

ПРЕДГОВОР

"Економика трговине као посебно научно подручје представља изузетно значајан сегмент опште пословне економије. Без трговине као посебне привредне области тешко је замислити нормално функционисање тржишне економије, посебно развијене односе производње и потрошње. Тржиште и тржишни механизам су основне претпоставке развоја трговине, али се ни развој тржишта и његова улога у робној производњи не могу замислити без развијене трговине. Како јој је основна функција да повеже производњу и потрошњу, произвођача и потрошача (купца), очито је да се у овом сегменту привреде преко њене посредничке улоге врши верификација друштвено утрошеног рада у материјалној производњи.

Након теоријских схватања о месту, улози и ефектима трговачког промета, било је потребно истражити и основне теоријске правце и учења о досадашњем развоју и перспективи развоја економске трговине у условима информационе технологије и великих промена структура и функционисања савремених тржишта.

Др Ковач је добро уочио међузависност развоја тржишта и улогу савремене трговине, као и сегментацију тржишта и бурне процесе концентрације понуде и тражње на тржишту. Повратни утицај и информациони импулс трговине на производњу с једне стране, али и прихватање "порука" потрошача преко њихове склоности потрошњи, измене укуса потрошача, конјунктурна колебања тражње и потрошње, импулсни ефекти потрошње на производњу (и њено нужно брзо реаговање на те импулсе) доводи до брзе измене структуре понуде и производње према изменама и ефектима финалне тражње. Композиција и брзе измене структуре тражње преко трговинског промета преносе се на асортиман и понуду производње. У противном, стварање и гомилање некурентних залиха води замрзавању робног и новчаног капитала најпре у трговини, а затим у производњи. Све економске кризе су због тога и започињале као "трговачке кризе". Тиме би био угрожен не само већ уложени капитал, уз његову немогућност претварања (робног) у новчани капитал, већ и целокупна репродукција капитала. Тржишни механизам и тржишна конјunktura најбоље се осећају преко реакције и "пулсирања" трговине, посебно трговине на мало (потрошње), али и трговине на велико (репродукциона потрошња). Проф. Ковач је добро уочио такав механизам узајамних деловања и веза, што га је навело и на нужно истраживање понашања и карактеристике савремене функције потрошње (и њених саставних елемената). Јер, коначно, сврха сваке производње је потрошња.

Др Ковач, полазећи од предмета свога истраживања и "економике трговине" као наставне и научне области, није могао да мимоиђе трошкове промета (и производње), трошковну структуру, врсте трошкова и њихове карактеристике.

Макроекономска и микроекономска подела трошкова и реаговање појединих облика трошкова на пословну политику и понашања других агрегата у трговини (укупан промет, доходак, профит, асортиман робе, цене, камате, трговачке марже) врло је интересантно подручје његовог истраживања. Сериозно истраживање које је након тога уследило на подручју продуктивности рада, економичности и рентабилности пословања трговине, неоспорно је, подручје је без кога се не може изучавати предмет "Економика трговине". Истражујући паралелно ове принципе пословне економије др Ковач их проучава паралелно са принципима економије у сфери производње, из чега се извлаче корисни ставови о њихо-

вим специфичностима, могућностима трговине да оптимално оствари и одржава наведене принципе економије, што је и основа ефикасне укупне пословне филозофије трговине.

Фактори економског положаја трговине, њихов карактер, детерминанте развоја и понашања трговине, као и репродукциона способност и "моћ самооплођавања" трговине, су посебно интересантна подручја у овој вредној књизи.

У условима када је финансијска база трговине готово потпуно уништена, док је хиперинфлаторно разорно деловање цена на средства и капитал трговине довело до праве деструкције капитала у овој области, нормално се поставило и питање: којим и чијим средствима трговина послује? Да ли је то сопствени капитал, позајмљени капитал (кредит) код банака, кредити добављача и сл. од чега зависи и економски и финансијски положај трговине. Проф. Ковач сериозно истражује те односе у економици трговине и успешно их повезује са општим принципима пословања, тражећи истовремено и одговарајућа решења за превазилажење таквих тешкоћа у функционисању трговинског дмета и делатности трговине у целини. На тај начин ова књига, која првенствено има намену да послужи као уџбеник студентима, прелази те оквири педагошког приступа, улазећи суптилно и у сложене економско-финансијске проблеме савремене трговине.

Оптимизација развоја трговине и тражење оптималне организације и организационе структуре (мреже) трговине, посебно је подручје које аутор истражује након претходних осталих истраживања проблема трговине као економске области.

Мада аутор не посвећује већу пажњу самој организацији трговинске мреже (трговине на велико, трговине на мало) ипак их довољно изучава да би студенти добили основна знања из подручја организације савремене трговине.

Посебно је интересно изучавање савремене маркетинг концепције у трговини у светлости потрошачког друштва, као и усавршавање стратегијског менаџмента у трговини. Маркетинг и финансијска концепција стратегијског управљања у трговини и избор стратегијске алтернативе, стратегијског управљања и планирања у трговини, као посебно подручје, омогућавају сагледавање стварних токова у економској мисли на овом подручју, као и правце развоја модерне трговине. То је добра основа за нову пословну филозофију и оптимални развој и локацију савремене трговине.

Појавом ове књиге, која је истовремено и уџбеник за студенте и студија актуелних проблема трговине, сигурни смо да ће студенти добити у руке (и сви они које ова област интересује) једно врло актуелно и вредно дело, које ће уз то деловати довољно инспиративно за нова истраживања. Ово се посебно односи на млађе кадрове којима остаје да даље продубљују и проширују достигнућа савремене економске мисли из подручја "економике и организације трговине".

ИЗ РЕЦЕНЗИЈЕ