

Razvoj i usporedba trgovinskih sustava na malo



Sadržaj:

- ▶ Razvoj trgovinskih sustava SAD, Zapadne Europe, zemalja u razvoju i tranzicijskih zemalja.
- ▶ Usporedba razvoja i trenutnog stanja razvijenosti.



Trgovinski sistem trgovine na malo u SAD-u

- ▶ Razvijene sve komponente trgovine
- ▶ Dobro razvijena hijerarhijska struktura
- ▶ Slobodna konkurencija u uvjetima tržišne ekonomije i privatnog poduzetništva
- ▶ Utjecaj države
- ▶ Stalni napredak trgovačkih aktivnosti
- ▶ Brojne inovacije
- ▶ Potrošačko društvo



Razvojne faze trgovine na malo

- ▶ Predfaza (1/2 19. st. – 1860-ih)
 - ▶ Preneseni oblici trgovine iz Europe
 - ▶ Putujući trgovci
 - ▶ General store (country store)– prve trgovine mješovitom robom



▶ Adamsville, zatvorena 2012.



The Gibbes store, Misisissippi

Prva faza (1860-ih – 1930-ih)

- ▶ Jačanje general stora
- ▶ Kataloška prodaja
 - ▶ 1872. Montgomery Ward – izdaje prvi kataolog proizvoda koji se dostavlja u domove u ruralnim područjima
 - ▶ 1893. Searsov kataolg
 - ▶ 1896. uspostavljena RFD Rural Free Delivery



-
- ▶ Chain stores – trgovački lanci
 - ▶ 1859. Gilman and Hartford (Great Atlantic and Pacific Tea Company). Osnovan u New Yorku.
 - ▶ Do 1880. proširio svoje aktivnosti Od Virginije do Minnesote
 - ▶ Do 1900. “od obale do obale”
 - ▶ 1900. imao 15 500 lokacija i 40% prodaje na malo



-
- ▶ Ekonomsko opravdanje osnivanja trgovačkih lanaca
 - ▶ Smanjenje prijevoznih troškova omogućuje jeftiniji prijevoz
 - ▶ Veća pokretljivost stanovništva omogućuje prepoznatljivost trgovačkih marki
 - ▶ Raspodjela rizika između više objekata u različitim područjima povećava se vjerojatnost opstanka
 - ▶ Moguća ekonomija obujma
 - ▶ Moguća specijalizacija unutar trgovačkog lanca
 - ▶ Opozicija – monopol nad tržištem
-



- ▶ Cash and carry trgovine

Frank Winfield
Woolworth



- ▶ Trgovine koje su imale fiksnu cijenu

- ▶ Započele kao polica u trgovini Williama Moorea (5 cent)

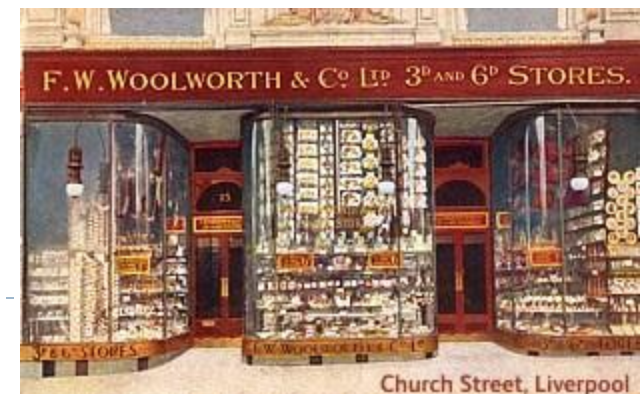
- ▶ 1879 Great Five Cent Store , Lancaster Pennsylvania

- ▶ 1881. Five and Ten Cent Store (Frank Winfield i Charles Sumner Woolworth)

- ▶ 1909 ."Threepence and Sixpence", Liverpool

- ▶ 1927. "25 und 50 Pfennig stores"

- ▶ Oblik lanca trgovina



-
- ▶ Food store – drug store
 - ▶ Tzv. Kombi trgovine
 - ▶ Dugo radno vrijeme

 - ▶ Robne kuće
 - ▶ Europski izum prenesen u SAD
 - ▶ 1852. Marshall Field and Company, Chicago
 - ▶ 1877. Joh Wanamaker, Pennsylvania Railroad, Philadelphia
 - ▶ "The Great Sixth-Avenue Bazaar; Opening Day at Macy & Co.'s – A Place Where Almost Anything May Be Bought." (1878 New York Times)
-

- ▶ **Trgovački centri**

- ▶ 1907 Roland Park Baltimore

- ▶ 1922 County Club Plaza Kansas City

- ▶ **Prve samoposlužne prodavaonice**

- ▶ 1916. Piggly Wiggly store, osn. Clarence Saunders Memphis

- ▶ **Suburbanizacija**

- ▶ **Rast gradova**

- ▶ **Automobilizacija**



Druga faza 1930-ih do 1950-ih

- ▶ Suburbanizacija - faza tercijarne urbanizacije
- ▶ Rast gradova
- ▶ Automobilizacija
- ▶ Supermarket – trgovina pov. > 400m² nudi raznovrstan asortiman roba i posluje po principu samoposluživanja
 - ▶ nova filozofija u trgovini roba se nudi kupcu
 - ▶ supermarket = asortiman kao general store + izlaganje robe kao robna kuća + velika površina kao cash and carry



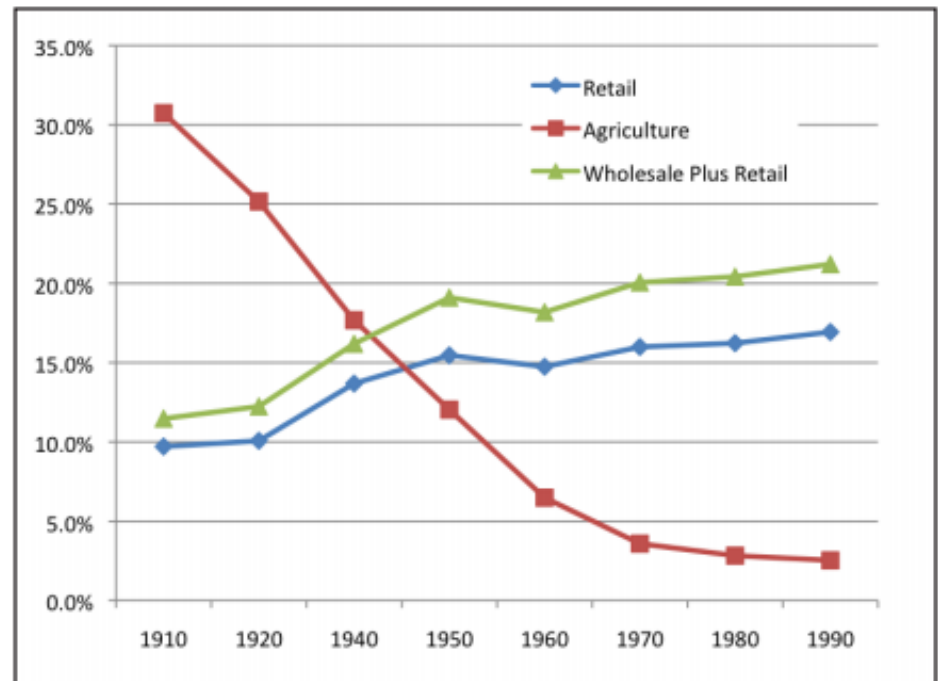
- ▶ 1930 King Kullen store – prvi supermarket, osn. Michael Cullen, New York

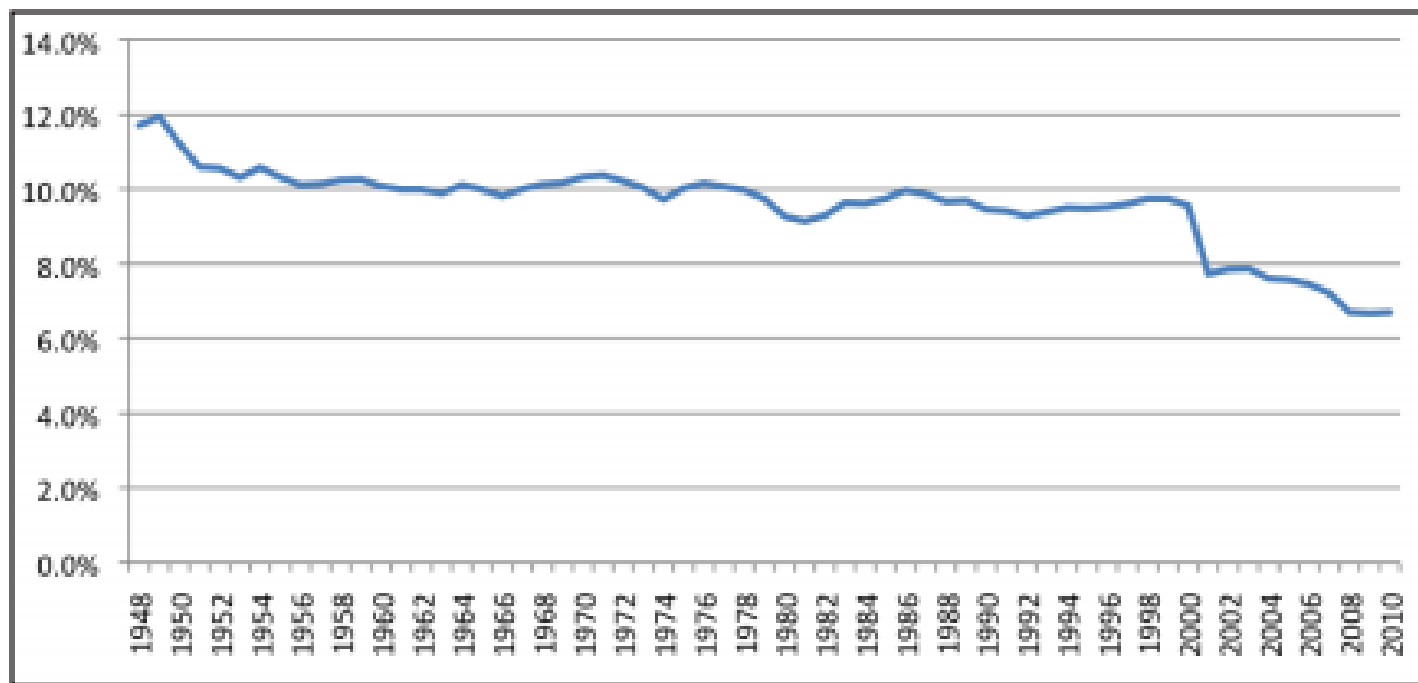


Treća faza – od 1950-ih

- ▶ Nastavljen trend rasta ekonomije i gradova
- ▶ Raste broj zaposlenih u trgovini

Zaposleni u poljoprivredi i trgovini
u ukupnoj radnoj snazi





Udio trgovine na malo u nacionalnom dohotku 1948-2010



- ▶ Nastavljen trenda rasta broja trgovačkih lanaca – smanjenje broja privatnih trgovina
 - ▶ 1958 2,8% svih tvrtki bile su tvrtke s više od 1 trgovine, imale 10,6% prodajnih objekata, 40,2% zaposlenih
- ▶ Raste površina prodajnog prostora

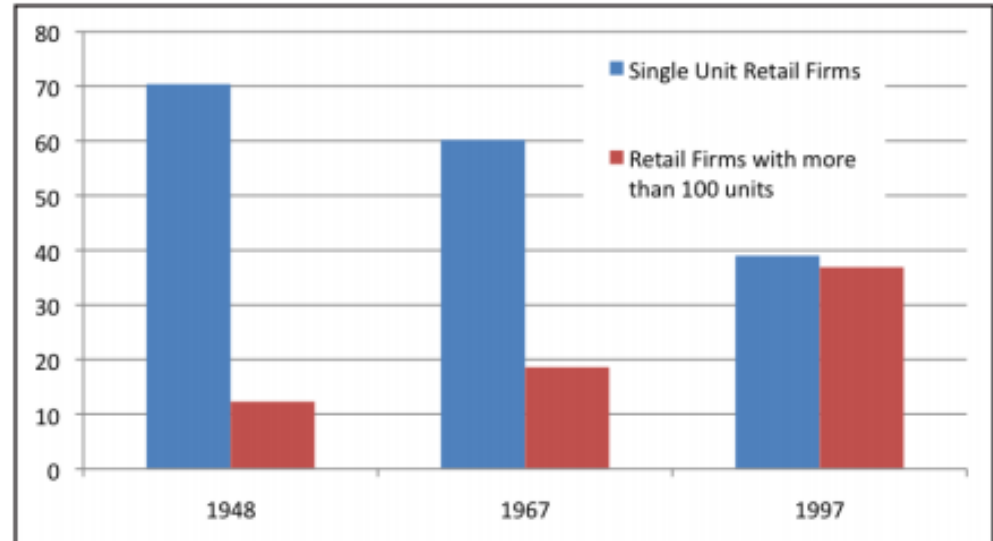


Figure 5: Single-Unit and Large Chain Share of Retail Sales, 1948-1997

Source: Jarmin et al. (2009:237).

▶ Discount store

▶ 1953/54 - Ann & Hope store, Martin Chase, Rhode Island

▶ Sol Price osniva FedMart i Price Club → Costco

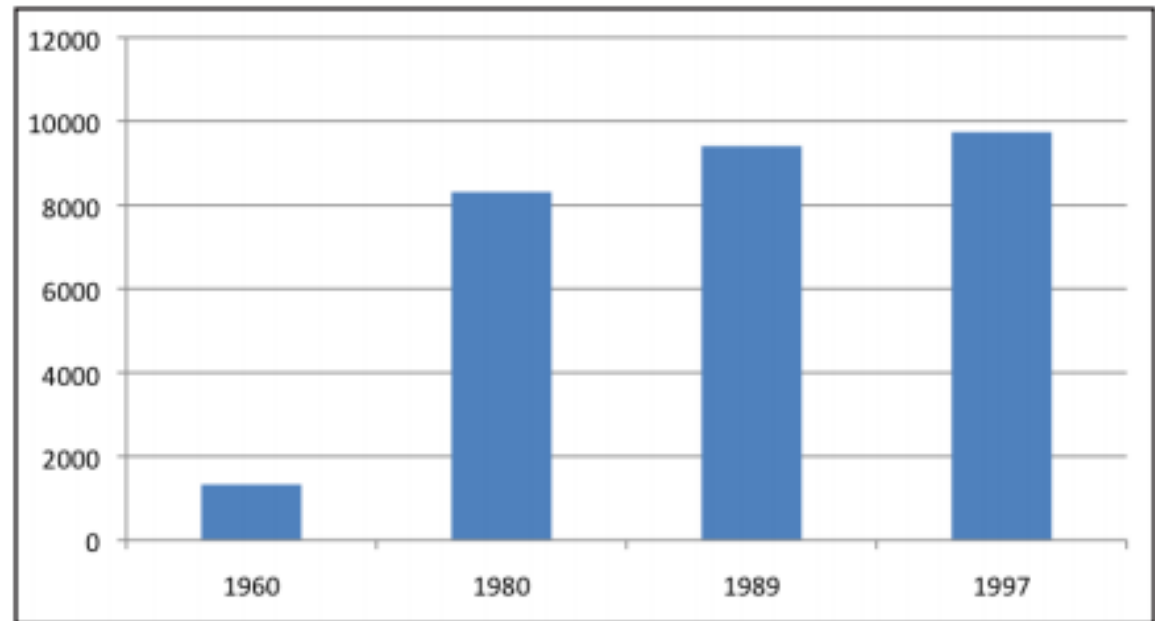


Figure 7: Number of Discount Stores, 1960-1997

Source: Jia (2008:1268).

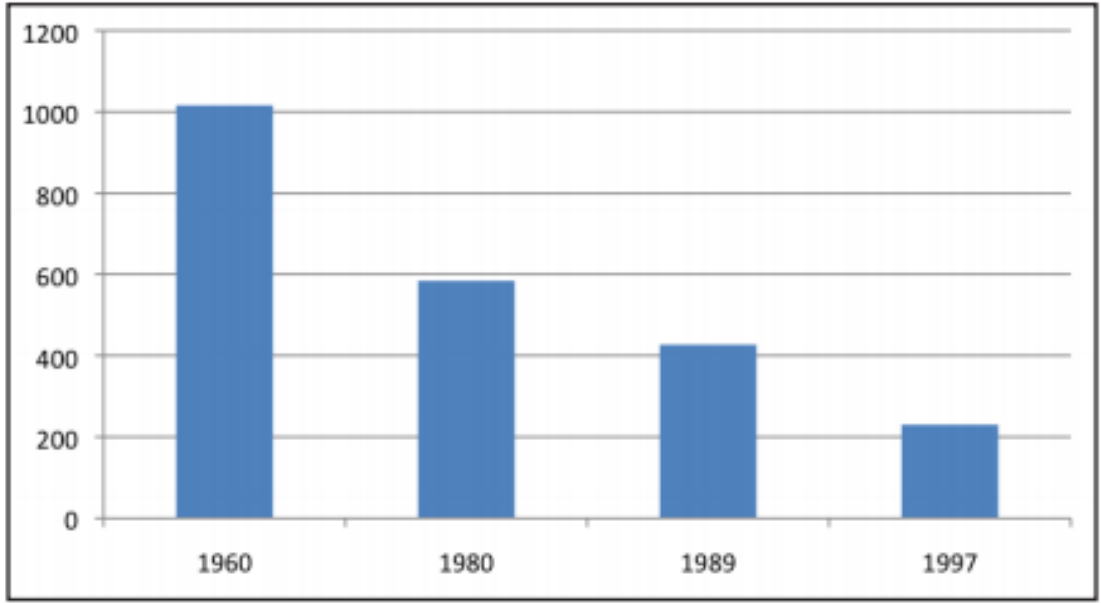


Figure 8: Number of Discount Firms, 1960-1997
 Source: Jia (2008:1268).

Trend - okrupnjavanje

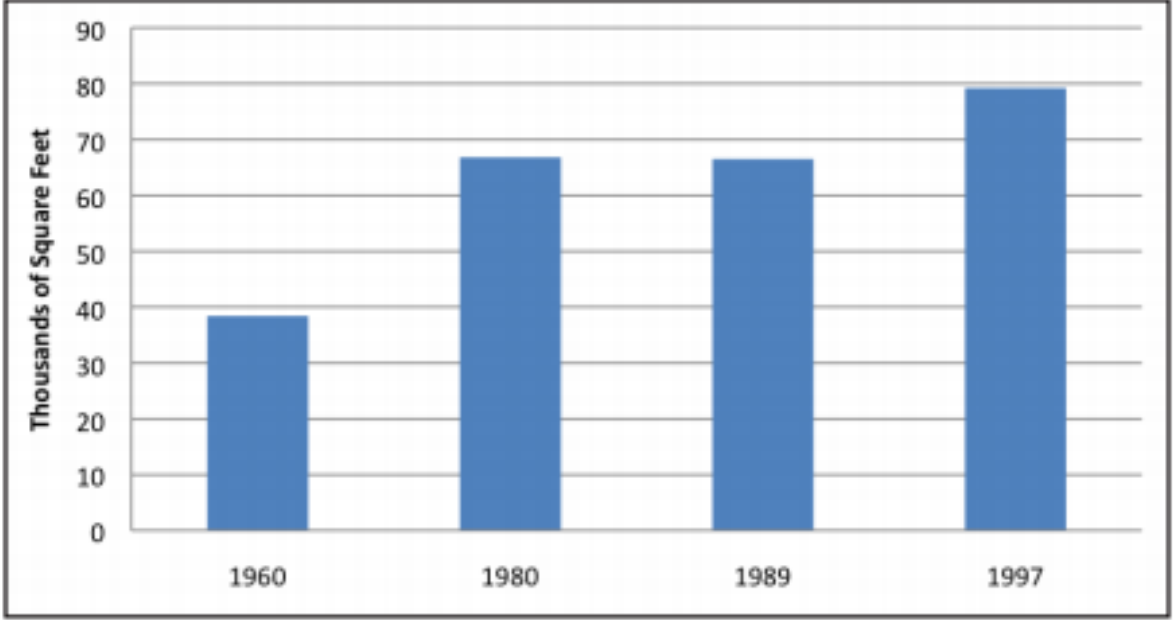


Figure 9: Average Discount Store Size, 1960-1997.
 Source: Jia (2008:1268).



- ▶ Okrupnjavanje i internacionalizacija velikih lanaca

- ▶ Wal-Mart

- ▶ *By the end of 2005, 46 percent of Americans lived within five miles of the nearest WalMart or Sam's Club store, and 88 percent lived within 15 miles of the nearest store; and Wal-Mart accounted for nearly 9 percent of all retail workers in the United States. Because the chain has a presence in so many markets, virtually all other retailers compete head-to-head with Wal-Mart: 67 percent of all retail stores in the United States are located within five miles of a Wal-Mart. (Basker, 2007)*

- ▶ 1950 Walton's 5&10 Bentonville

- ▶ 1962 Walmaart Rogers, Arkansas

- ▶ 1969 Wal-Mart Stores



-
- ▶ Od 1991. najveće trgovačko poduzeće u SAD-u
 - ▶ Velike površine, diskontne cijene, korporativna hijerarhija, veleprodaja (Sam's Club)
 - ▶ 1980. 1 mld\$ godišnja prodaja, 276 trgovina, 21 000 zaposlenih
 - ▶ 1994. širi se na Kanadu (122 Woolco stores)
 - ▶ 1996. Kina
 - ▶ 1997. 100 mld \$ godišnja prodaja
 - ▶ 1999. Ujedinjeno Kraljevstvo (ASDA)
 - ▶ 2000. Wal-Mart Online; 2007. side to store
-



-
- ▶ Negativan utjecaj na trgovinski sistem – na jednu prodavaonicu Wal-Marta u prvih godinu dana zatvore se 4 male prodavaonice

WAL-MART



WAL-MART

WAL★MART®

Walmart 

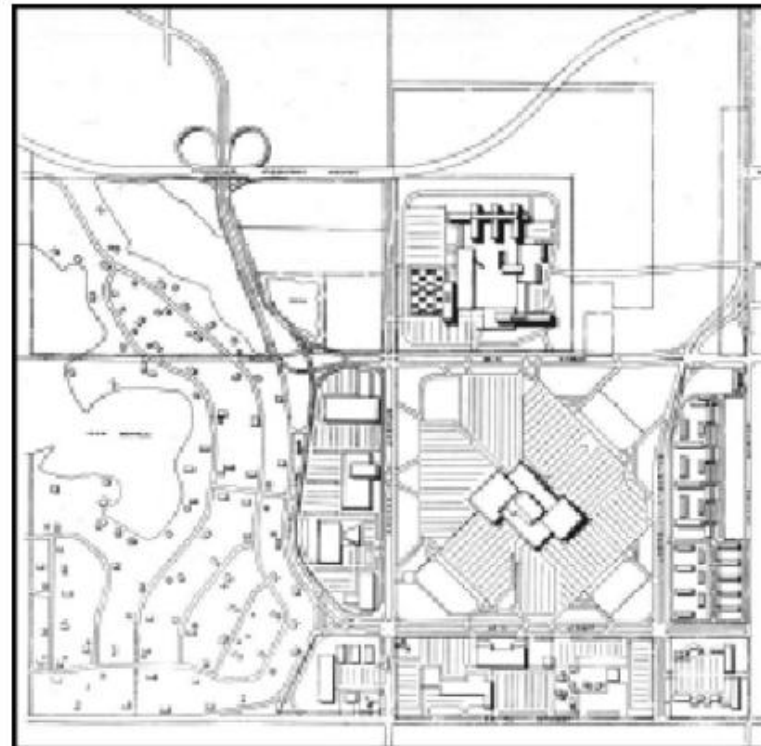


▶ Trgovački centar

- ▶ Prvi razvoj još u drugoj fazi – centri bez jedinstvenog vlasništva i politike
- ▶ 1950 Northgate Shopping Mall, Seattle – prvi open air shopping mall
- ▶ 1954. Nortland shopping centre u Detroitu prvi suvremeni suburbani cenntar (otvorenog tipa)



-
- ▶ **1956 Southdale, Minneapolis, Victor David Gruen**
 - ▶ Prvi potpuno klimatizirani i zatvoreni trgovački centar
 - ▶ Cilj jej bio revitalizirati središte grada – rezultat????



▶ Figure 3.39. Southdale Center Master Plan for area surrounding by Victor Gruen

-
- ▶ Zamislio trgovački centar kao trgovačku arkadu.



▶ Figure 3.40. Southdale Center, Minneapolis, USA, 1956

-
- ▶ Trgovački centar je arhitektonski jedinstven skup ili koncentracija najmanje tri trgovačka i ostala objekta s jedinstvenom upravom i zajedničkom poslovnom politikom te s osiguranim parkirališnim prostorom ovisnim o mogućnosti parkiranja u okolici centra i o alternativnim načinima dolaska u trgovački centar. (ICSC)
 - ▶ 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.
-



-
- ▶ Imaju jedinstveni arhitektonski koncept.
 - ▶ Izgrađeni su na jedinstvenom prostoru u skladu s potrebama tržišta te se po potrebi mogu proširivati
 - ▶ Moraju se nalaziti na lako dostupnom mjestu te imati osiguran pristup kako za automobile tako i za pješake.
 - ▶ Moraju imati adekvatan broj parkirnih mjesta. Parkiralište mora biti takvo da omogući pješacima slobodan prilaz centru te mora biti na udaljenosti da posjetiteljima omogućuje jednostavan i lagan dolazak do centra.



-
- ▶ Trgovački i ostali objekti u centru moraju poslovati na način da pridonose napretku centra.
 - ▶ Ugodno okruženje mora kod posjetitelja stvoriti osjećaj ugone ali isto tako i centar mora imati prepoznatljiv identitet.

 - ▶ Tipologije trgovačkih centara temelje se na :
 - ▶ morfologiji,
 - ▶ funkcijama,
 - ▶ strukturi tržišta
 - ▶ vlasništvu
 - ▶ upravi nad centrom.
-



-
- ▶ Trgovački centar (shopping center)
 - ▶ Open air center
 - ▶ Shopping mall
 - ▶ Hibridni centri

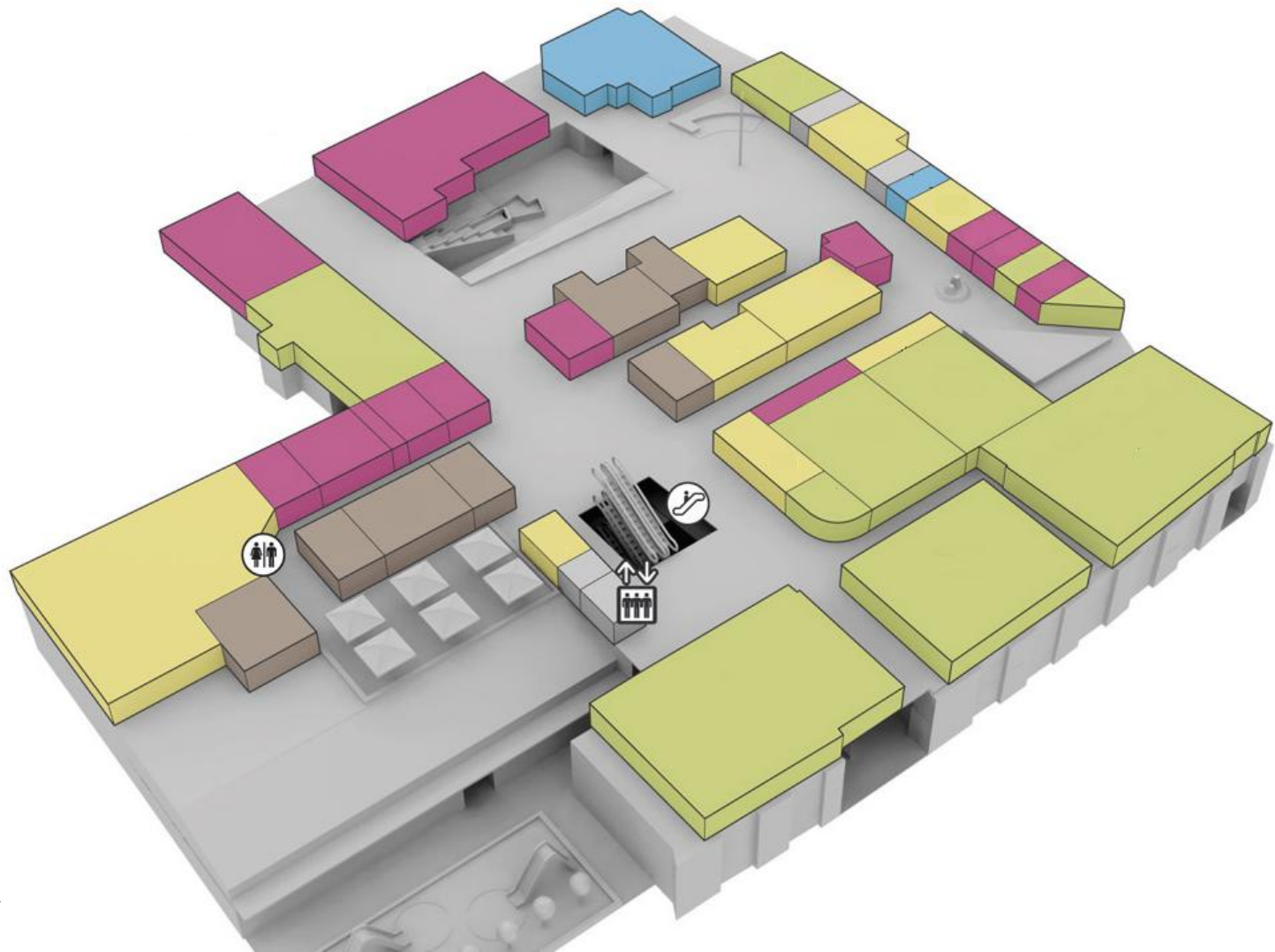


▶ M.Vresk razlikuje 5 vrsta centara:

- ▶ Strip – center
- ▶ Court – center
 - ▶ T – centar
 - ▶ L – centar
 - ▶ U – centar
- ▶ Mall – center
- ▶ Plaza – center
- ▶ Cluster center

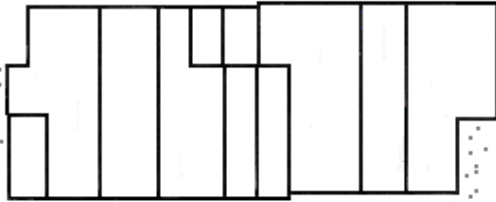






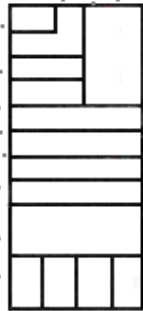


Department store



Department store

**Yorkdale,
Toronto**



Supermarket



Sadržaj trgovačkih centara

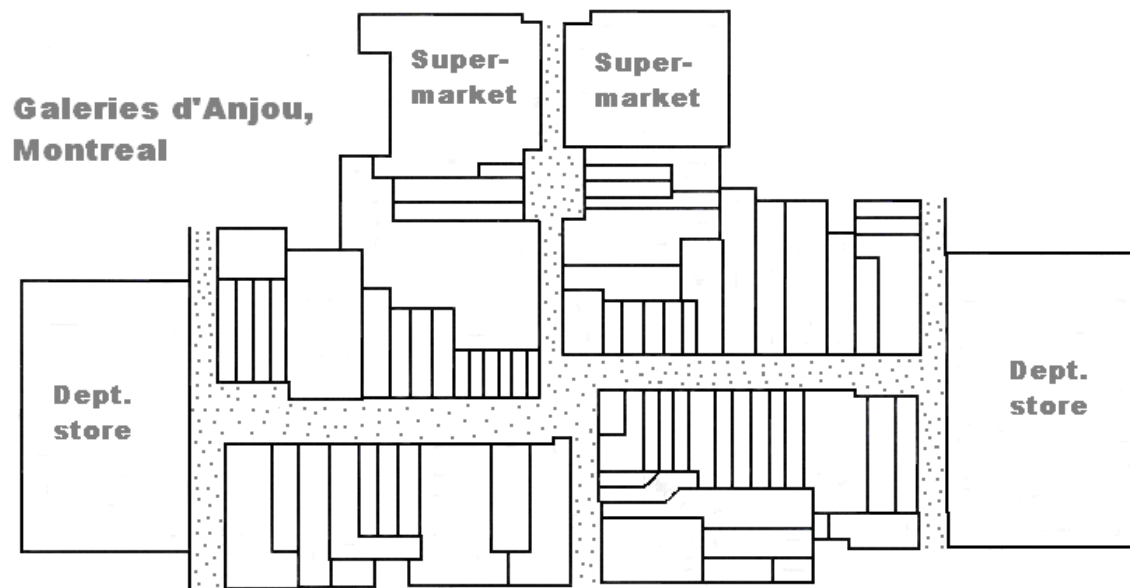
- ▶ Sadržaji kupovnih centara mogu se podijeliti na:
 - ▶ trgovinske
 - ▶ netrgovinske

- ▶ objekti u trgovačkom centru mogu se podijeliti na:
 - ▶ osovinske ili sidrene objekte (eng. anchor tenants) –
 - ▶ neosovinske objekte (eng. non-anchor tenants) ili specijalizirani objekti.

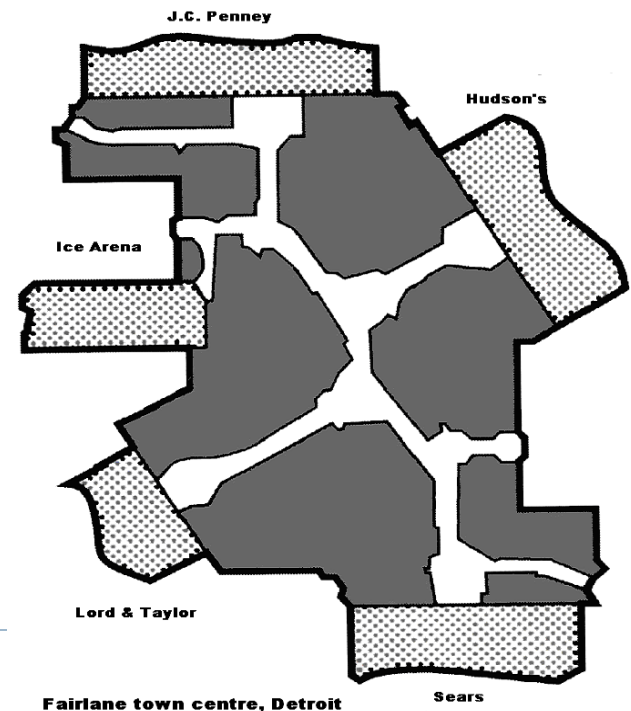
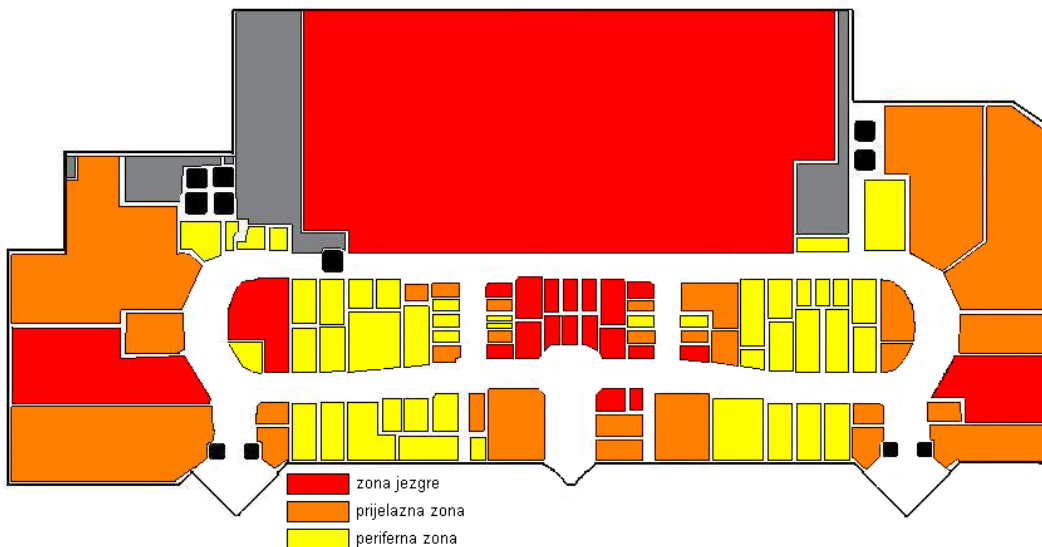


Raspored treba omogućiti maksimalno kretanje posjetitelja i time osigurati najveću moguću prodaju

- ▶ Osnovni principi rasporeda objekata u centru:
 - ▶ Prvi princip - lokacija osovinskih trgovina na suprotnim stranama centra kako bi se osiguralo da posjetitelji obiđu čitav centar.

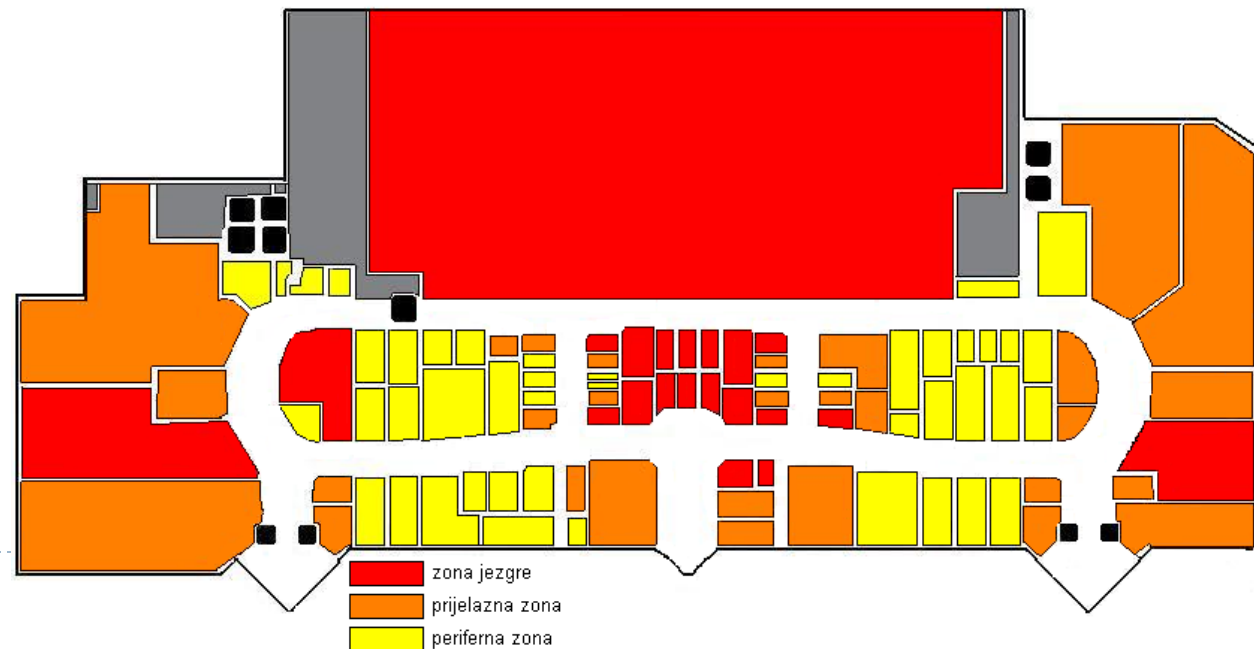


- ▶ Drugi princip - osiguravanje minimalnog broja izlaza iz centra.
- ▶ Treći princip - pružanje „ulica“ u centru.




Objekti iste vrste ili namijenjeni istoj ciljanoj skupini, se smještaju jedan u blizini drugoga - subjezgre

- ▶ S obzirom na broj posjetitelja i njihovo zadržavanje u centru razlikujemo tri zone:
 - ▶ zona jezgre
 - ▶ prijelazne zone
 - ▶ periferne zone




-
- ▶ Trgovački centri u suburbanim zonama, morfološki se razlikuju od trgovačkih i ostalih kupovnih centara u središtu grada.
 - ▶ U suburbanim zonama danas su najčešći morfološki oblici mall-centri.
 - ▶ U središnjim dijelovima grada razlikujemo dva osnovna morfološka tipa



-
- Prvi tip vezan je uz proces gentrifikacije i obnove nekadašnjih zgrada u središnjim dijelovima grada pri čemu se zadržava vanjska fasada.
 - Quincy Market u Bostonu – projektant James Rouse - **rousifikacija.**
 - *waterfront centres.*
-
- 

-
- ▶ Drugi najčešći morfološki oblik je oblik **galerije**.
 - ▶ Galleria Vittorio Emanuele II u Milanu.
 - ▶ The Commons, 1970. Columbus, Ohio - prvi trgovački centar tipa galerije



-
- ▶ **centri *open-air* morfologije** - građeni u kontroliranom okruženju, u sklopu zabavnih parkova ili slični kompleksa
 - ▶ **City Walk**, trgovački centar izgrađen u sklopu MCA Entertainment City-a u Los Angelesu, SAD.
 - ▶ **Anti – mall centri**
-
- 

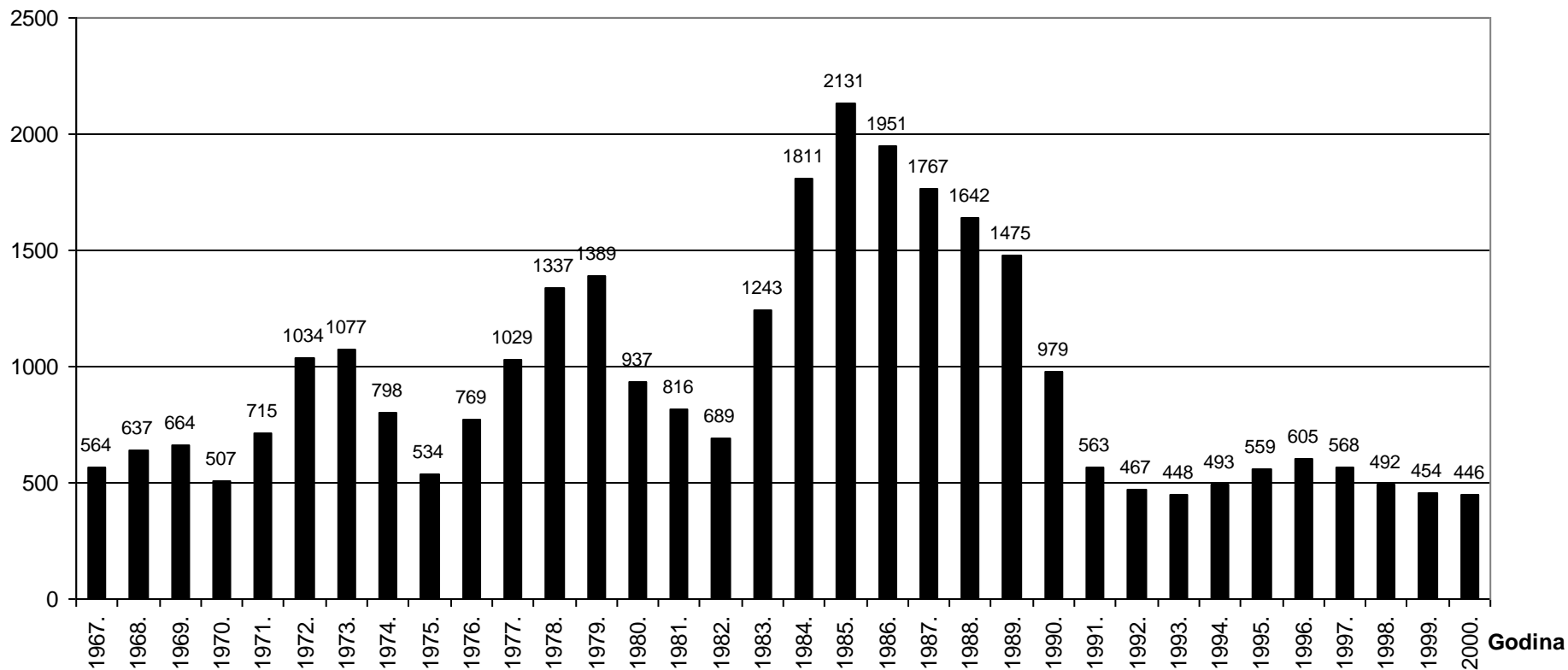
Kretanje broja centara u SAD

Kretanje ukupnog broja trgovačkih centara i njihovih površina u SAD-u

Godina	Broj trgovačkih centara (u 1000)	Površina trgovačkih centara		Prosječna površina	
		(mlrd ft ²)	(mil m ²)	ft ²	m ²
1970.	11,0	1,49	134,1	135 454,5	12 190,9
1975.	15,5	1,97	177,3	127 096,8	11 438,7
1980.	22,1	2,96	266,4	133 936,6	12 054,3
1985.	26,6	3,47	312,3	130 451,1	11 740,6
1990.	36,5	4,39	395,1	120 273,9	10 824,7
1995.	41,1	4,97	447,3	120 924,6	10 883,2
2000.	45,0	5,57	501,3	123 777,8	11 140,0
2005.	48,7	6,06	545,0	124 435,3	11 190,9

Kretanje broja novootvorenih trgovačkih centara u SAD-u

Broj novootvorenih centara



-
- ▶ Od 1970-ih diverzifikacija sadržaja i funkcija
 - ▶ 1970-ih pojava greenfield lokacija
 - ▶ **Horton Plaza** u San Diegu
 - ▶ 1980-ih godina - daljnja diversifikacija trgovačkih centara
 - ▶ pojava novih oblika kupovnih centara :
 - ▶ power centri - category killers (manje površine)
 - ▶ zabavni centri
 - ▶ Life-style centri



-
- ▶ 1990-ih godina usporava se gradnja trgovačkih centara
 - ▶ Camp Snopy - **Mall of America**
 - ▶ Mall of America je najveći zabavni centar u SAD-u
 - ▶ otvoren 21.08.1992. godine u Bloomingtonu, Minneapolis, Minnesota, SAD.
 - ▶ dizajnirala braća Ghermezians.
 - ▶ površina 4 000 000 ft² (371 612 m²)
 - ▶ više od 400 trgovina, 4 robne kuće, multiplex kino, zabavni park te brojni kafići, klubovi, restorani.
-



-
- ▶ **Megastrukture** - kupovni centri koji uključuju trgovačke sadržaje, hotele, poslovne prostore, luksuzne stambene prostore, zdravstvene centre, ekskluzivne ugostiteljske sadržaje i različite zabavne sadržaje.
 - ▶ **Water Tower Place** u Chicagu
 - ▶ **Tower City Centre** u Clevelandu.
-



Četvrta faza

- ▶ Internet trgovina



TRGOVINSKI SISTEM EUROPE

- ▶ duga tradicija trgovine – od antičkog razdoblja
 - ▶ različiti uvjeti trgovine
 - ▶ različiti oblici trgovine
 - ▶ nije homogeno tržište
- ▶ srednji vijek
 - ▶ razvoj tržnica i sajmova
 - ▶ sistem naselja niskog stupnja centraliteta s razvijenim trgovačkim funkcijama – trgovišta
 - ▶ podgrađa i prigrada s slojem trgovaca i obrtnika
 - ▶ putujući trgovci
 - ▶ trgovačka društva
 - ▶ politička rascjepkanost, ratovi, bolesti



▶ Predindustrijsko razdoblje

- ▶ merkantilizam (kraj 16.- 17. st) – glavni cilj je profit – stvaranje viškova
- ▶ poticaj razvoju trgovine pod kontrolom države – trgovinski suficit
- ▶ razvoj gradova na obali

▶ Industrijsko razdoblje

- uvođenje strojeva u proizvodnju ⇒ masovna proizvodnja ⇒ pojeftinjenje proizvoda
- masovna eksploatacija sirovina
- parobrodi, željeznica
- složeniji oblici trgovine u gradovima
 - specijalizirane trgovine, robne kuće



- sajmovi – velesajmovi
 - burze – London 1773
-

- općenite karakteristike – politička usitnjenost, utjecaj države – nema trgovinskog sistema Europe
- te razlike ostale do danas

- ▶ Razdoblje nakon II. sv. rata (nakon 1960.)
 - ▶ 2 procesa: integracija i globalizacija
 - ▶ integracija – stvaranje jedinstvenog tržišta EU
 - ▶ EU sudjeluje s 44% u izvozu ind. proizvoda



globalizacija – postupni nestanak nacionalnih tržišta

- posljedice ta dva procesa:
 - “uniformiranje” tržišta i organizacijskih oblika trgovine
 - ekspanzija trgovačkih lanaca
 - specijalizacija tradicionalnih oblika sajмова – velesajmovi
 - ipak zadržane određene posebnosti



▶ Robna kuća

▶ prodavaonica s velikom prodajnom površinom na više etaža.

▶ nudi vrlo široki i relativno duboki asortiman proizvoda


▶ *"In considering the social effects of the department store, one is inclined to attach the greatest importance to the contributions which they have made to the transformation in the way of life of the greatest strata of the population, a transformation which will remain the one great social fact of these last 100 years." – Hrant Pasdermadjian, The Department Store, Its Origins, Evolution and Economics, 1954*



-
- ▶ Prototip – Harding, Howell & co's Grand Fashionable Magazin, St Jame's London, prodaje robu u 4 odjeljka
 - ▶ 1852. Le Bon Marché, Aristide Boucicaut
 - ▶ Prvi objekt osnovan još 1838, 4 odjeljka.
 - ▶ Emille Zola – Au Bonheur des Dames



-
- ▶ 1849. Bainbridge's, Newcastle, 23 odjeljka, osn. Emerson Muschamp Bainbridge

 - ▶ Carl Kastner i Herman Öhler
 - ▶ 1879. - Ilica 50
 - ▶ 1889. Ilica 4
 - ▶ 1913. uređenje današnje lokacije
 - ▶ 1945. današnja Nama (Narodni magazin)
-
- 

▶ Hipermarket

- ▶ Super Bazar, Bruges,,Auderghem,Anderlecht 1961.
- ▶ Carrefour, Saainte-Genevive des Bois, Francuska, 1963.
- ▶ Prodajni prostori veći od 5000 sqm koji nudi robu za kratkoročne, srednjoročne i dugoročne potrebe
- ▶ Lokacija – na rubovima grada ili u većim trgovačkim centrima
- ▶ Postojanje većeg parkirališnog prostora

- ▶ Superstore – američka varijanta, značajnija zastupljenost neprehrambenih proizvoda



▶ Faktori razvoja trgovačkih centara u Zapadnoj Europi:

1. Nedostatak dovoljno prostranog zemljišta smještenog uz veće ulazno-izlazne prometnice.
2. Visoke cijene raspoloživog zemljišta, koje su posljedica nedostatka slobodnog zemljišta.
3. Financijske institucije koje još uvijek, za razliku od američkih, nevoljko sudjeluju u financiranju kupovnih centara na rubovima grada



5. Otpor organizacija trgovaca smještenih u središtu grada.

6. Otpor državnih uprava (npr. Nizozemska)



- ▶ 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)



Trgovinski sistem trgovine na malo zemalja u razvoju

- ▶ Koje su zemlje u razvoju? – kriterij podjele
- ▶ Klasifikacija Svjetske banke BNP p.c.
 - niski dohodak: (≤ 745 \$)
 - niži srednji d.: (746 - 2975)
 - viši srednji d.: (2976 - 9205)
- ▶ Brojčano najveća skupina zemalja – vrlo heterogena
 - Novointindustrializirane zemlje
 - Zemlje OPEC-a
 - Najsiromašnije zemlje
- ▶ Granica siromaštva <350 \$ p.c. (1-2\$ dnevno)
- ▶ Skromne mogućnosti za sudjelovanje u trgovini



▶ Dvojnost trgovinskog sistema:

1) trgovina tipa bazar - tradicionalne tržnice, prigodna prodaja, mini trgovine

2) "poslovna" trgovina - moderna trgovina - robne kuće, specijalizirane trgovine, supermarketi

▶ Dvojnost posljedica podjele društva

▶ Dvojnost se odražava u :

▶ Prostornim karakteristikama (lokacija)

▶ Motiviranosti vlasnika

▶ Tehnološkim karakteristikama i organizaciji poslovanja

▶ Trgovinskim vezama

▶ Poslovnoj strategiji



prostorna (lokacija)

- 1) nešto okupljena na i oko tržnice, većinom raspršena po siromašnim četvrtima
- 2) moderni dio grada s modernim trgovinama - koncentrirana u centru

motiviranost vlasnika

- 1) računa na siromašnu klijentelu, traži minimalni prihod \Rightarrow cilj trgovca je preživljavanje
- 2) skupa roba s visokom maržama, cilj je velika zarada \Rightarrow motiv je ekspanzija

tehnološke karakteristike i organizacija poslovanja

- 1) radno intenzivna trgovina, jednostavna organizacija, često uključuje obrtničku proizvodnju tradicionalnih proizvoda
- 2) kapitalom intenzivna - raspolaže velikim sredstvima, složena organizacija, zapošljava stručnu radnu snagu, često dio međunarodnih lanaca



trgovinske veze

- 1) u pravilu lokalni proizvođači i vlastiti proizvodi, nabava kod veletrgovaca
- 2) industrijska roba iz cijelog svijeta, razvijene trgovinske veze

poslovna strategija

- 1) računa na lokalne kupce, ponuda robe kakva se uspije nabaviti
- 2) nalik zapadnim poduzećima: reklama i prezentacije, kvalitetan asortiman





精彩无处不在

3G

联通新时空
CDMA

中国电信
CHINA TELECOM

喝一口露一手

广东威露士饮料有限公司







四天
特色点
酱油典范

9 10 1
8
3

信商注
信商注

信商注

信商注



globe
GUERA
ES

PRO Del Rei
5671
GLOBOS
BISCORTOS GLOBO

BISCORTOS GLOBO
BISCORTOS GLOBO











HARBOUR CITY 海港城









SAMSUNG

Alta Resolução Digital em TVs de LCD e Plasma
TV LCD

EMPORIO PAX

Aniversário no Emporium Pax
Catálogo Infantil

FORUM

Triton

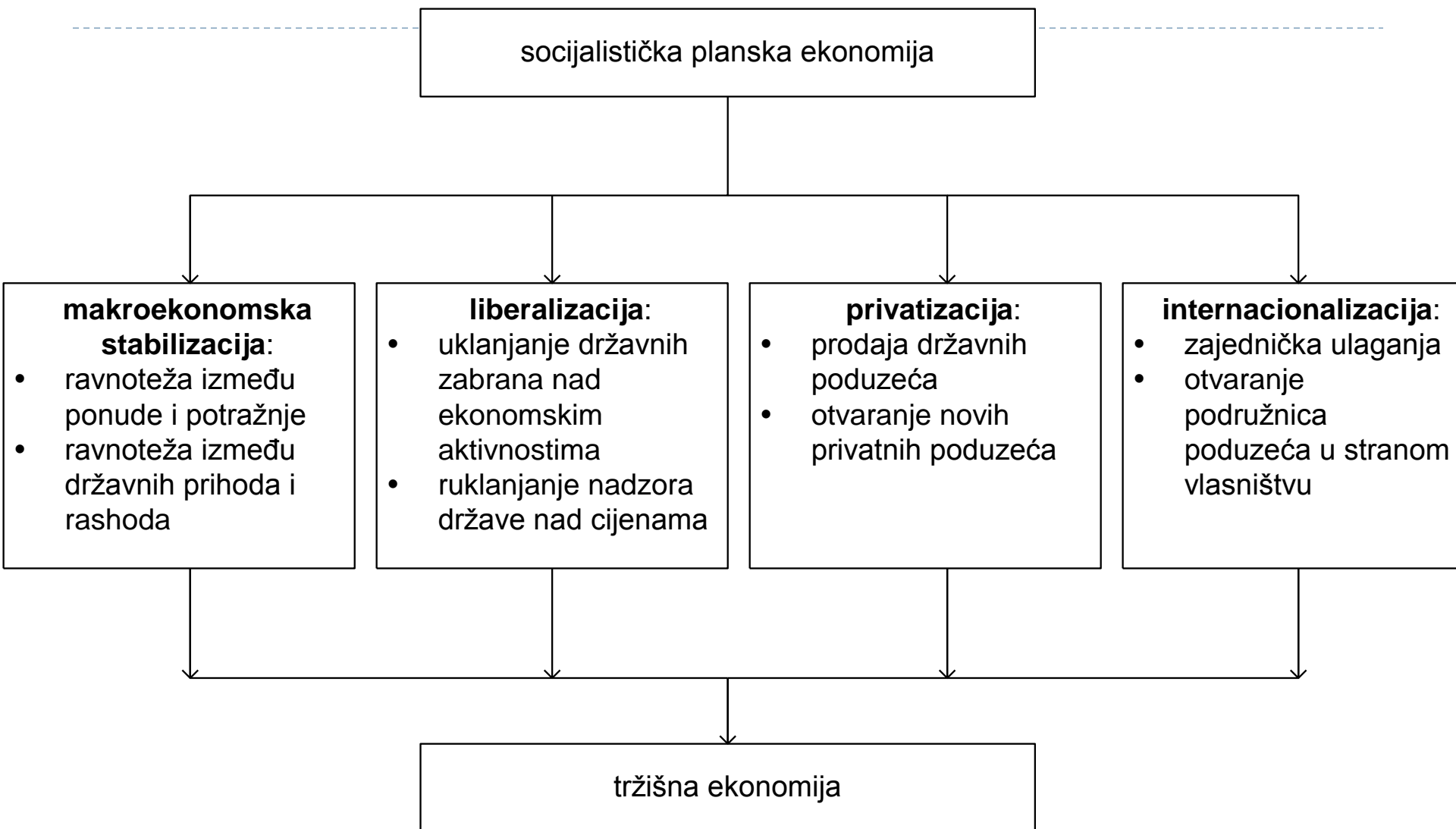
RICHARDS

Trgovinski sustav tranzicijskih zemalja

- ▶ Tranzicija - prijelaz državno-planskog (centralističkog) na tržišno gospodarstvo
- ▶ Zemlje srednje i istočne Europe, Rusija i dr. zemlje nastale raspadom SSSR-a i zemlje bivše YU
- ▶ Nerazvijen trgovinski sustav- posljedica specifičnog razvoja
 - bez konkurencije
 - država određivala vrstu i količinu proizvoda
 - država određivala cijene
 - država pronalazila partnere
 - naglasak na **proizvodnji**
 - nizak životni standard koji se sporo poboljšavao
 - destimuliranje potrošnje (automobil je luksuz)



Model ekonomske tranzicije



- ▶ Velike razlike – SSSR i SFRJ
-

Tranzicija od 1990-ih:

- ▶ afirmacija trgovine u cjelini
 - ▶ zatečene trgovinske organizacije - pretvorba i privatizacija
 - ▶ otvaranje brojnih novih trgovačkih poduzeća (privatnih)
 - ▶ otvaranje država
 - ▶ usmjerenije na dugoročnu opskrbu
 - ▶ specijalizirani lanci
 - ▶ zbog male kupovne moći veliko značenje "sive ekonomije"
-

