

GOSPODARSKO POSLOVANJE

1. NAVEDITE IN OPREDELITE (TUDI S FORMULAMI) TEMELJNA EKONOMSKA NAČELA POSLOVANJA

- Produktivnost
- Ekonomičnost
- Rentabilnost
- Likvidnost

Formula za produktivnost in opis

$$\text{Produktivnost v proizvodnem podjetju: } = \frac{Q}{L} = \frac{\text{PRODUKCIJA}}{\text{DELO}}$$

Produktivnost je razmerje med ustvarjenim produktom, doseženo produkcijo in delom, ki ga je bilo potrebno zanjo vložiti.

Dejavniki produktivnosti!

- delavčeva psihična in fizična sposobnost
- raven znanosti in stopnja tehnične uporabnosti
- obseg in učinkovitost produkcijskih sredstev
- naravni pogoji
- ekonomski sistem

Formulo za ekonomičnost in opis

$$\text{Ekonomičnost v proiz. podjetju: } = \frac{Q}{TC} = \frac{\text{VREDNOST PRODUKCIJE}}{\text{STROŠKI (CELOTNI)}}$$

Ekonomičnost je razmerje med vrednostjo produkcije in zanjo potrebnimi stroški. Ti pa so odvisni od količine in cen porabljenih produkcijskih faktorjev.

Formula za rentabilnost in opis

$$\text{Rentabilnost: } \frac{\text{DONOS}}{\text{VLOŽENA SREDSTVA}} \times 100$$

Rentabilnost je razmerje med čistim rezultatom produkcije in zanj potrebno naložbo produkcijskih faktorjev. V tržnem gospodarstvu ni pomembna samo vrednost produkcije, bistveno je, kako proizvedene produkte trg sprejme in kakšen izkupiček zanj podjetje iztrži s prodajo.

Navedi eno formulo za likvidnost

$$\text{LIKVIDNOST 1.ST.} = \frac{\text{GOTOVINA}}{\text{KRATKOROČNE OBV.}} \times 100$$

$$\text{LIKVIDNOST 2.ST. (NA KRATEK ROK)} = \frac{\text{GOTOVINA} + \text{KRATK. TERJATVE}}{\text{KRATKOROČNE OBVEZNOSTI}} \times 100$$

Dinamična likvidnost in formula

Dinamična likvidnost je kazalec, s katerim podjetje ugotavlja ali lahko v določenem obdobju pokriva svoje izdatke s prihodki.

$$\text{DINAMIČNA LIKVIDNOST} = \frac{\text{LIKVIDNA SREDSTVA} + \text{KRATKOROČNI GOTOVINSKI PRIHODKI}}{\text{KRATKOROČNE OBVEZNOSTI} + \text{KRATKOROČNI GOTOVINSKI IZDATKI}} \times 100$$

2. KAKO DELIMO TRGOVINE ?

Naloge in pomen trgovine je v posredovanju blaga od proizvajalca do kupca, v usklajevanju interesov proizvajalcev s potrebami porabnikov, distribucija blaga, preučevanje in zadovoljevanje tržnega povpraševanja.

Vrste trgovin

- **glede na območje;** notranja, zunanja
- **Glede na osnovno nalogo;** odkupna, prodajna
- **Glede na obseg poslovanja;** grosistična, detajlistična
- **Po načinu in tehniki prodaje;** klasična, samopostrežna, blagovna hiša, kioski, bencinske črpalke, diskontna prodajalna..

3. KAJ JE BLAGO IN OPIŠITE KAKŠNO VREDNOST IMA (MENJALNA IN UPORABNA)

Blago je proizvod, ki pride na trg in je namenjen neznanemu kupcu, ter ima menjalno ter uporabno vrednost. **Menjalna vrednost** predstavlja vrednost menjave blaga za denar ali denarja za blago. **Uporabna vrednost** pa predstavlja vrednost, ki jo predstavlja blago, zaradi katere smo ga sploh kupili ali pa ga nameravamo kupiti (tv kupimo, da gledamo poročila, filme..., ne pa za okras).

Razvrščanje blaga

- **PO IZVIRNOSTI**
- **GLEDE NA POVPRASEVANJE**
- **PO HITROSTI PRODAJE**

4. KATERI SO POGOJI ZA OPRAVLJANJE TRGOVINSKE DEJAVNOSTI ?

- Minimalni tehnični in drugi pogoji, ki se nanašajo na prodajne objekte za opravljanje trgovinske dejavnosti in pogoji za prodajo blaga zunaj prodajaln
- Minimalno-sanitarno-zdravstveni pogoji, ki se nanašajo na poslovne prostore, opremo in naprave ter osebe, ki neposredno poslujejo z blagom, pomembnim za zdravje ljudi
- Pogoji o minimalni stopnji izobrazbe oseb, ki neposredno opravljajo trgovinsko dejavnost, glede na zahtevnost posameznih vrst trgovinskih opravil.

5. NAŠTEJTE IN OPIŠITE VRSTE INŠPEKCIJ

TRŽNA INŠPEKCIJA; nadzoruje trgovanje podjetja skladno s predpisi, zato ima pravico pregledati vse poslovne knjige, poslovno dokumentacijo, blago, prodajne in skladiščne prostore. Lahko zasliši odgovorno osebo, o svojih ugotovitvah mora sestaviti zapisnik. Manjše kršitve predpisov kaznuje odgovorno osebo s predpisano mandatno kaznijo. Pri ugotovitvi večjih nepravilnosti, izda odločbo o začasni prepovedi poslovanja in določi rok za njihovo odpravo. Pri hujših kršitvah predpisov mora kršilca prijaviti pristojnemu tožilstvu. Tržna inšpekcija posreduje tudi v primerih nelojalne konkurence in špekulacij.

FINANČNA INŠPEKCIJA; nadzoruje pravilno obračunavanje in poravnavanje obveznosti podjetja, upoštevanje predpisov v plačilnem prometu.

SANITARNA INŠPEKCIJA; nadzoruje sanitarne, higienske in zdravstvene razmere v prodajalnah in skladiščih, opravljanje zdravstvenih pregledov prodajalcev živil, upoštevanje predpisov o higijenskem minimumu, ustreznost skladiščenja in hlajenja živil. Prepoveduje uporabo prostorov, ki ogrožajo zdravje zaposlenih ali povzročajo kvarjenje blaga, dokler podjetje nepravilnosti ne odpravi. Veterinarska inšpekcija nadzoruje trgovanje z mesom, mesnimi in mlečnimi izdelki.

DELOVNA INŠPEKCIJA; nadzoruje uresničevanje pravic delavcev iz delovnega razmerja, ki jih določata zakon in kolektivna pogodba med podjetjem in sindikatom. Ukrepa pri preprečevanju nesreč pri delu, poklicnih boleznih in ob smrtnih primerih.

6. KATERE SO RAZLIKE MED TRGOVSKIM ZASTOPNIKOM IN TRGOVSKIM POTNIKOM?

TRGOVSKI ZASTOPNIK	TRGOVSKI POTNIK
SAMOSTOJNI PODJETNIK	USLUŽBENEC PODJETJA
PODJETNIŠKO TVEGANJE	PODJETNIŠKO NE TVEGA
PLAČILO - PROVIZIJA	PLAČA ALI FIKSEN DEL + PROVIZIJA
PLAČA DAVEK OD DOBIČKA	PLAČA DOHODNINO

7. KATERE SO GLAVNE ZNAČILNOSTI TRGOVINE NA DEBELO ?

Trgovina na debelo kupuje blago pri proizvodnih podjetjih in ga pretežno posreduje trgovskim podjetjem na drobno, drugim trgovcem na debelo, predelovalcem, večjim uporabnikom, ne pa končnim porabnikom.

8. KATERE SO DEJAVNOSTI TRGOVINSKIH PODJETIJ NA DEBELO ?

- Nabava
- Skladiščenje
- Prodaja; blago ponujajo v prodajnem oddelku trgovskega podjetja na debelo, v nabavnem oddelku kupca, z vzorci in katalogi
- Organizacija prevoza blaga do kupčevega sedeža.

9. KATERE SO GLAVNE ZNAČILNOSTI TRGOVINE NA DROBNO IN NJENI DEJAVNIKI POSLOVANJA ?

Trgovina na drobno posreduje blago gospodinjstvom in končnim porabnikom, ki ga sicer ne bi mogli kupiti neposredno pri proizvajalcih. Tudi večina proizvajalcev zaradi previsokih stroškov ne more prodajati blaga porabnikom lastnih industrijskih, trgovskih potnikov ali filial.

Dejavniki trgovskih podjetij na drobno

- **Delovna sila** (zaposleni)
- **Poslovna sredstva (premoženje)**; trgovsko blago in trgovska oprema (prostor, oprema in naprave(police, regali, pulti, tehtnice, blagajne))

10. KAJ VSEBUJE POTREBA PO POSLOVNEM PROSTORU ?

- Prodajni prostor
- Skladiščni prostor
- Manipulacijski prostor (prevzem blaga, izdaja, vzdrževanje)
- Prostor za upravo podjetja
- Prostor za zaposlene
- Parkirišče

11. KATERE SO ZNAČILNOSTI, PREDNOSTI IN POMANJKLJIVOSTI KATALOŠKE

PRODAJE

Značilnosti:

- Kataloška prodaja; splošne trgovske hiše s pošiljkami
- Specializirane trgovske hiše s pošiljkami (prodaja knjig)

Prednosti

- Lokacija trgovske hiše ni odvisna od kupcev
- Visoko strokovni prodajalci niso potrebni
- Prodajne površine ni potrebno aranžirati in dekorirati
- Ni problemov z zalogo blaga in skladiščenjem, direktna dobava od proizvajalca
- Kupci lahko v miru izbirajo in primerjajo cene
- Primerna prodaja na podeželju
- Zagotovljene nespremenjene cene za čas veljavnosti kataloga (do prodaje zalog)

Pomanjkljivosti

- Kupec ne more preizkusiti blaga, dobiti dodatnih informacij
- Tveganje trgovskih hiš pri prodaji na potrošniški kredit, če kupec ne plača zapadlih obrokov

12. KATERE SO GLAVNE NALOGE POSLOVODJE V PRODAJALNI (NAŠTEJ JIH 7)

- Vodi in organizira delo v prodajalni
- Je odgovoren za delavce, prostor, blago
- Poznati mora tržne razmere, spremljati mora gospodarski razvoj
- Vodi posle v zvezi z nabavo in prodajo blaga
- Naroča in kontrolira prevzem blaga
- Poznati mora dobre poslovne običaje, predpise v trgovini, pravila poslovnega dopisovanja
- Izračunava maloprodajne cene
- Skrbi za urejenost prodajalne in pravilno razporeditev sortimenta blaga
- Dobro mora poznati blago in skrbeti za kakovost, za pravilno deklariranje in stalno zadolženost z blagom
- Skrbi za propagando
- Sodeluje pri inventuri
- Uvaja nove vrste blaga in o njih poučuje prodajalce in porabnike
- Poznati mora tržno povpraševanje
- Rešuje reklamacije..

13. KATERE SO NALOGE PRODAJALCA V PRODAJNEM POSTOPKU(NAŠTEJ JIH 7)

- Biti mora strokovno usposobljen

- Je odgovoren za določeno blagovno skupino
- Prevzema blago na svojem delovnem mestu, ga sortira, razmešča, ureja ter pripravlja za prodajo
- Spremlja prodajo posameznega blaga, vodi blagovno kartoteko v prodajalni (pogosto je to v današnjih časih urejeno računalniško)
- Blago prodaja neposrednim porabnikom
- Preučuje želje, navade in potrebe kupcev
- Sprejema in izjemoma rešuje reklamacije, sestavlja reklamacijske zapisnike
- Po potrebi aranžira izložbe in prodajni prostor
- Sodeluje pri inventuri..

14. OPIŠITE MARŽO RABAT IN SKONTO

- **Marža** je tista razlika v ceni, ki jo določi pristojni organ za kritje stroškov poslovanja. Izračunava se v odstotku ali v absolutnem znesku od nabavne cene. **Marža je torej pribitek k nabavni ceni.**
- **Rabat je odbitek od prodajne cene**, ki ga določi pristojni organ.
- **Skonto** je popust na gotovinsko plačilo

15. KAJ SO SKLADIŠČA IN KATERE SO NALOGE SKLADIŠČ?

Skladišče je primerno oblikovan prostor, ki trgovskemu podjetju zagotavlja stalno in zadovoljivo založenost s potrebnim blagom. Skladiščni delavci blago prevzamejo, z notranjimi transportnimi sredstvi prepeljejo na ustrezno lokacijo, sortirajo, nameščajo, varujejo pred kvarom, krajo in drugimi nevarnostmi, vodijo ustrezno evidenco in izdajajo blago.

16. KAJ SO FIZIČNE IN KAJ PRAVNE OSEBE? NAŠTEJTE PRAVNE OSEBE PO SLOVENSKI ZAKONODAJI.

Fizične osebe so vsi ljudje od rojstva do smrti in imajo pravno in poslovno sposobnost.

Pravne osebe so z ustanovitvenim aktom nastali pravni subjekti, ki nastopajo v pravnem prometu in imajo določeno osebo za zastopanje.

Pravne osebe po slovenski zakonodaji so :

- **d.o.o** - družbe z omejeno odgovornostjo, kjer so družbeniki lastniki družbe, jamčijo osebno, ampak le z zneskom, ki so ga vložili v družbo,
- **d.n.o** - družbe z neomejeno odgovornostjo, kjer družbeniki jamčijo za obveznosti družbe tudi s svojim osebnim premoženjem,
- **d.d.** - delniške družbe, ki zberejo sredstva z vplačili sorazmerno majhnih zneskov velikega števila delničarjev.
- **k.d.** – komanditna družba
- banke, zavarovalnice, skladi, verske skupnosti....

17. KAJ JE KUPO-PRODAJNA POGODBA, KAJ VSE MORA VSEBOVATI ČE GRE ZA NAKUP NEPREMIČNIN?

Kupoprodajna pogodba je dvostranski, zavezujoči pravni posel. Nastane na podlagi sporazuma (soglasne izjave volj) med ponudnikom (prodajalcem) in povpraševalcem (kupcem) o blagu in ceni.

Če gre za nakup nepremičnine (stanovanja) mora kupoprodajna pogodba vsebovati najmanj:

- **Točni podatki prodajalca** (ime in priimek, naslov, davčno številko, EMŠO)
- **Točni podatki kupca** (ime in priimek, naslov, davčno številko, EMŠO)
- **Datum** (datum sklenitve kupoprodajne pogodbe)
- **Predmet pogodbe** (kaj se kupuje: navedba vseh delov stanovanja, skupni in pomožni prostori, pripadajoči funkcionalni prostori in površine)
- **Opremljenost** (kakšno opremo kupimo s stanovanjem)
- **Cena** (polna cena, po kakšnem tečaju se obračunava kupnina)
- **Dinamika plačil** (navede se koliko delov plačil bo in v katerih datumih mora kupec plačati posamezen del kupnine, plačilo **are-** ki je hkrati prvi del kupnine.)
- **Dodatni člen** (če kupec ne plača vseh obveznosti do navedenega datuma, mu tečejo zakonite zamudne obresti)

18. KAJ JE DENAR, KATERE FUNKCIJE IMA IN KATERE OBLIKE DENARJA POZNAMO?

Denar je najbolj likvidno sredstvo. Ima naslednje funkcije:

- **Denar kot plačilno sredstvo**
- **Denar kot menjalno sredstvo**
- **Denar kot hranilec vrednosti**
- **Denar kot zaklad**
- **Denar kot svetovni denar**

Poznamo naslednje oblike denarja:

- **Kovanci**
- **Bankovci**
- **Knjižni denar**

19. KATERE SO BISTVENE RAZLIKE MED TRŽENJEM IN PRODAJO ?

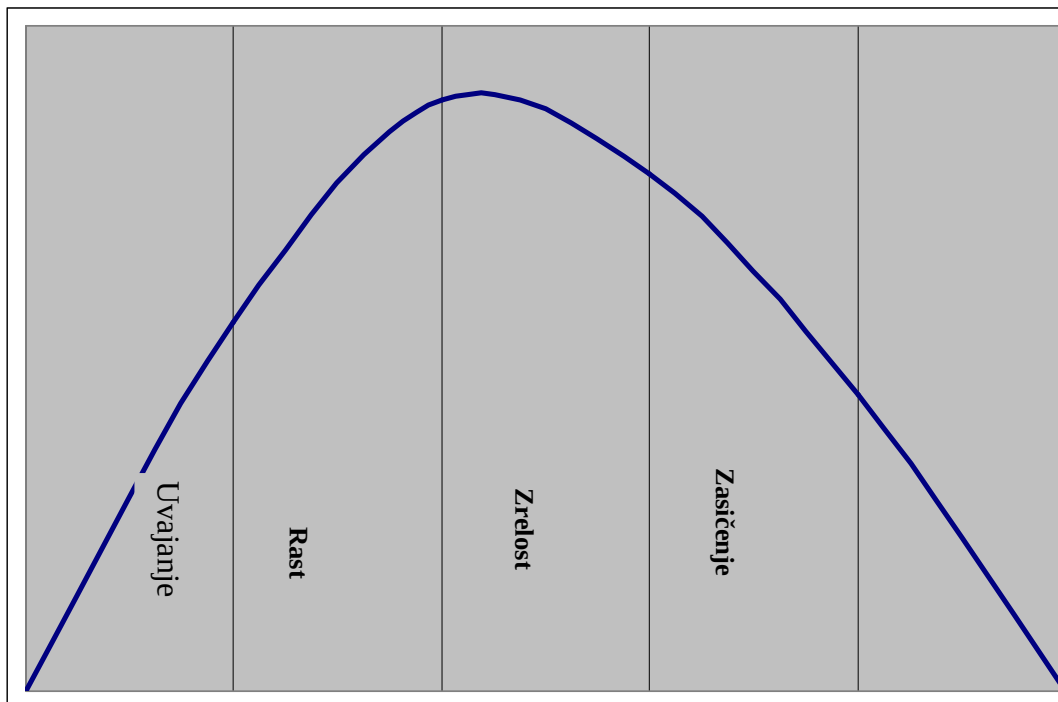
TRŽENJE	PRODAJA
Poudarek je na kupcu	poudarek je na izdelku
podjetje najprej ugotovi želje kupcev in šele nato izdelava in ponudi izdelek	podjetje najprej napravi izdelek in šele nato razmišlja, kako naj ga proda
Poslovodstvo je usmerjeno k dobičku zadovoljnih kupcev	poslovodstvo je usmerjeno k dobičku od obsega prodaje
planiranje je dolgoročno, v ospredju so novi izdelki, jutrišnji trgi, rast prodaje v prihodnosti	planiranje je kratkoročno, v ospredju so obstoječi izdelki in trgi

20. NAŠTEJTE DEJAVNIKE TRŽENJA IN NARIŠITE ŽIVLJENSKI CIKLUS IZDELKA

Pri raziskavi trga je pomemben trženjski splet oziroma dejavniki trženja:

- **politika izdelkov in sortimenta;** nanaša se na program izdelkov oziroma sortiment, na sestavo posameznega izdelka in dodatne storitve, kot so servis, montaža, garancija
- **politika prodajnih cen;** z njo oblikujemo prodajne cene in pogoje; višina rabatov, dobavni in plačilni pogoji
- **distribucijska politika;** nanaša se na organizacijsko obliko prodajanja: lastna prodajna služba, prodaja po trgovskih zastopnikih, prodaja prek trgovin
- **politika komuniciranja;** obsega reklamo, pospeševanje prodaje, stike z javnostjo
- **proces**
- **ljudje**

Življenski cikel izdelka



21. KAJ JE SEGMENTACIJA TRGA? KATERI SO KRITERIJI (NAŠTEJ) SEGMENTIRANJA TRGA? KAJ JE TRŽNI SEGMENT IN KAJ TRŽNA VRZEL?

Segmentacija trga je razčlenitev trga na skupine porabnikov, ki se razlikujejo po potrebah in odzivih na ponudbo. Uspešnost segmentiranja je odvisna od tistih sestavin segmentiranja, ki so merljive, dovolj velike, dostopne, diferencirane in jih je možno oskrbovati.

Kriteriji segmentiranja trga:

- **geografski**; mesto, podeželje, gorski predeli, obmorski kraji, domači trg, trg EU, svetovni trg
- **demografski**; starost, spol, religija, narodnost
- **politični**; država, pokrajina, občina, soseka
- **psihografski**; življenjski slog in motiviranost porabnikov
- **družbenoekonomski**; poklic, izobrazba, dohodek, družbeni sloj
- **vedenjski**; priložnost, koristi, status porabnika, odnos do izdelka

Tržni segment so velike skupine kupcev v okviru določenega trga s podobnimi potrebami.

Tržna vrzel je natančneje opredeljena manjša skupina ljudi, ki zahteva ali pričakuje posebno, ožjo korist. Porabniki v vrzeli so pripravljeni plačati več tistemu proizvodnemu podjetju, ki najbolje zadovoljuje njihove potrebe, zato se morajo tržniki v tržni vrzeli specializirati, da bi uspeli. Konkurenti le težko spodrinejo najboljša podjetja v določeni vrzeli.