

I PRODAJA – MALOPRODAJA

Predmet našeg interesovanja je unapređenje prodaje, bliže unapređenje maloprodaje. Uspešno unapređenje prodaje, odnosno maloprodaje pretpostavlja njihovo dobro poznavanje i to iz ugla marketinga i komercijale. Zbog značaja komercijalnog aspekta prodaje-maloprodaje u rešavanju problema njihovog unapređenja, ali i zbog evidentnog zapostavljanja komercijale u obrazovnim programima, u ovom poglavlju nešto više prostora posvetićemo komercijalnom aspektu prodaje – maloprodaje.

DEFINICIJA I ZNAČAJ TRGOVINE

Krenimo redom. Prodaja – maloprodaja pripada oblasti trgovine ili tržišne razmene:

- upotrebnih vrednosti
- i vrednosti

različitih roba.

U savremenoj teoriji i praksi pod trgovinom misli se na:

- nabavne i prodajne poslove ili na kupovine i prodaje različitih roba od strane različitih tržišnih subjekata i pojedinaca
- li i na trgovačku delatnost ili na aktivnosti trgovačkih organizacija

NABAVNI I PRODAJNI POSLOVI RAZLIČITIH SUBJEKATA I POJEDINACA	TRGOVAČKA DELATNOSTI
--	----------------------

Definicija trgovine

Većina nas pod trgovinom, najčešće misli na trgovačke organizacije, zapostavljajući činjenicu, da preduzeća i kada koriste usluge trgovačkih organizacija, moraju da zaključuju nabavne i prodajne poslove i moraju da imaju komercijalu.

U izvođenju ocene o dimenzijama trgovine istaknimo sledeće podatke:

- preko 90% prihoda privrednih subjekata ostvaruje se po osnovu tržišne prodaje
- od 40 do 60% rashoda privrednih subjekata odnosi se na različite nabavke
- oko 20 do 30% troškova neprivrednih organizacija odnosi se na tržišne nabavke
- od 70 do 80% prosečnih porodičnih budžeta odlazi na kupovine
- oko 20% društvenog proizvoda u razvijenim zemljama stvara se u trgovačkim organizacijama
- od 40 do 45% društvenog proizvoda u razvijenim zemljama stvara se u tercijalnom sektoru ili sektoru usluga koje se prodaju i kupuju na tržištu

ROBE - PREDMETI TRGOVINE

Roba je opšti naziv za sve ono što se kupuje i prodaje posredstvom tržišta ili sve ono što se javlja kao predmet tržišne kupoprodaje.

Robe se najčešće sistematizuju na: sirovine i energiju; proizvode proizvodne potrošnje; proizvode finalne potrošnje; različite usluge, aktivu – sredstva rada, nekretnine, hartije od vrednosti; intelektualnu svojinu, umetnička dela, radnu snagu, neke druge robe

U našem druženju pažnju ćemo fokusirati na proizvode i usluge namenjene ličnoj potrošnji i potrošnji domaćinstava, zbog toga što se oni javljaju kao najčešći predmeti u maloprodajnoj trgovini

