
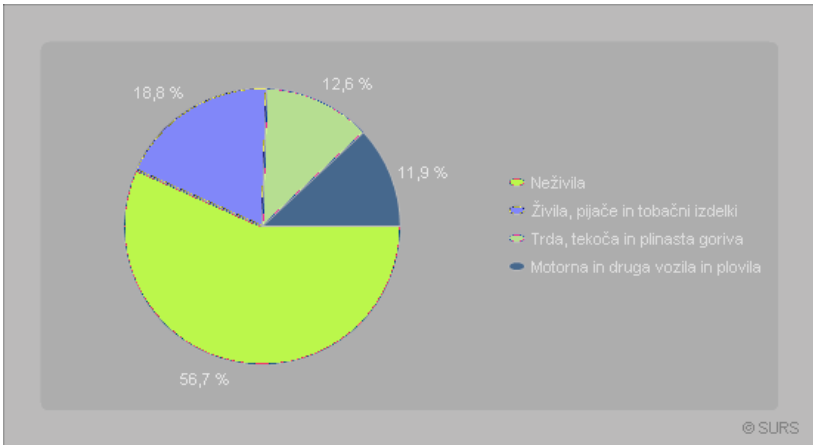



3 Poslovanje trgovskih podjetij na debelo

	ZANIMIVOSTI
<p>Od prodaje blaga v trgovini na debelo v letu 2010 - 11,8 milijarde EUR prihodka</p> <p>Podjetja so na domačem trgu ustvarila 11.841 milijonov EUR prihodka ali za 1,4 % več kot v letu 2009. Več kot polovico tega prihodka so ustvarila s prodajo neživil: 56,7 % (ali 6.708 milijonov EUR); to je za 2,3 odstotne točke nižji delež kot v letu 2009. Sledila je skupina živila, pijače in tobačni izdelki; ta je ustvarila 18,8 % (ali 2.228 milijonov EUR) prihodka, to je le za nekaj več kot 1 odstotno točko večji delež kot v letu 2009.</p>	 <p>Slika št. 8: Struktura trgovine na debelo Vir: SURS</p>

V tem poglavju bomo:

- Izvedeli, v čem se trgovina na debelo razlikuje od trgovine na drobno,
- spoznali posebnosti poslovanja trgovskih podjetij na debelo,
- razlikovali posamezne organizacijske oblike trgovskih podjetij na debelo.

	<p>POMNI</p> <p>Trgovska podjetja na debelo ne prodajajo končnim porabnikom, ampak drugim podjetjem: proizvajalcem, trgovini na drobno, drugim trgovinam na debelo, velikim potrošnikom.</p>
---	---

Poslujejo po splošno znanih poslovnih običajih, uzancah, prodajajo na podlagi vzorcev in standardov, katalogov, cenikov. Sodelujejo tudi različnimi trgovskimi posredniki. Trgovina na debelo opravlja vse naloge, ki smo jih opredelili v poglavju 1.2.1, predvsem pomembna pa je pri opravljanju prostorske in časovne funkcije.

Dejavniki poslovanja trgovine na debelo so:

- **delovna sila** - v primerjavi s trgovino na drobno je tu manj prodajalcev, več je zaposlenih v skladiščih, komerciali, upravi, pri prevozu. V povprečju je delovna sila višje izobrazena kakor v trgovini na drobno. Imajo manj težav z neenakomerno obremenjenostjo in neugodnim delovnim časom.
- **poslovna sredstva** - trgovsko blago, prostor, oprema, lokacija.

Za učinkovito delo so potrebna velika skladišča in lastna prevozna sredstva, ne potrebuje prodajaln, ampak pisarniške poslovne prostore, komunikacijska sredstva

(telefoni, računalniki) in velika denarna sredstva, ker opravlja velik del kreditne funkcije (kreditira prodajalne).

3.1 Komerzialna funkcija v trgovini na debelo

Je sestavljena iz treh podrejenih funkcij: nabave, skladiščenja in prodaje. V primerjavi s trgovino na drobno imajo svoje posebne značilnosti.

V nabavi so nabavljene količine večje in namenjene postopni prodaji. Običajni so dolgoročni poslovni stiki z dobavitelji.

Skladiščenje je zelo pomembna poslovna funkcija v trgovini na debelo, saj večinoma prodajajo izdelke iz zaloge v skladišču in opravljajo časovno funkcijo.

Prodaja se opravlja bodisi v poslovnih prostorih kupca (na primer trgovine na drobno) ali v prodajnih prostorih trgovine na debelo s pomočjo vzorcev, katalogov, cenikov in poslovne korespondence. Prodaja se lahko opravlja tudi v skladišču, na sejmih.

Prodajne poti v trgovini na drobno so lahko **neposredne**

s pomočjo svojih trgovskih potnikov, ki obiskujejo kupce ali pa kupci sami pridejo po blago (na primer samopostrežna trgovina na debelo). Velik del trgovine na debelo pa poteka **posredno** preko zastopnikov, komisionarjev. Po sklenitvi pogodbe sledi dobava in obračun blaga. Pri dostavi blaga pazijo na to, da dosežejo največjo izkoriščenost transportnih sredstev.

V trgovskem podjetju na debelo je organizacija dela v prodaji odvisna od velikosti podjetja, od vrste in širine asortimenta in od velikosti prodajnega trga. Delo si lahko razdelijo:

- po prodajnih dejavnostih,
- po blagovnih skupinah (primerna za podjetja z zelo širokim prodajnim asortimentom),
- po prodajnih območjih (primerna za podjetja, ki poslujejo na obsežnem prodajnem trgu),
- po sistemu kombinirane organizacije prodajne službe, ki je najbolj pogosta, saj dosegamo prednosti vseh oblik organiziranja.

3.2 Organizacijske oblike trgovine na debelo

Imamo različne kriterije razlikovanja trgovskih podjetij na debelo:

- po velikosti - lokalna, regionalna in nacionalna ali mednarodna trgovina na debelo,
- po asortimentu - specializirana, sortimentna in splošna trgovina na debelo,
- po načinu postrežbe - dostavna, postrežna, samopostrežna in regalna trgovina na debelo.

V nadaljevanju opisujemo organizacijske oblike trgovine na debelo, ki se razlikujejo glede na način postrežbe.

a) Dostavna trgovina na debelo pomeni, da posle sklepajo trgovski potniki, ki obiskujejo trgovine na drobno. Po naročilu se blago dostavi trgovini na drobno, plača se po prejetju računa.

b) Postrežna trgovina na debelo pomeni, da mora trgovina na drobno sama priti po blago k trgovini na debelo. Tam imajo vzorčno sobo za izbiro blaga, sami pa si blago tudi odpeljejo, plačilo pa se običajno izvede kasneje.

c) Samopostrežna trgovina na debelo (angl. cash and carry) pa je trgovina na debelo, kjer si trgovci na drobno, pa tudi gostinci, sami izbirajo blago, si sami postrežejo, takoj plačajo in sami blago tudi odpeljejo. Tu je marža najnižja, saj imajo trgovci na debelo malo stroškov, zato so tudi cene običajno nekoliko nižje.

d) Regalna trgovina na debelo je oblika, pri kateri se trgovina na debelo zaveže, da bo stalno zalagala trgovca na drobno z določenim asortimentom. Gre za neke vrste »zakup« polic v trgovini na drobno, pri čemer mora trgovina na debelo skrbeti, da so stalno založene.



NALOGE, VPRAŠANJA

1. Na kratko opiši dejavnike poslovanja trgovine na debelo.