



MATERIJAL ZA VANREDNE UČENIKE

PREDMET: EKONOMIKA TRGOVINSKIH PREDUZEĆA

RAZRED: DRUGI

EKONOMIKA TRGOVINSKIH PREDUZEĆA ZA II RAZRED

Pojam tržišta

Tržište bi mogli definisati kao određeni prostor i skup svih institucija koje omogućavaju kontakt između kupca i prodavca i realizaciju odnosa ponude i potražnje za određenom robom. Na tržištu se obavlja robna razmjena pri čemu kupci kupuju, a prodavci prodaju robu, odnosno vrše razmjenu robe za novac, a po cijeni formiranoj na temelju zakonitosti ponude i potražnje.

Koji je osnovni cilj reprodukcijskog ciklusa na tržištu?

To je prodaja roba i zadovoljavanje potreba kupaca, sa željom da se osigura prihod koji će, ne samo pokriti sve troškove nego osigurati i dobit.

Podjela tržišta prema obimu prometa

Djelimo ga na:

- tržište na veliko
- tržište na malo

Podjela tržišta sa geografskog aspekta

Djelimo ga na:

- lokalno tržište
- regionalno tržište
- domaće tržište
- strano tržište

Podjela tržišta sa aspekta vrste robe

Djelimo ga na:

- tržište roba za potrošnju
- tržište roba za proizvodnju
- tržište radne snage
- tržište novca
- devizno tržište, itd.

Tržište osobne potrošnje

To je dio ukupnog tržišta na kojem se zadovoljavaju krajni potrošači kroz zadovoljenje individualnih potreba, odnosno potreba domaćinstva.

Segmentiranje tržišta

Predstavlja podjelu tržišta na homogene skupine kupaca, odnosno potrošača. Homogene skupine se formiraju na osnovu istih ili sličnih faktora kupovine, odnosno potrošnje.

Kako se segmentira tržište osobne potrošnje?

Tržište osobne potrošnje se može segmentirati prema sledećim kriterijima: demografski, geografski, sociologijski, ekonomski, psihologijski itd.

Pojam potražnje

Potražnja za nekom robom u izvjesnom razdoblju i na određenom tržištu

predstavlja onu količinu robe koju su kupci, odnosno potrošači spremni kupiti po različitim cijenama.

Opći zakon potražnje

Glasi: Povećanje tržišnih cijena smanjuje potražnju i sniženje tržišnih cijena povećava potražnju.

Faktori potražnje

Na potražnju utiču brojni faktori, a oni su uslovljeni razvojem društva, prirodnom sredinom, vrstama potreba, kupovnom snagom kupca, razvojem životnog standarda itd. Faktori potražnje za robama koje zadovoljavaju osobnu potrošnju su brojni, a najvažniji su: cijena robe, dohodak kupca, kvaliteta robe, kreditiranje, ekonomska propaganda i dr.

Robni promet

Robni promet možemo definisati kao sav promet roba od proizvođača do kupca, odnosno potrošača.

Kako se promet može obavljati?

Može se obavljati na dva načina:

- direktno (neposredno), između proizvođača i kupca, tj. bez posrednika
- indirektno (posredno), promet se obavlja preko posrednika koji kupuje robu od proizvođača da bi je prodao kupcu

Šta robni promet obuhvata?

Obuhvata a) sve vrste indirektnog robnog prometa

b) sve vrste direktnog robnog prometa

Značaj robnog prometa

To je osiguranje tržišnog plasmana proizvedenih roba i konačno završavanje reprodukcijskog ciklusa kroz prodaju i naplatu gotovih proizvoda, odnosno kroz tržišno prihvatanje gotovih proizvoda.

Pojam trgovine

Pod trgovinom podrazumjevamo kupovinu radi dalje prodaje i vršenje raznih trgovinskih usluga koje pomažu obavljanju robnog prometa.

Pojam trgovine na veliko

Trgovinu na veliko možemo definirati kao privrednu aktivnost koja nabavlja robu od proizvođača, druge trgovine na veliko ili iz uvoza i prodaje robu trgovini na malo, proizvođačima ili drugim većim korisnicima, s tim da ne prodaje robu krajnim potrošačima.

Osnovne karakteristike trgovine na veliko

To su:- može preuzimati vlasništvo nad kupljenom robom

- može biti posrednik u kupovini i prodaji i da ne preuzima vlasništvo nad robom
- nabavlja robu iz raznih izvora(proizvođači, uvoz, druge trgovine na veliko)
- kupuje i prodaje veći obim robe
- na obavlja prodaju na malo

Značaj trgovine s gledišta kupca

To je:- zadovoljavanje potreba kupca

- vrši pakiranje i sortiranje robe
- vrši dostavu robe franko kupcima
- ima širok i dubok asortiman zaliha
- daje razne informacije kupcima
- prodaje robu na kredit

Značaj trgovine s gledišta dobavljača

To su:- preuzima dio prodajne funkcije dobavljača

- kupuje u većim količinama i kontinuirano
- skladišti i čuva zalihe dobavljača
- pomaže u finansiranju dobavljača i sl.

Osnovni izvori opskrbe veletrgovine

To su: proizvođači, druge veletrgovine i uvoz.

Osnovni kupci veletrgovine

To su: trgovina na malo, drugi proizvođači, druga veletrgovina i dr. Veći korisnici.

Funkcije veletrgovine

To su:- zadovoljavanje potreba svojih kupaca

- zadovoljavanje svojih dobavljača preuzimanjem, djelimično, njihove funkcije prodaje.

Trgovina na malo

Podrazumjeva kupovinu robe u većim količinama i prodaju na malo krajnim potrošačima, odnosno građanima.

Kako skladišti robu trgovina na malo

Na dva načina:- putem centralnog skladišta

- direktnom dostavom robe od dobavljača u prodavnice

Klasične prodavnice

To su manje prodavnice koje se osnivaju na direktnom osobnom usluživanju kupca. One su još uvijek najrašireniji oblik prodavnica.

Samoposluge

To je takav tip prodavnica gdje se kupac sam uslužuje, odnosno sam gleda i izabire robu bez pomoći prodavca.

Robna kuća

To je specifična velika prodavnica s funkcionalno povezanim prodajnim odeljenjima sa širokim i dubokim asortimanom prodaje.

Pojam prodaje

Prodaja se može definirati kao skup aktivnosti trgovinskog preduzeća kojim se osigurava prodaja robe ili usluga na tržištu. Sam čin prodaje i naplate je priznavanje tržišne vrijednosti robe tj. njene prometne i upotrebne vrijednosti.

Metodi prodaje

To su: osobna prodaja, prodaja putem kataloga, prodaja putem automata, samouslužna prodaja, prodaja putem interneta, prodaja putem TV

Osobna prodaja

Podrazumjeva osobno prisustvo kupca i prodavca u procesu prodaje robe. Ova metoda prodaje je najviše zastupljena.

Prodaja putem ponude (pisma)

Vrši se za robe kojima se karakteristike mogu opisati ili su već poznate kupcu, jer je moguće da kupac prihvati kupovinu na temelju pismene ponude.

Prodaja putem kataloga

Temelji se na specificiranju oznaka proizvoda, davanje skice ili slike i ostalih potrebnih informacija na osnovu kojih kupac može donijeti odluke o kupovini.

Sudionici osobne prodaje

To su: prodavač, kupac, roba i prodajno mjesto.

Kadrovi uposleni u prodaji

To su: prodajni kadrovi u maloprodaji, prodajni kadrovi u veleprodaji i prodajni kadrovi u izvozu.

Zadatak nabavne funkcije

Nabavna funkcija ima osnovni zadatak da nabavi sve robe koje su planirane za prodaju putem prodajne funkcije. Ona mora u pravo vrijeme i po povoljnim cijenama nabaviti sve planirane robe za nesmetano odvijanje prodaje.

Veza prodaje i nabave

Između prodaje i nabave mora postojati uska veza a nabavljati se može samo ona roba koja je u planu prodaje ili koja se dodatno traži od prodajne funkcije. Nabava mora biti u funkciji prodaje ali istovremeno pronalazeći nove robe i sa povoljnim cijenama podstiče dodatnu prodaju.

Robe za nabavu

Koje će se robe nabavljati zavisi od vrste preduzeća, plana i njegove prodaje, odnosno asortimana. Koji će se robe nabavljati rješava se planom prodaje.

Kanali nabave

Predstavljaju kanale po kojima se vrši nabavka. U politici nabave treba izbjegavati duge kanale jer se time smanjuje broj posrednika u nabavci, a time i troškova, te smanjuje i broj mogućih nesporazuma.

Razlog držanja zaliha robe

Osnovni razlog formiranja i držanja zaliha je osiguranje robe radi njene dalje prodaje. Pomoću zaliha robe vrši se usaglašavanje prostornog i vremenskog nesklada između proizvodnje i potrošnje.

Vrste zaliha

To su: minimalne, maksimalne, zaštitne, prosječne i optimalne.

Kontrola nabave

Kontrola nabave predstavlja takvu aktivnost čiji je cilj kritičko ocjenjivanje nabavnih akcija i rezultata nabave u odnosu na postavljene standarde te u slučajevima grešaka da ih indentificiraju i poduzmu mjere i akcije u pravcu otklanjanja grešaka.

Cilj skladišne funkcije

Osnovni cilj u poslovanju skladišne funkcije je redovno opskrbljivanje robom prodajne funkcije u optimalnim količinama i rokovima.

Poslovi koje obavlja skladišna funkcija

To su: - kvantitativni i kvalitativni prijem robe

- šifriranje i smještanje robe u skladište
- čuvanje robe
- manipuliranje robom u skladištu
- izdavanje robe
- evidencija zaliha, prijema i izdavanja robe

Organizacija skladišne funkcije

Skladišna funkcija se može organizirati kao samostalna organizacijska jedinica ali i u sastavu nabave i prodaje. Polazeći od uloge skladišta u poslovanju, ono može imati funkciju centralnog skladišta ili u funkciji priručnog skladišta.

Cilj transportne funkcije

Transportna funkcija ima za cilj kvalitetno, efikasno, sigurno i uz najniže troškove blagovremeno obaviti prijevoz robe.

Šta obuhvata organizacija transportne funkcije?

Obuhvata: - organizaciju internog transporta

- organizaciju externog transporta

Pojam asortimana

Za trgovinsko preduzeće asortiman predstavlja sve robe koje preduzeće nudi u prodaji. Asortiman je dinamična kategorija koja se stalno mijenja kao posljedica razvoja ponude i koja ima cilj zadovoljiti sve raznovrsnije potrebe kupaca.

Od čega se sastoji asortiman?

Asortiman se sastoji iz: artikla, linije artikla i miksa artikla.

Osnovni asortiman

To je onaj asortiman koji predstavlja najveći obim ponude trgovinskog preduzeća. On ima trajni karakter, a pomoću njega preduzeće ostvaruje najveći obim svojih ciljeva poslovanja.

Dopunski asortiman

On predstavlja dopunu u ponudi trgovinskog preduzeća kao komplementarni asortiman osnovnom asortimanu. Ponekad je teško razdvojiti osnovni od dopunskog asortimana.

Dimanzije asortimana

To su širina i dubina asortimana. Širina asortimana je broj linija artikla, a dubina asortimana je broj artikala i njegovih varijanti u jednoj liniji.

Politike asortimana

To su: - širok i dubok asortiman

- širok i plitak asortiman
- uzak i dubok asortiman
- uzak i plitak asortiman

Konzistentnost linije artikla

Podrazumjeva koliko su proizvodi u jednoj liniji usko povezani radi udovoljavanja iste ili slične grupe potreba.

Oznake artikla(proizvoda)

To su : kvalitet, dizajn, moda, marka, funkcionalnost, originalnost, veličina, pakovanje, boja i sastav

Faze životnog vijeka prodajne linije artikla

To su: - uvođenje

- rast
- stabilnost
- opadanje