

SADRŽAJ

Uvod	9
------------	---

GLAVA I

Trgovina i trgovinska politika	11
--------------------------------------	----

1. Razmena robe i usluga	13
2. Tržište i trgovina	16
2.1. Tržišna konkurencija	19
2.2. Monopolsko tržište	22
3. Trgovinska politika	25
3.1. Politika robnih rezervi	28
3.2. Politika kvaliteta	30
3.3. Politika zaštite konkurencije	33
3.4. Politika zaštite potrošača	36
4. Pravila trgovačkih udruženja i preduzeća	38

GLAVA II

Sistem i struktura trgovine	41
-----------------------------------	----

5. Pojam i definicija trgovine	43
6. Razvoj trgovine	45
6.1. Koncentracija ponude	48
6.2. Razvoj i diversifikacija potrošnje	53
7. Funkcije trgovine	54
8. Podela trgovine	58
8.1. Trgovina na veliko	61
8.2. Trgovina na malo	63

GLAVA III

Forme i način tržišnog nastupa 65

- 9. Samostalno istupanje na tržištu 67**
- 10. Integrisana i udružena trgovina 69**
 - 10.1. Integrisana trgovina 69
 - 10.2. Dobrovoljno udružena trgovina 71
 - 10.3. Prostorno povezana trgovina 75
- 11. Struktura maloprodajnih objekata i tipovi prodaje 77**
 - 11.1. Klasične prodavnice sa tradicionalnom prodajom ... 77
 - 11.2. Samouslužni prodajni prostor 78
 - 11.3. Prodaja bez prodajnog prostora 82

GLAVA IV

Trgovinski marketing 87

- 12. Marketing koncept 89**
 - 12.1. Trgovinski marketing 92
 - 12.2. Razvoj trgovinskog marketinga 94
 - 12.3. Planiranje i kontrola troškova distribucije 98
- 13. Sistem kanala prodaje 101**
- 14. Razvoj i pomeranje uticaja u kanalu prodaje 103**
 - 14.1. Odnos proizvođač – trgovina: konflikti i saradnja .. 104
 - 14.2. Trgovina u koncepciji vertikalnog marketinga 106
 - 14.3. Razvoj i pomeranje uticaja u kanalu prodaje 109
 - 14.4. Glavni faktori porasta uticaja
maloprodaje u kanalu prodaje 110
- 15. Struktura kanala prodaje 113**
 - 15.1. Vrste kanala prodaje 114
 - 15.2. Izbor kanala prodaje 117
 - 15.3. Subjekti u kanalu prodaje 119
- 16. Kanali prometa nekih robnih grupa 121**
 - 16.1. Promet sirovih poljoprivrednih proizvoda 121
 - 16.2. Reprodukcionni materijal metalne grupe 124

GLAVA V

Marketing logistika 129

- 17. Pojam i značaj logistike i fizičke distribucije 131**
- 18. Skladištenje 136**
 - 18.1. Vrste i struktura skladišta 138
 - 18.2. Funkcije skladištenja 140
- 19. Špedicija i transport robe 142**
 - 19.1. Savremene transportne tehnologije 145
 - 19.2. Transportna špedicija 146
- 20. Unapređenje i racionalizacija fizičke distribucije 147**
 - 20.1. Racionalizacija usluga fizičke distribucije 147
 - 20.2. Racionalizacija skladišne i transportne funkcije ... 153

GLAVA VI

Trgovinski menadžment 159

- 21. Menadžment trgovinskog procesa 161**
 - 21.1. Planiranje trgovinskog procesa 161
 - 21.2. Kontrola i evaluacija planiranih rezultata 164
- 22. Planiranje ljudskih resursa 169**
- 23. Organizovanje trgovinskog procesa 173**
 - 23.1. Organizacioni modeli prodaje 175
 - 23.2. Organizacione forme nabavke 181
- 24. Politika i ciljevi prodaje i nabavke 186**
 - 24.1. Politika i ciljevi prodaje 187
 - 24.2. Politika i ciljevi nabavke 189
- 25. Upravljanje zalihama 194**
 - 25.1. Politika formiranja zaliha 194
 - 25.2. Politika upravljanja zalihama 197
- 26. Menadžment poslovanja u trgovini 201**
 - 26.1. Prihodi i troškovi u trgovini 201
 - 26.2. Kalkulacija cena u trgovini 203
- 27. Upravljanje poslovnim sredstvima u trgovini 207**
 - 27.1. Osnovna poslovna sredstva 207
 - 27.2. Obrtna poslovna sredstva 209
 - 27.3. Planiranje i kontrola troškova
obrtnih poslovnih sredstava 211

GLAVA VII

Zaštita potrošača	217
28. Razvoj zaštite potrošača	219
29. Stanje zaštite potrošača u Srbiji	224
29.1. Vidovi zaštite potrošača	227
29.2. Organi zaštite potrošača	228
29.3. Mere i oblici zaštite potrošača	229
30. Uticaj oglašavanja na zaštitu potrošača	233
Literatura	239