

ORGANIZACIJA TRGOVINE NA MALO

OBLICI TRGOVINE
KLASIFIKACIJA TRGOVINE U RH

LOKALNI TRGOVINSKI SISTEMI

TRGOVINSKI SISTEM GRADA
TRGOVINSKI SISTEM RURALNIH PODRUČJA

- ◉ Trgovina je gospodarska djelatnost u kojoj pojedinci i poduzeća posreduju između proizvođača i potrošača kao kupci i prodavaoci roba i usluga te kao organizatori tržišta.
- ◉ Bit trgovine - posredovanje
- ◉ Cilj trgovine - prodaja robe
- ◉ Objekt trgovine - roba
- ◉ Sustavni pristup proučavanja podrazumijeva proučavanje veza i odnosa u trgovini.
- ◉ Veze:
 - Horizontalne
 - Vertikalne

- ◎ Mehanizam odvijanja trgovine:
 - Stvaranje trgovačkih dobara
 - Organizacija trgovinskih veza
 - Elementarna veza
 - Veza s posrednikom
 - Stvaranje sistema uporišta
 - Kretanje kapitala

OBLICI TRGOVINE

- ◉ **Distributivna trgovina** jest skup svih oblika trgovačkih aktivnosti, od nabave robe od proizvođača do isporuke te robe krajnjem potrošaču.
 - Trgovina na veliko za svoj račun,
 - Posredovanje u trgovini na veliko,
 - Trgovina na malo
 - Popravak motornih vozila i motocikla te predmeta za osobnu uporabu i kućanstvo.

- ◉ **Trgovina na veliko** je djelatnost kupnje i preprodaje robe industrijskim, trgovačkim i profesionalnim korisnicima i ustanovama te drugim poslovnim subjektima koji se bave trgovinom na veliko ili na malo.

- ◉ **Trgovina na malo** je prodaja robe krajnjim potrošačima, tj. stanovništvu za osobnu uporabu ili uporabu u kućanstvu.

- ◎ **Oblici trgovine na malo:**
 - prodaja u prodavaonicama
 - ostali oblici trgovine

- ◎ **Prodavaonica** je prodajna prostorija u kojoj se obavlja trgovina na malo.
 - prodavaonice koje nude pretežno prehrambene proizvode
 - prodavaonice koje nude pretežno ne-prehrambene proizvode

- ◎ **Prodaja izvan prodavaonica ili ostali oblici prodaje** su svi oblici prodaje koji nisu vezani uz stacionarni tip prodaje u prodavaonici.

◎ **Vrste prodavaonica s pretežno prehrambenim asortimanom:**

- Mini market (“Mini-market”, “superette”)
- Supermarket (“Supermarket”)
- Hipermarket („Hipermarket“)
- Diskontna prodavaonica (“Discount store”)
- Prodavaonica susjedstva (“Convenience store”)

◎ Mini market (“Mini-market”, “superette”)

- Samoposlužna prodavaonica u kojoj se nude prehrambeni proizvodi.
- Površina od 100 do 400 m²



◎ Supermarket (“Supermarket”)

- Samoposlužna prodavaonica u kojoj se nude uglavnom prehrambeni proizvodi i u manjem opsegu i neprehrambeni proizvodi.
- Površine od 200 do 2500 m².
- Veliki supermarketi - prodajne površine od 2000 do 2500 m².

○ Hipermarket („Hipermarket“)

- samoposlužna prodavaonica površine veće od 2500 m²
- široki asortiman prehrambenih i neprehrambenih proizvoda
- osiguran parkirališni prostor





- ◉ Diskontna prodavaonica (“Discount store”)
 - prodavaonice koje nude ograničeni asortiman proizvoda
 - veliki koeficijent obrtaja i niže cijene
 - Niska razina usluga

- ◎ Prodavaonica susjedstva (“Convenience store”)
 - nude uglavnom prehrambene proizvode
 - namijenjene kupcima koji stanuju u blizini prodavaonice
 - prodajna površina je mala ili srednje velika.



◎ **Vrste prodavaonica s pretežno neprehrambenim asortimanom:**

- Robna kuća (“Department store”)
- Prodavaonica mješovite robe (“Variety store”)
- Specijalizirana prodavaonica (“Specialised trade”)
- Trgovački centar (“Shopping centre”, ”mall”)

◎ Robna kuća (“Department store”) -

- prodavaonica s velikom prodajnom površinom na više etaža.
- nudi vrlo široki i relativno duboki asortiman proizvoda



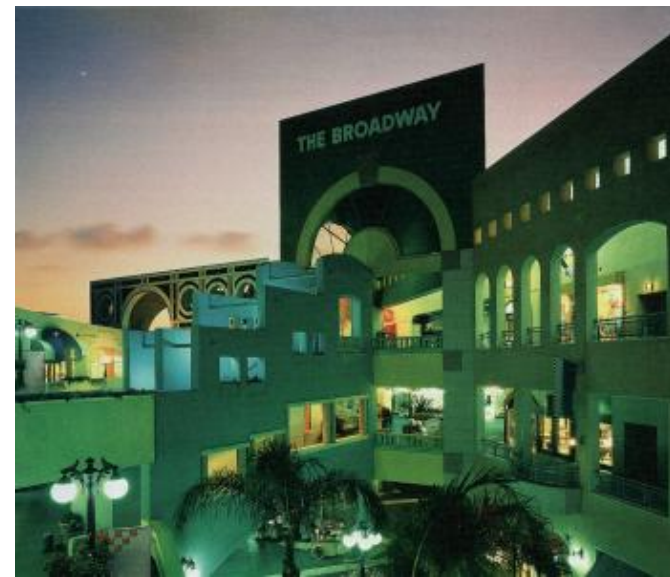


- Prodavaonica mješovite robe (“Variety store”)
 - samoposlužna prodavaonica
 - širok ali i ne previše duboki asortiman proizvoda svakodnevne potrošnje (“every day consumer goods”)
 - niske cijene, smanjena razina usluga.

- Specijalizirana prodavaonica (“Specialised trade”)
 - samoposlužna prodavaonica nudi jednu ili manje grupa proizvoda.
 - specijalizirane prodavaonice s velikom prodajnom površinom (“Large-area specialist”) s prodajnom površinom od 2500 i više m² .



- Trgovački centar (“Shopping centre”, ”mall”)
 - arhitektonski jedinstveni skup prodavaonica i ostalih uslužnih objekata koji je planiran i građen kao jedinstvena cjelina i kojim se upravlja kao jedinstvenom cjelinom.
 - Postojanje parkirališnog prostora ovisi o mogućnostima parkiranja oko centra.
 - Djelatnost i veličina prodavaonica u trgovačkom centru prilagođeni su broju potrošača na određenom prostoru ili ciljanom potrošačkom segmentu.



◎ **Ostali oblici prodaje:**

- Cash & carry prodaja
- Prodaja putem pošte i prodaja na daljinu (“Mail-order”, “distance selling”)
- Prodaja na klupama, od vrata do vrata prodaja, prodaja putem automata (“trading through fixed market stands and/or stalls”, “Itinerant trading”, “Vending machines”).

◎ Cash & carry prodaja

- prodavaonica u kojoj se roba nudi iz veleprodajnog skladišta na bazi samoposluživanja (prehrambeni proizvodi) ili uzoraka (pretežito neprehrambeni proizvodi).
- Kupci (trgovci na malo, obrtnici, institucionalni kupci) plaćaju odmah nakon kupnje i odvoze robu s vlastitim prijevozom.



- ◉ Prodaja putem pošte i prodaja na daljinu (“Mail-order”, “distance selling”)
 - Roba se nudi putem kataloga, prospekata, reklamiranjem (tisak, radio, televizija) ili putem trgovačkih predstavnika.
 - Naručena roba se šalje kupcu poštom ili nekom drugom metodom.

- ◉ Prodaja na klupama, od vrata do vrata prodaja, prodaja putem automata (“trading through fixed market stands and/or stalls”, “Itinerant trading”, “Vending machines”).

KLASIFIKACIJA TRGOVINE U RH

- ◉ Europski statistički sustav
- ◉ Nacionalna klasifikacija djelatnosti (sektor G 52 - Trgovina na malo)

- ◉ **Kriteriji za izradu tipologije su:**
 - Asortiman proizvoda
 - Metoda prodaje
 - Površina prodajnog prostora
 - Raspoloživost parkirališta
 - Razina usluga i cijena

Europski statistički sustav		Hrvatska klasifikacija	
Mini-market	<ul style="list-style-type: none"> - samoposluga - prehrambeni proizvodi - površina 100-400 m² 	Klasična prodavaonica	<ul style="list-style-type: none"> - ograničeni asortiman proizvoda - roba za kratkoročne potrebe (dnevne potrebe) - površina veća od 12 m² - prodaju vrši prodavač
		Mini Market	<ul style="list-style-type: none"> - prehrambeni proizvodi - kruh, mlijeko, svježe voće i povrće, pića - površina veća od 30 m² - samoposluživanje
Prodavaonica susjedstva	<ul style="list-style-type: none"> - prehrambeni proizvodi - namijenjena lokalnom stanovništvu - površine male do srednje velike 	Supereta	<ul style="list-style-type: none"> - prehrambeni proizvodi – kruh, mlijeko, meso, voće, povrće, pića - neprehrambeni proizvodi – kućne potrepštine - površine veće od 120 m² - samoposluga a na pojedinim odjelima klasična prodaja

○ Prodavaonice na benzinskim postajama

- tip nespecijalizirane prodavaonice pretežno hranom, pićem i duhanskim proizvodima.
- ponuda različitih prehrambeni i neprehrambenih proizvoda.
- Nalaze se na prostoru benzinskih postaja.



- ◎ **Tvorničke prodavaonice prehrambenim proizvodima**
 - tip specijalizirane prodavaonice prehrambenim proizvodima.
 - Oblik direktne prodaje proizvođača prehrambenim proizvodima po nižim cijenama.

- ◎ **Tvornička prodavaonica neprehrambenim proizvodima**
 - tip specijalizirane prodavaonice neprehrambenim proizvodima.
 - Oblik direktne vlastite prodaje proizvođača po nižim cijenama.
 - Najčešće se prodaje roba iz prošle sezone, roba s greškom te izvansezonski artikli.

○ Ljekarna

- tip specijalizirane prodavaonice neprehrambenim proizvodima u kojoj se obavlja prodaja lijekova i medicinskih proizvoda sukladno Zakonu o lijekovima.



◎ **Specijalizirane robne kuće**

- tip specijalizirane prodavaonice neprehrambenim proizvodima u kojima se na više etaža nude proizvodi više robnih grupa, no ne nude se prehrambeni proizvodi.
- Npr. robne kuće odjeće, tekstila...

◎ **Univerzalne robne kuće**

- tip nespecijalizirane prodavaonice pretežno neprehrambenim proizvodima.
- Pod jednim krovom se nudi široki i relativno duboki asortiman proizvoda koji obuhvaća i prehrambene i neprehrambene proizvode.
- Površine veće od 1000 m².

◎ Kiosk

- prodajno mjesto koje je posebno projektiran montažni i mobilni objekt.
- Proizvodi se prodaju kroz odgovarajući otvor na kiosku bez ulaska kupca u prodajni prostor.
- Površine veće od 3 m².



◎ Tržnica

- otvoreni ili zatvoreni posebno uređeni, opremljeni o organizirani poslovno-prodajni prostor sa pratećom infrastrukturom.
- Robu čine ponajprije poljoprivredno-prehrambeni proizvodi.
- Tržnicom upravlja trgovačko društvo koje iznajmljuje prodajno mjesto (klupe, štandovi, rashladne vitrine, ostala prodajna mjesta)



LOKALNI TRGOVINSKI SISTEMI

- TRGOVINSKI SISTEM GRADA**
- TRGOVINSKI SISTEM RURALNIH
PODRUČJA**

GRAD KAO TRGOVINSKI CENTAR

- ◉ Trgovina - bazna (gradotvorna) funkcija
- ◉ "gradovi su kćeri trgovine"

- ◉ utjecaj trgovine na razvoj gradova:
 - antičko razdoblje - jedna od važnih funkcija grada
 - srednjovjekovno razdoblje - glavni agens urbanizacije (nastanak novih gradova, podgrađa)
 - kolonijalno razdoblje - prekomorska trgovina - u prvi plan došli gradovi na obali
 - suvremeno razdoblje - širenje grada u okolicu

⊙ Istraživanje trgovine u gradu - 3 elementa:

1. funkcionalna usmjerenost
2. opremljenost i brojnost trgovačkih objekata
3. gravitacijsko područje (zaleđe)

⊙ Hijerarhijski niz gradova po značenju trgovine

lokalni (trgovišta) - subregionalni - regionalni - nacionalne
metropole - svjetske metropole

LOKACIJA TRGOVINE U GRADU

- ⊙ pitanje faktora lokacije i zakonitosti izbora
- ⊙ polazi se od funkcije \Rightarrow pitanje **frekvencije** korisnika (kupaca) \rightarrow najvažnije pitanje za lokaciju
- ⊙ povoljna lokacija
 - teorije lokacije - Christaller
- ⊙ Iz analiza proizašli glavni faktori koji utječu na trgovinu:
 1. ponuda robe
 2. "ponuda ljudi"

⊙ Intenzitet razvoja trgovine na malo - gl. faktori:

1) dostupnost

- fizička udaljenost, vremenska udaljenost, tzv. "dostupnost ugodnosti"

2) financijski faktor (cijena robe)

3) atraktivnost - privlačnost

- položaja
- prodajnog prostora
- asortimana
- ostalo

TRGOVINA NA MALO

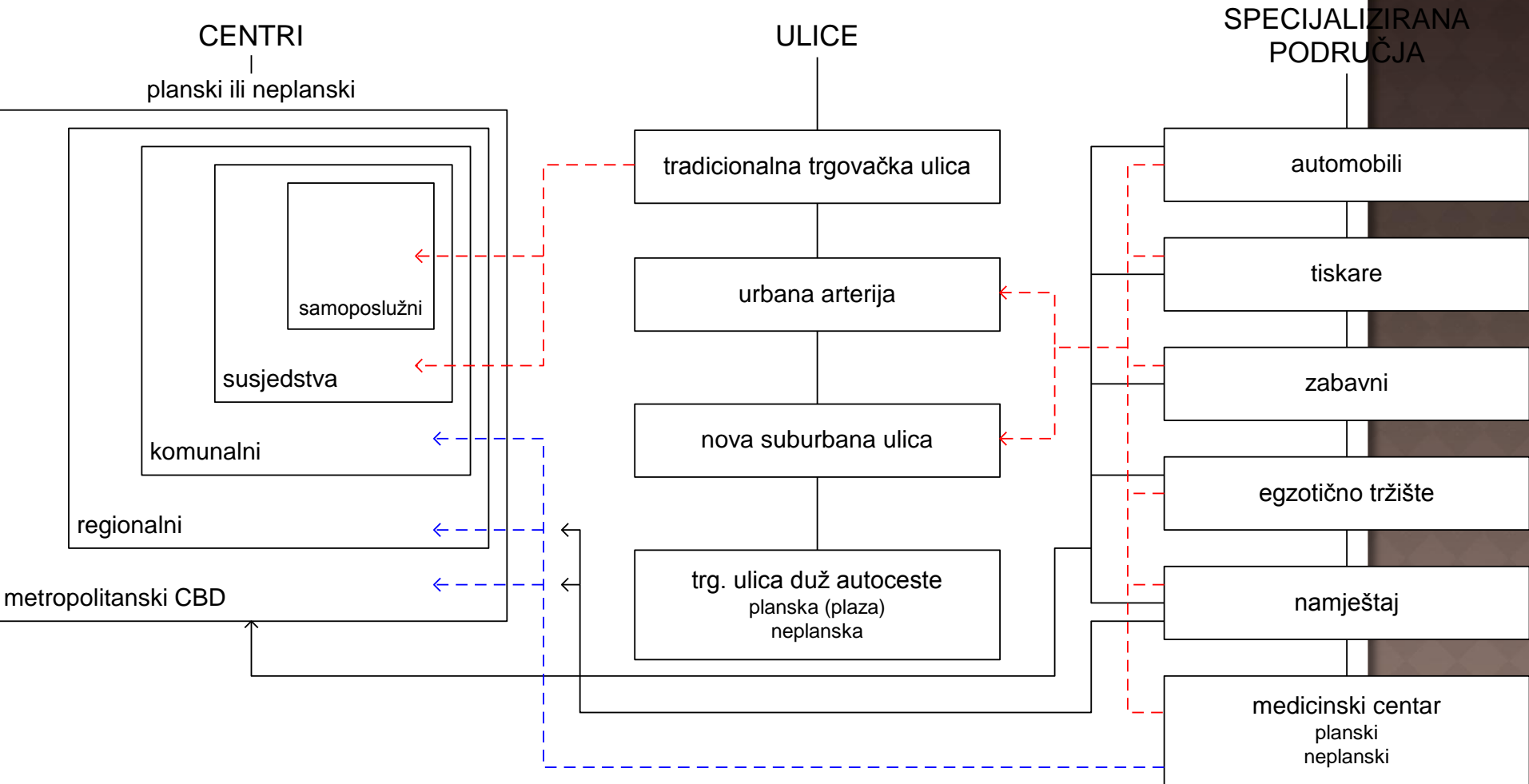
- snažno razvijena u gradovima

TRGOVAČKE ZONE I NJIHOVA PODJELA

▶ prema tipu: (Brian Berry)

1. trgovinski centri
2. trgovinske ulice
3. specijalizirana trgovinska područja

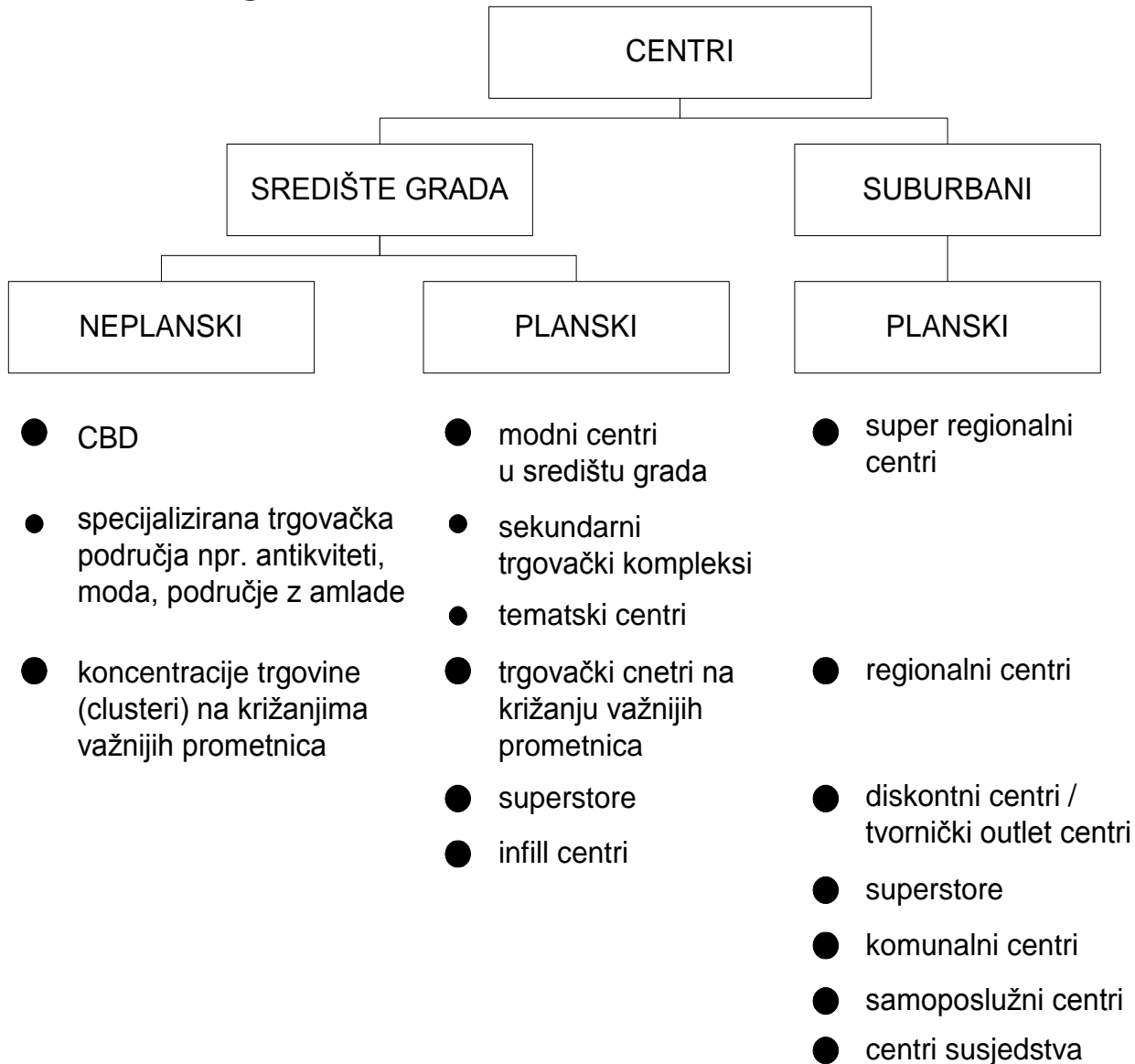
svaki tip ima svoje lokacijske zahtjeve ali za sva tri presudna je **dostupnost**



► prema položaju

1. središnja poslovna zona (CBD)
2. trgovinske zone u pojedinim četvrtima
3. trgovinske zone na rubovima grada
4. trgovinske zone između gradova

Tipologija urbanog sistema K. Jonesa



● imaju specijalizirano tržište

● tržište prema prostornom obuhvatu

TRGOVINA NA VELIKO

- ◉ Ima drugačiju funkciju od trgovine na malo

- ◉ Tipovi lokacija:
 1. u centru
 2. u pojedinim četvrtima
 3. oko CBD-a
 4. rubovi grada

TRGOVINA U RURALNIM PODRUČJIMA

- ⊙ faktori razvoja trgovine u ruralnim područjima:
 - deagrarnizacija
 - porast standarda
 - suburbanizacija
- ⊙ Drugačije karakteristike - drugačiji opći uvjeti za razvoj trgovine
 - Manja gustoća naseljenosti
 - Manja kupovna moć
- ⊙ Trgovine mješovitom robom
- ⊙ Specijalizirane trgovine

- ◉ Trgovine manjih površina
- ◉ Trgovine s manjim robnim asortimanom
- ◉ Uglavnom roba za kratkoročne potrebe

- ◉ U pojedinim društvima očuvani tradicionalni oblici trgovine - sajmovi

“DOMAĆA ZADAĆA”

- Pronaći članak na temu problema organizacije trgovine u gradu ili u ruralnom području.
- Objasniti probleme i moguće posljedice na razvoj trgovinskog sustava.