***SEMINARSKA NALOGA***

Pri predmetu **EKONOMIJA**



1. UVOD

S sošolcem sva si izbrala temo **Trgovina** in jo želiva predstaviti bolj podrobno. Vsi vemo, da danes ne gre več brez trgovin, zato je potrebno trgovine in trg na splošno vedno bolj razvijati.

Edini problem je, da je trgovin že preveč, ljudje pa imajo vse manj denarja. Naredila sva tudi anketo z naslovom Internetno nakupovanje in sva ugotovila, da kar veliko ljudi kupuje preko interneta. Večina anketirancev je bilo dijakov in dijakinj, nekaj zaposlenih in nezaposlenih oseb, študentov in upokojencev.

**Trgovina je terciarna družbena dejavnost.Za kupce opravlja storitve. Trgovina opravlja posredniško dejavnost med proizvajalci in porabniki blaga. Trgovina kupuje blago zaradi nadaljnje prodaje. Trgovina pa lahko opravlja še različne druge dejavnosti, kot so skladiščenje blaga, prevoz, nakladanje blaga in razkladanje blaga.**

**Je organizirana oblika posredovanja blaga med proizvodnjo in porabo, ne da bi se značilnosti blaga med tem spremenile. Temeljna razlika med trgovino in menjavo je v tem, da menjava posreduje blago in storitve, trgovina pa posreduje samo blago med proizvodnjo in porabo.**

**Trgovina** je ponujanje [blaga](http://sl.wikipedia.org/w/index.php?title=Blago&action=edit) in [uslug](http://sl.wikipedia.org/w/index.php?title=Usluga&action=edit) za plačilo [denar](http://sl.wikipedia.org/wiki/Denar) ali drugo blago. O pravi trgovini govorimo, kadar je posredovanje blaga osnovna dejavnost podjetja. Trgovci blago kupijo, prevažajo in prodajajo, ne da bi ga spremenili oziroma predelali. Prvi stiki med različnimi civilizacijami so bili že od nekdaj trgovski. Danes smo zahvaljujoč trgovini na pragu globalizacije.

Trgovina, posredovanje blaga s kraja proizvodnje do trga in potrošnika s kupoprodajo. Po zakonu o trgovini iz leta 1993 zajema trgovino na drobno, trgovino na debelo in trgovinske storitve. V okviru trgovine na debelo je tudi zunanja trgovina.

TRGOVINA **NA DROBNO**

DELITEV TRGOVINE

TRGOVINA **NA DEBELO**

1.1. DEJAVNOST **TRGOVINE NA DROBNO**

Dejavnost trgovine na drobno je 1998 opravljalo 9698 podjetij in drugih organizacij, od teh več kot dve tretjini (68 %) kot glavno dejavnost, tretjina kot drugo glavno dejavnost. Po 1991 je prišlo v trgovini na drobno do velikih sprememb zaradi lastninjenja in denacionalizacije.

Nastalo je veliko novih podjetij , zlasti malih, zasebnih in družinskih.

Veliki trgovski centri so stagnirali, veliko teh je razpadlo v manjša podjetja ali šlo v stečaj, le nekaj se jih je še ohranilo in se še naprej razvijajo. Med temi so podjetja (Merkur v Kranju in Mercator v Ljubljani). Leta 1996 se je število podjetij povečalo. V Slovenijo so prišli samostojno ali v povezavi s slovenskimi poslovnimi partnerji, tudi tuji trgovci kot so: (Interspar, Bauhaus). **Leta 1998** je bilo v Sloveniji okrog **16 700** prodajaln -povprečno 1 na 119 prebivalcev. Odprtih je bilo več večjih prodajnih centrov (4000-10 000 m2 prodajnih površin ), zlasti na obrobju večjih mest ali ob pomembnih prometnih povezavah (Celje, Koper, Ljubljana, Maribor). Širiti se je začela prodaja na domu (tako imenovana direktna prodaja), prodaja po pošti, potujoča trgovina in prodaja po internetu.

Z združevanjem podjetij, odkupom delnic(večinoma istovrstnih) trgovcev in odpiranjem novih prodajaln istega podjetja nastajajo večje trgovske verige (Mercator, Merkur, združenje ABC).

Rast trgovskega kapitala omogoča širjenje trgovske mreže tudi v druge države. Leta 1998 je bilo v trgovini na drobno 62 408 zaposlenih po vsej Sloveniji.

1.2. DEJAVNOST **TRGOVINE NA DEBELO**

Dejavnost trgovine na debelo je leta 1998 opravljalo 6577 podjetij in drugih organizacij od teh okrog 50 % kot glavno dejavnost.

V letih 1991-1995 se je število podjetij v trgovini na debelo več kot podvojilo;na to je vplivala tudi sprememba kvalifikacije dejavnosti. Po 1991 je več trgovskih družb zašlo v težave (izguba jsl. trga, lastninjenje), nekaj jih je razpadlo v manjša podjetja in šlo v stečaj.

Zmanjšanje obsega trga in izguba kupcev na notranjem trgu (nastajanje zaprtih trgovinskih sistemov z lastno nabavo , izločanje veleprodaje iz posameznih prodajnih poti) so trgovske družbe nadomestile z razvijanjem lastne maloprodajne mreže ali usmeritvijo v izvoz.

Klasična trgovina na debelo je ostala pomembna pri oskrbi manjših neodvisnih trgovcev idr. kupcev (gostinski lokali, obrtniki, mala industrijska podjetja). Trgovina na debelo in trgovski posredniki imajo pomembno vlogo v mednarodni trgovini on kot specialisti na posebnem področju. Leta 1998 je bilo na v trgovini na debelo 31 293 zaposlenih.

FUNKCIJE TRGOVINE

* Prostorska funkcija
* Časovna funkcija
* Količinska funkcija
* Kakovostna funkcija
* Svetovalna-informativna funkcija
* Kreditna funkcija



***2. ZGODOVINA TRGOVINE***

V zgodnji bronasti dobi se je na slovenskem ozemlju pojavila potreba po novih surovinah (baker, kositer), v pozni bronasti dobi je postalo to ozemlje pomembno za evropsko menjavo ; tedaj in zlasti v železni dobi se je uveljavila 🡪 jantarska pot med Baltskim in Jadranskim morjem ter Balkanskim polotokom. Uvoženi predmeti italskega , panonskega, balkanskega in grškega izvora so bili najdeni v kulturnem središču iz 11.-9. stol.. pr. n. š. v Škocjanu blizu Divače.

Prek postojank v Ljubljani, Stični in Novem mestu je potekala v 8.-7.st.n.š. blagovna menjava vzhodnim Sredozemljem in pozneje gr. Kolonijami in Jadranu, prek Notranjske in Istre s Picenom in osrednjim italskim območjem ter prek Posočja z venetskim območjem (slednje izpričano v centrih Stična, Magdalenska gora, Vače, Rifnik z dragoceno bojno opremo, etruščanskim posodjem, apulskimi kraterji).

Po 600 so se grški in etruščanski interesi usmerili proti zahodni Evropi; blagovna menjava plemen na Slovenskem je ostala vezana na severnoitalsko alpsko in zahodnobalkansko območje. Pri prihodu Keltov in pozneje s širjenjem rimske države je po zaslugi keltskega in rimskega denarništva menjavo zamenjala trgovino. Iz okrog 300 pr.n.š. je znano trgovsko in transportno središče Navport (Vrhnika) . Po nastanku Akvileje 181 pr.n.š. ter z razvojem trgovskega središča na Štalenski gori in pozneje v Virunu na Koroškem je rimska država organizirala trgovino z zahodnoalpskim in zahodnobalkanskim območjem.

Namesto prazgodovinskih poti so se uveljavile grajene ceste, ki so Italijo ter s tem Emono, Celejo, Petoviono in Neviodun upravno in gospodarsko povezale s središči v Panoniji in na Balkanu. S propadom rimske države in preseljevanjem ljudstev je trgovina upadla.

Na slovenskem naselitvenem ozemlju je menjava blaga prehajala v trgovino, najprej v Karantaniji pod vzhodnofrankovsko oz. nemško državo in v obalnem pasu, kjer so bile romanskim mestom odprte morske poti in bizantinska trgovina. Z umikom Madžarov v Panonsko nižino po 955 je bilo v ta proces zajeto celotno slovensko naselitveno ozemlje. Nastajati so začeli sejmi, zgodnja trgovska središča (Mercata). Najstarejše je bilo na Ptuju, kjer se 977 omenjata mitnica in most čez Dravo. Najpomembnejša trgovska pot je bila v obdravski smeri, na Ptuju je bilo križišče poti od Italije proti Ogrski in v Beljaku proti Donavi. Pomembno vlogo v trgovini so imeli Judje, na prehodu v 12.stol. je znana njihova kolonija na Ptuju. V 11. in 12. st. se je razvijalo blagovno-denarno gospodarstvo. Na prehodu v 13. stol. In pozneje je nastala večina 🡪trgov in 🡪mest na Slovenskem. Tedaj so sodelovale številne 🡪kovnice, kovale so po vzoru iz koroških Brež in kovnic oglejskih patriarhov. Lokalno trgovino (tedenski sejmi v mestih, podeželski sejmi ob proščenjih) je okrepila tudi komercializacija gospostev, ki so prehajala na denarne dajatve. Podložnik je moral svoje presežke prodajati na mestnem trgu. Poleg poklicne meščanske trgovine se je začela razvijati🡪podeželska trgovina.

Uveljavile so se glavne smeri trgovine na velike razdalje, izvozne in prehodne trgovine, predvsem na poteh obmorskih mest oziroma Italije proti Panonski nižini ter od Maribora in drugod proti severu (🡪 Tovorništo). Rast trgovine na velike razdalje izpričuje vedno večje število mitnic (🡪Mitnica), novih mostov in brodov, ki so povezovali poti na obeh bregovih Drave, Save in Mure. Trgovina z blagom iz širšega slovenskega zaledja je segla v primorska mesta, zlasti Koper, Piran in na Reko, prek Ptuja je tekla trgovina z italijanskim blagom na Ogrsko in od tam proti Italiji.

Trgovci iz slovenskih dežel so se pojavljali v furlanskih mestih, beneških krajih in ob koncu 14. stol. Že v markah, na Slovenskem pa italijanski podjetniki. Trgovine iz slovenske Štajerske in koroške so se usmerjala proti Donavi in Dunaju. Ko so se Habsburžani utrdili na Slovenskem in si pridobili Trst (1932), italijansko-ogrske trgovine niso mogli preusmeriti s Ptuja na Dunaj ter od tam na Ogrsko in Češko. Poslej je pretežni del te prehodne trgovine (z beneškim blagom) tekel po t.i. Ljubljanski poti. Ptuj se je v 15. stoletju spreminjal v mednarodno trgovsko središče; tu in v Ljubljani se je zbiral velik trgovski kapital. Nekaj ptujskih trgovcev se je pred koncem st. iz neznanih razlogov izselilo v Nürnberg ; tam so bili med najbogatejšimi. V 15. in 16. st. je trgovina na velike razdalje dosegala enega svetovnih vrhuncev. Leta 1418 so Ljubljanski trgovci dobili pravico trgovanja v beneškem Fondacu dei Tedeschi, kjer so imeli v najemu prostore še v 16. stol. V obalnih mestih so zaledni in italijanski trgovci sklepali izvozne posle z vnaprej sklenjenimi pogodbami. Povečala se je tudi neposredna trgovina z Italijo; zaledni trgovci so neposredno posegali v pomorski promet kot lastniki in najemniki ladij. Habsburžani so s pravico prisilne poti idr. ukrepi začeli pospeševati trgovino prek Trsta in s tem sprožili tako imenovani boj za svobodo poti z Benečani, ki so branili trgovine svojih istrskih mest z zaledjem.

V trgovino na velike razdalje so se do konca srednjega veka uveljavile nove oblike poslovanja; kreditna trgovina, plačani pomočniki pri poslovanju, vnaprejšnje prodajne oz. kupne trgovske pogodbe, komisijska prodaja, 🡪trgovske družbe, vodenje trgovine z enega mesta, v začetku 16. stol. Tudi že trgovske knjige z enostavnim in dvostavnim knjigovodstvom. Blago izvozne trgovine so bili agrarni pridelki (žita, druga živila, gnjat, med, vosek), les in lesni izdelki, živina, kože itd. ter neagrarni proizvodi, zlasti železo in jeklo iz Kranjske in Koroške, železni izdelki, deloma svinec, baker in živo srebro, orožje, topovske krogle (Neapeljsko kraljestvo), raznovrstno platno, grobi loden idr. V nasprotni smeri pa je prihajalo olje, sladko vino, južno sadje t.i. benešeko blago, dišave in začimbe, dragocenosti, zeleno milo, italijansko in angleško sukno, razne surovine itd.

Ob vrhuncih je ta trgovina (skupaj s 🡪 solno trgovino) dosegla do 200 000 tovorov v obe smeri.

V 16. stol. Se je zelo povečal obseg italijansko-ogrske prehodne trgovine. Z njo je bila povezana priselitev italijanskih trgovcev v Ljubljano in na Ptuj. Najpomembnejše blago za Italijo so bile kože in govedo (voli) v nasprotni smeri pa beneško oz. levantinsko blago, fino sukno, luksuzni predmeti, dragocenosti, začimbe. Trgovine so kljub konkurenčnim posegom tujcev sprva obvladovali domači in doseljeni italijanski trgovci na Ptuju in v Ljubljani. Glavni trg za suhe kože je bil v Markah (Ancona je bila tedaj znana kot mesto kož), od koder so prek Firenc potovale proti Lombardiji in Genovi. Na tem tržišču je bilo prodanih do 10 000 tovorov kož na leto (tovor po 2 bali z 10 kožami). Poleg izvoza domače živine( letno več 1000 volov) je prehodna trgovina z ogrskim govedom zadovoljevala predvsem potrebe Benetk (meso, kože). Ptuj in Ljubljana sta imela privilegij v trgovini s kožami in sta že v šestdesetih letih 14. stol. Dobila posebne pravice tudi za trgovino z ogrsko živino. V 16. stol. So po raznih letih gonili proti Italiji 18 000-19 000 in tudi več kot 20 000 volov letno. Pogon (v čredah po okrog 150 glav) se je končal v Gorici. V 2.pol.16. stol. Je trgovina s kožami potekala po drugih poteh in posle z živino so prevzele kapitalsko bogatejše beneške družbe. S tem so domačini izgubili dva najpomembnejša vira za kopičenje trgovskega kapitala. Hkrati je zajela kriza fužinarstvo in v izvozno trgovino z železom so posegli tuji poslovneži. Obsežnejša je postala trgovina fevdalcev z žitom (Vojna krajina), kmečko kupčevanje se je širilo na blago meščanske trgovine. Zelo se je zmanjšala vrednost denarja. Na prehodu v 17. stoletje in še nekaj desetletij za tem je bila trgovina na Slovenskem v recesiji.

Razmere za trgovanje so se izboljšale, ko so se v Avstriji začela prevladovati načela merkantilizma in se je hitro povečal pomen Reke in Trsta.

Leta 1719 sta bili obe mesti razglašeni za 🡪 svobodni pristanišči. K razvoju trgovin je pripomogla usposobitev plovne poti po Savi in Ljubljanici (🡪 Rečni promet), izboljšalo se je tudi cestno omrežje (🡪 Prevozništvo). Ob uveljavljanju fiziokratskih načel so se začele oblasti veliko omejitev in privilegijev v trgovanju; temu so se trgovci s svojimi cehi in bratovščinami upirali, zahtevali so maksimiranje števila trgovcev in preprečevali kramarjem izenačevanje z njimi. Leta 1766 so bile razglašene za enotno carinsko območje notranjeavstrijske dežele, 1775 vse avstrijske dežele, razen Reke in Trstna. Leta 1767 je bil odpravljen zakup (apalt) volov iz notranjeavstrijskih dežel ( bratom Milles je dovoljeval izključni izvoz 3400 volov). Leta 1768 je bila zemljiškim gospodom in kmetom dovoljena prosta trgovina s kmetijskimi pridelki. Trgovine z živino, železom, srebrom so vodili tujci ( med njimi je v 18. stol. najbolj znan trgovec z železom M. Zois), s platnom, žitom, kožuhovino, medom in voskom pa slovenski trgovci. Uvažali so tudi različne obrtne izdelke, zlasti pa južno sadje in kolonialno blago. Administrativne sprostitve trgovin so povečale potrebe po faktorjih ( trgovski zastopniki), naraščati je začela tudi špedicija, ki je bila do Jožefa II. Brez omejitev. K razmahu žitne trgovine in špedicije je prispevala osvoboditev Ogrske in Hrvaške ter povečane možnosti za trgovine z žitom. Leta 1801 je bilo v Ljubljani okrog 20 žitnih trgovcev, 1848- 37, 1856 zaradi zgraditve železnice16.

Proti sredini 18.st. je postal izvoz moke donosnejši od žita. Nekateri so z njim trgovali s čezmorskimi deželami ( Brazilija).

V obdobju Ilirskih provinc so bili nekateri deli trgovin prizadeti. Leta 1812 je bilo v Ljubljani sežganih 3862m različnih vrst angleškega tekstila, kolonialno blago je bilo zaplenjeno, še vedno pa je uspevala prodaja žita iz Ogrske in Hrvaške. Do 1811, ko je Anglija izgubila nadzor v Jadranskem morju, je napredovala špedicija blaga iz Turčije in Levanta proti Italiji in Franciji. Trgovski cehi so bili odpravljeni. V času Ilirskih provinc so se v Ljubljani znova naselili judovski trgovci. Po odhodu Francozov je trgovina spet napredovala. Najpomembnejša je bila trgovska dejavnost na Reki in v Trstu, kjer so imeli največji slovenski trgovci svoje hiše ( N.J. in F. Kalister, J. Group). Trgovci s podeželja so se preseljevali v glavna deželna mesta. Čeprav so se nekateri specializirali (žito, volna), je bilo samo s trgovino na velike razdalje težko obogateti. Nekateri so spretno izrabili v začetku donosno trgovino z deželnimi pridelki (F. Terpinc, Franc Souvan).

Trgovske posle je bilo treba dopolnjevati s špedicijo, faktorji, posojanjem denarja, bančnimi in mehaničnimi posli, menjavo denarja, zastopstvom, zakupi trošarin, prevzemi velikih gradbenih del. Slovenski trgovci so v okviru Avstrije izvažali železarske, rudarske, lesnoindustrijske in papirniške, usnjarske ter živinorejske proizvode. Uvažali so predvsem tekstil, petrolej, bencin in špecerijsko blago iz kolonialnih dežel.

Uspešno je bilo mogoče trgovati znotraj dežel (agrarna slovenska Štajerska je prodajala živino, žito, meso, mleko in vino v industrijsko in rudarsko zgornjo Štajersko) ali med deželami (Trst in Goriška sta poleg lastnega vina potrebovala veliko kmetijskih pridelkov in živine).

Trgovci na drobno so smeli trgovati le zb l vrsto blaga, kar pa ni bilo mogoče v 18. in 19. st. se je zato oblikovalo več skupin: trgovci z manufakturnim blagom (sukno in krojno blago), s špecerijo in materialnim blagom (semena, korenje, zelišča, smola, kemični izdelki, materialne snovi, soli, maščobe) ter z galanterijskim blagom. Razmeroma samostojna skupina so bili kramarji, popolnoma pa krošnjarji (🡪 Krošnjarstvo). Delitve dela ni nihče spoštoval, zato so bili med posameznimi skupinami nenehni spori. V trgovinah so posegli še obrtniki (z izdelki in surovinami), mesarji, gostilničarji in prevozniki, ki so na črno prodajali špecerijsko blago iz Trsta in z Reke (olje, ribe, riž, rozine, kava, sladkor).



3. VRSTE TRGOVINSKIH ORGANIZACIJ

Trgovske organizacije, tj. trgovske družbe in trgovce posameznike razvrščamo v skupine po različnih kriterijah. Najpogosteje jih delimo na :

🡪 trgovce, ki trgujejo pretežno na domačem trgu (**notranjetrgovinske** organizacije)

🡪 trgovce, ki trgujejo pretežno na tujih trgih (**zunanjetrgovinske** organizacije)

**izvozne**

**uvozne**

**Uvozno-izvozne**

**Zunanjetrgovinske organizacije**

**Na drobno in debelo**

**Na debelo**

**Na drobno**

**Notranjetrgovinske organizacije**

**Vrste trgovskih organizacij**

**4. TEMELJNI PREDPISI O TRGOVINI**

Trgovsko dejavnost in poslovanje trgovskih organizacij urejajo povsod po svetu s posebnimi predpisi.

V Sloveniji je bil leta 1993 sprejet zakon o trgovini, ki določa pogoje za opravljanje trgovske dejavnosti ter oblike in načine trgovanja.

Trgovina pomeni po zakonu trgovanje na domačem trgu in s tujino. Trgovina obsega nakupovanje blaga, nadaljnjo prodajo in opravljanje trgovskih storitev.

S trgovino se lahko ukvarja trgovec, tj. posameznik ali trgovska družba, in sicer svobodno in na način, ki ne povzroča škode potrošnikom in ne omejuje konkurence.

Za opravljanje trgovske dejavnosti mora trgovec izpolniti minimalne pogoje :

1. Minimalne tehnične pogoje glede prostorov, opreme in naprav;
2. Minimalne sanitarno-zdravstvene pogoje, če posluje z blagom, ki je pomembno za zdravje ljudi;
3. Pogoje o minimalni izobrazbi oseb, ki opravljajo trgovsko dejavnost. Za poklic prodajalca je potreben triletni izobraževalni program.

4.1. MINIMALNI TEHNIČNI POGOJI GLEDE PROSTOROV, OPREMI IN NAPRAV

Poslovni prostori, oprema in naprave, v katerih poteka trgovanje na debelo in na drobno, morajo ustrezati načinu trgovanja in lastnostim blaga.

4.1.1. Poslovni prostori, v katerih se trguje na drobno i na debelo, so :

* Prodajalna
* Premični prodajni objekti, npr. premična stojnica, premična prodajalna na prevoznem sredstvu, prodajni avtomat za pijače itd.;
* Skladišče, v katerem poteka trgovanje na debelo;
* Tržnica;
* Prostor za odkup kmetijskih pridelkov (🡪 npr, zadružna prodajalna).

4.1.2. **PRODAJALNA**

Prodajalna je poslovni prostor v zgradbi, v katerem se trguje na drobno z vsemi vrstami blaga.

Prodajalna ima prodajni prostor in pomožne prostore. V prodajnem prostoru poteka trgovanje, v njem je na policah razstavljeno blago, ki ga izbirajo in kupujejo potrošniki.

Pomožno prostori so pa skladišče za shranjevanje blaga in embalaže, upravni in sanitarni prostori. Posebej je treba urediti tudi zunanjost in notranjost prodajalne.

Pri vhodu naj bo na vidnem mestu napis z navedbo firme in morebitnim imenom oz. številko prodajalne. Na vidnem mestu naj bo tudi urnik obratovalnega časa prodajalne.

Prodajalec mora v prodajalni nositi priponko z navedbo njegovega imena in priimka ter funkcije (npr. učenec, prodajalec, poslovodja…).

Prostor med prodajalno in vstop v prodajalno morata biti varna, neovirana in razsvetljena. Prostore prodajalne je treba ustrezno razsvetljevati, prezračevati in (pozimi) ogrevati, oziroma ohlajevati (poleti).

Če je prodajni prostor v več etažah, naj bodo le –te med seboj povezane tako, da sta zagotovljeni varno gibanje zaposlenih in kupcev ter ravnanje z blagom.

Prodajni prostor naj bo visok najmanj 2,40 m in velik vsaj 6m2 .

Razporeditev opreme v prodajalni naj zagotavlja varno gibanje zaposlenih in kupcev ter ravnanje z blagom. Prodajalne, ki prodajajo oblačila, imajo kabine za pomerjanje z ogledali, prodajalne obutve pa sedeže in ogledala.

Prodajalna ima glede na vrsto blaga, ki ga prodaja, ustrezne naprave za merjenje, tehtanje in preizkušanje blaga.

Za spremljanje prodaje in dokazila o plačilu so za prodajane obvezne registrske blagajne, ki izdajajo paragonske bloke oziroma druga dokazila kupcu, da je kupljeno blago plačal.

4.1.3. PREMIČNI PRODAJNI OBJEKT

Med premične prodajne objekte za prodajo blaga zunaj prodajaln prištevamo : premične stojnice, potujoče prodajalne, prodajne avtomate.

Tudi za premično prodajalno morajo biti izpolnjene naslednje zahteve : označba firme na njej, varen prostor med premično prodajalno, ustrezna osvetljenost, prezračevanje in ogrevanje notranjosti, prilagojena oprema načinu prodaje, zagotavljanje varnega gibanja kupcem, ustrezne naprave za merjenje, tehtanje in preizkušanje blaga. Premična prodajalna ima svojo registrsko blagajno.

4.1.4. SKLADIŠČE ZA TRGOVANJE Z BLAGOM NA DEBELO

Skladišče za trgovanje z blagom na debelo je namenjeno prodaji in skladiščenju blaga. Poleg skladiščenja prostora je še ustrezen pisarniški in sanitarni prostor.

Za trgovanje z živili na debelo naj ima skladišče še primeren prostor za prebiranje in embaliranje blaga ter prostore za dozorevanje in hlajenje sadja.



Med minimalne tehnične pogoje za skladišče za trgovanje z blagom na debelo prištevamo : neoviran in varen dostop do skladišča, napis z navedbo firme ter morebitnim imenom skladišča, napis z navedbo firme ter morebitnim imenom skladišča, ustrezno osvetlitev, prezračevanje in po potrebi tudi ogrevanje – in ne nazadnje : vsi zaposleni morajo nositi priponke z imenom in priimkom ter funkcijo.

Skladišče mora imeti glede na vrsto blaga, ki je skladiščeno za prodajo na debelo, ustrezno opremo in naprave za prevoz, nakladanje, razkladanje (🡪 viličarji, palete), hranjenje, merjenje, tehtanje in preizkušanje.

Po vrsti poslovnega prostora so skladišča za trgovanje z blagom na debelo lahko prodajna skladišča (🡪 zaprta, pokrita ali odprta), silosi, hladilnice ipd.

4.1.5. TRŽNICA

Tržnica je posebej organiziran in urejen prostor, na katerem poteka predvsem trgovanje s kmetijskimi pridelki, pa tudi z različnimi galanterijskimi izdelki, izdelki domače obrti itd.

Vse živila živalskega izvora se morajo prodajati v zaprtem tržnem prostoru. Pri tem je treba izpolniti tudi nekatere sanitarno-zdravstvene zahteve.

Na tržnici poteka trgovanje na prodajnih mestih, kot so stojnice in prodajne klopi.

Za trgovanje z blagom na tržnici morajo biti izpolnjeni minimalni tehnični pogoji, med katere prištevamo :

1. Varen, neoviran in razsvetljen dostop na tržnico
2. Ureditev tržnega prostora, ki zagotavlja varno gibanje kupcev in prodajalcev ter varno ravnanje z blagom;
3. Na vidnem mestu izobešena tržni red in urnik obratovalnega časa (ta je praviloma različen v poletnem in zimskem času);
4. Poseben prostor za odlaganje odpadkov, zavarovan pred vremenskimi vplivi in dostop do tekoče vode;
5. Kmetovalci, ki prodajajo na tržnici, morajo imeti za prodajo svojih pridelkov potrdilo o lastni proizvodnji, ki ga izda pristojni občinski upravni organ in velja eno leto.

Posebna oblika tržnice je VELETRŽNICA , ki je posebej organiziran in urejen poslovni prostor, na katerem trgujejo na debelo v izvirnih embalažnih enotah (zaboji, palete, kontejnerji-zabojniki).

Na veletržnici lahko trgujejo s kmetijskimi pridelki in drugimi živili rastlinskega in živalskega izvora.

Veletržnica ima prostor za razsvetljevanje, prodajo in skladiščenje kmetijskih pridelkov in drugega živilskega blaga, pisarniške in sanitarne prostore, merilne naprave in mostno tehtnico z nosilnostjo najmanj 20 ton (za tehtanje pošiljk na tovornjakih).



5. prodaja od vrat do vrat

Prodaja od vrat do vrat (akviziterstvo) je neposredna prodaja na drobno s prehodno privolitvijo kupca na njegovem domu.

Prodajo od vrat do vrat opravlja izvajalec prodaje, ki je zaposlen pri trgovcu oz. proizvajalcu ali pa je pooblaščen zastopnik.

Pogoji po katerih se opravlja prodaja od vrat do vrat, morajo zagotavljati varnost kupca. Zato se mora izvajalec prodaje izkazati :

* z dokumentom o identiteti, s katerim se izvajalec prodaje predstavi kupcu
* jasno, točno in nedvoumno mora predstaviti izdelek, njegove lastnosti in ceno;
* skleniti mora pogodbo o nakupu, ki vsebuje natančne podatke o firmi prodajalca, ime in priimek izvajalca, vrsto, količino in ceno izdelka, plačilne pogoje, rok dobave, pravico do reklamacije, garancijo ter informacije o roku, v katerem lahko kupec odstopi od pogodbe.

Od vrat do vrat je dovoljeno prodajati samo naslednje vrste blaga: knjige, male gospodinjske aparate, izdelke iz keramike, posodo, sanitarne in kozmetične izdelke, izdelke domače in umetne obrti.

Prodajalci časopisov na javnih mestih (kolporterji) morajo nositi ustrezna oblačila v živih barvah z napisi časopisov, ki jih prodajajo.

5.1. PRODAJA S PRODAJNIMI AVTOMATI

Prodaja s prodajnimi avtomati lahko poteka le na mestih, ki jih določi pristojni občinski organ. S prodajnimi avtomati se lahko prodajajo naslednje vrste blaga : cigarete, žvečilni gumiji, sadni sokovi, filmi, slaščice v originalni embalaži.

Igralni avtomati ne sodijo v to skupino prodajnih avtomatov, ampak so predmet iger na srečo.

* 1. POTUJOČA PRODAJALNA

Potujoča prodajalna je v prodajalno prirejeno vozilo, ki omogoča trgovanje z blagom na drobno. V potujoči prodajalni se lahko prevažajo in prodajajo živilski in neživilski izdelki, če so smiselno izpolnjeni minimalni tehnični pogoji, ki veljajo za prodajalne.

1. OBRATOVALNI ČAS PRODAJALN

Trgovska organizacija določi **urnik obratovalnega časa** prodajalne samostojno in skladno s svojimi poslovnimi interesi, potrebami porabnikov in značilnostmi območja.

Prodajalne so med tednom (od ponedeljka do petka) lahko odprte med 7. in 20. uro, v soboto, pa med 7. in 13. uro

Prodajalne lahko obratujejo tudi zunaj okvirnega obratovalnega časa (ponoči, v soboto popoldne, ob nedeljah in praznikih), in sicer kot dežurne prodajalne.

Pred večjimi prazniki (npr. v decembru) se trgovci dogovorijo o posebnem podaljšanem obratovalnem času, ki ga potrdi pristojni občinski upravni organ. Le-ta potrdi trgovcu trgovcu prijavljen obratovalni čas ob odprtju prodajalne in vse naknadne spremembe.

6.1. MINIMALNA STOPNJA IZOBRAZBE

Prodajalec mora uspešno opraviti najmanj triletni izobraževalni program **trgovec.**

Za prodajalca se šteje oseba, ki neposredno prodaja blago v prodajalni.

Trgovski poslovodja operativno vodi prodajalno s strokovnim urejanjem poslovnih postopkov v nabavi, pri skladiščenju, pripravi in prodaji blaga. Zato mora uspešno nadaljevati izobraževalni program za trgovskega poslovodjo oz. **druge ustrezne štiriletne izobraževalne programe**.

1. POSLOVANJE IN ORGANIZIRANOST TRGOVSKIH DRUŽB

Trgovino (***TRGOVINSKO DEJAVNOST***) izvajajo trgovci posamezniki in trgovske družbe.

**POSLOVANJE TRGOVSKIH DRUŽB**

Trgovina na drobno je gospodarska dejavnost, ki omogoča nemoteno preskrbo prebivalstva. Gospodinjstva ali posamezniki potrebujejo številne izdelke, pogosto tudi zelo male količine, ki jih ne bo mogli kupiti neposredno pri prodajalcu. Za prodajo posameznim porabnikom in gospodinjstvom v manjših, njihovim potrebam prilagojenih količinah je organizirana trgovina na drobno. Gospodinjstvom in posameznim porabnikom, ki izdelke dejansko fizično porabijo in uničijo, ter s tem zadovoljijo svoje potrebe, pravimo končni porabniki (pogosto) tudi POTROŠNIKI.

Večina proizvajalcev ne more sama prodajati svojih izdelkov končnim porabnikom v lastni drobnoprodajni mreži (v filialah, industrijskih prodajalnah, od vrat do vrat ipd.), saj bi s takšnim načinom prodaje nastali za proizvajalce previsoki stroški. To bi tudi povzročilo višjo prodajno ceno, kot so prodajne cene v trgovini, ki prodaja te izdelke.

Zato potrebujejo proizvajalci in porabniki storitve trgovine, tj. njeno posredovane izdelkov in izvajanje funkcij (količinska, kakovostna, svetovalno-informativna, kreditna), da bi bili izdelki, kot pravimo, na razpolago vsakemu kupcu :

* Na »pravem« kraju
* Ob »pravem« času
* V »pravi« količini
* V ustrezni kakovosti in,
* Po primerni ceni.

Zato trgovcem pravimo tudi »DETAJLISTI«

1. dejavniki poslovanja- Delovna sila 🡪(zaposleni)🡨

Trgovska družba potrebuje sodelavce na štirih področjih :

* Pri prodaji
* Pri nabavi
* Pri vodenju
* Pri pomožnih dejavnostih

Približno 2/3 vseh zaposlenih dela v prodaji ; izjema je samopostrežna prodaja, pri kateri potrebujemo pretežno delavce za pomožne dejavnosti, npr. za dopolnjevanje blaga na police, etiketiranje, označevanje s cenami, čiščenje, blagajniško poslovanje ipd.

**8.1. Problemi delovne sile v trgovini na drobno :**

Najpogostejši problemi z zaposlenimi nastanejo zaradi dveh razlogov :

**a.) Neenakomerna obremenitev**

Dnevni obisk kupcev v prodajalni zelo niha (prodajna konica je npr. dopoldne med 10. in 12. uro ), popoldne pa med 16. in 18. uro. Da bi se izognili nezadovoljstvu kupcev zaradi slabe postrežbe, bi morali v času prodajnih konic zaposliti dodatne prodajalce ali prerazporediti že zaposlene. Le ti takšne prerazporeditve zaradi izgube časa odklanjano in zato prihaja med vodstvom in zaposlenimi pogosto do nesporazumov in sporov.

**b.) Neugodni delovni čas**

V trgovini na drobno se je v preteklih desetletjih izjemno uveljavil t.i. nonstop odpiralni čas (najpogosteje od 8. – 20 ure.). Povečano število detaljistov in hiter porast prodajaln že zmanjšujeta obseg prodaje na prodajalno, kar zahteva gospodarnejše ravnanje z nonstop odpiralnim časom. Številni detaljisti prehajajo od nonstop odpiralnega časa na deljen odpiralni čas (dopoldne in popoldne), kar je za zaposlene še manj ugodno kot sedanji delovni čas v dveh izmenah.

Kljub naraščajoči brezposelnosti bo deljen delovni čas povzročal težave pri pridobivanju kvalificiranih prodajalcev za delo v prodajalnah. Rešitev je tudi v ustanavljanju manjših družinskih podjetij, kjer bodo v prodajalni delali vsi člani družine.

**9. ZNAČILNOSTI PRODAJE V TRGOVINI NA DROBNO**

Največji problemi pri prodaji lahko nastanejo zaradi precejšnjih nihanj, ki so bodisi sezonska (npr. pomlad hitro preide v poletje ) ali kratkotrajna (tedenska ali celo dnevna).

Sezonska nihanja so posledica stalnih sprememb povpraševanja porabnikov med letom (npr. različni prazniki, zlasti v decembru, sezonske prodaje- odvisno od letnih časov itd.).

Kratkotrajna tedenska ali dnevna nihanja nastajajo zaradi različnih nakupnih navad, plačilnih dni, kolektivnih dopustov v večjih podjetjih itd.

Vsako nihanje prodaje povzroča motenje v poslovanju prodajaln in vpliva na povečanje stroškov, npr. nezadostna obremenitev zaposlenih, ko ni kupcev, preobremenitev prodajalcev v prodajnih konicah v popoldanskem in večernem času, neenakomerna razporeditev zaloge izdelkov itd.

Negativne posledice sezonskih nihanj prodaje poskušajo trgovci omiliti tako, da kombinirajo ponudbo sortimentov v nasprotno prodajno sezono(npr. tudi pozimi ponujajo poletno športno opremo, kopalke ipd…).

Shema 1 :

**PRIPRAVA PRODAJE**

**Vpostavitev stika s kupci**

**DOGOVOR O PRODAJI**

**IZVEDBA PRODAJE**

**Priprava izdelkov, embaliranje in pakiranje, označevanje s cenami, zlaganje na prodajne police.**

**Prikazovanje blaga, prodajni razgovor, pojasnila, informacije, ponujanje dodatnih izdelkov.**

**Kupec se odloči za nakup, kar nedvoumno potrdi prodajalcu. S tem je sklenjen posel.**

**Pisanje računa, izpolnjevanje garancijskega lista, plačilo pri blagajni, zavijanje oz. embaliranje.**

1. 1 Kataloška prodaja

Trgovske družbe, ki prodajajo s pomočjo katalogov in razpošiljajo naročeno blago po pošti, so posebne organizacijske oblike trgovine na drobno.

Glede na vrsto izdelkov, ki jih prodajajo, jih delimo na dve skupini :

* + **Splošne trgovske hiše s pošiljkami**

Te trgovske družbe poslujejo s širokim sortimentom, pogosto z več kot sto tisoč vrst različnih artiklov skoraj trgovskih strok.

* + **Specializirane trgovske hiše s pošiljkami**

Te trgovske družbe so se specializirale za kataloško prodajo ene blagovne skupine ali nekaj blagovnih skupin.

9.2 . PREDNOSTI KATALOŠKE PRODAJE ZA TGOVCA

Najpomembnejše prednosti za trgovca so :

* Lokacija ni odvisna od kupcev, zato lahko trgovec izbere cenejšo lokacijo za svoje poslovne prostore.
* Trgovska hiša s pošiljkami ne potrebuje visoko strokovnih prodajalcev, saj nima neposrednih stikov s kupci.
* Trgovska hiša s pošiljkami ne potrebuje prodajnih površin, ampak le skladišča, v katerih ima pripravljene izdelke za oblikovanje pošiljk.
* Kataloška prodaja poteka vse leto in nima velikih nihanj, razen ob izidu novega kataloga ali ob večjih praznikih (npr. decembrski prazniki)
* Tudi če trgovec nima naročenega izdelka trenutno na zalogi, ga lahko naroči pri proizvajalcu in šele nato pošlje kupcu. Kupec, ki je naročil blago po katalogu, ve, da ga bo prejel po pošti šele čez nekaj časa.

9.3 . POMANJKLJIVOSTI KATALOŠKE PRODAJE ZA TRGOVCA

Med največje pomanjkljivosti kataloške prodaje sodijo :

* Trgovec jamči, da bo prevzel vrnjene izdelke v določenem roku (npr. 15 dni- po tem ko je kupec prevzel izdelek). Stroške vračila prevzame trgovec.
* Pri prodaji na potrošniško posojilo tvega trgovec, da nekateri kupci ne bodo plačali prejetih izdelkov.
* Katalog je drag, zlasti če je tiskan v barvah. Tisk in razpošiljanje kataloga povzročata velike stroške. Le malo prejemnikov postane dejansko tudi kupec.

10 .POSLOVANJE IN ORGANIZIRANOST TRGOVSKIH DRUŽB NA DEBELO

Trgovske družbe na debelo ali trgovci posamezniki na debelo ne prodajajo končnim porabnikom, ampak drugim organizacijam :

🡪 trgovcem na drobno

🡪 drugim trgovcem na debelo

🡪 predelovalcem (npr. v industriji, v kmetijstvu in obrti)

🡪 večjim uporabnikom, ki uporabljajo izdelke, za izvajanje splošne dejavnosti (npr. gostilničarji, frizerji, železnica, pošta, šole, zdravstveni domovi, bolnice, vojaške ustanove).

Trgovanje na debelo je vsako trgovanje, pri katerem ni udeležen končni porabnik, tj. posameznik ali gospodinjstvo.

Čeprav govorimo o trgovini na debelo, pa ni nujno, da trgovina na debelo prodaja velike količine. Ta trgovina dobavlja prej navedenim kupcem tolikšne količine, kot jih potrebujejo za svojo dejavnost. Trgovska družba na debelo torej v celoti (ali vsaj pretežno) prodaja drugim organizacijam (podjetjem, ustanovam, zavodom, obrtnikom ipd.). V praksi so količine praviloma večje kot količine, ki jih prodajajo trgovci na drobno svojim kupcem.

Za zaposlovanje trgovcev na debelo je značilno zlasti naslednje:

* Poslujejo na splošno znanih običajih, ki so uveljavljeni v posamezni trgovski stroki na debelo
* Prodajajo na podlagi vzorcev in standardov (tj. natančno določenih značilnosti izdelka)
* Prodajne pogodbe so vnaprej določene glede pravic in obveznosti prodajalca in kupca. Vanjo vpišejo le količino, ceno, rok dobave in rok pačila.

Pri prodaji na debelo sodelujejo tudi različni trgovski posredniki (trgovski zastopniki, komisionarji, itd.).

10.1. FUNKCIJE IN VRSTE TRGOVSKIH DRUŽB NA DEBELO

Trgovske družbe na debelo kupujejo blago zaradi nadaljnje preprodaje. Kupljenih izdelkov ne spreminjajo, lahko pa jih nekoliko predelajo ali dodelajo (npr. sortirajo, prepakirajo v manjše enote, včasih jih pustijo dozoreti- predvsem južno sadje, pražijo surovo kavo itd.

🡪 KOLIČINSKA FUNKCIJA

* Nakup velikih količin pri proizvajalcih ali uvoznikih
* Porazdelitev teh količin na nadaljnje porabnike

PRIMER:

**Trgovec na debelo kupuje jabolka pri številnih kmetih posameznikih, kmetijskih gospodarstvih ali kmetijskih zadrugah. To sadje nato sortira, čisti, skladišči v hladilnici in nato dobavlja trgovcem na drobno po njihovih potrebah in naročilih.**

🡪 KAKOVOSTNA FUNKCIJA

S tem da trgovci na debelo kupljene izdelke prepakirajo, sortirajo, dozorevajo itd., opravljajo kakovostno funkcijo, saj izboljšajo uporabnost izdelkov.

🡪 Časovna funkcija

Trgovci na debelo imajo velike zaloge blaga v svojih skladiščih in s te, premoščajo čas od proizvodnje do nadaljnje prodaje.

🡪 KREDITNA FUNKCIJA

Trgovske družbe na debelo opravljajo tudi kreditno funkcijo, saj plačujejo proizvajalcem kupljene izdelke prej, kot prejmejo plačilo za prodane izdelke od svojih kupcev.

🡪 PROSTORSKA FUNKCIJA

Vse trgovske družbe na debelo izvajajo prostorsko funkcijo, ker razpošiljajo izdelke svojim kupcem na celotnem gospodarskem prostoru v državi.

Trgovina na debelo pa je pomembna tudi v mednarodnem poslovanju. Večino uvoza in izvoza surovin, materialov in izdelkov za končno porabo organizirajo prav trgovske družbe na debelo. Trgovcem na debelo pravimo tudi »**grosisti**«

11. DEJAVNIKI POSLOVANJA V TRGOVSKI DRUŽBI NA DEBELO

**Poslovna sredstva (premoženje)**

**Trgovsko blago**

**Trgovska oprema**

**Lokacija**

**Dejavniki poslovanja trgovskih družb na debelo**

**Delovna sila (zaposleni)**

12. DELITEV GROSISTOV PO NAČINU POSTREŽBE

Po načinu postrežbe kupcev ločimo štiri skupine grosistov :

* Dostavni grosisti
* Postrežni grosisti
* Samopostrežni grososti
* Regalni grosisti

1. DOSTAVNI GROSISTI – Blago odpremi trgovec na debelo s svojimi prevoznimi sredstvi ali po špediciji do kupca . Stroške dobave plača praviloma grosist, zato pravimo, da je blago franko kupec.
2. POSTREŽNI GROSIST – Blago prevzame kupec pri trgovcu in ga tudi sam odpelje. Stroške prevoza plača praviloma kupec, zato pravimo da kupuje blago franko dobavitelj. Tak način nakupa je značilen zlasti za manjše detaljiste in obrtnike, ki kupujejo sproti, kadar nastane potreba. Številni lokalni in regionalni kupci na debelo so hkrati dostavni in postrežni grosisti. Postrežni grosisti so pri manjših nabavah, dostavni grosisti pa za večje pošiljke, pri katerih je odprema do kupcev gospodarna.
3. SAMOPOSTREŽNI GROSIST

Kupci nabirajo izdelke na samopostrežni način v skladiščnih regalih trgovca na debelo. Kupljeno blago plačajo z gotovino in ga odpeljejo z lastnimi prevoznimi sredstvi. Zato pravimo tem trgovcem na debelo »cash- and -carry« grosisti.

**13. VODENJE IN NOTRANJA ORGANIZIRANOST TRGOVSKIH DRUŽB**

**Vsako gospodarsko organizacijo (gospodarsko družbo ali podjetje posameznika) upravlja njen lastnik. Upravljanje pomeni, da lastnik odloča o tem, kako bo gospodarska organizacija poslovala, kdo bo vodil, kako bo razdeljen dobiček ali se bo povezovala z drugimi organizacijami, se z njimi združila in kdaj bo nehala poslovati.**

**Lastnik torej odloča o najpomembnejših sestavinah »življenja« gospodarske organizacije, saj je praviloma njen ustanovitelj.**

**Lastnik gospodarske organizacije je lahko :**

* Posameznik , ki ustanovi organizacijo.
* Več posameznikov, ki so solastniki.

Da bi lahko gospodarska organizacija poslovala, mora lastnik vložiti denarna sredstva za nabavo strojev, naprav, zgradb, nakup materiala, plače delavcem itd..

Lastnik si vedno prizadeva, da bi čim prej dobil povrnjena vložena denarna sredstva iz doseženega dobička.

Zato upravlja gospodarsko organizacijo tako, da bo poslovno uspešna.

Za lastnike gospodarskih organizacij je značilno **podjetniško obnašanje,**  katerega cilj je doseči čim večji dobiček.

14. VRSTE TRGOVINSKIH ORGANIZACIJ

Poleg trgovine na drobno in debelo, ki opravljata temeljne naloge pri posredovanju od proizvajalcev do porabnikov, poznamo še dodatne storitve posredovanja, ki jih opravljajo posebne specializirane organizacije:

a.) Posredniške storitve

b.) Zastopniške (agencijske) storitve

c.) Komisijske storitve

d.) Špediterske in prevozne storitve

e.) Storitve sejmov in gospodarskih razstav

f. ) Storitve javnih skladišč

g. ) Blagovne borze

14.1. Posredniške storitve

Posredniške storitve opravljajo posredniške organizacije oz. posredniki posamezniki (pravimo jim tudi **mešetarji**), ki navezujejo stike med prodajalci in kupci zaradi sklenitve prodajnega posla oz. prodajne pogodbe. Posrednik torej le vzpostavlja stike med prodajalci in kupci.

Za svoje posredovanje dobi provizijo in povrnjene stroške, ki so nastali pri navezovanju stikov. Kdo bo plačal stroške in provizijo, se dogovorita prodajalec in kupec. Pogosto si jih delita, ker posrednik dela praktično za oba, saj jih poveže zaradi sklenitve posla.

14.2 Zastopniške (agencijske) storitve

Zastopniške storitve opravljajo samostojne zastopniške organizacije oz. zastopniki posamezniki (pravimo jim tudi agencije oz. agenti). Posameznik posluje v imenu in za račun naročnika, ki določi, za kakšen posel ga bo zastopal.

Zastopniške organizacije pogosto zastopajo inozemske firme. Njihove izdelke imajo na **konsignaciji** (najpogosteje različne tehnične izdelke in njihove rezervne dele, npr. TV in radijske aparate itd.). Ko zastopnik proda izdelek iz konsignacijskega skladišča, mora obračunati tudi carino in prometni davek.

Izdelki , ki so v skladišču zastopnika, so last domače ali tuje firme, ki jo zastopnik zastopa. Če zastopnik v določenem času ne more prodati, jih vrne naročniku.

Za svoje delo dobi zastopnik dogovorjeno provizijo od naročnika. Z njo pokriva svoje stroške in dobiček. Provizija znaša okrog 5 % vrednosti izdelkov, ki jih je zastopnik uspel kupiti ali prodati.

Trgovski potnik podjetja je zaposlen pri podjetju in zato ni njegov zastopnik.

14.3. Komisijske storitve

Komisijske storitve opravlja trgovski posrednik, ki mu pravimo komisionar.

Komisionar prodaja za naročnika tako, da kupec ve, za koga opravlja ta posel oz. čigavo je blago, ki ga je kupil. Komisijske posle opravljajo komisijske organizacije ali komisionarji posamezniki.

Izdelki, ki jih prevzame komisionar v komisijsko prodajo, so do prodaje last naročnika. Če komisionar v določenem času izdelkov ne proda, jih vrne firmi, ki je naročila komisijsko prodajo. Od vrednosti prodanih izdelkov dobi komisionar- podobno kot zastopnik-dogovorjeno provizijo, s katero pokriva svoje stroške in dobiček. Komisionar lahko zahteva tudi pokritje izjemnih dodatnih stroškov.

***Proizvajalec***

***Komisionar***

**KUPEC**

Blago

Plačilo

Blago

Plačilo

(shema komisijskega posla)

Proizvajalec se najpogosteje odloči za prodajo prek zastopnikov in komisionarjev, če ne pozna dobro posameznih trgov ali bi bilo neposredno prodajanje zanj predrago.

Glavna razlika med zastopnikom in komisijskim načinom posredovanja blaga je v tem, da pri zastopanju kupec ve, koga zastopnik zastopa in čigave izdelke kupuje, pri komisiji pa tega ne ve. Komisijsko posredovanje blaga je najpogostejše pri manj znanih proizvajalcih, ki težje sami prodrejo na trg, zato si pomagajo s komisijsko prodajo.

14.4. Komisijske in prevozne storitve

Špediterske in prevozne storitve opravljajo :

1. **špediterske organizacije in samostojni špediterji posamezniki**, ki organizirajo odpravo in dostavo blaga od prodajalcev do kupcev. Pravimo jim tudi na kratko špedicije. Poleg organiziranja prevoza z lastnimi potrebami in javnimi prevoznimi sredstvi opravljajo tudi druge posle za svoje naročnike, npr. carinjenje, sortiranje, embaliranje, tehtanje, skladiščenje, zavarovanje blaga ipd.

Špedicije delimo :

* na **domačo** , ki organizira prevoz v državi,
* na **mednarodno**, ki organizira prevoz v tujo državo ali iz tuje države.

Špediter mora opraviti posle organiziranja prevoza in druge posle, ki jih prevzame za naročnika, skrbno in pravočasno.

Špedicija zaračuna naročniku stroške, ki so nastali z organiziranjem blaga, in provizijo za svoje delo in dobiček. Provizija se računa po splošni tarifi glede na obseg posla in ne v odstotku kot pri zastopnikih oz. komisionarjih.

1. ) **prevozne organizacije in prevozniki posamezniki,** ki prevažajo po naročilu iz kraja v kraj. Šele s prevoz izdelkov vse do končnega porabnika, npr. v prodajalno oz. iz prodajalne kupcu na dom (pralni stroji, pohištvo, preproge, ipd.) se sklene krog proizvodnje in menjave dobrin.

Najpomembnejše prevozne storitve opravljajo **železniške, cestne, ladijske in letalske prevozne organizacije**,ki so praviloma javna podjetja, ker je pretežni del njihovega premoženja v državni lasti. Država je tudi zainteresirana za nemoteno delovanje teh podjetij.

Cestna prevozna podjetja in prevozniki posamezniki prevažajo izdelke po cestah do vsakega kupca, saj so ceste- z razliko od železniških prog in letalskih linij- praktično povsod.

Velja splošno pravilo : prevoz je toliko dražji, kolikor je hitrejši (pravimo mu tudi zlato pravilo prevoza)

Javni prevozniki zaračunajo svojo storitev po odobreni tarifi. Zato je najdražji prevoz z letali, cenejši po cestah, še cenejši po železnici in najcenejši z ladjami.

Kakovost in cena prevoza sta odvisni tudi od razvitosti prometnega omrežja, npr. gostote železniških prog in industrijskih tirov do skladišč proizvodnih in trgovskih organizacij, avtocest in drugih sodobnih cestnih povezav, ipd. Dobra razvitost prometnega omrežja omogoča hitrejši pretok blaga med prodajalci in kupci, nasprotni pa ga slaba razvitost otežuje in povečuje prevozne stroške, zato so tudi prodajne cene višje.

14.5. Storitve sejmov in gospodarskih razstav

SEJMI

Sejme organizirajo posebne sejemske organizacije, ki oddajajo v najem sejemske prostore razstavljavcem. Razstavljavci so proizvajalci in trgovci, kupci pa drugi proizvajalci in trgovci.

Razstavljavci prikažejo na sejmu vzorce izdelkov, cene, kakovost, roke dobave in druge prodajne pogoje. S kupci sklepajo prodajne pogodbe s kasnejšimi roki dobave.

Gospodarski pomen vzorčnih sejmov je predvsem v naslednjem :

* Prikazujejo celotno ponudbo skupin izdelkov, najnovejše dosežke tehnologije in uporabe novih izdelkov;
* Omogočajo osebni stik med prodajalci in kupci. Proizvajalci dajejo kupcem dodatna pojasnila o izdelkih, kupci pa jim posredujejo svoje mnenje o prednostih in pomanjkljivostih izdelkov;
* Opozarjajo proizvajalce in trgovce o prihodnjem razvoju posameznih gospodarskih dejavnosti.



**Splošni sejmi**

**Specializirani sejmi**

**lokalni**

**narodni**

**mednarodni**

**VRSTE SEJMOV**

(shema: vrste sejmov)

* 1. Na splošnih sejmih prikazujejo razstavljavci izdelke različnih blagovnih skupin. Takšnih sejmov se udeležuje veliko število razstavljavcev in obiskovalcev, zato postajajo vse bolj nepregledni in jih postopoma opuščajo.
  2. Specializirani sejmi so namenjeni razstavljanju ene blagovne skupine ali ene gospodarske panoge. Pogosto so specializirani sejmi namenjeni le sklepanju pogodb med razstavljavci in kupci, zato niso odprti za obiskovalce.
  3. Na lokalnih sejmih delujejo razstavljavci in kupci iz ožjega območja (npr. občine in regije).
  4. Na narodnih sejmih razstavljajo prodajalci iz celotne države.
  5. Na mednarodnih sejmih sodelujejo poleg domačih razstavljavcev in kupcev tudi razstavljavci in kupci iz tujine.

Teh podjetniških sejmov ne smemo enačiti s sejmi, ki so namenjeni potrošnikom (npr. novoletni sejem, sejem rabljenih avtomobilov, boljši sejem, na katerem posamezniki prodajajo katerekoli predmete).

Za uporabo sejemskih prostorov zaračunajo sejemske organizacije razstavljavcem najemnino in druge stroške. Precej denarja dobijo tudi od vstopnine, ki jo plačajo obiskovalci, pa tudi od reklamnih panojev in drugih oblik oglaševanja na sejmišču.

14.6 Storitve javnih skladišč

Javna skladišča se ukvarjajo s skladiščenjem blaga za naročnike, ki nimajo lastnih skladišč ali pa so njihova skladišča premajhna za trenutne potrebe. Javna skladišča opravljajo poleg skladiščenja še naslednje storitve : sortiranje izdelkov, nakladanje, razkladanje, prevoz z lastnimi in najetimi prevoznimi sredstvi, zavarovanje pred poškodbami.

Za skladiščenje blaga mora naročnik plačati skladiščnino po tarifi in stroške, ki nastanejo z odpravljanjem drugih storitev.

Javno skladišče prevzema blago v shrambo, dokler razpolaga s prostimi zmogljivosti in če ima ustrezne naprave (npr. hladilnice in zamrzovalnice za meso, sadje, zelenjavo). Javno skladišče ne sme prevzeti v shrambo nevarnih snovi (npr. strupov, eksploziva), če nima ustreznih prostorov in posebnega dovoljenja državnega upravnega organa.

Javno skladišče mora čuvati izdelke pred poškodbami in je dolžno takoj obvestiti naročnika, če grozi nevarnost, da se bo uskladiščeno pokvarilo. Skladiščenje je vedno dogovorjeno za določen čas (dan, teden, mesec).

14.7 Blagovne storitve

Na blagovni borzi prodajajo različne izdelke, ki jih kupujejo proizvajalci in trgovci. Dobava izdelkov je vedno kasneje, kot poteka borzni posel.

15. VODENJE IN NOTRANJA ORGANIZIRANOST TRGOVSKIH DRUŽB

**Upravljanje**

Vsako gospodarsko organizacijo (gospodarsko družbo ali podjetje posameznika) **upravlja njen lastnik.** Upravljanje pomeni, da lastnik odloča o tem, kako bo gospodarske organizacija poslovala, se z njimi združila in kdaj bo nehala poslovati. Lastnik torej odloča o najpomembnejših sestavinah »življenja« gospodarske organizacije, saj je praviloma njen ustanovitelj.

Lastnik gospodarske organizacije je lahko :

* **Posameznik**, ki ustanovi organizacijo,
* Več posameznikov, ki so **solastniki.**

Da bi lahko gospodarska organizacija poslovala, mora lastnik vložiti denarna sredstva za nabavo strojev, naprav, zgradb, nakup materiala, plače delavcem itd.

Lastnik si vedno prizadeva, da bi čimprej dobil povrnjena vložena denarna sredstva iz doseženega **dobička**. Zato upravlja gospodarsko organizacijo tako, da bo **poslovno uspešna**.

Za lastnike gospodarskih organizacij je značilno podjetniško obnašanje, katerega cilj je doseči čim večji dobiček.

**Vodenje**

Manjše gospodarske organizacije vodijo lastniki-posamezniki sami. Sami odločajo o poslovanju in so praviloma tudi zaposleni v svojem podjetju. V večjih gospodarskih organizacijah solastniki pogosto niso zaposleni v organizaciji, zato je tudi ne vodijo.

Za vodenje zaposlijo **vodstvene delavce** (direktor, vodja oddelka, poslovodja), ki za vodenje in sprejemanje odločitev o poslovanju odgovarjajo lastnikom, sami pa imajo pravico, da zahtevajo izpolnjevanje delovnih nalog od zaposlenih delavcev, ki jih vodijo.

Vodenje pomeni, da vodilni delavec (direktor) organizira delo, porazdeli delovne naloge na zaposlene, spremlja njihovo izvajanje in kontrolira dosežene rezultate. S tem prevzame odgovornost za poslovanje gospodarske organizacije.

Lastniki postavijo torej vodstvo gospodarske organizacije, ki ga poleg direktorja sestavljajo praviloma še vodja nabave, vodja prodaje, računovodja, vodja proizvodnje v proizvodnih podjetjih, vodja kadrovske službe…itd.

Vodstveni delavci so v trgovski družbi skupaj odgovorni za uspešno poslovanje, kar dosežejo s skladnim nabavljanjem, skladiščenjem, s predčasnim plačevanjem dobaviteljem in nasprotno izterjavo neplačanih računov (če kupci niso plačali blaga v dogovorjenem roku), z zaposlovanjem strokovno usposobljenih delavcev za opravljanje posameznih vrst trgovskih poslov ipd.

16. ORGANIZACIJSKE ENOTE

V gospodarski organizaciji moramo istovrstna opravila povezati v organizacijsko enoto, ki jim pravimo tudi služba, oddelek ali sektor. V trgovskih družbi so najpomembnejša opravila povezana z gibanjem blaga od proizvajalcev (dobaviteljev) do porabnikov (kupcev).

Najpogosteje uredijo svoje poslovanje v trgovskih družbah po naslednjih oddelkih ali službah:

* Nabavni oddelek
* Skladiščni oddelek
* Prodajni oddelek
* Finančni oddelek
* Računovodski oddelek
* Kadrovski oddelek

1. Nabavni oddelek

Nabavlja potrebno blago pri različnih dobaviteljih. Ta oddelek vodi vodja nabave, v oddelku pa so zaposleni nabavni referenti, administratorji, reševalci reklamacij itd.

b. ) Skladiščni oddelek

Skladišči nabavljeno blago do prodaje. Skladišče vodi vodja skladišča (glavni skladiščnik), poleg njega pa so še zaposleni skladiščniki posameznih trgovskih skupin, skladiščni delavci, šoferji itd.

c. ) Prodajni oddelek

Prodaja blago kupcem. V trgovskih družbah na debelo prodajajo blago komercialisti, trgocski potniki, zastopniki in drugi prodajni referenti. V trgovskih družbah na drobno pa sestavljajo prodajni oddelek vse prodajalne, marketi, blagovnice itd., v katerih prodajajo blago končnim porabnikom. V prodajalnah so zaposleni poslovodja, prodajalci, blagajniki itd.,

d. ) Finančni oddelek

Pridobiva potrebni denar za poslovanje.

e. ) Računovodski oddelek

Knjiži dokumentacijo, ki se nanaša na poslovanje (nabavo, zalogo blaga, prodajo, pritok denarja, plačila dobaviteljem, plače itd.)

f. ) Kadrovski oddelek

Vodi dokumentacijo v zvezi z zaposlenimi delavci in opravlja dejavnosti, ki se nanašajo na pridobivanje strokovnih sodelavcev, usposabljanje, izobraževanje, štipendiranje, pa tudi upokojevanje.

Poleg teh oddelkov so v večjih trgovskih družbah še planski in pravni oddelki ; v njih opravljajo naloge, ki dopolnjujejo nabavo in prodajno dejavnost, hkrati pa zagotavljajo, da temeljna dejavnost nemoteno poteka.

V manjših in osrednje velikih trgovskih družbah povezujejo nabavni, skladiščni in prodajni oddelek v skupni komercialni oddelek, prav tako pa **finančni in računovodski oddelek v finančno-računovodski oddelek**.

**VODSTVO TRGOVSKE DRUŽBE**

**Nabavni oddelek**

**Skladišče**

**Prodajni oddelek**

**Finančni oddelek**

**Računovo dstvo**

**Kadrovski oddelek**

**Komercialni oddelek**

**Finančno –računovodski oddelek**

17. zakljuČek