

Gospodarsko poslovanje, 2. letnik; 2. konferenca – Trgovina na drobno in debelo

### 1. Kaj so trgovska podjetja?

Podjetja, ki kupujejo blago in ga prodajajo naprej, ne da bi ga kakorkoli predelala.

### 2. Kakšne funkcije opravlja trgovsko podjetje?

a. **Prostorska funkcija** – trgovina premesti prostorske razlike med izdelkom in prodajo. Če trgovine ne bi bilo bi si moral vsak proizvajalec urediti svojo prodajno mrežo (smiselno le za velika podjetja) in potrošniki ne bi mogli kupovati blaga iz vsega sveta.

b. **Časovna funkcija** – trgovina premesti časovne razlike med proizvodnjo in prodajo.

\* Izdelava poteka enakomerno, potrebe pa nihajo (otroške igrače, športni artikli)

\* Poraba je enakomerna, proizvodnja pa enkratna v velikih količinah

(konzerviranje sadje in zelenjave)

\* proizvodnja in poraba sta količinsko izenačeni, vendar občasno nastajajo med njima večje razlike, ki jih moramo izravnati, da ne nastanejo motnje na trgu.

c. **Količinska funkcija** – trgovina prevzema velike količine in jih nato posreduje v majhnih količinskih enotah (kupi 100 parov čevljev, nam proda 1 par).

Opravlja tudi zbiralno funkcijo (zbira »naše« steklenice in jih posreduje do proizvajalca)

d. **Kakovostna funkcija** – ne predela ali dodela izdelkov, vendar lahko delno spremeni njihovo kakovost (sestavi pohištvo, sadje v trgovini dozori)

e. **Svetovalna in informacijska funkcija** – obvešča potrošnike o ponudbi in jim zagotavlja pregled nad tržiščem. Prav tako jim svetuje med nakupom.

f. **Kreditna funkcija** – omogoči plačilo na obroke.

### 3. Kakšne vrste trgovskih podjetij poznaš?

a. **Notranjetrgovinska podjetja** – poslujejo (nabavljajo in prodajajo) izključno ali pretežno na domačem trgu.

\* **Trgovci na drobno** – prodajajo blago končnim porabnikom.

\* **Trgovci na debelo** – prodajajo blago drugim podjetjem npr. predelovalcem, ki ga naprej predelujejo v nove izdelke in trgovcem na drobno.

b. **Zunanjetrgovinska podjetja** – poslujejo izključno ali v znatnem obsegu na tujih trgih.

## TRGOVSKO PODJETJE NA DROBNO

### 1. Kaj je trgovina na drobno?

Nujna dejavnost, ki omogoča nemoteno preskrbo.

### 2. Komu trgovska podjetja na drobno prodajajo blago?

Končnim porabnikom npr. gospodinjstvom.

### 3. Naštej dejavnike poslovanja trgovskih podjetij na drobno!

- Delovna sila

- Poslovna sredstva: trgovsko blago; trgovska oprema (prostor, oprema in naprave)

4. Kje trgovsko podjetje na drobno potrebuje delovno silo (zaposlene)?

- pri prodaji (svetovanje in blagajniško poslovanje)

- pri nabavi

- pri vodenju (računovodstvo)

- pri pomožnih opravilih (skladiščenje, čiščenje)

5. Kakšen je problem delovne sile v trgovini na drobno?

- neenakomerna obremenitev

Dnevni obisk kupcev zelo niha. Da bi se izognili nezadovoljstvu bi morali zaposliti prodajalce, ki pa so manj usposobljeni za postrežbo in svetovanje.

- neugoden delovni čas

Non-stop način poslovanja. V prodajalnah, kjer delajo lastniki sami ta problem ni tako velik, saj jih lahko zamenjajo družinski člani.

6. Kako izračunamo produktivnost oz. storilnost zaposlenih?

a.) vrednost prodaje : število prodajalcev = prodaja na prodajalca

b.) vrednost prodaje : število zaposlenih = prodaja na zaposlenega

7. Kaj je najpomembnejša odločitev v trgovini na drobno?

Izbira sortimenta.

8. Kaj poimenujemo kot sortiment?

Celoto vseh izdelkov, ki jo ponuja trgovsko blago.

9. Kako opredeljujemo sortiment trgovskega podjetja?

- vrsta izdelkov

- širina sortimenta

- globina sortimenta

10. Kakšne možnosti ima podjetje pri sestavljanju različnih vrst izdelkov?

- usmerja se na določen material ali določeno vrsto blaga

- usmerja se po potrebah potrošnikov

11. Kakšen je širok sortiment?

Obsega veliko število blagovnih skupin.

12. Kakšen je ozek sortiment?

Obsega manjše število blagovnih skupin.

13. Kakšen je globok sortiment?

Obsega v okviru ene blagovne skupine veliko število artiklov.

14. Kakšen je plitev sortiment?

Vsebuje le nekaj artiklov določene blagovne skupine.

15. Kaj na splošno srečujemo v prodajalnah trgovskih podjetij?

- širok in plitev sortiment (v blagovnicah)

- ozek in globok sortiment (v specializiranih prodajalnah npr. športna obutev)

16. Od česa sta odvisni velikost in ustreznost poslovnega prostora?

- od vrste trgovskega blaga (pohištvo – veliko prostora, ure, nakit – majhen prostor)

- od načina postrežbe (pri samopostrežnem načinu je potreba po prostoru večja kot pri postrežnem načinu, saj zahteva večji pregled nad blagom in dostopnost za kupce)

- od velikosti podjetja

17. Kakšne so vrste poslovnih prostorov v trgovini?

- prodajni prostor

- skladiščni prostor

- manipulacijski (delavniški) prostor

- prostor za upravo podjetja

- prostor za zaposlene

- parkirišče

18. Katera področja zaobsega poslovanje trgovine na drobno?

nabava – skladiščenje – prodaja

? 19. Kakšne so posebnosti skladiščenja v trgovini na drobno?

- blago moramo čimprej prodati

20. Kako dobimo koeficient obračanja zaloge?

letna vrednost prodaje : povprečna zaloga

21. Kako izračunamo čas enega obrata?

360 dni : koeficient obračanja zaloge

22. Kaj pove koeficient obračanja zaloge?

kolikokrat bomo lahko prodali povprečno zalogo.

23. Kaj pove čas enega obrata?

koliko časa je blago povprečno v zalogi, dokler ga ne prodamo.

24. S kakšnimi ukrepi je mogoče vsakodnevno ugotavljati stanje zaloge?

- spreminjanje skladiščnih površin v prodajne površine. V samopostrežnih trgovinah poskušajo skladiščiti čimveč blaga neposredno v prodajnem prostoru, da ga kupci vidijo. Kupci imajo tako večjo možnost izbire. Večja je možnost kraje.

- mehaniziranje gibanje blaga s tekočimi trakovi, viličarji (predvsem prevoz s paletami)

25. Kakšne so posebnosti prodaje v trgovini na drobno?

Periodična nihanja, lahko so dolgoročna (sezonska) ali kratkoročna (mesečna, tedenska, dnevna). Povzročajo nemajhne probleme.

26. Katere odločitve mora sprejeti trgovina na drobno?

O sortimentu, o cenah, o prodajni obliki, o reklamni aktivnosti, o lokaciji.

27. O čem se lahko odloča pri oblikovanju sortimenta?

O globini in širini sortimenta.

28. Kakšne so dodatne storitve v trgovini na drobno?

Pred nakupom npr. svetovanje

Ob nakupu npr. pakiranje, dostava, namestitev, strokovno prikazovanje delovanja

Po nakupu npr. servisiranje

29. Kakšno je lahko svetovanje?

Blago lahko razdelimo na dve skupini:

- na tisto, za katero ni potrebno svetovanje,
- na tisto, ki zahteva svetovanje.

30. Kakšno je lahko pakiranje?