomskem delu izhajamo iz omejitve, da je bilo izpolnjeno in vrnjeno ustrezno število anketnih vprašalnikov.

1.4 METODE DELA

Imeli smo več možnosti za pridobivanje podatkov in predvidevali smo, da bo najbolj informativen anketni vprašalnik. Sestavljen je iz treh delov, in sicer:

- v prvem delu smo pridobili osnovne informacije o uporabnikih Planeta Tuš Kranj,
- v drugem delu smo pridobili informacijo o zadovoljstvu uporabnikov s storitvami v Planetu Tuš Kranj,
- v tretjem delu anketnega vprašalnika pa smo uporabnike Planeta Tuš Kranj spraševali o njihovem osebnem mnenju, ki ga v prejšnjih vprašanjih anketnega vprašanja še niso mogli izraziti, pa bi ga vseeno želeli.

2 TUŠ

2.1 OSNOVNI POJMI

Na začetku predstavljamo nekaj osnovnih pojmov o trgovini.

Trgovina

Trgovina je izjemno pomembna dejavnost, ki vpliva na vse vidike gospodarskega in družbenega dogajanja. Njena vloga in pomen izhajata iz funkcij, ki jih opravljata pri prenosu izdelkov od proizvajalcev do porabnikov (Potočnik, Hrastelj, 1995, str. 1).

Trgovina na drobno

Trgovina na drobno je eden temeljnih sektorjev vsakega gospodarstva. Njen pomen ni samo ekonomski, temveč širši družbeni, politični in kulturni. V trgovini na drobno potekajo številne razpršene, kompleksne in dinamične gospodarske aktivnosti (Potočnik, Hrastelj, 1995, str. 32).

Trgovina na debelo

Zgodovinsko gledano je trgovina na debelo nastala kot rezultat delitve dela v procesu menjave dobrin. Iz vzporedne dejavnosti proizvajalcev je prerasla v glavno

dejavnost trgovcev. Njena temeljna funkcija je posredovanje blaga med proizvajalci na eni in trgovci na drobno oziroma velikimi porabniki na drugi strani. Poleg te temeljne funkcije je pričela trgovina na debelo opravljati tudi dodatne funkcije (skladiščenje, sortiranje, pakiranje, prevoz itd.) (Potočnik, Hrastelj, 1995, str. 25).

Razvojne možnosti trgovskih podjetij

V praksi se večkrat pojavijo poenostavitve, ki razvojne usmeritve trgovskih podjetij opredeljujejo samo s širitvijo prodajnih zmogljivosti. Razvoj trgovine je širši pojem, ki je povezan z izboljšanjem poslovanja tudi brez naložb v nove zmogljivosti. Že uvajanje sodobnih prodajnih metod (samopostrežna in samo izbirna prodaja), boljša organizacija dela, kupcem prilagojen obratovalni čas in podobni ukrepi lahko bistveno povečajo in pospešijo prodajo (Potočnik, 2001, str. 155).

Zbiranje in posredovanje zanesljivih informacij zmanjšuje tveganje pri oblikovanju razvojne politike. Informacije opozarjajo na priložnosti in nevarnosti v okolju ter moči in slabosti samega trgovskega podjetja. Delimo jih na:

- informacije, ki se nanašajo na okolje trgovskih podjetij in
- informacije, ki se nanašajo na lastno moč trgovskih podjetij (Potočnik, 2001, str. 155).

2.2 POSLANSTVO PODJETJA TUŠ

Poslanstvo podjetja Tuš d.d. je povezano z inovativnostjo, napredkom, sproščenim odnosom med zaposlenimi in kupci, kontinuirano rastjo, stabilnostjo, večanjem produktivnosti, učinkovitosti in poslovno odličnostjo (<http://www.tus.si/o-tusu>, 20. 10. 2011).

Cilj inovativnih rešitev in sinergijskih učinkov med povezanimi podjetji je zadovoljevanje potreb različnih krogov kupcev ter nudenje kakovostnih izdelkov in storitev po ugodnih cenah (<http://www.tus.si/o-tusu>, 20. 10. 2011).

Poudarjajo skrb za osebni in poslovni razvoj ter socialno varnost zaposlenih. Z uresničevanjem družbene in okoljske odgovornosti se aktivno vključujejo v življenja skupnosti, v katerih delujejo, in svojim strankam nudijo mnogo več kot le odlično storitev (<http://www.tus.si/o-tusu>, 20. 10. 2011).

So sponzor in organizator različnih družbeno-odgovornih projektov. Njihovo aktivnost na področju družbeno-odgovornega ravnanja lahko ponazorijo s podatkom, da za sponzorstva in donatorstva letno namenijo več kot 500.000 EUR (<http://www.tus.si/o-tusu>, 20. 10. 2011).



Slika 1: Sponzorstvo
(Vir: <http://www.tus.si/o-tusu>)

Na vseh področjih se trudijo pozitivno vplivati na okolje, v katerem delujejo. Njihova naloga ni le zadovoljevanje potreb skupnosti, v kateri živimo in delamo, ampak tudi ustvarjanje novih trendov za promocijo zdravega, okolju prijaznega načina življenja, tehnološko bolj osveščene in pravičnejše družbe.

Ugled podjetja gradijo z intenzivnim vlaganjem v okolje, v katerem delujejo. Sponzorska in donatorska sredstva namenjajo humanitarnim akcijam na regionalnem in lokalnem nivoju, katerih cilj je dvigovanje splošne kakovosti življenja.



Slika 2: Letovanje otrok na Debelem rtiču
(Vir: <http://www.tus.si>)

So organizator in sponzor športnih dogodkov za promocijo zdravega življenja. Največji med njimi so Tušev vzpon na Celjsko kočo, Outdoor show Kobarid, Dnevi komedije, Državno prvenstvo v odbojki na mivki idr. S ponosom podpirajo Matevža Petka, najboljšega slovenskega freestyle deskarja na snegu, člana slovenske deskarske reprezentance. Z veseljem pa podprejo tudi zabavne dogodke, kot sta Rock Otočec in Schengenfest (<http://www.tus.si/o-tusu>).

Prisluhnejo potrebam skupnosti

Z donacijami lokalnim vrtcem, šolam in kulturnim društvom odgovarjajo na konkretne potrebe lokalne skupnosti, kjer delujejo (<http://www.tus.si/o-tusu>).

Visoke moralne vrednote in standardi

Visoke moralne vrednote in standarde upoštevajo pri odnosih z dobavitelji, njihovi izbiri in določanju standardov prodaje ter odnosih, ki jih ustvarjajo s kupci. Tušmobil je aktiven tudi v podpori pobud in standardov, katerih cilj je tehnološko bolj osveščena družba. S podpisom Kodeksa o varnejši rabi mobilnih telefonov in sprejemom različnih konkretnih ukrepov so otroke in mladostnike, uporabnike Tušmobila, zaščitili pred potencialno škodljivimi vsebinami na mobilnih telefonih (<http://www.tus.si/o-tusu>).

Zdrava izbira

Na policah trgovin nenehno dopolnjujejo ponudbo zdrave in eko prehrane. V centrih organizirajo predstavitve eko in bio izdelkov, različna predavanja in izobraževanja o zdravem življenju, prehranjevanju in gibanju. Ob tem so tudi organizator in sponzor športnih dogodkov za promocijo zdravega življenja in gibanja (<http://www.tus.si/o-tusu>).

2.3 VREDNOTE PODJETJA TUŠ

Prijaznost do kupca in dobri medsebojni odnosi

Zaposleni v Tušu skrbijo za dobro počutje strank. So strokovni, prijazni in vedno z veseljem priskočijo na pomoč. Dobre odnose, spoštovanje in usklajeno delovanje cenijo in spodbujajo tudi med zaposlenimi. Odličnost tako internih kot eksternih odnosih, nasmeh, prijaznost in urejenost so si zapisali v Tušev kodeks, vodnik po osnovnih vrednotah svojega dela (<http://www.tus.si/o-tusu>).

Ambicioznost

Konkurenčnost temelji na nenehnem izboljševanju vseh delovnih in poslovnih področij. Pomemben je vsak prispevek, ideja in inovacija, saj sta rast in uspeh

podjetja zasnovana na samoiniciativnem, podjetniškem odnosu do dela in enotnem zasledovanju skupnih ciljev (<http://www.tus.si/o-tusu>).

Učinkovitost, kakovost in strokovnost

Vestnost, strokovnost in kakovost dela ter učinkovitost pri delu so merila, po katerih ocenjujejo notranje in zunanje stranke (<http://www.tus.si/o-tusu>).

Kakovost, napredek, rast

Inovativne rešitve in sodelovanje, izhajajoče iz raznolike ponudbe, so strategije, s katerimi so vedno korak pred konkurenco. Dopolnjevanje dejavnosti zato še zdaleč ni zaključeno. Kupcem in uporabnikom storitev želijo vedno ponujati več in bolje. Izboljšave so pomemben element tudi znotraj podjetja. Nenehno iščejo nove pristope in izboljšave na področju procesov, ustvarjajo plodna tla za razvoj, vpeljujejo nove ideje in smeri razvoja ter so odprti za inovacije in spremembe (<http://www.tus.si/o-tusu>).

Družbena odgovornost

Aktiven odnos do okolja in družbe, v kateri živimo in delamo, je njihova zaveza. Visoke standarde si postavljajo na področju varovanja okolja in ustvarjanja pravičnejše, boljše družbe. Ker se zavedajo svoje velikosti in z njo moči, da naredijo korak naprej, je odgovarjanje na potrebe okolja le del družbeno odgovorne strategije. Vzorni želijo biti tudi z odgovornim ravnanjem pri vsakdanjem delu (<http://www.tus.si/o-tusu>).

Vizija

Postati želijo ponudnik storitev za najbolj zadovoljne in lojalne stranke (<http://www.tus.si/o-tusu>).

2.4 RAZVOJ PODJETJA TUŠ, CENTROV TUŠ IN DODATNA PONUDBA

V našem besedilu je podjetništvo opredeljeno kot proces ustvarjanja nečesa novega in vrednega z vlaganjem časa in energije, prevzemanjem spremljajočih finančnih, psihičnih in družbenih tveganj ter prejemanjem nagrad v obliki denarja in osebnostnega zadovoljstva ter neodvisnosti (Antončič, Hisrich, Petrin, Vahčič, 2002, str. 49).

Odločitev ustanoviti novo podjetje vključuje nekaj zaporednih korakov: (1) odločitev pustiti trenutno kariero ali življenjski slog, (2) odločitev, da je podjetniška naložba zaželena, (3) odločitev, da zunanji in notranji dejavniki omogočajo ustanovitev novega podjetja (Antončič, Hisrich, Petrin, Vahčič, 2002, str. 49).

S preučitvijo vseh dejavnikov podjetništva je podjetnik iz Slovenskih Konjic sklenil, da se prične ukvarjati s trgovinsko dejavnostjo.

Prva trgovina se je odprla leta 1989 v Slovenskih Konjicah. Sledilo je odprtje trgovine v Celju leta 1992. Lastnik je kasneje odkupil kompleks Starih mlekarn na Ljubljanski cesti v Celju, kjer se je odvijala celotna veleprodajna dejavnost do leta 1996. Medtem so se odprle štiri prodajalne, in sicer v Celju, Velenju, Šempetru in Mariboru. Obstoječe kapacitete skladišča na Ljubljanski cesti v Celju so postale premajhne, zato so s pomočjo javnega razpisa Sklada RS za razvoj in nakup odprli še dve novi prodajalni, v Trbovljah in Slovenski Bistrici. Leta 1996 je z nakupom kompleksa Blagovni center Merx Celje postal Tuš največji trgovec v SV Sloveniji. Kupili so večinski delež delniške družbe Metro Celje. Sledilo je odprtje prodajalne v Nazarjah in Cash & Carry s Cash barom v Celju.

Takrat začne poslovati tudi carinsko skladišče. Leto kasneje, torej leta 1997, odprejo prodajalni v Poljčanah in v Novi Gorici ter začnejo z lastnim uvozom sadja in zelenjave. Veleprodajna enota Sadje, zelenjava in delikatesa začne poslovati ločeno.

V letu 1998 odprejo sedem trgovin, in sicer v Kranju, Litiji, Celju, Ptuju, Žalcu in dve v Ljubljani. V Ljubljani kupijo še en večji objekt, kjer začne obratovati nova zorilnica banan.

V letu 1999 odprejo tri trgovine, in sicer v Kranju, Ljubljani in Ilirski Bistrici. Leto je bilo pomembno tudi za štirinajst poslovnih enot, ki so začele delovati po sistemu delne franšize.

V letu 2000 se odpre Tuš center z dvema prodajalnama in restavracijo v Mariboru ter še pet trgovin, in sicer v Kopru, Kranju, Zagorju, Trbovljah in Luciji ter Cash & Carry s Cash barom v Ljubljani. Tako začne poslovati po sistemu delne franšize enaindvajset poslovnih enot. V Reki na Hrvaškem ustanovijo hčerinsko podjetje.



Slika 3: Tuš center Radvanje – 2000
(Vir: <http://www.tus.si/o-tusu>)

V letu 2001 odprejo že drugi Tuš center, in sicer v Kočevju, v katerem je poleg supermarketa, drogerije in restavracije Tuš še osemnajst različnih lokalov. V Trbovljah prenovijo supermarket. V Mariboru odprejo Tuš center, v katerem so poleg supermarketa, drogerije in restavracije Tuš še cvetličarna, športna trgovina, trgovina z otroškim tekstilom in trgovina Metro. Tega leta prejmejo tudi priznanje za najuspešnejše in najhitreje rastoče slovensko podjetje »Zlata slovenska gazela 2001«.



Slika 4: Tuš center Kočevje – 2001
(Vir: <http://www.tus.si/o-tusu>)

V letu 2002 odprejo prvi Planet Tuš z multikinom v Celju, v Mariboru pa tretji center Cash & Carry. Sledi odprtje centra Tuš v Reki na Hrvaškem, v katerem so poleg supermarketa, drogerije in restavracije Tuš še igralnica s kavarno in 24 različnih trgovin ter lokalov. Prenovijo trgovino v Poljčanah in supermarket v Mariboru. Še istega leta začnejo z gradnjo zelo velikega in sodobnega skladišča.



Slika 5: Planet Tuš Celje – 2002
(Vir: <http://www.tus.si/o-tusu>)

V letu 2003 odprejo drugi Planet Tuš z multikinom v Novem mestu in nov center v Logatcu. Odprejo dve bencinski črpalki Tuš Oil, in sicer v Mariboru in Celju. Novi supermarketi se odprejo na Ravnah na Koroškem, v Murski Soboti in v Ljubljani. Tega leta prevzamejo štiri trgovine Nama.



Slika 6: Supermarket Tuš Murska Sobota – 2003
(Vir: <http://www.tus.si/o-tusu>)

V letu 2004 odprejo dve bencinski črpalki Tuš Oil, in sicer v Murski Soboti in v Kočevju, v Slovenj Gradcu center Cash & Carry ter štiri trgovine In Shoe, na Jesenicah supermarket in v Mozirju trgovski center. Od trgovske družbe Vele pa pridobijo večinski delež podjetja. Devet novih franšiz začne delovati po principu franšiznega sistema.

V letu 2005 odprejo dva moderna supermarketa v Litiji in v Sevnici, v Murski Soboti, Novem mestu in Sežani odprejo trgovske centre, na Otiškem Vrhu pri Dravogradu pa že peti bencinski servis Tuš Oil. Aprila tega leta Planeta Tuš z multikinom v Celju dobi prvi bowling. To leto deluje že 23 franšiz. Znova se izkaže kot najuspešnejše in

najhitreje rastoče podjetje v Sloveniji, osvoji namreč priznanje »Zlata slovenska gazela 2005«.



Slika 7: Market Tuš Ivančna Gorica – 2005
(Vir: <http://www.tus.si/o-tusu>)

V letu 2006 odprejo nove supermarkete v Rušah, Mislinji, Vojniku, Račah, Šentilju in Prevaljah. Svojo mrežo trgovin dopolnijo s centrom Cash & Carry v Celju, trgovskim centrom na Polzeli ter s tremi bencinskimi servisi, in sicer na Šentilju, v Prestranku in Mariboru. Na vrsti je že tretji Planet Tuš z multikinom v Mariboru, v katerem je zelo pestra trgovska, storitvena in gostinska ponudba, saj imajo poleg supermarketa, restavracij, lokalov in trgovin še multikino, bowling, biljard in otroško igrišče.



Slika 8: Planet Tuš Maribor – 2006
(Vir: <http://www.tus.si/o-tusu>)

V letu 2007 so intenzivno prodrli v države bivše Jugoslavije. V Bosni in Hercegovini so odprli tri Tuš centre, in sicer v Tuzli, Bijeljini in Brčkem. V Srbiji se je začelo

graditi šest novih objektov in v Makedoniji dva. Na domačem trgu se je odprlo in prenovilo kar petindvajset Tuševih objektov in v franšizno verigo so se pridružile štiri nove poslovalnice:

- trije trgovski centri (Laško, Žalec, Ljubljana),
- dvanajst supermarketov (Metlika, Celje, Lesce, Koper, Rogaška Slatina, Slovenske Konjice, Vojnik, Slovenska Bistrica, Dravograd, Gornja Radgona, Velenje, Kozina),
- šest marketov (Mesnica Nova vas, Delikatesa Celje, Postojna, Čečovje, Novo mesto, Oplotnica),
- dva bencinska servisa Tuš Oil (Gornja Radgona, Kozina),
- dve drogeriji Lepota in zdravje (Plava Laguna Ljubljana, Ormož).



Slika 9: Tuš drogerija Lepota in zdravje
(Vir: <http://www.tus.si/o-tusu>)

Družba Engrotuš je ob koncu leta 2007 prešla iz družbe z omejeno odgovornostjo v delniško družbo.

Zastavljena širitev na tuje trge se je z intenzivnim tempom naložb uresničevala in v letu 2008 so odprli tri poslovalnice v Makedoniji, pet v Bosni in Hercegovini ter šest v Srbiji.



Slika 10: Tuš center Brčko, BiH – 2007
(Vir: <http://www.tus.si/o-tusu>)

V letu 2009 je v Sloveniji začelo delovati še pet bencinskih servisov Tuš Oil. Mreža maloprodajnih objektov se je še vedno širila tako doma kot v tujini. V mesecu oktobru je sledilo odprtje že četrtega Planeta Tuš z multikinom v Kranju. V decembru so odprli supermarket v Selnici ob Dravi, ki predstavlja v razvoju prav poseben mejnik. Gre za enega redkih takšnih v Evropi, saj je prvi nizkoenergijski trgovski objekt v Sloveniji.



Slika 11: Selnica ob Dravi – prvi nizkoenergijski trgovski objekt v Sloveniji
(Vir: <http://www.tus.si/o-tusu>)

Tudi v letu 2010 se lahko pohvalijo z odprtjem novih dveh bencinskih servisov Tuš Oil, z dvema supermarketoma, in sicer v Škofji Loki in na Ptuj, in z marketom v Mariboru. V marcu so odprli že peti Planet Tuš z multikinom v Kopru, doslej največji trgovsko-zabavni center, v katerem so poleg široke trgovske in gostinske ponudbe še supermarket, drogerija in restavracija Tuš, multikino, bowling, otroška igralnica in MMC Tušmobil.

V letu 2010 so odprli še en Tušmobilov MMC v centru Ljubljane, tudi veriga Drogerij Tuš se je okrepila za dve prodajni enoti. Mreža maloprodajnih objektov se je razvijala tudi v tujini, kjer so odprli nove supermarkete, in sicer v Makedoniji, Srbiji ter Bosni in Hercegovini.

2.4.1 Dodatna ponudba podjetja Tuš

Dodatna ponudba so telekomunikacije, nepremičnine in energetika.

Tušmobil je dinamičen mobilni operater v Sloveniji, ki ponuja storitve mobilne telefonije, širokopasovnega interneta, IP-telefonije in IP-televizije. Osnovno storitev, ki za slovenskega uporabnika že dolgo ni več dovolj, nadgrajujejo z najsodobnejšimi telekomunikacijskimi storitvami, visoko dodano vrednostjo, fleksibilnostjo ponudbe, ukrojene po individualnih potrebah uporabnika, in odlično uporabniško izkušnjo (<http://www.tus.si/o-tusu>).

Da bi lahko aktivno upravljali z nepremičninami v svoji lasti, so ustanovili podjetje **Tuš nepremičnine**. Gre za podjetje, specializirano za projektiranje in izgradnjo trgovskih objektov. Pri izvajanju projektov si nenehno prizadevajo za racionalno rabo energije, zato pri gradnji uporabljajo ekološke materiale in okolju prijazne napredne tehnologije. Sodobna in okolju prijazna je tudi arhitekturna zasnova objektov. Vsi Planeti Tuš so »zeleni planeti«. Za objekt Planet Tuš Celje so prejeli Priznanje za energetsko učinkovit projekt. Prvi v Sloveniji so odprli trgovino v nizkoenergijskem objektu, vpeljane rešitve pa so na ravni, ki jo dosegajo le redki v Evropi. Okolju prijazne standarde gradnje uporabljajo tudi pri gradnji vseh ostalih objektov Tuš (<http://www.tus.si/o-tusu>).

Veriga bencinskih servisov **Tuš Oil** je tretja največja veriga bencinskih servisov v Sloveniji. Trenutno v Sloveniji posluje 19 bencinskih servisov, kjer poleg naftnih derivatov in plinskih jeklenk ponujajo izdelke za varno in udobno vožnjo, z veseljem pa poskrbijo tudi za vzdrževanje ter pranje vozil. V trgovinah BS Tuš Oil je mogoče kupiti osnovna živila, prigrizke in pijačo za potovanje ter tobačne izdelke. Kupci se lahko okrepčajo s hrano ali oddahnejo ob pijači v gostinskih lokalih ob izbranih servisih BS Tuš Oil. Njihova najpomembnejša konkurenčna prednost je inovativna tržna akcija, s katero si zvesti kupci z nakupi v trgovinah in Drogerijah Tuš zagotovijo tudi do »5 centov/l cenejše gorivo« (<http://www.tus.si/o-tusu>).

2.5 RAZVOJ PLANETOV TUŠ

Planeti Tuš so središča druženja, zabave, rekreacije in oddiha za vse generacije. Raznolika trgovska ponudba je le del njihove celotne ponudbe. Številne trgovine in lokali so nadgrajeni z multikinom, bowlingom, biljardom, igralnimi kotički za najmlajše, prostorom za prireditve in koncerte.

Kinodvorane Planetov Tuš so pomemben ustvarjalec in oblikovalec kulturnega in družabnega življenja. Obiskovalcem ponujajo široko paleto najrazličnejših filmov za vse okuse. Vrhunsko doživetje zagotavljata ljubiteljem filma najsodobnejša oprema in tehnološka dovršenost, ki omogočata tudi ogled filmov v vse popularnejši 3D-tehnologiji.

Steze za bowling in mize za biljard Planetov Tuš ponujajo obiskovalcem odlično zabavo, sprostitev in rekreacijo. V organizaciji potekajo v Planetih Tuš številna tekmovanja najboljših slovenskih in mednarodnih igralcev biljarda in bowlinga, mednarodni turnirji in prvenstva. Prostor ob bowlingu v Planetih Tuš je namenjen koncertom in prireditvam. Z zanimivo tedensko ponudbo koncertov, tematskih zabav in nastopov najboljših domačih in mednarodnih DJ-jev so Planeti Tuš osrednja točka večerne zabave.

Igralnice Planetov Tuš ponujajo svojim obiskovalcem animacije in aktivno varstvo otrok. V njih potekajo ustvarjalne delavnice, pravljичne urednice in rojstnodnevne zabave, s katerimi lahko razveselimo otroke.

Ponudbo trgovskih centrov dopolnjujejo **restavracije, kavarne, bari in slaščičarne**, ki so umaknjeni v koticke, stran od nakupovalnega vrveža. Ponujajo tople obroke, malice, kosila, prigrizke, napitke, torte, zavitke idr.



Slika 12: Planet Tuš Koper – 2010
(Vir: <http://www.tus.si/o-tusu>)

2.5.1 PLANET TUŠ KRANJ

Planet Tuš Kranj na več kot 40.000 m² površine ponuja poleg Tuševega supermarketa še številne druge najemniške trgovine in pestro ponudbo storitvenih lokalov. Planet Tuš Kranj je mnogo več kot le trgovski kompleks.

Filmski sladokusci lahko v Planetu Tuš Kranj uživajo v petih vrhunsko opremljenih kinodvoranah. V avli pred dvoranami je za sladokusce in žejne gledalce na voljo pestra ponudba prigrizkov in pijač.

Ponudbo Planeta Tuš Kranj dopolnjuje moderna dvorana za bowling s 14 elektronskimi stezami, na katerih se lahko naenkrat zabava več kot 70 oseb, in mize za biljard. Prostor ob bowlingu je namenjen tudi zabavam in koncertom, saj se v večernih urah spremeni v bowling diskoteko, v kateri se lahko naenkrat zabava tudi več kot 1000 oseb (<http://www.tus.si/o-tusu>).



Slika 13: Planet Tuš Kranj – 2008

(Vir: <http://www.tus.si/o-tusu>)

Najmlajšim je namenjen otroški kotichek Oslarija. Otrokom so na voljo številna igrala, ustvarjalne delavnice, bralne urice ... Poskrbijo tudi za otroška rojstnodnevna praznovanja.

Planet Tuš Kranj ponuja restavracijo s picerijo in slaščičarno ter več barov. Dogajanje v Planetu Tuš Kranj popestri tudi pisana paleta dogodkov, ki se celo leto odvijajo v njegovih prostorih. Za udobje kupcev je poskrbljeno z veliko garažno hišo, ki skupaj s parkirišči na prostem ponuja skoraj 800 parkirnih mest (<http://www.tus.si/o-tusu>).

Trgovski center Planet Tuš Kranj ima ponudbo in obsega več dejavnosti v dveh etažah, kot je prikazano na skicah.

Supermarket – 1

Šport – 2

Tekstil – 3, 7, 9, 16

Obutev/Usnjena galanterija – 4–5, 17, 19, 28

Otroški program – 12, 18, 22

Papirnica – 26

Nakit/Modni dodatki – 8, 14

Male živali/Hišni ljubljenci – 18

Kozmetika/Parfumerija – 15

Hišni program in tehnika – 6, 21, 24–25

Storitve – 10, 20, 30, 31, 32, 34, 35, 36, 37, 38

Telefonija – 13

Osebna nega – 23, 29

Loto – 27
Banka – 11
Kiosk – 33



Slika 14: Skica pritličja – Planet Tuš Kranj
(Vir: <http://kranj.planet-tus.si/sl/nakup>)



Slika 15: Skica 1. nadstropja – Planet Tuš Kranj
(Vir: <http://kranj.planet-tus.si/sl/nakup>)

Supermarket Tuš

Moderen, bogato založen in kupcem prijazen supermarket v Planetu Tuš Kranj se razprostira na več kot 3.300 m² prodajnih površin. Prijazni zaposleni z veseljem poskrbijo za dobro počutje kupcev in jim pomagajo izbrati med več kot 35 tisoč izdelki.

Poseben poudarek so v njem namenili ponudbi svežega programa – oddelkom sadja in zelenjave, delikatesi, ribarnici, mesnici, oddelku kruha in pekovskega peciva ter bogati izbiri že pripravljenih toplih in hladnih malic. V supermarketu v Planetu Tuš Kranj lahko kupci izbirajo tudi med pestro ponudbo bio izdelkov. Odločitev o nakupu kupcem olajšajo z garancijo kakovosti, ki jo ponujajo le v trgovinah Tuš, ter s številnimi akcijami, popusti in klubskim programom ugodnosti Tuš klub (http://kranj.planet-tus.si/sl/nakupi/144/supermarket_tus).

Bowlig bar

Prostor bowlinga ni namenjen le igri. V njem se lahko zabava več kot 1000 ljudi hkrati, saj se prostor pred barom v večernih urah spremeni v pravo diskoteko. Namenjena je vsem ljubiteljem sodobne glasbe, posebnih svetlobnih učinkov in dobre družbe. Razveselijo tudi s koncerti popularnih glasbenih skupin. Vsem, ki si želijo malo več intimnosti, ponujajo najem VIP-sobe. Na voljo sta dve VIP-sobi z biljardom, elektronskim pikadom in ročnim nogometom, ki sta primerni za zaključene družbe, zabave in sproščena poslovna srečanja. Ena je primerna za manjše družbe do 15 oseb, druga pa za družbo do 30 oseb. Najem VIP-sobe je treba predhodno rezervirati (http://kranj.planet-tus.si/sl/gostinstvo/368/bowling_bar).

Planet bar

Planet bar je odličen prostor za druženje, kjer ob prijetni glasbi postrežejo z bogato izbiro toplih in hladnih napitkov ter brezalkoholnih in alkoholnih pijač. Ponudbo Planet bara dopolnjuje več miz za biljard, na katerih se lahko pomerijo vsi ljubitelji te igre. Na voljo so mize v velikosti 7 in 9 čevljev ter Snooker v velikosti 12 čevljev (http://kranj.planet-tus.si/sl/gostinstvo/367/planet_bar).

Restavracija Tuš

V restavracijah Tuš ponujajo široko izbiro okusnih jedi. Gostom postrežejo vsak dan z več vrstami različnih malic in kosil. V ponudbi so jedi po naročilu, pice različnih velikosti, topli in hladni napitki ter brezalkoholne in alkoholne pijače.

Okusna in izbrana ponudba jedi po naročilu bo zagotovo pritegnila tudi pozornost največjih ljubiteljev dobre kuhinje. Ustvarjajo jo kuharji, ki se lahko pohvalijo s številnimi kulinaričnimi dosežki in priznanji z mednarodnih tekmovanjih. Stranke presenetijo s pestro paleto okusnih jedi, tudi tistih, s katerimi so si prislužili največ priznanj – bogračem, prekmursko gibanico in divjačinsko ragu juho.

Slaščičarna in kavarna De la Creme

V slaščičarni in kavarni De la Creme ponujajo sanjske sladice, sveže rogljičke, slastne kreme, prefinjeno rahlo pecivo, tortice, rezine in več kot 20 vrst sladoleda. Gostje se lahko osvežijo z alkoholnimi in brezalkoholnimi pijačami ter ob dobri kavi preberejo dnevne novice. Ob obisku pa še posebej priporočajo z zlato medaljo nagrajeno sladico »čokoladna razigranost«. Z akcijsko ponudbo, ki jo posebej pozorno pripravljajo skladno z letnimi časi, prazniki in drugimi aktualnimi dogodki, se vedno trudijo presenetiti goste (http://kranj.planet-tus.si/sl/gostinstvo/378/slascicarna_in_kavarna_de_la_creme).

Catering Tuš

Ponudba se prične z odlično hrano, a to je šele začetek. Poskrbijo za podrobno organizacijo dogodka: poiščejo primerno lokacijo, jo opremijo dogodku primerno, organizirajo glasbo in še mnogo več. Naročniku ostane le, da se odlično zabava in uživa v okusih, barvah, vonjih in seveda v dobri družbi po svoji izbiri. Poskrbijo za pravo kulinarično doživetje, pa naj gre za:

- poročno slovesnost,
- prireditve ali veselice, pri čemer na željo naročnika uredijo izposojajo šotora,
- pogostitev s hladnimi ali toplo-hladnimi jedmi,
- poslovno večerjo,
- kulinarično ponudbo kot dopolnitev seminarja, ki ga organizirajo v kino dvorani Planeta Tuš, ki sprejme od 100 do 350 oseb, in pogostitvijo v njihovih prostorih, kot dopolnitev pa lahko organizirajo tudi turnir v bowlingu,
- pogostitev za domača praznovanja, kjer izbrano hrano dostavijo na dom in jo tudi postrežejo. S Tuš Cateringom dobimo vse na enem mestu (http://kranj.planet-tus.si/sl/gostinstvo/370/tus_catering).

Oslarija – otroški kotichek

Otroški kotichek Oslarija je zanimava igralnica v Planetu Tuš Kranj, ki je namenjena vsem otrokom od 4. do 12. leta starosti. Otroci se lahko igrajo pod nadzorom animatorjev ali pa se zabavajo na rojstnodnevni zabavi. Starši lahko pripeljejo otroka

v varstvo v Oslarijo ter brezskrbno nakupujejo ali poklepetajo ob kavi s prijatelji. Otroci se v igralnici lahko zabavajo na številnih igralih, rišejo, barvajo, sestavljajo lesene kocke ali pa se igrajo v kotičku barbie. Za otroke skrbijo prijazne animatorke in animatorji, ki so imajo veliko zabavnih idej. Večkrat organizirajo tudi razne ustvarjalne delavnice, bralne urice, obiske zanimivih gostov. Vse aktualne novice so dosegljive na njihovi spletni strani. Otroški kotiček Oslarija je pravi naslov za praznovanje otroške rojstnodnevne zabave. Animatorji lahko poskrbijo za različne vrste rojstnodnevni zabav za vse otroke; zanesljiv in utečen kolektiv poskrbi za brezhibno organizacijo in izpeljavo praznovanja, ki se ga bodo otroci še dolgo spominjali.



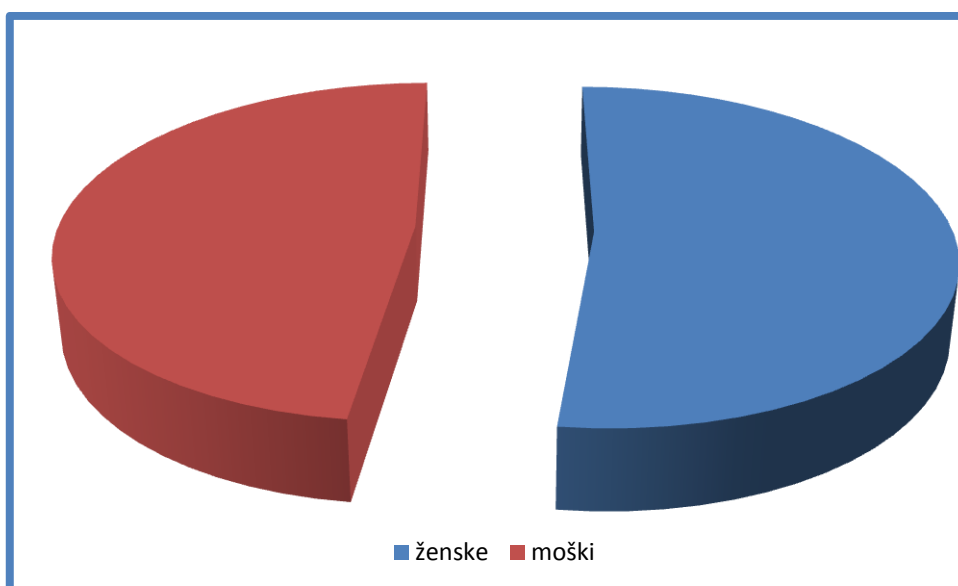
Slika 16: Oslarija
(Vir: <http://www.tus.si/o-tusu>)

3 ANALIZA ANKETNEGA VPRAŠALNIKA

3.1 SPOL

Spol	Moški	Ženski	Skupaj
Število odgovorov oz. delež v %	48	52	100

Tabela 1: Spol
(Vir: Lastni)



Graf 1: Spol
(Vir: Lastni)

Interpretacija 1: Spol

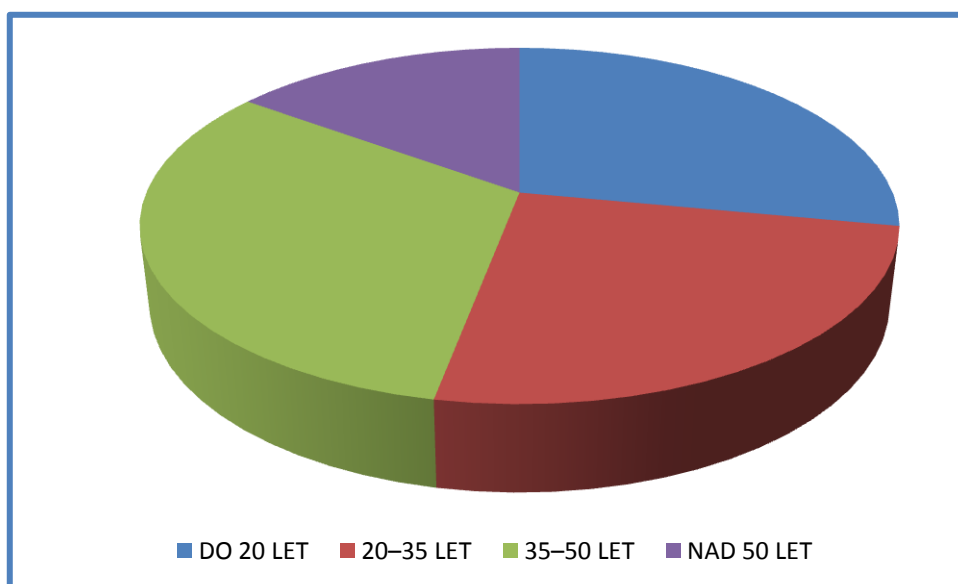
Prvo vprašanje v anketnem vprašalniku se je navezovalo na spol obiskovalcev Planeta Tuš Kranj. Predvidevali smo, da Planet Tuš Kranj obiskuje približno enakovreden delež oseb ženskega in moškega spola.

Na podlagi tabele in grafikona lahko opazimo, da je v raziskavi sodelovalo 52 žensk, kar predstavlja 52 % anketiranih, in 48 moških, kar predstavlja 48 % anketiranih. Torej so bila predvidevanja glede enakovrednega obiska obeh spolov pravilna.

3.2 STAROST

Starost	Do 20 let	Od 20 do 35 let	Od 35 do 50 let	Nad 50 let
Število odgovorov oz. delež v %	28	25	32	15

*Tabela 2: Starost
(Vir: Lastni)*



*Graf 2: Starost
(Vir: Lastni)*

Interpretacija 2: Starost

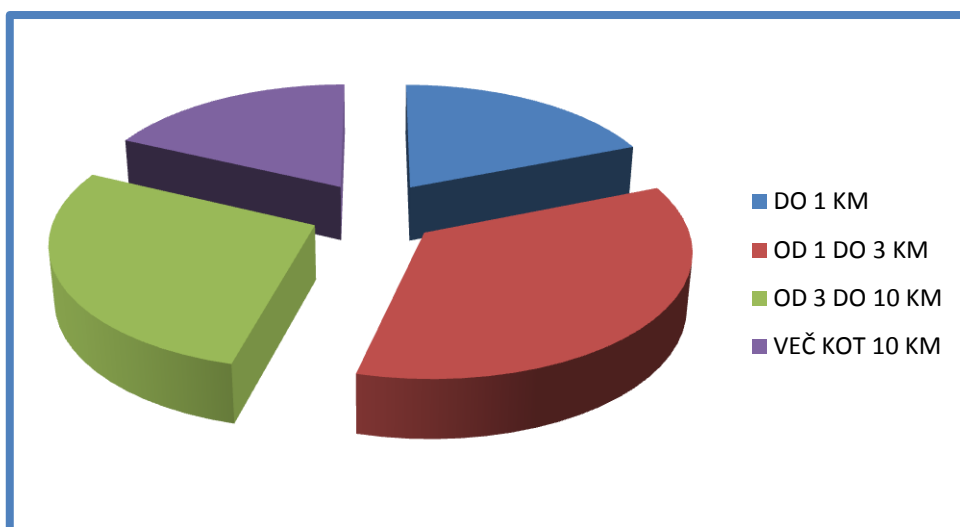
Drugo vprašanje v anketnem vprašalniku se je navezovalo na starostno strukturo obiskovalcev Planeta Tuš Kranj. Predvidevali smo, da je v Planetu Tuš Kranj poskrbljeno za vse starostne skupine obiskovalcev in zato nismo pričakovali odstopanj.

Na podlagi tabele in grafikona lahko opazimo, da so deleži zelo enakovredni, le delež oseb starejših od petdeset let je nekoliko nižji, saj znaša le 15 %. To nas je presenetilo, saj je ravno za starejše osebe zelo dobro poskrbljeno.

3.3 ODDALJENOST

Oddaljenost od Planeta Tuš	Do 1 km	Od 1 do 3 km	Od 3 do 10 km	Več kot 10 km
Št. odgovorov oz. delež v %	19	35	28	18

*Tabela 3: Oddaljenost
(Vir: Lastni)*



*Graf 3: Oddaljenost
(Vir: Lastni)*

Interpretacija 3: Oddaljenost

Tretje vprašanje v anketnem vprašalniku se je navezovalo na oddaljenost obiskovalcev od Planeta Tuš Kranj. Zanimalo nas je predvsem, kakšno območje obiskovalcev pokriva trgovski center Planet Tuš Kranj. Predvidevali smo velik odstotek obiskovalcev iz bližnje okolice.

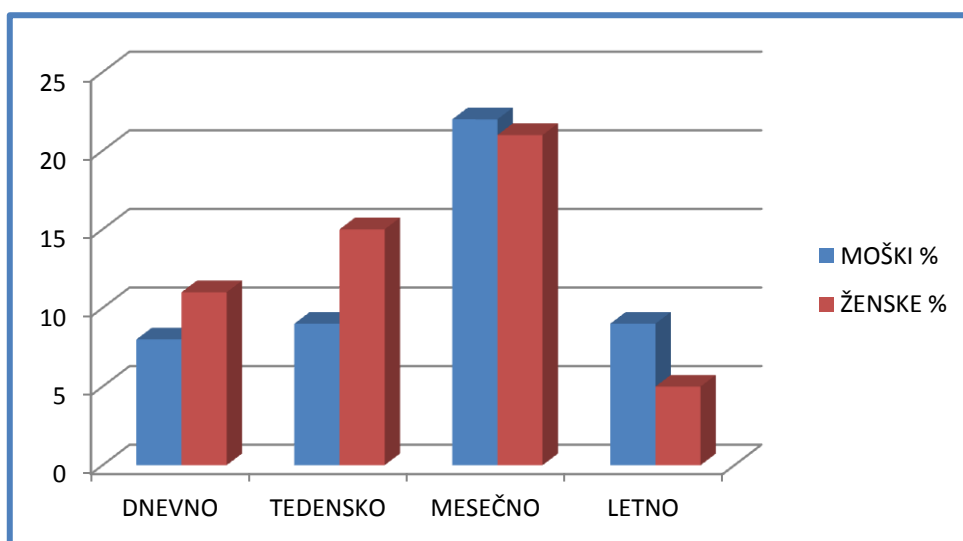
Na podlagi tabele in grafikona lahko opazimo, da je od skupaj 100 anketiranih v raziskavi sodelovalo 35 oddaljenih od 1 km do 3 km, kar predstavlja 35 % anketiranih, 28 oddaljenih od 3 km do 10 km od Planeta Tuš Kranj, kar predstavlja

28 % anketiranih, 19 oddaljenih manj kot 1 km od Planeta Tuš Kranj, kar predstavlja 19 % anketiranih in 18 vprašanih, ki so od centra oddaljeni več kot 10 km, kar predstavlja 18 % anketiranih. Podatki so pokazali, da naša predvidevanja niso bila pravilna, saj je največji delež obiskovalcev od Planeta Tuš Kranj oddaljenih med 1 in 10 km.

3.4 POGOSTOST OBISKA PLANETA TUŠ KRANJ

	Ženske v %	Moški v %
Dnevno	11	8
Tedensko	15	9
Mesečno	22	21
Letno	5	9

Tabela 4: Pogostost obiska Planeta Tuš Kranj
(Vir: Lastni)



Graf 4: Pogostost obiska Planeta Tuš Kranj
(Vir: Lastni)

Interpretacija 4: Pogostost obiska Planeta Tuš Kranj

Četrto vprašanje v anketnem vprašalniku se je navezovalo na pogostost obiska Planeta Tuš Kranj. Ker so navade žensk in moških različne, smo to vprašanje

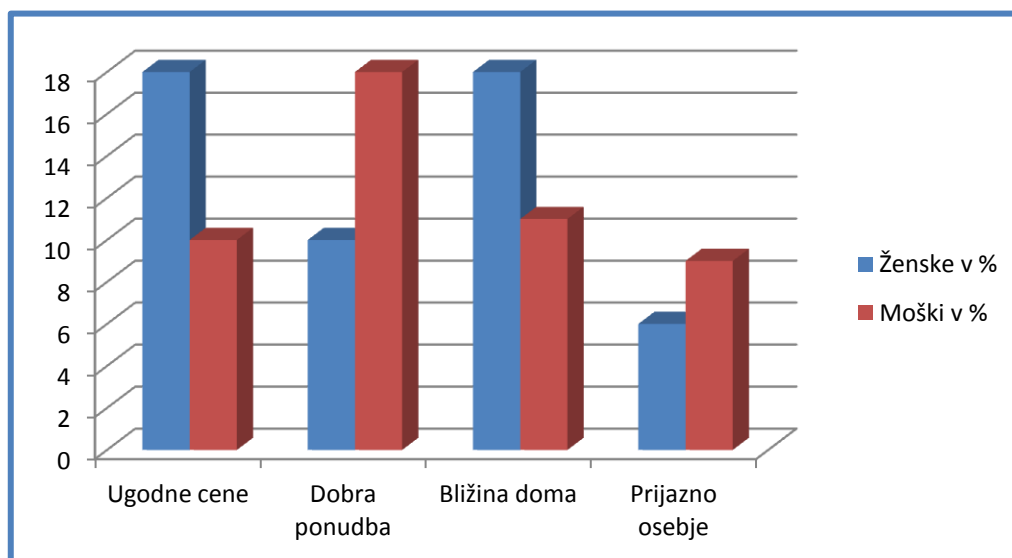
obravnavali ločeno za ženske in za moške. Predvidevali smo, da pogosteje obiščejo Planet Tuš Kranj ženske in da obiskovalci to opravijo enkrat na teden.

Na podlagi tabele in grafikona lahko opazimo, da približno isti odstotek moških in žensk, in sicer 22 % žensk in 21 % moških, obišče Planet Tuš Kranj enkrat mesečno, pri drugem najpogostejšem odgovoru, to je tedensko, prihaja med moškimi in ženskami do odstopanja, saj tedensko obišče Planet Tuš Kranj 15 % žensk in 9 % moških. Dnevno obišče Planet Tuš Kranj 11 % žensk in 8 % moških. Enkrat letno obišče Planet Tuš Kranj le 5 % žensk in 9 % moških. Torej so podatki pokazali, da odstopanj glede spola skoraj ni mogoče zaznati, je pa največji delež tistih obiskovalcev, ki obiščejo Planet Tuš Kranj enkrat mesečno.

3.5 NAMEN OBISKA PLANETA TUŠ KRANJ

	Ženske v %	Moški v %
Ugodne cene	18	10
Dobra ponudba	10	18
Bližina doma	18	11
Prijazno osebje	6	9

Tabela 5: Namen obiska Planeta Tuš Kranj
(Vir: Lastni)



Graf 5: Namen obiska Planeta Tuš Kranj
(Vir: Lastni)

Interpretacija 5: Namen obiska Planeta Tuš Kranj

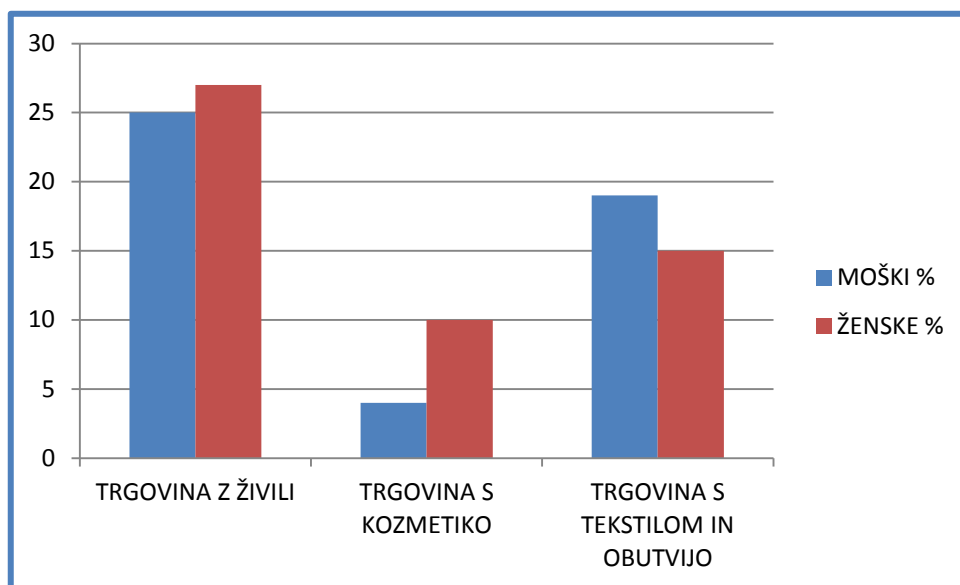
Peto vprašanje v anketnem vprašalniku se je navezovalo na vzrok za obisk Planeta Tuš Kranj. S tem vprašanjem bi lahko prišli do podatkov, kaj je potrebno spremeniti v Planetu Tuš Kranj, da bi bili obiskovalci še bolj zadovoljni.

Na podlagi tabele in grafikona lahko opazimo, da največ žensk, kar 18 %, privabijo v Planetu Tuš Kranj ugodne cene in bližina doma, medtem ko je največ moških, kar 18 %, mnenja, da jih privabi dobra ponudba. Pri ženskah je bil drugi najpogostejši odgovor (10 %) dobra ponudba. 11 % moških je izbralo odgovor bližina doma, 10 % pa ugodne cene. Najmanj žensk in moških, in sicer 6 % žensk in 9 % moških, se je odločilo za odgovor prijazno osebje. Ugotovitve so pokazale, da je potrebno veliko postoriti predvsem na področju prijaznosti zaposlenih do obiskovalcev.

3.6 NAJPOGOSTEJE OBISKANE TRGOVINE V PLANETU TUŠ KRANJ

	Ženske v %	Moški v %
Trgovina z živili	27	25
Trgovina s kozmetiko	10	4
Trgovina s tekstilom in obutvijo	15	19

Tabela 6: Najpogosteje obiskane trgovine v Planetu Tuš Kranj
(Vir: Lastni)



Graf 6: Najpogosteje obiskane trgovine v Planetu Tuš Kranj
(Vir: Lastni)

Interpretacija 6: Najpogosteje obiskane trgovine v Planetu Tuš Kranj

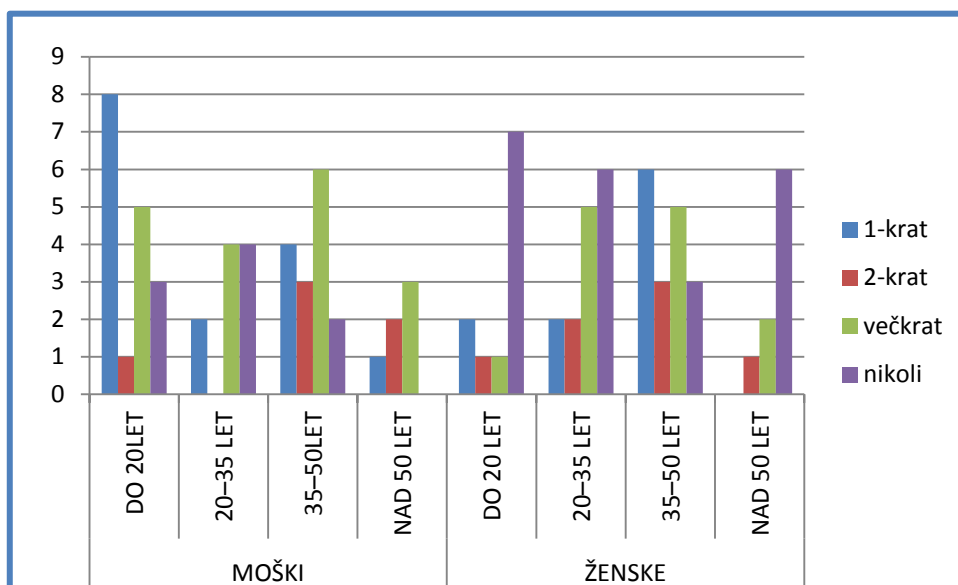
Šesto vprašanje v anketnem vprašalniku se je navezovalo na najpogosteje obiskane trgovine Planeta Tuš Kranj. Naša predvidevanja so bila, da obiskovalci Planeta Tuš Kranj najpogosteje obišejo trgovino z živili.

Na podlagi tabele in grafikona lahko opazimo, da je približno isti odstotek žensk in moških, in sicer 27 % žensk in 25 % moških, za najpogostejši obisk Planeta Tuš Kranj izbral odgovor trgovino z živili. Za odgovor trgovina z obutvijo in tekstilom se je odločilo 15 % žensk in 19 % moških, medtem ko je odgovor trgovina s kozmetiko izbralo le 10 % žensk in 4 % moških. Torej so bila naša predvidevanja, da največ obiskovalcev obiše trgovino z živili, pravilna.

3.7 ŠTEVILO NAKUPOV V TEHNIČNI TRGOVINI V PLANETU TUŠ KRANJ V LETU 2011

	Moški				Ženske			
	Do 20 let	Od 20 do 35 let	Od 35 do 50 let	Nad 50 let	Do 20 let	Od 20 do 35 let	Od 35 do 50 let	Nad 50 let
1-krat	8	2	4	1	2	2	6	0
2-krat	1	0	3	2	1	2	3	1
Večkrat	5	4	6	3	1	5	5	2
Nikoli	3	4	2	0	7	6	3	6

Tabela 7: Število nakupov v tehnični trgovini v Planetu Tuš Kranj v letu 2011
(Vir: Lastni)



Graf 7: Število nakupov v tehnični trgovini v Planetu Tuš Kranj v letu 2011
(Vir: Lastni)

Interpretacija 7: Število nakupov v tehnični trgovini v Planetu Tuš Kranj v letu 2011

Sedmo vprašanje v anketnem vprašalniku se je navezovalo na pogostost kupovanja v tehnični trgovini v Planetu Tuš Kranj v letu 2011. Naša predvidevanja so bila, da

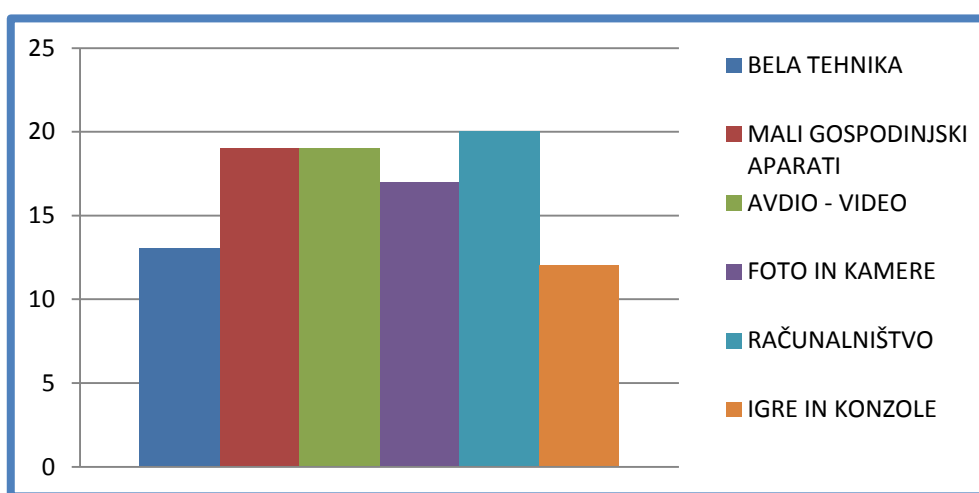
so bili najpogostejši obiskovalci tehnične trgovine v Planetu Tuš Kranj v letu 2011 moški, stari do 35 let.

Na podlagi tabele in grafikona lahko opazimo, da so bila predvidevanja le delno pravilna. Najpogostejši obiskovalci so res moški, vendar stari od 35 do 50 let. Predvidevamo, da je k temu rezultatu pripomogla menjava televizijskega signala z analognega na digitalni sprejem, saj je bil potreben nakup digitalnega pretvornika ali novega TV-aparata.

3.8 NAJZANIMIVEJŠI IZDELKI V TEHNIČNI TRGOVINI V PLANETU TUŠ KRANJ V LETU 2011

	Število odgovorov oz. delež v %
Bela tehnika	13
Mali gospodinjski aparati	19
Avdio - video	19
Foto in kamere	17
Računalništvo	20
Računalniške igre in konzole	12

Tabela 8: Najzanimivejši izdelki v tehnični trgovini v Planetu Tuš Kranj v letu 2011
(Vir: Lastni)



Graf 8: Najzanimivejši izdelki v tehnični trgovini v Planetu Tuš Kranj v letu 2011
(Vir: Lastni)

Interpretacija 8: Najzanimivejši izdelki v tehnični trgovini v Planetu Tuš Kranj v letu 2011

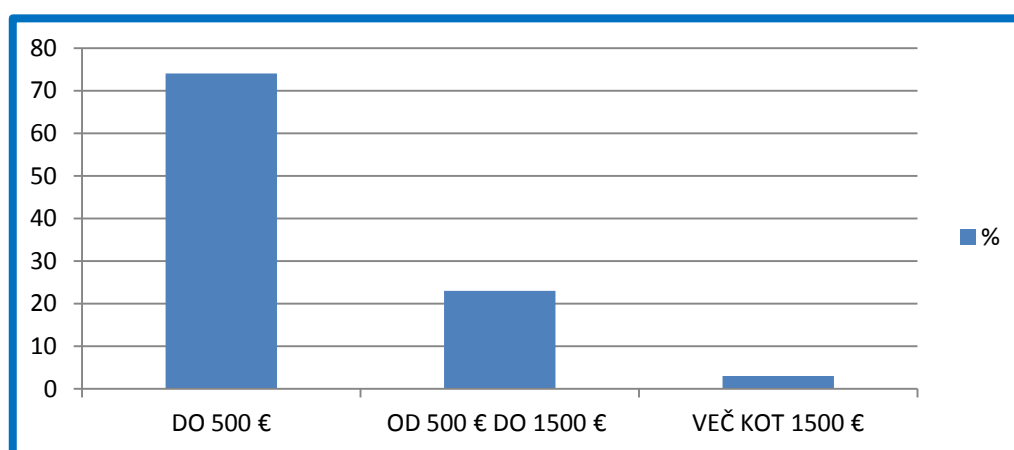
Osmo vprašanje v anketnem vprašalniku se je navezovalo na največje zanimanje obiskovalcev v tehnični trgovini v Planetu Tuš Kranj v letu 2011. Naša predvidevanja so bila, da so bili obiskovalci tehnične trgovine v Planetu Tuš Kranj v letu 2011 najbolj zainteresirani za računalništvo in avdio - video.

Na podlagi tabele in grafikona lahko opazimo, da so bila predvidevanja pravilna, saj je kar 20 % obiskovalcev odgovorilo, da jih v tehnični trgovini v planetu Tuš Kranj najbolj zanima računalništvo. Za odstotek manj, in sicer 19 % obiskovalcev, je odgovorilo, da jih najbolj zanima avdio - video in mali gospodinjski aparati, 17 % obiskovalcev foto in kamere, 13 % bela tehnika, najmanj, 12 %, pa računalniške igre in konzole.

3.9 LETNA PORABA DENARNIH SREDSTEV V PLANETU TUŠ KRANJ V LETU 2011

	Število odgovorov oz. delež v %
Do 500 €	74
Od 500 € do 1500 €	23
Več kot 1500 €	3

Tabela 9: Letna poraba denarnih sredstev v Planetu Tuš Kranj v letu 2011
(Vir: Lastni)



Grafikon 9: Letna poraba denarnih sredstev v Planetu Tuš Kranj v letu 2011
(Vir: Lastni)

Interpretacija 9: Letna poraba denarnih sredstev v Planetu Tuš Kranj v letu 2011

Deveto vprašanje v anketnem vprašalniku se je navezovalo na letno porabo denarnih sredstev v Planetu Tuš Kranj. Naša predvidevanja so bila, da bo največ obiskovalcev izbralo odgovor do petsto evrov mesečno, saj vemo, da kupna moč prebivalstva pada.

Na podlagi tabele in grafikona lahko opazimo, da so bila predvidevanja pravilna, saj se je največ obiskovalcev, in sicer 74 %, odločilo za odgovor do 500 €. Odgovor od 500 € do 1500 € je izbralo 23 % anketirancev, medtem ko se je za odgovor nad 1500 € odločilo le 3 % vprašanih.

3.10 RAZLOGI ZA VRAČANJE V PLANET TUŠ KRANJ

Interpretacija 10: Razlogi za vračanje v Planet Tuš Kranj

Našteti je bilo veliko razlogov, med katerimi so izstopali:

- dobra izbira,
- dobra kvaliteta,
- dobre trgovine,
- veliko parkirišče,
- veliko prireditev,
- dobri koncerti,
- dobra slaščičarna,
- hitra postrežba idr.

Našteti razlogi so potrdili naša predvidevanja, da se bodo kupci tudi v prihodnje vračali v Planet Tuš Kranj, če bo zanje poskrbljeno z dobro ponudbo, dobro kvaliteto in dobrimi prireditvami.

3.11 PREDLAGANE IZBOLJŠAVE V PLANETU TUŠ KRANJ

Interpretacija 11: Predlagane izboljšave v Planetu Tuš Kranj

Zanimalo nas je, s čim obiskovalci Planeta Tuš Kranj niso zadovoljni in kakšne izboljšave predlagajo. Zanimivo se nam je zdelo, da so podali mnenje, kaj jih moti in kaj si želijo, niso pa izrabili možnosti, da bi podali svoje predloge glede izboljšav.

Našteti je bilo le nekaj predlogov izboljšav:

- več prireditev za mlade v času šolskih počitnic,
- boljša športna in tehnična trgovina,
- boljša kakovost sadja in zelenjave v živilski trgovini,
- nižje cene vstopnic za kino,
- boljši mobilni signal.

Našteti predlogi so potrdili naša predvidevanja, da si kupci v Planetu Tuš Kranj želijo več prireditev za mlade v času šolskih počitnic.

3.12 PREDNOSTI IN SLABOSTI PLANETA TUŠ KRANJ

Interpretacija 12: Prednosti in slabosti Planeta Tuš Kranj

Zanimalo nas je, kaj vidijo naši obiskovalci kot prednosti oziroma slabosti Planeta Tuš Kranj.

Našteti so bili naslednji odgovori.

Kot prednosti so anketiranci izpostavili naslednje:

- bližino doma,
- dobro dostopnost do trgovskega centra Planet Tuš Kranj,
- dobro je poskrbljeno za razne vrste otroških programov (igralnica Oslarija),
- dovolj zabave za mladino (bowling, kino),
- slovenski izdelki v živilski trgovini,
- veliko stvari na enem mestu (trgovine, lokali, turistična agencija ...).

Anketiranci so opazili naslednje slabosti:

- izbira določenih izdelkov je pomanjkljiva,
- ni avtobusnega prevoza,
- draga pijača v gostinskih lokalih,
- ni lekarne,
- premalo prireditev,
- visoke cene bowlinga in kina.

Naštete prednosti in slabosti so potrdile naša predvidevanja, da je potrebno ponudbo prilagajati potrebam obiskovalcev. Obiskovalci so tisti, ki dajejo utrip trgovskemu središču. Potrebno jim je prisluhniti in jih kar se da upoštevati.

4 ZAKLJUČEK

V diplomski nalogi smo spoznali, kako so iz malih živilskih trgovin Tuš nastali veliki trgovski centri, ki se imenujejo Planeti Tuš. Podrobneje smo se osredotočili na Planet Tuš Kranj in poskušali ugotoviti dejavnike, ki vplivajo na njegovo delovanje.

Na podlagi raziskave smo ugotovili, da na zadovoljstvo kupcev vpliva urejenost prodajnih prostorov, pestrost ponudbe in prijaznost, strokovnost prodajnega osebja.

Pomembno je, da ponudniki trgovskih storitev občasno preverijo, kaj je obiskovalcem v trgovskem centru Planet Tuš Kranj všeč in kaj ne. Vse te podatke zbirajo od obiskovalcev in potencialnih kupcev na različne načine. V naši nalogi smo se uporabili metodo anketiranja. Pridobljeni odgovori obiskovalcev Planeta Tuš Kranj so odvisni od njihovega osebnega zadovoljstva. Ugotovili smo, da je osebno zadovoljstvo obiskovalcev Planeta Tuš Kranj mogoče še izboljšati z boljšo, pestrejšo ponudbo in prijaznejšim, strokovnejšim pristopom osebja. To je tisto nekaj, na kar so vrnjeni anketni vprašalniki vedno znova opozarjali.

LITERATURA IN VIRI

Knjige:

- Potočnik, V., Hrastelj, A. (1995). *Strategija razvoja slovenske trgovine*. Ljubljana: Gospodarska zbornica Slovenije.
- Potočnik, V. (2001). *Poslovanje trgovskih podjetij*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- Potočnik, V. (2001). *Trženje v trgovini*. Ljubljana: GV založba.
- Antončič, B., Hisrich, R., Petrin, T., Vahčič, A. (2002). *Podjetništvo*. Ljubljana: GV založba.

Spletne strani:

- Planet Tuš (2011). O Tušu. Pridobljeno 20. 10. 2011 z naslova <http://www.tus.si/o-tusu>,
- Planet Tuš (2011). Supermarket Tuš. Pridobljeno 5. 1. 2012 z naslova http://kranj.planet-tus.si/sl/nakupi/144/supermarket_tus
- Planet Tuš (2011). Gostinstvo. Pridobljeno 6. 1. 2012 z naslova <http://kranj.planet-tus.si/sl/gostinstvo>
- Planet Tuš (2011). Planet bar. Pridobljeno 8. 1. 2012 z naslova http://kranj.planet-tus.si/sl/gostinstvo/367/planet_bar
- Planet Tuš (2011). Tuš catering. Pridobljeno 8. 1. 2012 z naslova http://kranj.planet-tus.si/sl/gostinstvo/370/tus_catering
- Planet Tuš (2011). Slaščičarna in kavarana De la Creme. Pridobljeno 8. 1. 2012 z naslova http://kranj.planet-tus.si/sl/gostinstvo/378/slascicarna_in_kavarna_de_la_creme
- Planet Tuš (2011). Nakupi. Pridobljeno 8. 1. 2012 z naslova <http://kranj.planet-tus.si/sl/nakupi>

KAZALO SLIK

Slika 1: Sponzorstvo.....	4
Slika 2: Letovanje otrok na Debelem rtiču	4
Slika 3: Tuš center Radvanje – 2000.....	8
Slika 4: Tuš center Kočevje – 2001	8
Slika 5: Planet Tuš Celje – 2002.....	9
Slika 6: Supermarket Tuš Murska Sobota – 2003.....	9
Slika 7: Market Tuš Ivančna Gorica – 2005	10
Slika 8: Planet Tuš Maribor – 2006.....	10
Slika 9: Tuš drogerija Lepota in zdravje	11
Slika 10: Tuš center Brčko, BiH	11
Slika 11: Selnica ob Dravi – prvi nizkoenergijski trgovski objekt v Sloveniji	12

Slika 12: Planet Tuš Koper – 2010	14
Slika 13: Planet Tuš Kranj – 2008	15
Slika 14: Skica pritličja – Planet Tuš Kranj.....	16
Slika 15: Skica 1. nadstropja – Planet Tuš Kranj	16
Slika 16: Oslarija	19

KAZALO TABEL

Tabela 1: Spol	20
Tabela 2: Starost	21
Tabela 3: Oddaljenost	22
Tabela 4: Pogostost obiska Planeta Tuš Kranj	23
Tabela 5: Namen obiska Planeta Tuš Kranj.....	24
Tabela 6: Najpogosteje obiskane trgovine v Planetu Tuš Kranj	25
Tabela 7: Število nakupov v tehnični trgovini v Planetu Tuš Kranj v letu 2011	27
Tabela 8: Najzanimivejši izdelki v tehnični trgovini v Planetu Tuš Kranj v letu 2011	28

KAZALO GRAFOV

Graf 1: Spol	20
Graf 2: Starost	21
Graf 3: Oddaljenost	22
Graf 4: Pogostost obiska Planeta Tuš Kranj	23
Graf 5: Namen obiska Planeta Tuš Kranj	24
Graf 6: Najpogosteje obiskane trgovine v Planetu Tuš Kranj	26
Graf 7: Število nakupov v tehnični trgovini v Planetu Tuš Kranj v letu 2011	27
Graf 8: Najzanimivejši izdelki v tehnični trgovini v Planetu Tuš Kranj v letu 2011	28

- a) trgovina z živili b) trgovina s kozmetiko c) trgovina s tekstilom in obutvijo

7. Kdaj ste nazadnje kupovali v tehnični trgovini ?

- a) v tem letu b) preteklo leto c) v zadnjem desetletju

8. Kaj od tehnike vas najbolj zanima ?

- a) bela tehnika b) mali gospodinjski aparati c) avdio - video
d) foto in kamere c) računalništvo d) igre in konzole

9. Koliko letno potrošite v Planetu Tuš Kranj ?

- a) do 500 € b) od 500 € do 1500 € c) več kot 1500 €
-

III. del anketnega vprašalnika (osebno mnenje):

10. Kakšni bi bili najpomembnejši razlogi, da bi se tudi v prihodnje vračali v Planetu Tuš Kranj?

11. Če ob nakupu v Planetu Tuš Kranj s čim niste bili zadovoljni, kakšno izboljšavo predlagate?

12. Kaj je po Vašem mnenju prednost in kaj slabost Planeta Tuš Kranj?

**Najlepše se Vam zahvaljujem za sodelovanje v anketi.
Uživajte pri nakupih in zabavi v Planetu Tuš Kranj.**