



MATERIJAL ZA VANREDNE UČENIKE

PREDMET: PRAKTIČNA NASTAVA

ZANIMANJA: PRODAVAČ

RAZRED: PRVI

PRODAJNI OBJEKAT

Prodajni objekt je mjesto na kojem se vrši prodaja robe u cilju zadovoljavanja potrošačkih potreba. Mogu biti različiti i ako ih posmatramo sa aspekta usluživanja dijele se na:

KLASIČNE PRODAJNE OBJEKTE, čija je osnovna karakteristika da se između kupca i robe nalazi prodavač u ulozi posrednika.

SAVREMENE PRODAJNE OBJEKTE, čija je osnovna karakteristika da prodavač nema ulogu posrednika, već kupac prilazi robi, odabira je, uzima i nosi do mjesta predviđenog za naplatu robe.

INVENTAR PRODAVNICE

Inventar prodavnice čine: police, tezge, stolovi, vitrine, gondole, štandovi.

Sprave za mjerenje i vaganje robe. Tu spadaju razne vrste vaga, od klasičnih do savremenih digitalnih vaga.

- sprave za mjerenje metražne robe
- zapreminske sprave za mjerenje tekućine.

U tremičke uređaje spadaju:

- uređaji za zagrijavanje, osvjetljenje, hlađenje, klimatizaciju
- sanitarni uređaji i uređaji za zaštitu od provala i krađa.

ZAŠTITA NA RADU U PRODAVNICI

Pored poklanjanja velike pažnje robi i prodajnom prostoru u trgovini, neophodno je posvetiti pažnju i zaštiti radnika u smislu očuvanja njihovog zdravlja. Zaštita na radu obuhvata zaštitu radnika od:

- povreda na radu
- profesionalnih oboljenja.

Kod oba ova vida povreda postoje tzv. preventivne i represivne mjere.

GLAVNI PRODAJNI PROSTOR

To je prostor u kome se nalazi roba izložena za prodaju. Ovaj prostor sastoji se iz dijela predviđenog za kupce, tzv. komunikativna površina i dijela predviđenog za izlaganje robe.

SPOLJNI IZGLED PRODAVNICE

Svaka prodavnica ima spoljnja obilježja, koja treba da privuku pažnju potrošača. Spoljnja obilježja su: firma, izlog, ulaz, izlaz, prilaz prodavnici, fasada, nadstrešnica, reklamni natpisi i dr.

KANCELARIJA POSLOVOĐE

Ova prostorija postoji u skoro svim srednjim i velikim prodavnicama. U njoj poslovođa obavlja administrativne poslove, prima po potrebi osoblje prodavnice i stranke. Poželjno je da kancelarija

poslovođe bude smještena neposredno uz prodajni prostor i priručno skladište. Od prodajnog prostora često se pregrađuje staklenim zidom, pa je na taj način poslovođi omogućeno da ima stalan uvid u prodajni prostor.

SANITARNE PROSTORIJE

Obuhvataju: radnu garderobu, kupatilo i toalet. **Radna garderoba** je snadbjevena ormarima u koje osoblje odlaže svoju odjeću i obuću, a uzima radno odijelo i obuću. Smješta se između ulaza za osoblje i prodajnog prostora u neposrednoj blizini kupatila. **Kupatilo** je prostorija u kojoj su tuševi i lavabo. **Toalet** je smješten u neposrednoj blizini garderobe i kupatila, dovoljno udaljene od prodajnog prostora.

OPREMA PRODAJNOG OBJEKTA

Osnovna oprema klasičnih prodavnica bila je vrlo dugo u vidu zidnog regala i tezge. Zidni regal po pravilu je visok do tavanice, ispod koje se nalazi tezga tj. pult. Tezga pored svoje osnovne uloge da se njome koristi prodavac prilikom mjerenja i pakovanja robe, ima i ulogu da odvoji kupca od robe. Oprema treba da omogući neposredan pristup i kontakt potrošača sa robom. Oprema u savremenim prodajnim objektima po svojoj namjeni djeli se na:

1. osnovnu opremu
2. dopunsku opremu
3. pomoćnu opremu.

ALARMNI UREĐAJI

Imaju ulogu upozorenja i obezbjeđenja sigurnosti prodajnog objekta. Postavljaju se na određenim mjestima prodajnog objekta i oglašavaju se u slučaju provalne krađe.

UREĐAJI ZA PROTIVPOŽARNU ZAŠTITU

Koriste se kao priručna sredstva za prvu pomoć u slučaju požara do intervencije vatrogasne službe.

OSVJETLJENJE PRODAJNOG OBJEKTA

Prodajni prostor treba da bude dobro osvijetljen ali ne i prejako. U savremenim uslovima poslovanja najčešće se uvodi fluorescentno svjetlo. Ovako osvijetljenje koliko god može da dobro djeluje isto tako može da bude opasno i da odbija kupca. Prejako svjetlo može da kvari prirodan efekat robe i da svemu da blijedu boju. Naročito je opasno svjetlo koje u sebi ima nijansu ljubičaste boje.

OZVUČENJE PRODAJNOG OBJEKTA

Obavlja se pomoću ravnomjerno raspoređenih zvučnika. Prilikom njihovog postavljanja treba voditi računa o akustičnosti objekta, a posebno o pojavi odjeka. Pri tome treba odrediti prirodnu jačinu zvuka i imati u vidu da prijatna muzika u prodajnom objektu stvara ugodnu atmosferu. Ozvučenje prodajnog objekta je ujedno i sredstvo poboljšavanja prodaje. Prejako, preslabo ili na momente isprekidano ozvučenje može imati suprotan efekat.

INSTRUMENTI ZA MJERENJE ROBE

Mjerenje je postupak kojim se određuje količina robe. Količina se određuje na više načina- mjerenjem mase robe, zapremine, površine, širine i dužine komadne robe. Ispravnost instrumenata za mjerenje robe kontrolira odgovarajuća služba za kontrolu mjera. Službeno ispitivanje i obilježavanje žigom ispravnosti instrumenata za mjerenje naziva se baždarenje. Svi instrumenti za mjerenje robe mogu se podijeliti na :

- instrumente za mjerenje mase
- instrumente za mjerenje površine, dužine i širine
- instrumenti za mjerenje zapremine

POJAM ROBE

Ona je predmet kupoprodaje. Roba je proizvod ljudskog rada koji je namjenjen prodaji, a ne ličnoj potrošnji. Roba kao predmet razmjene ima dvije osnovne karakteristike: upotrebnu vrijednost i vrijednost.

GUBICI NA ROBI

Pod gubitkom uopšte podrazumjeva se svako smanjenje ili nestanak nekog materijalnog dobra. Pod gubicima na robi treba svatiti sva smanjenja koja se javljaju na robi, a odnose se na njenu težinu, zapreminu, površinu ili njen kvalitet. Ova smanjenja mogu nastati iz opravdanih ili neopravdanih razloga, ali činjenica je da su to gubici. Razlikujemo opravdane i neopravdane gubitke. Gubici na robi javljaju se pri transportu robe, uskladištenju, rukovanju robom u prodavnici ili drugim okolnostima. Uzroci gubitaka na robi mogu biti različiti i određuju se prema mjestu gdje su nastali, karakteru samog gubitka, količini gubitka i prema tome čijom su krivicom nastali.

ČUVANJE ROBE

Čuvanje robe obuhvata niz radnji koje se obavljaju u cilju očuvanja kvaliteta i kvantiteta robe. Tko npr. da bi se roba očuvala, neophodno je regulirati temperaturu i vlažnost prostorija, strujanje vazduha, održavanje čistoće u prostorijama, čišćenje robe, prebiranje robe. Ekonomski značaj čuvanja robe ogleda se u tome što se gubici na robi smanjuju ukoliko je čuvanje robe uspješno sprovedeno.

ČUVANJE PREHRAMBENE ROBE

To je roba koja je osjetljiva na uticaj brojnih faktora koji mogu štetno da djeluju na kvalitet robe i da izazovu kvar, npr. pretjerana vlažnost zraka štetno djeluje na meso, hljeb, kafu, brašno, a suhi zrak na voće i povrće. Povišena temperatura stvara povoljne uslove za kvar robe. Ambalaža u kojoj se roba čuva mora da bude ispravna inače dolazi do rasipanja ili curenja. Prašina zagađuje prehrambenu robu te je redovno treba brisati. U prodavnici ne smije biti insekata.

POJAM AMBALAŽE

Riječ ambalaža je francuskog porijekla, a potiče od riječi ambalaž, što znači omot i sve ono u šta se roba pakuje(papir, drvo, juta, kanap).Prema tome pod ambalažom se podrazumjevaju sva sredstva koja služe za pakovanje robe, u cilju zaštite robe, lakšeg transporta, reklame, lakše upotrebe itd.

KOMUNIKATIVNA POVRŠINA PRODAJNOG OBJEKTA

To je dio prodajnog objekta predviđenog za nesmetano kretanje kupca da razgleda i kupuje robu.

OBLIK I DIMENZIJE PRODAJNOG OBJEKTA

Najpogodniji oblik prodajnog objekta prodavnice je pravougaonik.Uzak i dugačak prodajni prostor nije pogodan.Najpogodniji odnos kraće strane prema dužoj je 3: 5 ili 5:8.

Najpogodniji oblik prodajnog prostora se postiže sledećim:

- da se obezbjedi dobar razmještaj opreme
- da se obezbjedi dobar pregled prodavnice
- da se obezbjedi lahko komuniciranje potrošača i prodavca.

SMJEŠTAJ(LOKACIJA)PRODAVNICE

Prilikom osnivanja jedne nove prodavnice treba obezbjediti njeno mjesto tj. locirati je tako da se obezbjede sledeći uslovi:

- blizina i broj potrošača
- prometnost mjesta
- predmet poslovanja
- konkurencija
- pogodnost prostorija koje se nalaze u prodavnici.

RADNA MJESTA U PRODAVNICI

Razlikujemo sledeća radna mjesta u prodavnici: jednoradno radno mjesto, dvoradno radno mjesto, troradno radno mjesto, paralelna radna mjesta, ostvsko radno mjesto, otvoreno radno mjesto ili radno mjesto bez tezge, radno mjesto u obliku boksa, radna mjesta u kioscima i paviljonima, paviljoni.

ODNOS PRODAVCA PREMA POTROŠAČU

Savremeni uslovi trgovine zahtjevaju, pored ostalog i podizanje nivoa stručnog, opšteg ekonomskog obrazovanja prodavca, njegove kulturne i opšte izgrađenosti u svom pozivu. Jedino tako uloga prodavca u savremenoj trgovini čiji je glavni cilj potpunije zadovoljavanje ljudskih

potreba potrošača u procesu prodaje robe je veoma značajna komponenta, koja utiče na obim prometa robe.

Na osnovu izučavanja psihologije prodaje došlo se do više zaključaka od kojih su najznačajniji:

- U odnosu prodavac- potrošač postoje neke zajedničke karakteristike koje se odnose na sve potrošače.
- U tom odnosu postoje i neke specifične karakteristike koje dolaze do izražaja samo prema nekim grupama potrošača.

HIGIJENSKO-TEHNIČKA ZAŠTITA PRODAVACA

To je skup svih higijenskih i tehničkih mjera i sredstava kojima se zaštićuju radnici na radu od nepovoljnih faktora rada po njihovo zdravlje, život i imovinu preduzeća.

Osim ostalih problema higijensko- tehničke zaštite prodavca na radu dva su od posebnog značaja:

- posebni uslovi rada u trgovini
 - profesionalna oboljenja u trgovini.
- U posebne uslove rada u trgovini spadaju:

- dugotrajno prinudno stajanje
- epidemiološka oboljenja
- posebni higijenski uslovi rada u prehrambenim prodavnicama.

FIRMA KAO SPOLJNO OBILJEŽJE PRODAVNICE

Firma prodavnice je naziv preduzeća u čijem sastavu je prodavnica. To je spoljno obilježje prodavnice. Na firmi stoji naziv preduzeća, a uz taj naziv može da stoji neki odgovarajući crtež. Uloga firme je višestruka: ona informiše prolaznike o vrsti robe koja se prodaje u prodavnici, privlači poglede posjetilaca, uljepšava izgled prodavnice, njenu okolinu, garantuje za kvalitet robe itd. Firma treba da bude kratka da bi se lakše pamtila i treba da se razlikuje od drugih firmi. Načini ispisivanja firme su različiti, a ona može biti ispisana na drvenoj, limenoj, staklenoj ili drugoj osnovi. Savremene firme su svijetleće, načinjene od neonskih cijevi.

IZLOG KAO SPOLJNO OBILJEŽJE PRODAVNICE

Izlog je najupadljivije spoljno obilježje prodavnice, jedno od njenih najjačih reklamnih sredstava, koja brzo i tačno informiše potrošača o robi. Pod izlogom se podrazumjeva zastakljeni prostor prodavnice, najčešće okrenut ulici u kome se izlaže roba radi reklame. Na taj način se roba reklamira na lijep način, nenametljiv i savremen. Izlog robe mora biti ne samo lijepo urađen, već i istinit da se potrošač ne bi doveo u zabludu pa će kasnije izbjegavati tu prodavnicu.

PROSTOR ZA PRODAVCE

Prostor za prodavce u velikom broju klasičnih prodavnica nalazi se između polica i tezgi. Širina prostora za prodavce zavisi od toga da li je radno mjesto prodavca individualno ili grupno. Ako

je individualno najmanje je širok 60 cm, a ako je grupno, najmanje 90 cm. da bi omogućilo mimoilaženje prodavaca. U nekim klasičnim prodavnicama, prostor za prodavce poklapa se sa prostorom za kupce, kao npr. u prodavnicama namještaja, automobila i sl.

POMOĆNI PRODAJNI PROSTOR

Pomoćne prostorije prodavnice sa prodajnim prostorom u cijelini čine prodavnicu u širem smislu. Za uspješnu prodaju robe, koja se obavlja u prodajnom prostoru, neophodno je postojanje pomoćnih prostorija. Svaka od pomoćnih prostorija ima određenu funkciju koja se uspješno ostvaruje ako se broj, veličina i raspored pomoćnih prostorija prilagođeni svojoj namjeni. Pomoćne prostorije u klasičnoj prodavnici su: priručno skladište, kancelarija poslovođe i sanitarne prostorije.

PROSTOR ZA KUPCE

Nalazi se u središnjem dijelu prodajnog prostora i iznosi oko 60 % ukupne površine prodajnog prostora. Relativno velik prodajni prostor za kretanje kupca je opravdan. Veći prostor omogućuje kupcu slobodnije kretanje, čekanje pod povoljnijim uslovima i slobodnije razgledanje robe. U nekim prodavnicama u prostor za kupce postavljaju se garniture namještaja za sjedenje i odmor.

ULAZ-IZLAZ KAO SPOLJNO OBILJEŽJE PRODAVNICE

Ulaz- izlaz mora da bude širok najmanje 80 cm, a ako je širi onda je pregrađen na dva dijela desni i lijevi. Desni dio gledano spolja obično služi za ulaz, a lijevi za izlaz. U tom slučaju se obično ispiše na vratima natpis ulaz- izlaz. Međutim, savremene prodavnice kao što su samoposluge, robne kuće itd. često imaju više ulaza i izlaza, što olakšava i ubrzava izlazak i ulazak potrošača.

PRIRUČNO SKLADIŠTE

Nalazi se neposredno uz prodajni prostor i služi za smještaj potrebnih količina rezervne robe, kako se roba nebi svakog dana dovozila iz centralnog skladišta, koje nekada može da bude prilično udaljeno od prodavnice. Iz priručnog skladišta prodajni prostor se snadbjeva robom. U njemu se stalno prima i izdaje roba. Priručno skladište treba imati dvojna vrata, kroz jedna se unosi roba, a kroz druga iznosi u prodajni prostor. Prostorije priručnog skladišta treba da su suhe, svijetle i čiste, pogodne za provjetravanje, snadbjevene potrebnim tehničkim uređajima, alatom, instrumentima za mjerenje i namještajem.

FASADA KAO SPOLJNO OBILJEŽJE PRODAVNICE

To je prednja strana zgrade tj. prednji zidovi okrenuti ulici, koji ukrašavaju zgradu. Fasada treba da je čista, neoštećena, lijepo obojena i estetski uređena.

POMOCNE PROSTORIJE U SAMOUSLUGAMA

Dijele se na prijemne prostorije, priručno skladište, pripremne i ostale pomoćne prostorije.

U prijemne prostorije doprema se roba iz centralnog skladišta ili od dobavljača. Priručno skladište služi za smještaj robe. Podjeljeno je na više prostorija, zavisno od vrste robe koja treba da se u njemu skladišti i čuva. Pripremne prostorije imaju veliki značaj jer se u njima priprema roba za prodaju.

OSNOVNA OPREMA U PRODAJNOM OBJEKTU

To je oprema koja služi za izlaganje i prodaju robe, a u nju spadaju:

- zidni
- središnji i
- samostalni elementi.

Ova oprema čini glavni i najbrojniji dio opreme prodajnog objekta. Ona je direktan faktor prodaje. Svoju funkciju savremena oprema može uspješno obavljati zahvaljujući njenoj fleksibilnosti i drugim tehničkim mogućnostima. Osnovna oprema pr. prostora dijeli se na:

1. serijsku
2. vanserijsku.

POMOĆNA OPREMA U PRODAJNOM OBJEKTU

Služi za izlaganje robe u izložbenom prostoru prodavnice. U pomoćnu opremu spadaju: vješalice, razne vrste pregrada, police, etikete za cijene isl.

Prema materijalu od kojeg je urađena dijeli se na: drvenu, metalnu, žičanu, opremu od kombinovanog materijala.

RELAMNI NATPISI KAO SPOLJNO OBOLJEŽJE PRODAVNICE

Postavljaju se na slobodne površine fasade. Natpisi mogu biti dnevni i noćni. Noćni natpisi svjetlucaju upadljivim bojama i uspješno privlače pažnju prolaznika.

UREĐAJI ZA PROVJETRANJE

Treba da omoguće provjetranje i rashlađivanje prodajnog objekta. Javljaju se u obliku ventilatora i postavljaju se u glavni i pomoćni prodani prostor i skladišne prostorije.

NAČIN OSVJETLJENJA I JAČINA SVJETLOSTI

Kod načina osvjetljenja treba voditi računa o tome koju vrstu svjetlosti primjeniti za određenu vrstu robe, za koju opremu predvidjeti osvjetljenje i da li će cijela prodavnica biti ravnomjerno osvjetljena ili će neki djelovi prodavnice biti jače ili slabije osvjetljeni. Jačina svjetla se određuje pomoću posebnih tablica koje se koriste prilikom postavljanja osvjetljenja u prodajnom objektu.

PRAVILNO KORIŠTENJE MJERNIH INSTRUMENATA

Pod pravilnim mjerenjem podrazumjeva se tačnost i preciznost prilikom mjerenja. Dužnost i obaveza svakog prodavca je da pravilno i tačno izmjeri traženu količinu robe. Prilikom mjerenja

metražne robe, prodavac mora voditi računa o vrsti robe i njenom sirovinskom sastavu. Ovlašteni organ koji vrši kontrolu mjernih instrumenata, ako ustanovi njihovu neispravnost, mjerni instrumenti se povlače iz upotrebe. Takvi mjerni instrumenti se šalju na opravku ili se izbacuju iz upotrebe.

UPOTREBNA VRIJEDNOST ROBE

To je korisnost te robe, njeno svojstvo da može zadovoljiti neku ljudsku potrebu (fizičku ili duhovnu). Upotrebna vrijednost robe zavisi od njenih fizičkih, hemijskih, tehnoloških i dr. svojstava. Razne vrste robe imaju različitu upotrebnu vrijednost robe. To je ono po čemu se robe međusobno razlikuju. Npr. upotrebna vrijednost obuće razlikuje se od upotrebne vrijednosti hljeba.

ŠTA SU SIROVINE, POLUPROIZVODI I GOTOVI PROIZVODI?

Sirovine se dobijaju iz prirode. To su rude, ugalj, lan, šećerna repa, drvo itd.

Poluproizvodi nastaju djelimičnom obradom sirovina a to su npr. daska od drveta, čelik, vuneni štofovi i sl.

Gotovi proizvodi su gotova roba koja može neposredno da zadovolji potrebe potrošača. Tu spadaju namještaj, razne mašine, konfekcijska odjeća itd.

PODJELA ROBE PREMA ROBNIM GRUPAMA

Roba se svrstava u robne grupe prema sirovinskom sastavu, namjeni i načinu prodaje.

Grupisanjem robe istog ili sličnog sirovinskog sastava oformljene su brojne robne grupe, kao što su pamučne tkanine, svilene tkanine, vunene tkanine i dr. kod tekstilne robe, zatim pića, konzervirana roba, proizvodi na bazi kakaoa- kod prehrambene robe, obuća i kožna galanterija.

Grupisanjem robe prema istoj ili sličnoj namjeni oformljene su takođe brojne robne grupe kao npr. obuća i čarape, štofovi za odjela i pribor za odjela, itd.

Grupisanje robe u robne grupe prema načinu prodaje pojedine robe

Prema ovom mjerilu roba koja se prodaje na komad, svrstava se u posebnu grupu, roba koja se prodaje na metar, takođe čini robnu grupu, zatim posebne robne grupe čini roba koja se prodaje na kilogram, litar itd.

DIMENZIJE ASORTIMANA

NORMALNI ILI STANDARDNI ASORTIMAN predstavlja onaj dio asortimana koji je njegova srž. On ima trajni karakter i kao takav čini predmet poslovanja prodavnice.

DUBINSKI ASORTIMAN označava privremenu dopunu standardnog asortimana u cilju uspješnije prodaje u kombinaciji sa ostalim dimenzijama asortimana.

ŠIRINA ASORTIMANA označava brojnost grupa proizvoda i unutar grupe brojnost različitih artikala.

DUBINA ASORTIMANA označava varijacije unutar artikala po veličini, boji, dezenu, kvalitetu itd.

KALO

To je prirodni gubitak težine ili zapremine robe koji nastaje uslijed sušenja

(kod čvrste roba) ili isparavanja kod robe u tečnom stanju. Kalira ona roba koja sadrži vodu (voće, povrće, lako isparljive tečnosti-alkohol, benzin itd.).

Veličina kala zavisi od količine vode sadržane u robi, od godišnjeg doba, temperature, načina uskladištenja i načina pakovanja.

RASTUR

To je gubitak težine i zapremine robe koji nastaje rasipanjem robe(brašno, šećer, pirinač) ili razlijevanjem i curenjem tečnosti(ulje, alkohol i sl.).Količina rastura zavisi od vrste i kakvoće ambalaže, načina rukovanja robom, pažnje pri razmjeravanju robe i dr. faktora.

VRSTE AMBALAŽE

Podjela ambalaže na odvojivu i neodvojivu, unutrašnju i spoljašnju, potrošnu i nepotrošnu, zamjenjivu i nezamjenjivu, vlastitu i tuđu, izvoznu i za unutrašnje tržište, transportnu, komercijalnu, fabričku i trgovinsku, ambalažu od drveta, tekstila, plastike i stakla.

FUNKCIJA AMBALAŽE

Funkcija ambalaže je višestruka: štiti kvalitet robe, higijenski štiti robu, olakšava nošenje robe, služi kao reklamno sredstvo, daje estetski izgled robi, štiti robu tokom transporta, praktična je za kasniju upotrebu, omogućava korištenje robe, štiti robu od gubitaka, omogućava ekonomisanje prostorom pri skladištenju, štiti robu pri manipulisanju i stimuliše prodaju robe.

PRODAVAČKA ILI RADNA POVRŠINA

To je onaj prostor u kojem se kreće prodavač, dohvaća robu, pakuje i naplaćuje. Komunikativna i radna površina odvojene su stalnom površinom (pult), koji stoji cijelom dužinom prodajnog objekta i koristi prodavcu za pakovanje, vaganje i naplatu prodane robe.

ULAZ PRODAVNICE

Veoma je bitno obezbjediti da ulaz u prodajni objekat omogući nesmetano kretanje potrošača u oba pravca.

Osobine koje treba da ima ulaz u prodavnicu:

- pristupačnost
- privlačnost
- prostranost.

POJAM PRODAVNICE

Trgovinska preduzeća za promet na malo kupuju robu na veliko od trgovine na veliko ili od proizvodnih organizacija i tako kupljenu robu prodaju na malo u prodavnicama individualnim potrošačima. PRODAVNICA je na poseban način uređena prostorija u kojoj se izlaže, prikazuje i prodaje roba. Da bi prodavnica poslužila svojoj svrsi potrebno je pri njenom osnivanju obezbjediti nekoliko važnih elemenata:

- smještaj (lokacija) prodavnice
- spoljni izgled prodavnice
- unutrašnji izgled prodavnice
- oprema i inventar prodavnice
- tehnički i termički uređaji prodavnice.

SPRAVE ZA MJERENJE I VAGANJE ROBE

U prodavnicama i skladištima najviše se koriste sledeće vrste vaga i to :

optička automatska vaga, automatska, poluautomatska, decimalna, centimalna, osjetljiva, balansna vaga i kantar.

RADNA DISCIPLINA PRODAVCA

Prodavac kao i bilo koji radnik na radnom mjestu mora biti disciplinovan. Mora voditi računa da ne dozvoli da se potrošači vraćaju zbog zatvorene prodavnice, kao npr. kašnjenje u otvaranju prodavnice, povratak sa pauze i sl. Voditi računa da izvrši pravilno obračunavanje robe koju proda, da potrošaču da robu traženog kvaliteta i kvantiteta i sl. Samo disciplinom i prodavac sa urođenim i stečenim navikama može uspješno obavljati prodaju robe i na taj način obezbjediti opstanak i napredak svom prodanom objektu.

NAJZNAČAJNIJE KARAKTERISTIKE U ODNOSU PRODAVAC- POTROŠAČ

To su: poznavanje potrošača, vedar nastup prodavca, odmjerenost i nenametljivost prodavca, tačnost prodavca, tačna i istinita obavještenja, poštovanje redoslijeda usluživanja kupaca, kupac ne smije neopravdano čekati na usluge, uslužnost, ljubaznost i uljudnost.

NADSTREŠNICA KAO SPOLJNO OBILJEŽJE PRODAVNICE

To je vodoravna ploča široka od 50- 200 cm, zavisno od dužine, ona štiti robu od štetnog uticaja sunčevih zraka, a služi i kao zaštita potrošača od kiše i snijega. Najsavremenije su izrađene od stakla.

UREĐAJI ZA ZAGRIJAVANJE

Čine ih: klasične peći na čvrsto gorivo, električne peći, radijatori.

VRSTA I JAČINA SVJETLA

Vrstu i jačinu svjetla određuje namjena prodajnog objekta. Za osvjjetljenje odjeljenja sa robom koja se treba prikazivati kupcima u prirodnoj boji koristi se klasično osvjjetljenje. Kod postavljanja fluorescentnih cijevi treba voditi računa da svijetlost pada pod uglom na izložbenu površinu opreme. Po pravilu cijevi se postavljaju po travanici. Unutrašnji dijelovi prodajnog prostora treba da su bolje osvjjetljeni jer svjetlo prirodno privlači kupca.

ALAT U PRODAVNICI

Alat u prodavnici ima raznovrsnu namjenu. Ambalaža se otvara čekićem, kliještima, nožem, makazama i dr. alatom. Za dohvatanje robe upotrebljavaju se razni alati: viljuške, kašike, lopatice, hvataljeke itd. Osim navedenog alata u prodavnicama se koriste razni alati i sprave potrebne za dopunsku uslugu kupcima- mlinovi za mljevenje mesa, kafe, mašine za siječenje suhomesnate robe, noževi za siječenje svježeg mesa itd. Ovim alatom su uglavnom snadbjevene prodavnice prehrambenih artikala.

VRIJEDNOST ROBE

To je društveno potrebna količina rada koja je sadržana u robi. To je ljudski rad koji je opredmećen u robi. Vrijednost robe je zajedničko svojstvo svih vrsta robe i to omogućuje proces razmjene dobara.

DEKLARACIJA PROIZVODA

To je dokument koji izdaje proizvođač i koji se nalazi uz robu prilikom prodaje. Javlja se u obliku kontrolnog listića ili u obliku etikete proizvoda. U deklaraciju, kao dokument, unose se sledeći podaci: naziv i sjedište proizvođača, naziv artikla, oznaka kvaliteta, sirovinski sastav robe, kao i oznaku veličine robe za tekstilnu robu, hemijski sastav robe, način upotrebe i postupak korištenja robe.

POJAM ASORTIMANA

Riječ asortiman je francuskog porijekla i znači izbor. Prema tome, asortiman robe čini isto što i izbor robe.

Pod asortimanom se podrazumjeva izbor raznih vrsta roba i artikala u okviru te robe, koju potrošačima nudi prodavnica, trgovina, tržnica itd. Po navedenoj definiciji asortiman obuhvata razne vrste robe kao varijante te robe, a može se odnositi na robnu grupu, prodavnicu itd.