

S A D R Ź A J**UVOD U TRGOVINSKO POSLOVANJE**

1. Roba i novac u procesu razmene	13
2. Ekonomska nužnost obavljanja prometa i razmene robe u kružnom kretanju sredstava	17
3. Ekonomsko-istorijska uslovljenost pojave i razvoja trgovine.	21

GLAVA I**SISTEM I STRUKTURA TRGOVINE**

1. Tržište	27
1.1. Konkurencija - osnova tražnje	29
1.2. Potrebe - osnova tražnje na tržištu	31
2. Trgovina - pojam, definicija i vrste	33
2.1. Funkcije trgovine	35
2.2. Podjela trgovine	38
2.2.1. Trgovina na veliko	40
2.2.2. Trgovina na malo	42
3. Sistem trgovine - distribucije	45
3.1. Komercijalni aspekti sistema trgovine	45
3.2. Logistika, fizička distribucija	47
4. Sistem i struktura kanala prodaje	53
4.1. Vrste kanala prodaje	54
4.2. Izbor kanala prodaje	58
4.3. Subjekti u kanalu prodaje	59
5. Kanali prometa nekih robnih grupa	63
5.1. Sirovi poljoprivredni proizvodi	63
5.2. Reprodukcionni materijal metalne grupe	65

GLAVA II**FORME I NAČIN ORGANIZOVANJA TRGOVINE I PRODAJE**

1. Trgovačko preduzeće	71
2. Organizacione forme istupanja na tržištu	73
2.1. Nezavisna trgovina	73
2.2. Integrirana trgovina	74
2.2.1. Potrošačke kooperative	75
2.2.2. Integrirani trgovački lanci	76
2.3. Dobrovoljno udružena trgovina	76
2.3.1. Vertikalni dobrovoljni lanci	77
2.3.2. Horizontalni dobrovoljni lanci	78
2.4. Prostorno povezana trgovina	79
2.4.1. Trgovački centri	79
2.4.2. Javne pijace	81
3. Struktura maloprodajnih objekata i tipovi prodaje	83
3.1. Klasične prodavnice sa tradicionalnom prodajom	83
3.2. Samouslužni prodajni prostor	83
3.2.1. Robne kuće	83
3.2.2. Hipermarketi	84
3.2.3. Supermarketi	85
3.2.4. Diskonti	85

3.2.5. Specijalizovani prodajni objekti	.86
3.2.6. Prodavnice za nuždu	.86
3.3. Prodaja bez prodajnog prostora	.87
3.3.1. Moderne forme prodaje bez prodajnog prostora, tele-prodaja, elektronska trgovina	.87
3.3.2. Tradicionalne forme prodaje bez prodajnog prostora	.88

GLAVA III

OSNOVE POSLOVANJA

1. Radna snaga u trgovini	.93
2. Poslovna sredstva u trgovini	.95
2.1. Osnovna poslovna sredstva	.96
2.2. Obrtna poslovna sredstva	.96
2.2.1. Definicija i struktura obrtnih sredstava	.96
2.2.2. Upravljanje obrtnim poslovnim sredstvima	.98
3. Principi poslovanja u trgovini	.103
3.1. Produktivnost rada	.103
3.2. Ekonomičnost poslovanja	.104
3.3. Rentabilnost poslovanja	.105
3.4. Dodatni principi i pokazatelji poslovanja	.106
4. Troškovi prometa robe i troškovi poslovanja trgovačkog preduzeća	.107
4.1. Troškovi prometa robe	.107
4.1.1. Pojam i definicija	.107
4.1.2. Tendencija porasta troškova prometa	.109
4.2. Troškovi poslovanja trgovačkih preduzeća	.112
5. Prihod trgovačkih preduzeća	.115
5.1. Kalkulacija cena	.117
5.1.1. Kalkulacija u sistemu razlike u ceni	.117
5.1.2. Kalkulacija u sistemu rabata	.118

GLAVA IV

FUNKCIJE U TRGOVINI

1. Marketing koncepcija modernog preduzeća	.121
2. Nabavka - kupovina	.123
2.1. Poslovi nabavke	.123
2.2. Vrste nabavke	.125
2.3. Politika i ciljevi nabavke	.126
2.4. Organizaciona forma nabavke	.128
2.5. Priprema i izvršenje nabavke	.130
2.6. Odnosi sa dobavljačima	.131
3. Skladište i skladištenje	.133
3.1. Skladište	.133
3.1.1. Vrste i struktura skladišta	.134
3.2. Funkcije skladištenja	.136
4. Zalihe i upravljanje zalihama	.139
4.1. Zalihe	.139
4.1.1. Metode vrednovanja i procene zaliha	.140
4.2. Upravljanje zalihama	.141
4.2.1. Izbor modela upravljanja zalihama	.142

5. Transport robe	145
5.1. Savremene transportne tehnologije	147
5.2. Špedicija	148

GLAVA V**RAZVOJ I UNAPREĐENJE TRGOVINE**

1. Kratak osvrt na razvoj trgovine	153
1.1. Karakteristike razvoja u tržišnim privredama	153
1.2. Karakteristike razvoja u zemljama planske privrede	156
1.3. Karakteristike razvoja kod nas	157
1.3.1. Period do 1990 godine	157
1.3.2. Period od 1990 godine - Trgovina u SRJ	159
2. Uticaj procesa koncentracije ponude i diversifikacije potražnje na razvoj trgovine	161
2.1. Koncentracija ponude	161
2.1.1. Koncentracija u proizvodnji	162
2.1.2. Koncentracija u trgovini	164
2.2. Razvoj i diversifikacija potrošnje	165
3. Razvoj i pomeranje uticaja u kanalu prodaje	167
3.1. Odnos proizvođač - trgovina: konflikti i saradnja	168
3.2. Razvoj i porast uticaja maloprodaje u kanalu prodaje	169
3.2.1. Promena u maloprodaji kao posledice uticaja spoljnih i unutrašnjih faktora	171
4. Razvoj marketinga	175
4.1. Trgovina u koncepciji vertikalnog marketinga	176
4.2. Razvoj trgovačkog marketinga	179
5. Fizička distribucija: unapređenje i racionalizacija	183
5.1. Racionalizacija usluga fizičke distribucije	183
5.2. Racionalizacija fizičke distribucije povezivanjem skladišne i transportne funkcije	189
5.3. Racionalizacija troškova obrtnih poslovnih sredstava	193

GLAVA VI**PRAVNO - EKONOMSKE MERE DRŽAVNIH
ORGANA U OBLASTI TRGOVINE**

1. Trgovinska politika	201
1.1. Politika robnih rezervi	204
1.2. Politika kvaliteta: Sistem standarda	205
2. Zakonska regulativa poslovanja u trgovini	209
2.1. Regulisanje istupanja na tržištu	211
2.2. Pravila trgovačkih udruženja i preduzeća	212
3. Pregled zakonskog regulisanja trgovine kod nas	215
3.1. Period do 1990 godine	215
3.2. Period od 1990 godine	218
4. Analiza trgovačkog zakona Francuske i Nemačke	219
4.1. Trgovački zakon Francuske	219
4.2. Trgovački zakon Nemačke	221

GLAVA VII**PRAVO POTROŠAČA NA ZAKONSKU ZAŠTITU**

1. Osnove i principi zaštite potrošača	225
1.1. Osnovna prava potrošača	225

2. Vidovi zaštite potrošača	227
2.1. Organi zaštite potrošača	228
3. Mere i oblici zaštite potrošača	229
3.1. Zaštita od lošeg kvaliteta	229
3.1.1. Odgovornost prodavca za materijalni nedostatak i pravo potrošača na reklamaciju	229
3.1.2. Garancija prodavca za ispravno funkcionisanje stvari	230
3.1.3. Odgovornost za robu u prodajnom objektu	230
3.2. Zaštita kod zaključivanja formalnog-tipskog ugovora	231
4. Iskustva u zaštiti potrošača kod nas	233
5. Pregled nekih iskustava zaštite potrošača u razvijenim tržišnim privredama	237
5.1. Zaštita potrošača u Švedskoj	237
5.2. Zaštita potrošača u Nemačkoj	241
5.3. Zaštita potrošača u Austriji	242
5.4. Zaštita potrošača u Francuskoj	243
5.5. Zaštita potrošača u Velikoj Britaniji	243
5.6. Zaštita potrošača u SAD	244

GLAVA VIII

ZAŠTITA KONKURENCIJE

1. Zaštita konkurencije od monopolističkog delovanja	249
1.1. Utvrđivanje monopolističkih pozicija preduzeća na tržištu	250
1.2. Način monopolističkog delovanja na tržištu	252
2. Zaštita od nelojalne konkurencije	255
3. Zaštita od drugih oblika ograničavanja konkurencije	259
4. Iskustva u zaštiti konkurencije kod nas	261
4.1. Period do 1941. godine	261
4.2. Period 1946.-1990.	262
4.3. Postojeća regulativa	264
4.3.1. Antimonopolske mere	264
4.3.2. Nelojalna konkurencija	266
4.3.3. Špekulacija	267
5. Iskustva zemalja razvijene tržišne privrede u zaštiti konkurencije	268
5.1. Sjedinjene Američke Države	268
5.1.1. Antimonopolske mere	268
5.1.2. Nelojalna konkurencija	270
5.2. SR Nemačka	270
5.2.1. Antimonopolske mere	270
5.2.2. Nelojalna konkurencija	272
5.3. Austrija	273
5.3.1. Antimonopolske mere	273
5.3.2. Nelojalna konkurencija	275
5.4. Francuska	276
5.4.1. Antimonopolske mere	276
5.4.2. Nelojalna konkurencija	277
LITERATURA	279