

E-gospodarsko poslovanje

1.

ŠOLSKO LETO 2005/2006
prof.: Nina ČESNIK

Tadej ROPRET 2006

1.POTREBE, DOBRINE IN GOSPODARSTVO

1.1 POTREBE

Potrebe so občutki pomanjkanja po nečem. Delimo jih na:

- potrebe življenjskega pomena (hrana, obleka, pijača...),
- luksuzne potrebe (avto, bazen...) in niso nujne za preživetje.

Potrebe delimo tudi na:

- potrebe posameznika (potreba po svojem kolesu, sobi...)
- družbene potrebe (potrebe po bolnicah, cestah, šolah, trgovinah...)

ločimo tudi:

- potrebe, ki jih z dobrinami lahko zadovoljimo,
- potrebe, ki jih z dobrinami ne moremo zadovoljiti.

1.2 DOBRINE

Dobrine so različni izdelki, polizdelki, storitve, ki zadovoljujejo človekove potrebe:

- gospodarske dobrine, ki so omejene in so predmet gospodarjenja (kruh, mleko, avto...),
- neomejene ali negospodarske dobrine, so naravne dobrine (zrak, voda, kisik...),
- materialne dobrine (obutev, obleka...), in
- nematerialne dobrine (storitve bank, poš, zdravnikov...).
- dobrine končne porabe (avto za osebno uporabo) in
- dobrine investicijske porabe (avto taksista s katerim opravlja svojo dejavnost in prinaša dobiček).

1.3 GOSPODARSTVO

Gospodarstvo ali ekonomija je celota vseh smotrnih dejavnosti za načrtno pridobivanje dobrin, ki zadovoljujejo naše potrebe.

1.3.1 GOSPODARSKE DEJAVNOSTI

1.3.1.1 Primarne gospodarske dejavnosti:

se ukvarjajo s pridobivanjem in črpanjem surovin iz narave (rudarstvo, kmetijstvo...)

1.3.1.2 Sekundarne gospodarske dejavnosti:

se ukvarjajo s predelavo surovin v pol ali končne izdelke (lesna i., tekstilna i. ...)

1.3.1.3 Terciarne gospodarske dejavnosti:

men katere štejemo razne storitve: trgovina, turizem, gostinstvo...

Vse te gospodarske dejavnosti se med seboj dopolnjujejo.

1.3.2 NEGOSPODARSKE DEJAVNOSTI

Negospodarske dejavnosti so šolstvo, kultura, znanost, državni organi, socialno varstvo...

Od gospodarskih dejavnosti se razlikujejo, saj njihov namen ni ustvarjati novih dobrin in storitev, ter dobička, pač pa nuditi osnovne pogoje za kvalitetno življenje ljudem, ki se vključujejo v gospodarske dejavnosti.

Gospodarske in negospodarske dejavnosti so v tesni povezavi, soodvisnosti, saj gospodarske dejavnosti del svojega dobička v obliki davka odvajajo v državni proračun, od koder se oskrbujejo negospodarske dejavnosti.

Le te vračajo gospodarstvu:

-izobraževanje: nudi izobrazbo ljudem, da lažje in kakovostnejše opravljajo različne delovne naloge v gospodarstvu.

-zdravstvo: skrbi za zdravje ljudi in s tem za njihovo delovno sposobnost. Ukrepa pri epidemijah, odpravljanja posledice bolezni in nesreč.

-socialno varstvo: skrbi za ljudi, ki so trenutno brez dela ali nezmožni za delo.

-šport in kultura: tod se ljudje rekreirajo in dvigujejo splošno civilizacijsko rabo.

Torej gre za tesno povezavo in soodvisnost.

1.4 GOSPODARSKI PROCES

Gospodarski proces je neprekinjen tok 4 funkcij: proizvodnje-razdelitve-menjave-potrošnje, ki so medsebojno povezane in predstavljajo neprekinjen krog.

V fazi potrošnje se izdelki porabijo, potrošijo. Rodi se nova potreba po dobrini, ki daje smisel za proizvodnjo.

V fazi proizvodnje se ustvarjajo nove dobrine, tiste, ki jih ljudje potrebujejo. Te dobrine se na trgu prodajo za denar.

V fazi razdelitve se ta denar razdeli med tiste, ki so sodelovali v proizvodnji in tudi tiste, ki direktno niso sodelovali v proizvodnji.

V fazi menjave ljudje menjajo denar za dobrine, ki jih potrebujemo. Te dobrine potrošijo, rodi se nova potreba in s tem smisel za novo proizvodnjo.

2. PODJETJE

Podjetje je gospodarska enota, ki opravlja neko gospodarsko dejavnost, da ustvari dobiček. Ta dejavnost je lahko proizvodnja, trgovska ali storitvena. Zato ločimo:

-proizvodna podjetja: ki se ustvarjajo s proizvodanjem različnih

materialnih dobrin npr. Lesna industrija Jelovica itd.



-trgovska podjetja: ki nabavljajo različne izdelke z namenom, da jih naprej prodajajo svojim kupcem.

npr. Živilska trgovina Mercator itd.



Mercator

-storitvena podjetja: ki opravlja različne storitve, kot so transport,

poštne, bančne, frizerske storitve... npr. poštne storitve itd.



To gospodarsko dejavnost podjetje uporablja s pomočjo zaposlenih in premoženja s katerim razpolaga (prostor in oprema).

Dejavnost podjetja je splet nalog in opravil, ki jih podjetje upravlja, da ustvari dobiček.

2.1 FIRMA

Firma je ime podjetja s katerim podjetje nastopa na trgu, se podpisuje, predstavlja, toži...

Firma podjetja se ob ustanovitvi podjetja vpiše v sodni register firm na sodišču. S firmo se podjetje loči od ostalih sorodnih podjetjih s podobno dejavnostjo. Firma vsebuje:

-ime,

-sedež,

-dejavnost,

-zaščitni znak.

Firma ne sme vsebovati znakov tujih držav, raznih organizacij, mora biti v slovenskem jeziku.

Primer:

Poslovni sistem Mercator d.d. (ime)

Trgovina na debelo in drobno z izdelki široke potrošnje (dejavnost)

Dunajska cesta 107, 1000 Ljubljana (sedež podjetja)



Mercator (Zaščitni znak)

Lokacija je točen naslov, kjer se podjetje nahaja, podjetje ima lahko več lokacij. Sedež je glavna lokacija nekega podjetja. Vsako podjetje ima sedež.

Podjetja razlikujemo glede na:

- dejavnost (trgovska, storitvena, proizvodnja),
- velikost (mala- 3, srednja-30, velika-150, glede na število zaposlenih),
- opremljenost (sodobna ali tradicionalna),
- odjemalci-kupci (podjetja porabniških dobrin, podjetja investicijskih dobrin).

2.2 DEJAVNIKI POSLOVANJA PODJETJA

Da podjetje lahko nemoteno opravlja svojo dejavnost, mora imeti ustrezno delovno silo in ustrezno opremo, ter prostor. Govorimo o dejavniki poslovanja:

- človekova delovna sila,
- premoženje podjetja ali poslovna sredstva, ki se delijo na stalna sredstva (prostor, stroji, oprema) in obratna ali gibljiva sredstva (material, izdelki, denar).

2.2.1 DELOVNA SILA

so zaposleni v podjetju. Od njih je odvisno kako uspešno bo podjetje. Pri tem je pomembna predvsem, njihova:

- strokovna usposobljenost in strokovna izobrazba,
 - izkušnje,
 - nadarjenost,
 - talenti spretnosti,
 - motivacija, ki pomeni voljo in pripravljenost do dela. Ljudi je potrebno motivirati za delo in upoštevati njihove življenjske potrebe.
- Za opravljeno delo zaposleni dobijo plačo.

2.2.3 POSLOVNA SREDSTVA ALI PREMOŽENJE

-STALNA SREDSTVA:

to so tista sredstva ali tisti del premoženja, ki je v podjetju dlje kot eno leto. To so:

*materialna sredstva (zemljišče, stroji, zgradbe)

*nematerialna sredstva (patenti in licence)¹

*finančna sredstva (naložbe v druga podjetja).

-GIBLJIVA SREDSTVA:

ali obratna sredstva, to so tista sredstva, ki so v podjetju manj kot eno leto. To so:

*materialna sredstva: (blago, material)

*finančna sredstva (denar v blagajni in terjatve do kupca)²

³

2.3 OBLIKE TRGOVSKIH ORGANIZACIJ

2.3.1 SAMOSTOJNI PODJETNIK S.P.

Samostojni podjetnik sam ustanovi podjetje in zanj tudi odgovarja. Je sam lastnik, zato mora zbrati ves potreben kapital. Lastnik podjetja odgovarja tudi z lastnim premoženjem in ima popolno svobodo pri poslovanju podjetja.

2.3.2 DRUŽBA Z OMEJENO ODGOVORNOSTJO D.O.O.

Podjetje ustanovi več oseb in vsaka vloži nekaj denarnih sredstev v podjetje. Značilno za d.o.o. Je, da vloženo premoženje ni last družbe, ampak vsakega družbenika. Družbeniki omejeno jamčijo za obveznosti družbe-le do vložnega zneska.

1.družbenik: 20%	} KAPITAL
2.družbenik: 40%	
3.družbenik: 40%	

1 Pomen:Patent- zaščiteno izum; Licenca-dovoljenje za uporabo tega patenta

2 Terjatve do kupca: plačilo od kupca do prodajalca

3 Bilanca stanja: prikazovanje premoženja in vire premoženja; Temeljno načelo: AKTIVA (stalna, obratna sredstva) je vedno enaka PASIVI (lasni in tuji kapital), saj ima vsako premoženje svoj vir premoženja.

AKTIVA-TUJI KAPITAL=LASTEN KAPITAL

2.3.3 DELNIŠKA DRUŽBA D.D.



Za d.d. Je značilno, da je vložen kapital razdeljen na več enakih deležev, ki jim pravimo delnice. Lastnik delnic se imenuje delničar. Kadar družba posluje z dobičkom, del svojega dobička porazdeli po delnicah, da vsaka delnica prinese delničarju dividendo. Delnice so vrednosti papirji, ki se kupujejo in prodajajo na borzi vrednostnih papirjev.

Kadar je povpraševanje po neki delnici veliko, takrat vrednost delnice raste, kadar povpraševanje pada in je večja ponudba, takrat vrednost delnice pade.

2.3.4 ZADRUGA Z OMEJENO ODGOVORNOSTJO Z.O.O.

V zadruga se združujejo pridelovalci kmetijskih izdelkov, za prodajo le teh in za skupno nabavo. Zadružniki prevzemajo omejeno odgovornost za poslovanje zadruga. Lastnina je zadržna, dokler zadruga obstaja.

3. TRGOVINA

Trgovino oz. Trgovsko dejavnost upravlja trgovska družba, tako da:

- nabavlja blago od:*proizvajalca
uvoznika
ali grosista

Nabavlja tiste izdelke, ki jih kupci potrebujejo in po njih povprašujejo.

- nabavljeno blago trgovina skladišči,
- iz nabavljenega blaga oblikuje sortiment⁴,
- ob tem trgovina izdelke etiketira s cenami, prevaža, embalira, prepakira iz večjih količin v manjše, najpomembnejša naloga trgovine je uspešna prodaja.

Od prodaje (in sortimenta) je odvisen uspeh trgovske družbe:

- zato je potrebno spremljati želje in potrebe kupcev,
- nabavljati izdelke, ki ustrezajo tem željam.

TRGOVINA JE VMESNI ČLEN MED DOBAVITELJI IN KUPCI.

3.1 FUNKCIJE TRGOVINE

3.1.1 Količinska funkcija:

Trgovina nabavlja blago od mnogih proizvajalcev in dobaviteljev v velikih količinah in ga prodaja naprej kupcem iz svoje prodajalne v manjših količinah.

3.1.2 Kakovostna funkcija:

Skrbi za izboljšavo kakovosti ali oplemenitenje nekaterih izdelkov. Npr. Banana, ki jih trgovina zori, in poskrbi, da so kupcem na razpolago celo leto.

3.1.3 Kreditna funkcija:

Trgovina, ki prodaja izdelke večje vrednosti, ponudi kupcem možnost potrošniškega kredita ali posojila.

⁴ Pomen: sortiment-to so vsi izdelki na polici

3.1.4 Sortimentalna funkcija:

Pomeni, da trgovina zbere prave izdelke ob pravem času na enem mestu. To so izdelki po katerih kupci povprašujejo in ustrezajo njihovim željam. Sortiment vpliva na uspeh prodaje.

3.1.5 Prostorska funkcija:

Pomeni ponujati izdelke različnega porekla na enem mestu. Trgovina premosti razdaljo med proizvajalci in kupci.

3.1.6 Časovna funkcija:

Pomeni premostitev časa med proizvodnjo in prodajo.

Npr.-kadar je proizvodnja enakomerna skozi vse leto, prodaja pa le nekaj mesecev. (smuči)

-kadar proizvodnja traja npr. Le jeseni, potrošnja pa traja celo leto enakomerno.

Naloga trgovine je, da ponudi vedno ob pravem času prave izdelke.

3.1.7 Zbiralna funkcija:

Trgovina je dolžna spoštovati varstvo okolja in zbirati odpadni material npr. Papir, steklo, plastiko...

3.1.8 Svetovalna funkcija:

Trgovina ima strokovno usposobljene prodajalce, ki svetujejo kupcem o uporabi, prednostih, vzdrževanju blaga in olajšajo nakup ter pospešujejo prodajo.

3.2 VRSTE TRGOVSKIH ORGANIZACIJ

notranje trg. Org. | Zunanje trg. Org.

-detajlist

-grosist

-uvozniki

-izvozniki

3.3 TEMELJNI PREDPISI O TRGOVINI

1. Pravilnik o minimalnih tehničnih pogojih
2. Pravilnik o higijensko sanitarnih pogojih
3. Pravilnik o minimalni stopnji izobrazbe
4. Pravilnik o obratovalnem času prodajalne
5. Pravilnik o vodenju evidence
6. Zakon o DDV
7. Zakon o oblikovanju cen za nekatere vrste izdelkov
8. Predpis o potrošniških posojilih
9. Dobri poslovni običaji
10. Zakon o varstvu potrošnikov
11. Zakon o varstvu konkurence

Zakon o trgovini, ki je bil sprejet leta 1993 določa:
oblike, načine, pogoje TRGOVANJA: nabave, prodaja, storitve

-ne omejuje KONKURENCE (določa zakon o varstvu konkurence)
-ne povzroča škode POTROŠNIKOM (določa zakon o varstvu potrošnikov)

3.3.1 PRAVILNIK O MINIMALNIH TEHNIČNIH POGOJIH

Prodajalna je prostor v zgradbi, ki:

- ima prodajni prostor kjer poteka trgovanje,
- pomožne prostore (skladišče, upravne in sanitarne prostore)
- na vhodu na vidnem mestu so izobešeni:
 - *firma,
 - *obratovalni čas in možnost plačila s karticami (kakšnimi?),
- prodajalci morajo nositi priponko z imenom, priimkom ter funkcijo,
- prostori morajo biti ustrezno osvetljeni, ogrevani ter prezračevani, prodajni prostor mora biti visok vsaj 2,40 m in velik 6 m²,
- prodajalna mora biti ustrezno opremljena glede na njeno prodajno dejavnost (merilne naprave),
- v prodajalni so obvezne blagajne, ki izdajo kupcu dokazilo o nakupu.

3.3.2 PRAVILNIK O HIGIENSKO SANITARNIH POGOJIH

- zavarovanje prodajalne pred glodalci in mrčesom,
 - stene in pod mora biti obložen s keramičnimi ploščicami⁵,
 - stalno prezračevanje in osvetlitev
- garderobne omarice morajo biti dvodelne:
delovna
osebna oblačila,
- zaposleni morajo poskrbeti za osebno higieno, ter čiščenje orodja, ki mora biti iz nerjavečega materiala,
 - zaposleni so redno zdravstveno pregledani in morajo biti ustrezno oblečeni.

3.3.3 PRAVILNIK O MINIMALNI STOPNJI IZOBRAZBE

- PRODAJALEC mora imeti opravljen najmanj triletni izobraževalni program trgovec-prodajalec, in neposredno prodaja blago v prodajalni,
- TRGOVSKI POSLOVODJA vodi prodajalno (nabavlja, skladiščim pripravi in prodaja blago). Uspešno mora dokončati izobraževalni program, ki traja štiri leta.

⁵ Ploščice je treba redno čistiti in razkuževati

⁶ Velja za prodajalne živil živalskega izvora

3.3.4 PRAVILNIK O OBRATOVALNEM ČASU PRODAJALNE⁷

Redni obratovalni čas prodajaln je od ponedeljka do sobote med 7 in 21. uro, obratovalni čas izven tega časa, ter ob nedeljah, praznikih, in dela prostih dni, pa se šteje za dežurni obratovalni čas.

Trgovec je dolžan vsaj 15 dni pred začetkom obratovanja oddati prijavo urnika obratovalnega časa. Oddati ga mora pristojnemu občinskemu organu. Kopijo tega urnika prodajalna hrani zaradi kontrole tržnega inšpektorja.

Prodajalna mora označiti obratovalni čas na vrata prodajalne.

3.3.5 PRAVILNIK O VODENJU EVIDENCE

Evidenca o nakupu in prodaji blaga se vodi za vsako prodajalno posebej. Evidenca je na razpolago pristojnemu inšpekcijskemu organu. Evidenca o blagu mora vsebovati podatke o začetnem stanju blaga, vsaki nabavi, spremembi cen, o vrnitvi blaga, primanjkljajih blaga...

3.3.6 ZAKON O DAVKU NA DODANO VREDNOST DDV⁸

DDV je davek, ki je všteti v prodajno ceno izdelkov in storitev. DDV so dolžna plačevati državi vsa podjetja, ki opravljajo promet blaga in storitev na trgu (nakup in prodaje blaga). Zakon o DDV določa 2 stopnji⁹:

-20% od prodajne cene je osnovna stopnja,

-8,5% od prodajne cene, ki naj bi veljala za nujne življenjske dobrine.

Poznamo vstopni in izstopni ddv. Podjetje je dolžno na koncu določenega časovnega obdobja narediti obračun DDV tako, da odšteje odstopni od izstopnega DDV.

Vstopni DDV je všteti v nabavno ceno izdelka, izstopni pa v prodajno ceno izdelka. DDV pripada državi.

3.3.7 ZAKON O OBLIKOVANJU CEN ZA NEKATERE VRSTE IZDELKOV

Bolj. Ko t je razvito tržno gospodarstvo, manj izdelkov nadzira država.

Cene izdelkov se oblikujejo na trgu na osnovi ponudbe in povpraševanja. Med izdelki, ki jih pri na s nadzira glede oblikovanja cen, država, so:-nafta in naftni derivati,

-odkupna cen pšenice,

Kadar nastanejo pri ponudbi tovrstnih izdelkov motnje, država ukrepa z odloki, kot so zamrznitev cen, najvišje cene, zajamčene cene ipd.

⁷ Zakon se je v letu 2006 večkrat spreminjal PP

⁸ Tudi v tem zakonu naj bi bile spremembe v letu 2006/2007 o davčnih stopnjah PP

⁹ Tudi v tem zakonu naj bi bile spremembe v letu 2006/2007 o davčnih stopnjah PP

3.3.8 PREDPIS O POTROŠNIŠKIH POSOJILIH

Trgovske družbe ponujajo svoje izdelke na potrošniško posojilo, zato, da privabijo kupce. Država določa okvirne pogoje glede odobravanja posojil. Potrošniško posojilo temelji na pogodbi, ki določa:

- plačilno sposobnost posojilojemalca na osnovi povprečne mesečne plače, saj en obrok ne sme presegati 1/3 plače,
- število obrokov posojila,
- velikost enega obroka z obrestmi,
- določi se porok¹⁰,
- za pravilnost podatkov jamčita s svojim podpisom tudi delodajalec posojilojemalca.

3.3.9 DOBRI POSLOVNI OBIČAJI

So splošne navade, ki so se izoblikovale v dolgoletnem sodelovanju med prodajalci in kupci na določenem gospodarskem območju. Poslovni običaji in navade se v Evropi bistveno razlikujejo od poslovnih običajev v Afriki in Aziji, ter podobno.

Ker poslovni partnerji ne poznajo natančno vseh običajev pri poslovanju, jih gospodarske zbornice zbirajo in objavljajo v pisni obliki.¹¹ Takemu zapisu dobrih poslovnih običajev pravimo UZANCE, ki jih delimo na:

- splošne, ki se nanašajo na vse vrste blaga oz. Poslovanjem z njimi,
- posebne, ki se nanašajo na poslovanje le na eno vrsto blaga oz. Poslovanjem z njimi.

3.3.10 ZAKON O VARSTVU POTROŠNIKOV

To je zakon, ki se nanaša na prodajo izdelkov v prodajalni in ščiti potrošnike pred zlorabo trgovcev.

1. S potrošniki mora trgovska družba poslovati v slovenskem jeziku.
2. Cene morajo biti označeni v slovenskih tolarjih (SIT) in evro (€)¹², blago na razprodaji mora biti označeno s ceno pred znižanjem in po znižanju.
3. Rok uporabe mora biti na izdelku vidno označen.
4. Na blagu, ki ga da prodajalna na razprodajo zato, ker mu bo v kratkem potekel rok uporabnosti, je treba posebej označiti rok trajanja.

¹⁰ Pomen-Porok:oseba, ki jamči, da bo posojilojemalec posojilo zares izplačal, v nasprotnem primeru je to dolžan porok.

¹¹ Zapisani tudi v RPS (register predpisov Slovenije)

¹² Od 01.03.2006, sprejem € 01.01.2007

To blago je treba fizično ločiti od redne prodaje drugega blaga.

5. Prodajalna, ki prodaja blago z napako, mora takšno blago fizično ločiti od prodaje brezhibnega blaga in vidno opozoriti, da gre za takšno blago.

6. Trgovska družba mora poslovati v slovenskem jeziku in ga uporabljati v vseh pisanih, ustnih sporočilih, oglasih, in v celotnem imenu firme.

7. Oglaševanje ne sme biti nedostojno (Z žaljivo vsebino).

8. V prodajalni morajo potrošnikom izdati račun in mu omogočiti, da preveri pravilnost zaračunanega zneska, glede kakovosti in količinskega blaga,

9. Trgovina mora zagotoviti, da prodaja blaga in ostale storitve poteka za vse potrošnike pod enakimi pogoji.

10. Blago se mora prodajati v primerni embalaži.

11. Za tehnične izdelke mora proizvajalec dati garancijo in tehnična navodila. Zagotoviti servis za vzdrževanje in popravilo, ter oskrbovanje z nadomestnimi deli.

12. V prodajalni prodajalec izpolni ves garancijski list.

13. Izdelek z napako, mora prodajalna potrošnikom zamenjati t drugim, odpraviti napako ali vrniti kupnino. Za očitno napako v 8 dneh od prodaje, za skrito napako pa v roku 6 mesecev.

3.3.11 ZAKON O VARSTVU KONKURENCE

Z zakonom so prepovedana vsa dejanja, ki omejujejo konkurenco med podjetji pri njihovem nastopanju na trgu ali pomenijo nedovoljeno špekulacijo.

Med dejanja nelojalne konkurence prištevamo:

-podjetje oglašuje ali ponuja izdelke z navajanjem neresničnih podatkov,

-podjetje izkorišča lahkovernost kupcev z uporabo podatkov, ki ustvarjajo zmedo,

-v prodajalni vedo za napake na blagu, a ga ne ločijo od ostalega blaga in ga primerno označi,

-trgovec ve, da je blagovna znamka ponarejena, a jo prodaja kot original in za isto ceno,

-trgovec zavaja z raznimi popusti, nagradami.

NEDOVOLJENE ŠPEKULACIJE pomeni izkoriščanje tržnega položaja, da bi pridobilo premoženjsko korist in oškodovalo druge udeležence na trgu.

3.4 INŠPEKCIJSKI ORGANI

Inšpekcijski organi nadzorujejo poslovanje trgovskih organizacij in kontrolirajo izvajanje predpisov o trgovini, ki smo jih pojasnili v prejšnjih poglavjih. Kontrolirajo tudi dejanja nelojalne konkurence in nedovoljene špekulacije.

3.4.1 TRŽNI INŠPEKTOR

Nadzira vse organizacije, ki se ukvarjajo s trgovino. Ima pravico do pregleda prodajalne in skladišča, pregleda poslovne knjige, dokumente, dobavnice, zasliši poslovodjo in na koncu naredi zapisnik.

Kako tržni inšpektor ukrepa ob nepravilnostih?

- manjše kršitve: denarna kazen-mandatna kazen,
- za večje kršitve: odlok o začasni prepovedi poslovanja in določi rok za odpravo nepravilnosti,
- za hujše kršitve: prijava tožilstvu

Kdaj tržni inšpektor ukrepa?

- ob kršenju predpisa o oblikovanju cen,
- ob kršenju dobrih poslovnih običajev,
- kadar ogoljufa kupce pri kakovosti, teži, izvoru blaga,
- kadar s špekulacijami oškoduje kupce,
- kadar ne upošteva upravičenih reklamacij.

3.4.2 ZDRAVSTVENI INŠPEKTOR

Nadzira zdravstvene, sanitarne, higienske razmere v prodajalni, skladiščih in drugih prostorih.

V okviru zdravstvene inšpekcije deluje samostojno veterinarska inšpekcija.(pregleda mesne izdelke...)

Kdaj zdravstveni inšpektor ukrepa?

- če se ne upošteva predpis o higienem minimumu zaposlenih,
- če hladilne naprave ne delujejo pravilno.

3.4.3 FINANČNI INŠPEKTOR

Nadzira predvsem pravilnost obračuna obveznosti trgovca do države npr. DDV-ja, davka na dobiček, raznih prispevkov.

Če so ugotovljene nepravilnosti, se določi rok za odpravljanje le teh.

3.4.4 DELOVNI INŠPEKTOR

Nadzoruje uresničitev pravic delavcev iz delovnega razmerja. Ukrepa pri prečevanju delovnih nesreč, poklicnih bolezni ali celo ob smrtnih primerih.

LASTNA KONTROLA

Z njo ugotavljamo morebitne napake, in nepravilnosti pri skladiščenju ali prodaji blaga. Ukrepa ob primerih primanjkljaja blaga, poškodbe, kraje.

4. TRGOVSKA DRUŽBA NA DROBNO-detajlist

Trgovska družba na drobno-detajlist zagotovi izdelke ob pravem lasu na enem mestu. Nabavi izdelke po katerih kupci povprašujejo v ustrezni količini.

Detajlist prodaja končnim kupcem, potrošnikom, nabavlja pa od trgovca na debelo-grosista ali dobavitelja, proizvajalca.

4.1 DEJAVNIKI POSLOVANJA V TRGOVINI NA DROBNO

Dejavniki poslovanja v trgovini na drobno so:

4.1.1 Delovna sila:

To so vsi zaposleni v trgovini na drobno. Delijo se na vodje in izvajalce.

4.1.2 Trgovsko blago kot dejavnik poslovanja:

Trgovsko blago, ki ga trgovska družba ponuja na policah imenujemo sortiment. Sortiment mora ustrezati željam in potrebam kupcev, saj bo trgovska družba le tako uspešna pri prodaji.

Pri sestavi sortimenta omenjamo naslednje dimenzije:

1. Širok sortiment pomeni, da ima prodajalna veliko število izdelkov različnih vrst, različne uporabnosti (nakupovalni centri).

2. Ozek sortiment sestavlja manjše število izdelkov različnih vrst npr. Ozko specializirana prodajalna z modnimi oblačili.

3. Globok sortiment pomeni več variant izdelka ene vrste npr. srajce: moške, ženske, majice s kratkimi rokavi, dolgimi...

4. Plitev sortiment pomeni malo različnih variant.

5. Cenovna in kakovostna sestava sortimenta:

Izdelki, ki imajo enako uporabnost, so v prodajalni prostorsko ločeni po kakovosti, blagovni znamki in ceni.

4.1.3 TRGOVSKI PROSTOR IN OPREMA KOT DEJAVNIK POSLOVANJA

Prodajni prostori in oprema ter ostali prostori trgovske družbe morajo ustrezati predpisu o minimalnih tehničnih pogojih. Kako velik bo prostor prodajalne in kakšna bo oprema je odvisno od:

- sortimenta,
- načina postrežbe,
- razpoložljivih denarnih sredstev.

13

4.2 ZNAČILNOSTI POSLOVANJA TRGOVSKIH DRUŽB NA DROBNO

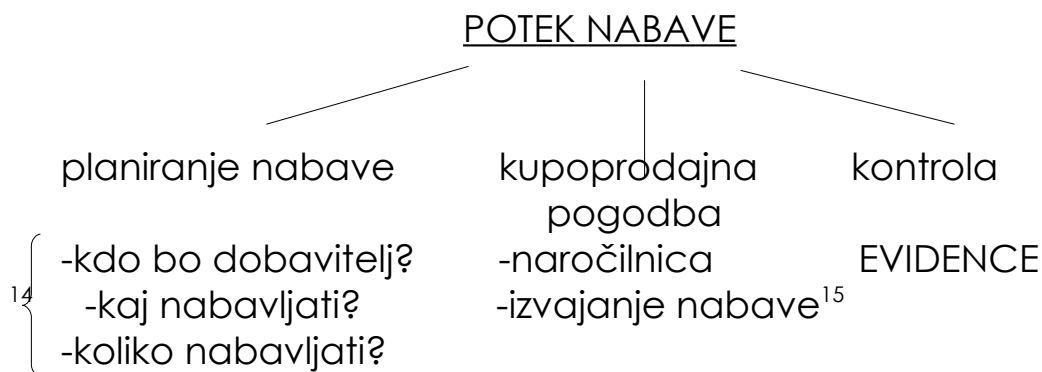
Poslovanje trgovskih družb sestoji iz treh osnovnih funkcij:

- nabava,
- skladiščenje,
- prodaja.

Vsem trem pravimo KOMERCIALNA FUNKCIJA v podjetju. Te tri funkcije so med seboj v stalni povezavi, saj prodajna služba sporoča nabavni službi o željah kupcev. Torej nabavna služba je dolžna nabaviti tiste izdelke, ki jih želi prodajna služba.

4.2.1 NABAVA

Pomeni oskrbovanje trgovske družbe z izdelki, ki jih namerava prodati. Trgovina nabavi od dobavitelja po ustrezni ceni, količini in kakovosti, da ustreza potrebam kupcev.

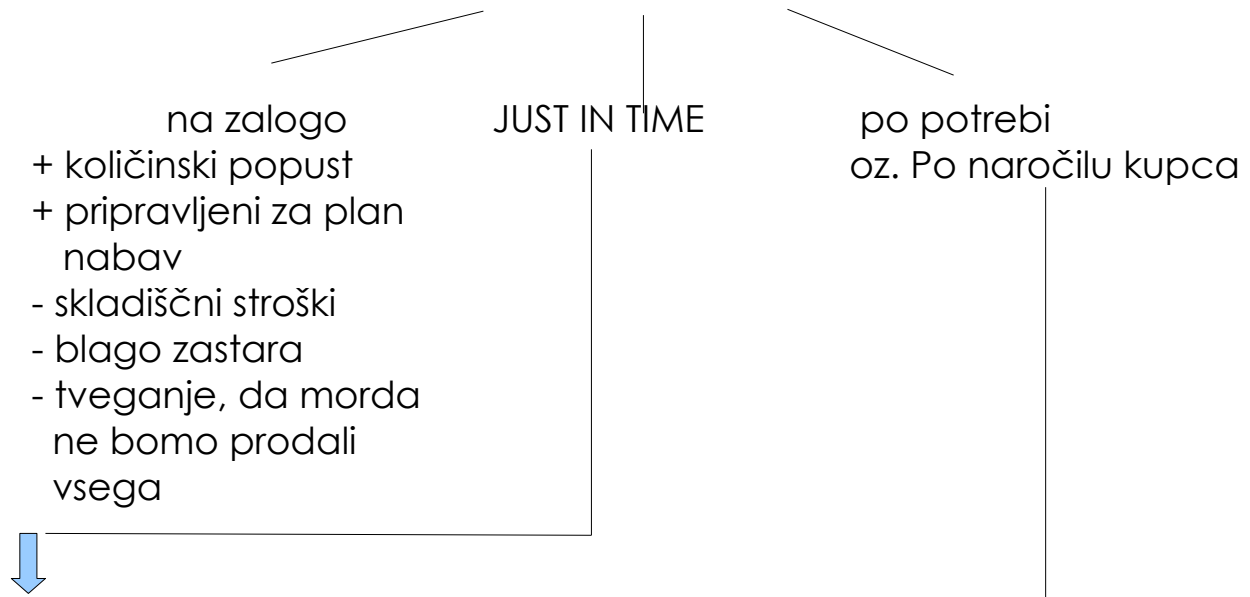


13 Pomen-Ekspedit: je prostor, ki je namenjen manipulaciji ravnanju z blago.

14 To so želje kupcev

15 Sklepanje pogodb z dobaviteljem. V pogodbi se dogovorimo o: ceni, količini, vrsti izdelka, ter dobavnimi in plačilnimi pogoji.

NAČINI NABAVE



Pomeni nabavo, ki je usklajen s prodajo, to je nabava ob pravem času in količini. To pomeni, da se nabavi ravno toliko, kot se v trgovini potrebuje. Ta nabava se vrši na osnovi pogodbe, ki jo sklene trgovska družba z dobaviteljem. Dobavitelj bo sam ob soglasju trgovca dostavljal določen količino blaga ob pravem času.

- + ni skladiščnih stroškov,
- + manjše denarne naložbe naenkrat,
- + ni tveganja pred zastaranjem,
- ima več prevoznih stroškov,
- nimamo količinskega popusta.

Ta nabava temelji na kupčevem naročilu. Kupec naroči npr. Hladilnik ki jo trgovska družba prodaja, vendar je nima na zalogi.

- kupec čaka vsaj 14 dni na blago,
- trgovec ima več stroškov s prevozom,
- + ni potrebno skladiščenje,
- + izdelek se zagotovo proda.

4.2.2 SLADIŠČENJE

V skladišču trgovska družba shranjuje zalogo blaga-izdelke brez katerih trgovska družba ne more poslovati. Trgovina skladišči zalogo do prodaje. Vsaka trgovina ima priročno skladišče, ki ga polni iz centralnega skladišča. Skladiščenje blaga povzroča skladiščne stroške. Nanje vpliva čas in količina skladiščnih izdelkov.

Skladišče mora biti prilagojeno vrsti blaga (temperatura, vlaga...). Npr. Sadje, zelenjava v hladilnici.

Skladiščnik je oseba, v skladišču, ki skrbi za blago, o vsaki spremembi na blagu obvesti lastnika in vodi evidenco zalog blaga.

4.2.3 PRODAJA

Prodaja je najpomembnejša naloga v trgovini. Z uspešno prodajo se trgovska družba razvije in doseže uspeh na trgu.

Postopek prodaje:

1.Priprava na prodajo:

V tej fazi se pripravi, izbere ustrezen sortiment¹⁶. Izdelkom se določijo cene. V pripravo prodaje spada tudi razvrščanje izdelkov na police, saj je zelo pomembno, kje se nahaja določen izdelek, saj le to močno vpliva na prodajo.

Med pripravo spadajo tudi: opravila, kot so: embaliranje, pakiranje, etiketiranje...

2.Izvedba prodaje:

pomeni vzpostavitev stika z kupci, prikazovanje izdelkov, svetovanje, dajanje informacij, pojasnila in ugotavljanje kupčevih želja, izstavi račun in aranžira.

4.3 NAČINI PRODAJE V TRGOVINI NA DROBNO

4.3.1 POSTREŽNA PRODAJA:

Kupec stopi za pult in izrazi želje prodajalcu. Prodajalec mu izroči izdelek in pojasni kako izdelek deluje oz. Kako se ga uporablja. Ko se prodajalec in kupec sporazumeta o prodaji, prodajalec odnese izdelek k blagajni, ga zavije v ovojni papir in izroči kupcu, potem, ko je kupec plačal račun. Npr. Kiosk, pekarna, urarna...

VLOGA PRODAJALCA JE AKTIVNA!

4.3.2 PRAVA SAPOPOSTREŽNA PRODAJA:

Blago je dostopno kupcem na policah. Kupec vzame nakupovalni voziček, in vanj odlaga izdelke, ki jih potrebuje. Ne da bi mu kdorkoli pri tem svetoval ali pomagal. Prodajalec mu svetuje le, če ga kupec karkoli vpraša, sicer si sam prebere iz izdelka potrebne informacije.

16 Pomen:sortiment-to so vsi izdelki na polici

VLOGA PRODAJALCA JE PASIVNA, SAJ SE Z NJIM KUPEC PRVIČ SREČA NA BLAGAJNI!

4.3.2.1 SAMOIZBIRNI NAČIN PRODAJE:

Kupec sam izbira, vendar mu prodajalec lahko svetuje in streže, če kupec to zahteva.

VLOGA PRODAJALCA JE AKTIVNA!

4.3.2.2 PRODAJNI AVTOMATI:

Avtomati se nahajajo n javnih mestih. Kupec sam opravi nakup tako, da vstavi denar in si izbere številko artikla, ki si ga želi.



4.4 PRODAJALNE PO VELIKOSTI

*KIOSK

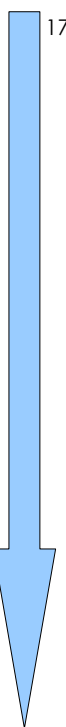
*KLASIČNE POSTREŽNE PRODAJALNE

*SAMOPOSTREŽNE PRODAJALNE:

- mini market,
- supereta,
- supermarket,
- hipermarket,

*BLAGOVNA HIŠA:

- blagovnica,
- veleblagovnica,
- specializirana blagovna hiša,
- nakupovalni center,



¹⁸4.5 PRODAJALNE PO RAVNI PRODAJNIH CEN

4.5.1 OBIČAJNE CENE

Izdelki z običajnimi cenami imajo v ceno všteto običajno maržo, istovrstni izdelki se po različnih prodajalnah v ceni ne razlikujejo več kot 5%. Prodajalne so povprečno opremljene.

Npr. Spar



4.5.2 EKSLUZIVNE CENE

To so cene precej višje kot običajne cene (od 20% do 100%) višje). Takšne cene imajo prodajalne z priznanimi blagovnimi znamkami, modnimi dodatki, prodajalne na izjemnih lokacijah (letališče, center mest) in izdelki, ki so ročno izdelani ali unikatni izdelki. Prodajalne so izjemno lepo urejene.

Npr. Prodajalna izdelkov Puma



4.5.3 DISKONTNE CENE

So nižje 10 do 20%. Te prodajalne so slabo opremljene kot skladišče. Postrežba je slabša. Blago se prodaja v večjih količinah.

Npr. diskont Hura



4.6 PRODAJALNE PO NAČINU NABAVE

4.6.1 MNOGOFILIALNE TRGOVSKE DRUŽBE

To so velike trgovske družbe, kot je Mercator, Tuš, ki prodajajo svoje izdelke v številnih prodajalnah, razpršenih po celi državi. Tem prodajalnam pravimo FILIALE ali podružnice. Zanj je značilno:

- nabava se vrši iz enega centra za vse filiale,
- filiale so vodene in urejene enotno iz enega centra,
- moč jih je prepoznati že na daleč po barvah, zaščitnem znaku,
- imajo enoten sortiment, cene in opremljenost,
- .imajo lastne blagovne znamke

4.6.2 TRGOVSKE VERIGE

To so prodajalne, ki so med seboj popolnoma neodvisne. Med seboj se povezujejo le zato, da skupaj nabavijo blago pri istem dobavitelju zaradi količinskega popusta.

KATALOŠKA PRODAJA

Je prodaja z razpošiljanjem katalogov. Izvajajo jo trgovske hiše s pošiljkami, ki ne potrebujejo prodajnega prostora, niti ne strokovnih prodajalcev, pač pa le skladišče, skladiščnike, telefoniste, pospeševalce prodaje. Lokacija za kataloško prodajo ni pomembna. Npr. Neckermann



	+PREDNOSTI	-SLABOSIT
KUPEC	-Čas za premislek, -nakup iz naslonjača, -cene se ne spreminjajo, -prihranjen čas	-Ni stika z blagom, -ni dodatnih informacij, -dolga čakalna doba
PRODAJALEC	-Lokacija ni pomembna, -ni potrebe po parkiriščih, -prodajalni, -prodajalcem	-Ni stika z blagom, -ni dodatnih informacij, -dolga čakalna doba

5. TRGOVSKA DRUŽBA NA DEBELO-GROSIST

Trgovanje na debelo je vsako trgovanje pri katerem ni udeležen končni porabnik. Blago prodaja drugim organizacijam-podjetjem, ustanovam, zavodom, obrtnikom, trgovcem. Ponavadi so prodajne količine večje kot količine, ki jih prodajajo trgovci na drobno. Blago, kupljeno zaradi nadaljnje prodaje lahko tudi nekoliko obdelajo in predelajo, ne smejo ga pa spreminjati.

Grosisti za opravljanje svoje dejavnosti ne potrebujejo takšnih prodajalnih, kot detajlisti, saj prodajo vršijo iz skladiščnih prostorov in preko trgovskih potnikov, komercialistov.

5.1 FUNKCIJE GROSISTOV

5.1.1 KOLIČINSKA FUNKCIJA:

Grosist nabavi veliko količino pri proizvajalcu ali uvozniku in jo prepakira v manjše količine.

5.1.2 KAKOVOSTNA FUNKCIJA:

Ko trgovci na debelo kupljene izdelke prepakirajo, sortirajo, dozorevajo, opravljajo kakovostno funkcijo, saj izboljšajo uporabnost izdelka.

5.1.3 ČASOVNA FUNKCIJA:

Trgovci imajo velike zaloge blaga svojih v skladiščih in s tem premeščajo čas od proizvodnje do prodaje.

5.1.4 PROSTORSKA FUNKCIJA:

Izvajajo jo vse trgovske družbe, ker razpošiljajo svoje izdelke po celotnem gospodarskem območju in tudi na trge zunaj Slovenije. Izdelke, ki jih nabavljajo v različnih krajih, državah, ponudijo na enem mestu- v svoji grosistični prodajalni.

5.1.5 KREDITNA FUNKCIJA:

Opravljajo jo takrat, ko dostavijo izdelke detajlistu naprej. Detajlisti plačajo izdelke kasneje.

5.1.6 SORTIMENTALNA FUNKCIJA

Grosisti sestavljajo sortiment na osnovi potreb trga in trgovskih družb na drobno.

5.1.7 ZBIRALNA FUNKCIJA

Tudi grosisti skrbijo in varujejo okolje z zbiranjem in sortiranjem odpadkov.

5.2 DEJAVNIKI POSLOVANJA V TRGOVINI NA DEBELO

1. DELOVNA SILA:

Zaposleni so tudi pri grosistih zelo pomemben dejavnik poslovanja. V primerjavi z detajlisti so razlike predvsem v kvalifikacijski sestavi zaposlenih, saj je prodajalcev manj, več pa je skladiščnikov, komercialistov, zaposlenih v upravi in na prevoznih sredstvih.

2. TRGOVSKO BLAGO-SORTIMENT:

Je odvisen od tega, ali se je grosist specializiral ali pa opravlja splošno grosistično dejavnost. Sortiment je odvisen od tega, katere kupce oskrbuje in kakšne so njihove zahteve.

3. POSLOVNA SREDSTVA:

To je dejavnik, ki ga težko razmejimo, saj poteka povsod: večja skladišča, prodajalna, prostor za ravnanje z blagom, pisarne... Oprema: viličarji, palete, kamere, police, računalniki...

5.3 DEJAVNOSTI TRGOVINE NA DEBELO-GROSISTA

Grosisti imajo naslednje dejavnosti:

1. Izdelke, ki jih nameravajo prodajati, jih nabavljajo od uvoznika ali proizvajalca. Ti izdelki ustrezajo željam in potrebam kupcev. Torej **NABAVA** pomeni oskrbovanje trgovske družbe z izdelki, ki jih namerava prodati v večjih količinah (podjetjem, organizacijam...)

2. SKLADIŠČENJE je pri grosistu pomembna naloga, saj skladišče opravlja nalogo shranjevanja in varovanja blaga. Poleg tega, se ukvarja s pripravo blaga na prodajo, saj se ta vrši iz skladišča. Pri grosistih je zaposlenih več skladiščnikov; skladišča so večja in bolje opremljena.

3.**PRODAJA** pri grosistu se lahko izvaja:

- iz grosistične prodajalne na samopostrežni ali postrežni način,
- preko trgovskih potnikov ali komercialistov, ki sklepajo posle izven lokacije grosista, torej na terenu s pomočjo katalogov, vzorcev na dostavni ali regalni način.
- prodaja preko predstavništev na sejnih in razstavah se prav tako sklepajo posli preko katalogov.

5.4 DELITEV GROSISTEV

5.4.1 GROSISTI PO VELIKOSTI:

-LOKALNI GROSIST

Oskrbujejo z izdelki vsakodnevne rabe, manjše samostojne trgovce v večjem kraju in njegovi okolici, pa tudi gostilne in obrtniki, ter razne organizacije. Lokalni grosist prilagodi sortiment v celoti potrebam svojih kupcev. Na primer lokalni grosist deluje na območju Kranja.

-REGIONALNI GROSIST

Oskrbujejo lokalne grosiste in večje trgovske družbe in posamezne trgovce na večjem gospodarskem prostoru, Na primer Primorska... Regionalni grosisti le redko prodajajo zunaj svoje regije, zato si med seboj ne konkurirajo.

-VELIKI GROSIST

Ti grosisti poslujejo na celotnem gospodarskem prostoru države. Oskrbujejo regionalne in lokalne grosiste in tudi velike trgovske družbe na drobno po celi državi. Pogosto so veliki grosisti sestavni del trgovskih družb, ki poslujejo na drobno in debelo na domačih in tujih trgih.

Npr.:Merkur Kranj-trgovina na debelo 

5.4.2 GROSISTI PO SORTIMENTU:

-SPECIALIZIRANI GROSISTI, ki ponujajo ožji, vendar zelo poglobljen sortiment določenih blagovnih skupin.

Npr. Trgovec na deblo s zelenjavo in sadjem

-SORTIMENTNI GROSISTI, ki ponujajo svojim kupcem zelo širok in srednje globok sortiment sorodnih blagovnih znamk.

npr. Trgovec na debelo s živili vseh vrst

-SPLOŠNI GROSISTI, ponujajo svojim kupcem zelo širok in srednje globok sortiment, številnih različnih blagovnih skupin. Npr. Grosist z živili, tekstilom, in gospodinjskimi potrebščinami.

5.4.3 GROSISTI PO RAVNI CEN

PRAVI GROSIST	POSREDNIŠKI
nabavna cena	GROSIST
+MARŽA	
imajo zaloge blaga,	-nimajo zalog blaga,
	najdejo kupca, dobavijo, dostavijo+ provizija

5.4.4 GROSISTI PO NAČINU POSTREŽBE

-SAMOPOSTREŽNI GROSIST

Kupci nabirajo izdelke na samopostrežni način v regalih trgovca na debelo. Kupljeno blago plača in ga odpeljejo z lastnimi prevoznimi sredstvi. Tem trgovcem pravimo tudi CASH & CARY grosist.

Samopostrežna trgovina na debelo je bila sprva samo za živilsko stroko, sedaj je razširjena tudi na druge stroke.

+kupec plača takoj, in grosist pri plačilu ne tvega da mu ne bi plačal,

+odpadejo dodatne storitve (postrežba, svetovanje...),

+kupec ima blago takoj na razpolago,

+ne potrebuje zaloge v svojem skladišču.

-POSTREŽNI GROSIST

Blago prevzame kupec pri grosistu in ga tudi sam odpelje. Stroške prevoza plača kupec-blago kupuje po klavzuli FRANCO DOBAVITELJ¹⁹. Na tak način kupujejo manjši detajlisti.

Številni lokalni in regionalni trgovci na debelo so hkrati dostavni in postrežni grosisti.

-DOSTAVNI GROSISTI

Blago odpremi trgovec na debelo s svojimi prevoznimi sredstvi ali po špediciji do kupca.

¹⁹ Pomen:FRANCO...- prosto za ...

Stroške dostave plača praviloma grosist, zato pravimo, da prodaja blago FRANCO KUPEC.

-REGALNI GROSIST

Regalni grosist se dogovori s trgovcem na drobno, da bo stalno oskrboval njegove prodajalne s določenimi vrstami izdelkov. Zato tudi stalno nadzira prodajo, da bi lahko pravočasno napolnil prodajne police. Regalni grosisti so praviloma tudi lokalni grosist, ki dobro poznajo prodajalne.

5.5 TRGOVINSKE STORITVE

5.5.1 POSREDNIŠKA STORITEV

Opravlja jo posrednik ali mešetar, ki navezuje stike med kupci in prodajalci zaradi sklenitve prodajnega posla. Posreduje v svojem imenu za nekega naročnika. Naročnik je lahko kupec ali prodajalec. Z a svoje posredovanje dobi provizijo, ki je izražena v % od sklenjenega posla.

5.5.2 ZASTOPNIŠKA STORITEV

Zastopnik je organizacija, ki posluje v imenu naročnika in za račun naročnika. Naročnik je lahko tuje podjetje, ki določi, zakaj ga bo zastopnik zastopal. Za zastopanje dobi zastopnik provizijo. Pogosto zastopa tuje blagovne znamke.

Npr.

MERKUR

Zastopa **BOSCH** 

5.5.3 KOMISIJSKA STORITEV

Opravlja jih komisionar v komisijski trgovini. Le ta prodaja za naročnika-prinosnika predmeta. Kupec, ki kupuje v komisijski trgovini, ne ve čigav je izdelek. Komisionar ni lastnik izdelkov, ki jih ima v trgovini, lastniki so prinosniki predmetov. In jih lahko vzamejo nazaj če se le ti ne prodajo. Komisionar za prodane izdelke vzame določen % provizije- v tej proviziji so všteti stroški, ki jih je imel komisionar z izdelkom.

5.5.4 ŠPEDITERSKA STORITEV

Opravljajo jih špediterske organizacije. Organizirajo odpravo in dostavo blaga od prodajalcev in kupcev z lastnimi ali javnimi prevoznimi sredstvi. Opravljajo še druge storitve:

-carinjenje, embaliranje, tehtanje, skladiščenje...

Špedicija zaračuna naročniku stroške, ki so nastali z organiziranjem prevoza, ter provizijo po vnaprej določeni tarifi.

Npr.  VIATOR & VEKTOR

5.5.5 PREVOZNIŠKA STORITEV

Opravlja jo prevoznik, ki prevažajo po naročilu iz kraja v kraj do končnega porabnika. Prevozniške storitve opravljajo cestne, letalske, prevozne organizacije, ki so praviloma javna podjetja. Za prevoz velja: hitrejši prevoz je, dražji je. Zaračunava po vnaprej določeni tarifi.

5.5.6 STORITVE SEJMOV IN RAZSTAV

Sejme organizirajo sejemske organizacije, ki oddajajo v najem sejemske prostore in druge površine na prostem. Sejmišča zaračunavajo podjetjem, ki razstavljajo za prostore, stojnice in druge stroške. Na razstavah ne sklepajo poslovnih dogovorov ampak seznanjajo javnost s dosežki gospodarskih panog. Razstavljavec plača najemnino in stroške.

5.5.7 STORITVE JAVNIH SKLADIŠČ

Podjetja, ki opravljajo to storitev, skladiščijo blago za naročnika-neko podjetje, ki nima lastnih skladišč. Ta storitev zavzema tudi opravila kot so: nakladanje, sortiranje, varstvo... ne smejo skladiščiti nevarnih snovi, če nimajo zato ustreznih prostorov. Za storitev se zaračuna najemnina, po tarifi, ki velja za določen čas skladiščenja, količino in način.

5.5.8 STORITVE, KONTROLE KAKOVOSTI IN KOLIČINE BLAGA

Kontrolna organizacija preveri dejansko kakovost ali količino in s svojo ugotovitvijo izda potrdilo-certifikat, ki je dokazni element v morebitnih sporih med prodajalcem in kupcem. Naročnik je lahko prodajalec sam, ali kupec. Za svojo kontrolo zaračuna stroške po določeni tarifi.

5.5.9 LIZING STORITVE

Organizacija, ki se ukvarja z lizingom, nabavi stroje, računalnike ... z namenom, da jih odda v najem.

Najemjemalec plačuje mesečno najemnino za uporabo danega stroja, avtomobila. On je samo uporabnik a ne tudi lastnik. Naročnik in organizacija skleneta pogodbo. V njej določita:

- mesečno najemnino,
- število mesecev uporabe,
- ali postane uporabnik po izteku pogodbe lastnik izdelka.

5.5.10 ZAVAROVALNIŠKE STORITVE

Zavarovalnica opravlja to storitev tako, da zavarovanec, ki se zavaruje, plača premijo po določeni tarifi, ki je prostovoljno in časovno določena. Kadar pride do škode, zavarovalnica povrne nastale stroške. Zavarovalec je zavarovalnica.

5.6 NOTRANJA ORGANIZACIJA PODJETJA PO ODDELKIH

Podjetje sestoji iz naslednjih 4 funkcij:

- komercialna f., finančna f., računovodska f., ter kadrovska f.;

Naloge kadrovske funkcije:

- izbira ustrezne ljudi in jih glede na izobrazbo na ustrezna delovna mesta,
- skrbi za napredovanje, izobraževanje zaposlenih,
- ureja vse v zvezi z dopusti,
- določa višino plače, pogoje napredovanja...

Naloge finančne funkcije:

- išče vire in potrebe po denarju,
- razporeja uporabo denarja,
- skrbi za vračanje izposojenih sredstev,
- skrbi za analizo in planiranje financ...

Naloge računovodske funkcije:

- vodi in evidentira poslovanje,
- na koncu poslovnega leta naredi bilanco stanja in bilanco uspeha...

dodatek: Vprašanja prvi letnik za ustni izpit

1. Gospodarstvo, potrebe, dobrine
2. Gospodarske dejavnosti
3. Negospodarske dejavnosti
4. Značilnosti faz gospodarskega procesa
5. Podjetje (pojem, firma, dejavnost, sedež, vrste,...)
6. Dejavniki poslovanja podjetja (stalna, gibljava sredstva, delovna sila)
7. Oblike trgovskih organizacij (SP, DD, DOO, ZOO) JL "Trgovina, funkcije trgovine"
9. Temeljni predpisi o trgovini
10. Pravilnik o minimalnih tehničnih pogojih
11. Pravilnik o higijensko sanitarnih pogojih
12. Pravilnik o minimalni stopnji izobrazbe, pravilnik o vodenju evidence
13. Pravilnik o obratovalnem času prodajaln
14. Zakon o DDV
15. Zakon o varstvu konkurence
16. Zakon o varstvu potrošnikov, uzance
17. Inšpekcijski organi, ki nadzorujejo poslovanje trgovskih organizacij (tržna, sanitarna, finančna, delovna)
18. Značilnosti trgovskih družb na drobno, dejavniki poslovanja (na zalogo, delovna sila, trgovsko blago, prostor)
19. Načini nabave trgovskega blaga (posamična nabava, nabava usklajena s prodajo)
21. Blagovne hiše (blagovnica, veleblagovnica, nakupovalni center)
22. Prodajalne z običajnimi cenami, diskontnimi in ekskluzivnimi cenami
23. Mnogofiljalne trgovske družbe, kataloška prodaja
- 24_ Značilnosti trgovskih družb na debelo, dejavniki poslovanja
25. Organizacijske oblike grosistov po velikosti (lokalni, regionalni, veliki)
26. Grosisti po načinu postrežbe (dostavni, postrežni, samopostrežni;...)
27. Trgovske storitve
- 28 Posredniške, komisijske, storitve sejmov, storitve razstav
29. Zastopniške, špediterske storitve javnih skladišč
30. Storitve kontrole, kakovosti in količine blaga, lizing storitve
31. Kadrovska, finančna, računovodska funkcija

