

SADRŽAJ

Uvod	9
GLAVA I	
Trgovina i trgovinska politika	13
1. Razmena robe i usluga u ciklusu reprodukcije	15
1.1. Nužnost obavljanja razmene robe i usluga	16
1.2. Mesto trgovine u razmeni robe i usluga	17
2. Tržište i trgovina	31
2.1. Tržišna konkurencija	32
2.2. Monopolsko tržište	39
3. Trgovinska politika	31
3.1. Politika robnih rezervi	32
3.2. Politika kvaliteta	39
3.3. Politika zaštite konkurencije	39
3.4. Politika zaštite potrošača	39
4. Regulativa poslovanja u trgovini	31
4.1. Regulisanje istupanja na tržištu	32
4.2. Pravila trgovačkih udruženja i preduzeća	39
GLAVA II	
Sistem i struktura trgovine	59
5. Pojam i definicija trgovine	61
6. Razvoj trgovine	71
6.1. Uticaj koncentracije ponude na razvoj trgovine	71
6.2. Razvoj i diversifikacija potrošnje	75
7. Funkcije trgovine	97
8. Podela trgovine	71
8.1. Trgovina na veliko	71
8.2. Trgovina na malo	75

GLAVA III

Forme i način tržišnog nastupa trgovine	115
9. Samostalno istupanje na tržištu	117
10. Integrisana i udružena trgovina	130
10.1. Integrisana trgovina	130
10.2. Dobrovoljno udružena trgovina	132
10.3. Prostorno povezana trgovina	142
11. Struktura maloprodajnih objekata i tipovi prodaje ...	157
11.1. Klasične prodavnice sa tradicionalnom prodajom ..	157
11.2. Samouslužni prodajni prostor	161
11.3. Prodaja bez prodajnog prostora	164

GLAVA IV

Trgovinski marketing	183
12. Marketing koncept	185
12.1. Trgovinski marketing	185
12.2. Razvoj trgovinskog marketinga	187
13. Sistem kanala prodaje	201
14. Razvoj i pomeranje uticaja u kanalu prodaje	204
14.1. Odnos proizvođač – trgovina: konflikti i saradnja ..	210
14.2. Trgovina u koncepciji vertikalnog marketinga	210
14.3. Razvoj i pomeranje uticaja u kanalu prodaje	210
14.4. Glavni faktori porasta uticaja maloprodaje u kanalu prodaje	210
15. Struktura kanala prodaje	225
15.1. Vrste kanala prodaje	225
15.2. Izbor kanala prodaje	228
15.3. Subjekti u kanalu prodaje	228
16. Kanali prometa nekih robnih grupa	185
16.1. Promet sirovih poljoprivrednih proizvoda	185
16.2. Reprodukcionni materijal metalne grupe	187

GLAVA V

Marketing logistika	183
17. Pojam i značaj logistike i fizičke distribucije	185

18. Skladištenje	204
18.1. Vrste i struktura skladišta	210
18.2. Funkcije skladištenja	210
19. Špedicija i transport robe	225
19.1. Savremene transportne tehnologije	225
19.2. Transportna špedicija	228
20. Unapređenje i racionalizacija fizičke distribucije	185
20.1. Racionalizacija usluga fizičke distribucije	185
20.2. Racionalizacija skladišne i transportne funkcije	187

GLAVA VI

Trgovinski menadžment	183
21. Menadžment trgovinskog procesa	185
21.1. Planiranje trgovinskog procesa	185
21.2. Izbor i vrste strategije planiranja	187
21.3. Operativno planiranje	187
21.4. Kontrola i evaluacija planiranih rezultata	187
22. Planiranje ljudskih resursa	201
23. Planiranje i organizovanje trgovinskog procesa	204
23.1. Organizacioni modeli prodaje	210
23.2. Organizacione forme nabavke	210
24. Politika i ciljevi prodaje i nabavke	225
24.1. Politika i ciljevi prodaje	225
24.2. Politika i ciljevi nabavke	228
25. Upravljanje zalihama	185
25.1. Politika formiranja zaliha	185
25.2. Politika upravljanja zalihama	187
26. Menadžment poslovanja u trgovini	185
26.1. Prihodi i troškovi u trgovini	185
26.2. Kalkulacija cena u trgovini	187
27. Upravljanje poslovnim sredstvima u trgovini	185
27.1. Osnovna poslovna sredstva	185
27.2. Obrtna poslovna sredstva	187
27.3. Planiranje i kontrola troškova obrtnih poslovnih sredstava	187

GLAVA IV

Zaštita potrošača	183
28. Razvoj politike zaštite potrošača	201
29. Aktuelna pitanja i postojeće stanje	
zaštite potrošača u zemljama regiona	204
29.1. Vidovi zaštite potrošača	210
29.2. Organi zaštite potrošača	210
29.3. Mere i oblici zaštite potrošača	210
30. Uticaj oglašavanja na zaštitu potrošača	225
Literatura	245