

Mr. sc. Dario Dunković*

**Prof. dr. sc. Zdenko Segetlija:
"TRGOVINSKO
POSLOVANJE"**

**Ekonomski fakultet u Osijeku
godina izdanja 2006.**

Domaća znanstvena literatura obogaćena je za knjigu iz područja trgovinskog poslovanja i marketinga. Djelo "Trgovinsko poslovanje" autora prof. dr. Zdenka Segetlije, redovitoga profesora u trajnom zvanju na Ekonomskom fakultetu u Osijeku, nastavak je opusa ovoga istaknutog domaćeg stručnjaka i znanstvenika, koji je svoj dugogodišnji rad posvetio istraživanju trgovine - prvenstveno maloprodaje, zatim poslovne logistike, distribucije roba, pa i informacijske tehnologije, bez koje su danas ovakva istraživanja teško moguća. Iako je tema marketinga prilično zastupljena u domaćoj znanstvenoj i stručnoj literaturi, bilo u izvornim djelima ili prijevodima stranih autora, ona je samo jedno od područja koje obuhvaća trgovinsko poslovanje. Zapravo ono omogućuje funkcioniranje marketinga i konačno zahtijeva složeniju metodologiju prezentiranja. Nedostatak ovakve građe u hrvatskoj znanstvenoj bibliografiji sputava znanstvenike i stručnjake iz ovog područja u njihovim namjerama i napredovanjima. Iz tih razloga ova knjiga, kao i prethodno djelo "Marketing trgovine", dugo je iščekivana i treba ju smatrati obveznom literaturom za rasvjetljavanje suvremene trgovine.

Knjiga je, kako kaže autor, „zamišljena *ne samo kao udžbenik, nego i kao znanstvena knjiga*“. Sadržaj knjige čini šest radnih poglavlja i sinteza. Ima raspon od 502 strane, pri čemu se ni u jednom trenutku ne gubi sustavan pristup problematici. Knjiga počinje popisom slika (54), tablica (15), te kratica i simbola (75), nakon čega se prezentira tema kroz sljedeća poglavlja:

1. Uvodna razmatranja (str. 1-13)
2. Trgovina, trgovinske funkcije i trgovinske institucije (str. 14-120)
3. Trgovinski poslovni procesi (str. 121-206)
4. Strategija i menadžment (str. 207-258)
5. Marketinška područja i varijable (str. 259-392)
6. Trgovinske poslovne jedinice, trgovinska poduzeća i oblici suradnje (str. 393-458)

* doktorand na Ekonomskom fakultetu u Osijeku

Na kraju knjige autor je dao jasnu sintezu, gdje je objasnio postignute doprinose i zakonitosti kako bi postavio smjernice novim istraživanjima. Pored opsežne domaće i američke literature koju autor navodi, teorijska razmatranja i polazišta temelji na doprinosima njemačkih (europskih) znanstvenika i na izričajima vlastitih misli i vrijednosti - što je i prepoznatljiv pristup autora. Riječ je o iscrpno korištenoj literaturi novijeg datuma, pri čemu treba naglasiti da nema ograničenja u izvorima, jer autor koristi uz klasičnu literaturu i internetske izvore te najsvježije statističke podatke. Interesantna rijetkost je što autor na zadnjim koricama čitatelju jednostavnim grafikonom prikazuje cjelokupnu strukturu knjige "Trgovinsko poslovanje" što olakšava snalaženje i pregled tematskih cjelina.

Knjiga je napisana sa zadaćom da objasni i poveže osnovne pojmove iz područja trgovine, marketinga, menadžmenta, organizacije, te da sustavnim pristupom i modeliranjem poveže razne teorijske postavke i praktična znanja.

Autor upućuje čitatelja na fundamentalne spoznaje o kontinuiranosti razvitka misli i razumskog razlikovanja onoga što služi gospodarskom i društvenom razvoju. Takav pristup omogućuje čitatelju da i sam postupno razvija svoja dosadašnja stara shvaćanja trgovinskog poslovanja, u jasnija i razumljivija nova shvaćanja u suvremenome poslovnom okruženju.

Metodologija je raznovrsna i interesantna, jer se primjenjuje interdisciplinarni suvremeni sustavni pristup i modeliranje u istraživanju trgovinskog poslovanja koje je isprepletено informacijskom tehnologijom i novim marketinškim dostignućima. Autor, kao vrhunski poznavatelj teme ove knjige, analizira suvremene uvjete trgovinskog poslovanja koje se „temelji na postavkama, ekonomike, organizacije, menadžmenta i marketinga trgovinskoga poduzeća (kompanije, društva)“ sa različitim motrišta.

Knjiga pokušava odgovoriti na pitanja: kakav značaj, ulogu, moć i sustav vrijednosti ima trgovinsko poslovanje u gospodarskome i društvenom razvoju? Kako se ponašati, kako postupati, u što vjerovati, čemu se mogu nadati trgovci, potrošači, drugi subjekti i donositelji odluka? Dobro je da je u ovoj knjizi identificirano suvremeno trgovinsko poslovanje i njegovo mjesto u znanosti i praksi.

U središtu interesa našla se problematika „*trgovinskog poslovanja*, posebno njegovo *marketinško*

područje“ i „*suvremene koncepcije u menadžmentu i marketingu trgovinskoga poduzeća*.“ Nadalje u knjizi se „*analiziraju teorijski okviri unutar kojih se odvija trgovinsko poslovanje*“ - trgovina, trgovinske funkcije i trgovinske institucije. „*Daju se tipični oblici trgovinskih poslovnih jedinica, trgovinskih poduzeća i oblika suradnje trgovinskih poduzeća, te trgovinskih i drugih poduzeća*.“

Unatoč tome što nije dobro izdvajati neke dijelove knjige, ipak bih istaknuo obradu pravaca razvoja menadžmenta trgovine, gdje autor daje pregled suvremene primjene informacijske tehnologije u trgovini. Zatim, teorijski pristup rastu i razvoju trgovine, pri čemu navodi mnogo relevantnih koncepcija. Za istraživače razvoja domaće i europske maloprodajne strukture od posebne je koristi detaljna razrada oblika maloprodajnih poslovnih jedinica u šestom poglavlju. U tom dominantnom poglavlju autor daje polazište i inspiraciju za vertikalni marketing, a to je jedno od najdinamičnijih segmenata ekonomske znanosti i moćno sredstvo razvoja ekonomije u budućnosti.

Autor je svoju viziju trgovinskog poslovanja predstavio istančanim jezikom, jasnim i razumljivim stilom pisanja i korektnim korištenjem pojmova.

Koristeći u ovoj osebujnoj knjizi literaturu od 344 rada, 105 izvora s interneta, 27 izvora statističkih i drugih podataka, 39 časopisa i novina te 18 zakona, pravilnika, Ustav Republike Hrvatske, i navodeći ukupno 898 bilježaka ispod teksta, kojima objašnjava nešto što je u vezi s izloženim tekstom, utrošivši mnogo truda, empirijskog i istraživačkog rada, autor dokazuje da je izazov i rizik pisanja bio velik i neizvjestan. Ali, isplatilo se, jer ovom knjigom autor je obogatio znanstvenu javnost, druge ljude, a posebice studente, iz područja trgovinskog poslovanja, koje nam je sada postalo bliskijim.

U sintezi svoga rada, „*na osnovi analize temeljnih pojmova iz trgovinskog poslovanja, analize trgovinskih poslovnih procesa i učinaka te analize marketinga i menadžmenta trgovinskoga poduzeća (i svih marketinških područja i varijabli) i teorijskih polazišta oblikovanja maloprodajnih poslovnih jedinica*“ autor svojom kreativnom maštom „*nalazi*“ tri načela praktičnoga reda i svrhovite veze te dolazi do posebnih definicija pojmova: a) trgovina., b) prodavaonica, i c) kako se razvijaju „*oblici maloprodajnih poslovnih jedinica*“.

Profesor Segetlija dao je definiciju trgovine koja glasi: „*trgovina je gospodarska djelatnost koja se sastoji u stalnom izboru, razvijanju, prikazivanju i nabavljanju različitih vrsta robe, u prenošenju informacija o iskazanoj potražnji kupaca, u usklađivanju i čuvanju zaliha robe koje su potrebne za prodavanje te preprodaji robe velikom broju pojedinačnih i organiziranih potrošača u količinama, na način, na onome mjestu i u ono vrijeme koje odgovara njihovim zahtjevima, a sve to s tendencijama poslovnoga povezivanja i suradnje s proizvođačima i s potrošačima.*“

Autor je posvetio posebnu pozornost istraživanju, definiranju, shvaćanju stvarnosti i rasvjetljavanju „posebnosti poslovanja” (osobito marketinga) trgovinskoga poduzeća. Nadalje, problematizirano je široko područje izbora, odnosno oblikovanja i vođenja trgovinskih poslovnih jedinica. Da bi se shvatili ti problemi, bilo je potrebno analiziranje trgovinskih funkcija, trgovinskih radnih procesa, upravljanja trgovinskim poduzećem i ulaganja marketinških instrumenata trgovinskoga poduzeća.

Nedvojbena je činjenica, da je autor svojom knjigom izvršio velik korak naprijed na neistraženi prostor ekonomskih znanosti i gospodarskih pro-

cesa, te tako dao trgovinskom poslovanju teoretski ali i praktični sustavni oblik i novu kvalitetu. Taj ohrabrujući sustavni oblik trgovinskog poslovanja upućuje na jedan vidik koji pokazuje smjer daljnjeg razvijanja i neophodnu povezanost s praksom, gdje može uvijek djelovati i dobiti završni odgovor. Isto tako nema dvojbe da je autor ispunio očekivanja načinivši pozornosti vrijedno djelo, kao prilog identifikaciji razvojnih prepreka u gospodarstvenome i društvenom razvoju ali i osmišljavanju promjena u trgovinskom poslovanju.

Trgovinsko poslovanje je, prije svega, knjiga - mjerilo i temelj - za studente preddiplomskog, diplomskog i stručnog studija na Ekonomskom fakultetu u Osijeku i njegovim odjelima, ali i koristan izvor znanja i novi zahtjev, za sve one čitatelje koji imaju želju i potrebu za razumijevanje i svladavanje današnjeg poslovnog okružja i uspješnoga trgovinskog poslovanja.

Naravno, ovdje sam u nekoliko poteza u malom opsegu pokušao osvijetliti znanstvene spoznaje autora i tako natuknuti veličinu ove knjige, ne bi li tako i zainteresirao čitatelje da preko nje dođu do novoga razmišljanja i novih mogućnosti izlaženja iz vlastitih ograničenja.