



# **MATERIJAL ZA VANREDNE UČENIKE**

**PREDMET: PRAKTIČNA NASTAVA**

**ZANIMANJA: PRODAVAČ**

**RAZRED: TREĆI**

## KLASIČAN NAČIN PRODAJE

Prodavac je jedini faktor koji ima aktivnu ulogu u procesu kupoprodaje. On obavlja sve radne operacije, kako manipulaciju robom tako i komunikaciju sa kupcima. Od ličnosti prodavca, njegove stručnosti, obrazovanosti i vještine uglavnom zavisi početak, tok i završetak procesa neposredne prodaje. S obzirom na to da prodavac obavezno komunicira i uslužuje kupca kod ovog načina prodaje najviše dolaze do izražaja subjektivne (lične) karakteristike prodavca. Kod klasičnog načina prodaje najviše dolazi do izražaja limitirajući faktor tj. psihološka barijera koja se stvara između prodavca i kupca. Ova barijera djeluje veoma intenzivno na kupce, a najčešće je stvara prodavac.

## POJAM ZALIHA ROBE

Politika asortimana neposredno utiče na vrstu, strukturu i visinu zaliha robe u trgovinskom preduzeću (TP). Osnovni razlog formiranja i držanja zaliha je osigaranje robe radi njene dalje prodaje. Pomoću zaliha robe vrši se usaglašavanje prostornog i vremenskog nesklada između proizvodnje i potrošnje.

## ASORTIMAN ROBE

Za TP asortiman predstavlja sve robe koje preduzeće nudi u prodaji. Značaj asortimana se može posmatrati sa dva stanovišta: sa stanovišta kupca i sa gledišta TP. Sa stanovišta kupca služi za zadovoljavanje potreba kupaca, a sa gledišta TP asortiman služi za ostvarivanje ciljeva poslovanja.

## SAMOUSLUŽNI NAČIN PRODAJE

Cilj je da snizi troškove i poveća obim prometa, uz smanjenje osnovnih usluga koje su vršili prodavci. PREDNOSTI SAMOUSLUGA SU SLEDEĆE:

- smanjen broj prodavaca
- koncentrisan je velik broj prehrambenih artikala svakog asortimana
- kupac kupuje robu brže
- povećava se produktivnost po zaposlenom radniku za 50%
- locirane su u najprometnijim djelovima grada itd.

Samousluge međutim imaju nedostatke, među kojima je najvažnija pojava uskog grla, tj. redova potrošača pred kasom, mogućnost da nesavjesni građani krađu robu i sl.

## NABAVKA ROBE

Nabavna funkcija ima osnovni zadatak da nabavi sve robe koje su planirane za prodaju putem prodajne funkcije. Ona mora u pravo vrijeme i po povoljnim cijenama nabaviti sve planirane robe za nesmetano odvijanje prodaje. Između prodaje i nabave mora postojati uska veza a nabavljati se može samo ona roba koja je u planu prodaje ili koja se dodatno traži od prodajne

funkcije. Nabava mora biti u funkciji prodaje ali istovremeno pronalazeći nove robe i sa povoljnim cijenama podstiče dodatnu prodaju.

### **SAMOIZBORNI NAČIN PRODAJE**

Ovaj način prodaje je kombinacija samouslužne i uslužne prodaje robe. Samouslužni način prodaje robe obavlja se od trenutka ulaska potrošača u prodavnicu pa do odluke potrošača o kupovini robe. Osnovna karakteristika ove prodaje ogleda se u izmjenjenoj ulozi učesnika u prodaji. Prodavac u samoizboru obavlja sledeće poslove: priprema, raspoređuje i izlaže robu, na zahtjev potrošača pruža stručnu pomoć pri izboru i sve finalne faze procesa neposredne prodaje obavlja. Prodaja robe po sistemu samizbora može se organizovati za mnoge vrste robe: staklo, porculan, igračke, kozmetiku, knjige, obuću i sl.

### **VRSTE ZALIHA ROBE**

Postoje sledeće vrste zaliha robe:

- minimalne
- maksimalne
- zaštitne
- prosječne
- optimalne.

Minimalne zalihe su one koje se utvrđuju na određenom obimu ispod kojeg bi došlo do zastoja u redovnom poslovanju.

Maksimalne zalihe su one koje predstavljaju gornju granicu zaliha kada se moraju obustaviti nove nabavke, jer postojeće zalihe uvećavaju troškove zaliha i dovode do opasnosti pojave nekurentnih zaliha.

Zaštitne zalihe su veće od minimalnih za stepen sigurnosti u nabavci robe.

Prosječne zalihe su ona zalihe koje su bile prosječno raspoložive tokom jednog razdoblja.

Optimalne zalihe su one koje omogućuju najveću pozitivnu razliku između prodaje i zbira troškova, nabavke i troškova zaliha.

### **OSNOVNI I DOPUNSKI ASORTIMAN**

Osnovni asortiman je onaj koji predstavlja najveći obim ponude TP. On ima trajni karakter, a pomoću njega preduzeće ostvaruje najveći obim svojih ciljeva poslovanja.

Dopunski asortiman predstavlja dopunu u ponudi TP kao komplementarni asortiman osnovnom asortimanu.

### **PRODAJA ROBE U ROBNIM KUĆAMA**

Robne kuće predstavljaju savremeni tip novih prodavnica koje pod jednim krovom obezbjeđuju velik broj robnih odjeljenja. U njima se prodaje roba širokog asortimana u privlačnoj atmosferi za kupce. Prodaja se ogleda u sledećem:

- snadbjevene su robom širokog asortimana u prodajnom prostoru
- kupac ima pravo da razleda robu a nemora da je kupi
- ovdje je kombinovano nekoliko načina prodaje i to: klasični, samouslužni i samoizborni
- prodavači su stručno obrazovaniji što je prednost
- snadbjeveni su modernim namještajem i tehničkim uređajima
- nabavljaju robu direktno od proizvođača ili iz uvoza
- robne kuće su finansijski jaka preduzeća.

## ŠIRINA I DUBINA ASORTIMANA

Asortiman TP ima dvije dimenzije:

- širinu
- dubinu asortimana.

Širina asortimana je broj artikala, a dubina je broj artikala i njegovih varijanti u jednoj liniji. Dubina asortimana predstavlja oblik specijalizacije TP-a. Posebna karakteristika širine je gust i razuđen asortiman. Gust asortiman podrazumjeva veći broj linija koje zadovoljavaju slične i srodne potrebe kupaca, a razuđen je različit asortiman. Sa gledišta dubine asortimana TP može dubinu razvijati kroz:

- veći broj artikala u okviru jedne linije
- veći broj varijanti jednog artikla.

## RAZLOZI DRŽANJA ZALIHA KOD TRGOVINSKOG PREDUZEĆA

To su:

- nedovoljna ponuda po količini i vremenu
- reprodukcijski materijal se proizvodi povremeno
- cijene reprodukcijskog materijala uslovljava prodaju veće količine
- udaljenost transporta zahtjeva stvaranje sigurnih zaliha kod korisnika reprodukcijskog materijala.

## UČESTVOVANJE KOD NABAVLJANA ROBE

Osnovna funkcija nabavke robe je da uspješno snadbije preduzeće robom, kako bi prodaja mogla redovno zadovoljiti potrebe kupaca. Pod nabavljenom robom ne podrazumjevamo samo kupovinu robe. Nabavka je širi pojam od kupnje jer kupnjom obavlja se mnogo više poslova prije kupovine a to su:

- istraživanje tržišta
- odabir dobavljača itd.

## ROBNA DOKUMENTACIJA U VEZI SA PREUZIMANJEM ROBE

Pod preuzimanjem robe podrazumjeva se kvantitativni i kvalitativni prijem robe. Prodavnica može da preuzme robu iz skladišta, trgovinske organizacije, od prevoznika i od dobavljača. Ako

se roba preuzima u odsustvu jedne strane ( kupca ili dobavljača) obavezno se sastavlja komisijski zapisnik o preuzimanju robe. Preuzimanje robe se realizuje u tri faze:

1. Prijem robe po dokumentaciji

U ovoj fazi se upoređuje robna dokumentacija kojom je prodavnica naručila robu ( naručbenica) sa onom dokumentacijom koja prati robu.

2. Prijem robe po kvantitetu

Prvo se utvrđuje stvarni kvantitet prispjele robe , a zatim se upoređuje sa naznačenim kvantitetom u robnoj dokumentaciji .

3. Prijem robe po kvalitetu

U ovoj fazi se prvo utvrđuje stvarni kvalitet robe, a onda se on upoređuje sa naznačenim kvalitetom u robnoj dokumentaciji.

### EVEDINCIJA ZALIHA ROBE U SKLADIŠTU

Svi artikli se dijele u 3 grupe: A, B i C vrijednosti.Zalihe robe grupe A su izuzetno važni artikli, zalihe robe grupe B su srednje važni artikli i zalihe robe grupe C su manje važni artikli.Kriteriji za razvrstavanje po grupama mogu biti:

- po vrijednosti
- po razlici u cijeni
- po fizičkom obimu.

Značaj ovog grupisanja ukazuje na potrebu angažovanja poslovnog rukovodstva na planiranju poslovanja i kontroli zaliha srazmjerno značaju pojedine grupe za poslovanje preduzeća. Najveći značaj u poslovanju pokloniće se artiklima iz grupe A, nešto manje grupi B i najmanji grupi C.

### FUNKCIJA MARKETINGA

Marketing trgovinskih preduzeća temelji se na naučnom pristupu rješavanja problema vezanih između potrošača i proizvođača. Potrebe potrošača stavljaju se u prvi plan i one su polazna osnova u marketing koncepciji poslovanja. Marketing prvo istražuje i izučava potrebe, želje i potražnju potrošača da bi im ponudili adekvatan proizvod, izvršili prodaju i naplatu i time ostvarili željenu dobit.Na ovaj način se potrošač stavlja u epicentar tj. on je centralna figura kome se moraju zadovoljiti potrebe.

### POJAM I POSLOVI BLAGAJNE

Novčano poslovanje trgovinskih organizacija i njihovih organizacionih jedinica( prodavnica) obavlja se preko blagajničkog poslovanja i preko žiro računa. Blagajničko poslovanje obuhvata promet gotovine, kao i hartija od vrijednosti, tj.primanje, čuvanje, izdavanje gotovog novca i promet hartija od vrijednosti. Obavlja se preko blagajne. Blagajna je posebno odjeljenje ili mjesto na kome se vrše poslovi prometa gotovinom. Blagajnik je lice koje obavlja blagajničke poslove. U trgovinskim organizacijama postoje glavna i pomoćna blagajna.

### PLANIRANJE NABAVKE

Planiranje nabave je sastavni dio ukupnog marketing plana i mora biti usaglašen sa ostalim marketing funkcijama. On mora biti sredstvo u upravljanju i rukovođenju nabavnom funkcijom. Kroz istraživanje nabavnog tržišta i planiranje nabave trebamo naći odgovore na slijedeća pitanja:

- koliko kupiti
- kada kupiti
- na kojem tržištu nabaviti
- od kojih dobavljača kupiti
- koliko platiti i uz koje uvjete kupiti
- kako preuzeti robu
- sa kolikim troškovima realizirati poslove nabave.

### **RASHODI I PRIHODI**

Trgovinsko preduzeće prihode ostvaruje:

- prodajom roba i usluga
- finansiranjem
- izvanrednim prihodima.

Najveći obim prihoda preduzeće ostvaruje svojom osnovnom djelatnošću, odnosno prodajom roba i usluga, pa se taj dio prihoda naziva poslovni prihod. Prihodi se mogu određivati prema:

- fakturnoj realizaciji ( prodaji)
- naplaćenju realizaciji ( prodaji).

Rasodi sa gledišta finasijskog obračuna rezultata poslovanja su širi pojam od troškova poslovanja jer pored svih troškova poslovanja, koji nastaju u razdoblju za koje se pravi obračun, obuhvataju:

- nabavnu vrijednost prodane robe i materijala
- promjenu( povećanje ili smanjenje) vrijednosti zaliha robe
- rashode finansiranja
- izvanredne rashode.

### **INTERNA I EKSTERNA KONTROLA**

Internu kontrolu obavlja samo preduzeće za svoje potrebe, a radi praćenja izvršenja postavljenih zadataka . Eksternu kontrolu obavljaju vanjski organi ( inspekcija, carina i sl.) samo u dijelu aktivnosti koji su zakonom i drugim propisom određeni, a radi sagledavanja izvršenja standarda predviđenih zakonom.Obim eksterne kontrole znatno je manji od obima interne kontrole, jer se eksterna kontrola obavlja povremeno i dosta rijetko.

### **ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA NABAVE**

Nabavna služba istražuje nabavno tržište, naročito kod onih proizvođača koji imaju širok asortiman u prodaji. Na taj način broj potencijalnih dobavljača izjednačuje se brojem svih proizvođača tih roba. I najveći dobavljač iz predhodne sezone, u slučaju neuspješne prodaje, može potpuno opasti kao dobavljač za naredni period. Istraživanje nabavnog tržišta za potrebe nabave dobija na značaju s obzirom na sledeće karakteristike tog tržišta:

- velik broj dobavljača
- raznovrsnost ponude sa gledišta vrste i kvaliteta robe
- različite: nabavne cijene, kanali nabave, izvori nabave
- visoki troškovi nabave
- različiti uvjeti nabave.

### **NAVEDI VIDOVE PRODAJE ROBE**

To su: klasičan, samouslužni, samoizborni i prodaja robe u robnim kućama.

### **POSLOVNI REZULTAT**

Poslovni rezultat može biti dobitak ili gubitak. Razlika između svih prihoda i svih rashoda u obračunskom razdoblju je dobit uz uslov da su prihodi veći od rashoda. Dobit je poslovno-ekonomski pojam, a pokazuje koliko je sredstava ostalo preduzeću nakon pokrivanja svih rashoda. Značaj dobiti za preduzeće je izuzetno velik jer je on:

1. osnovni cilj poslovanja preduzeća
2. svrha postojanja preduzeća
3. motiv svih aktivnosti u preduzeću
4. pokretač razvoja i rasta preduzeća.

Gubitak je negativan finansijski rezultat poslovanja u kojem su ukupni rashodi veći od ukupnog prihoda. To ukazuje da ostvareni prihodi nisu mogli pokriti sve rashode poslovanja. Gubitak je suprotnost dobitku.

### **CILJEVI ISTAŽIVANJA NABAVE**

Osnovno područje istraživanja nabavnog tržišta je:

- istraživanje općih kretanja na nabavnom tržištu
- istraživanje robe koja se nabavlja
- istraživanje nabavnih cijena i uvjeta nabave
- istraživanje kanala nabave
- istraživanje troškova nabave
- istraživanje politike nabave.

### **VRSTE KONTROLE**

Kontrolu možemo dijeliti sa gledišta vremena kada se obavlja na tekuću i naknadnu. Vrste kontrole sa aspekta elemenata marketinga u TP su:

- kontrola asortimana
- kontrola cijena

- kontrola distribucije
- kontrola promocije

Podjela kontrole sa gledišta ko vrši kontrolu možemo je dijeliti na internu i eksternu.

## **POSTUPAK INVENTARISANJA**

Pod inventarisanjem podrazumjeva se popis imovine( sredstava i izvora sredstava) preduzeća. Za

TP je važan popis robe u prodavnicama, skladištima i dr. poslovnim jedinicama. Treba razlikovati knjigovodstveno stanje imovine od stvarnog stanja zaliha robe. Knjigovodstveno stanje zaliha robe je razlika između primljene robe kojom se zadužuje prodavnica i izdate robe kojom se razdužuje prodavnica ili neka dr. poslovna jedinica. Stvarno stanje zaliha robe dobije se neposrednim popisom zaliha robe koje su zatečene u prodavnici.

## **BLAGAJNIČKA DOKUMENTACIJA**

Tehnika blagajničkog poslovanja obuhvata : vođenje blagajničkog dnevnika, popunjavanje čekovnih uplatnica i popunjavanje priznanica.

Blagajnički dnevnik je štampani obrazac na kome blagajnik vodi evidenciju pazara, tj. vodi evidenciju naplaćene gotovine za prodatu robu.

Ako trgovinska organizacija ili prodavnica uplaćuje dnevni pazar na žiro račun, koristi poseban instrument za gotovinsko plaćanje koji se naziva opšta uplatnica. Uplatnica se zajedno sa novcem predaje banci ili pošti.

Za predaju dnevnog pazara prodavnice glavnoj ( centralnoj) blagajni preduzeća koristi se poseban obrazac „ dnevni pazar „ koji se ispunjava u duplikatu.

## **VRSTE INVENTARISANJA**

Inventarisanja mogu biti redovna, vanredna, potpuna i djelimična.

Redovan popis obavlja se na osnovu zakonske obaveze i to na kraju svake godine, na početku poslovanja TP-a, pripajanja, spajanja, podjele i likvidacije TP-a.

Vanredan popis se obavlja kada se mijenjaju cijene ili uslijed smanjenja radnika.

Potpun popis obavlja se onda kada se popisuju sva sredstva i izvori sredstava bilo da je popis redovan ili vanredan.

Djelimičan popis je popis samo nekih sredstava i izvora sredstava.

## **ORGANIZACIJA POPISA ROBE**

Organizacija popisa robe sastoji se u podjeli poslova učesnicima popisa, a zatim u usklađivanju njihovog rada kako bi se posao obavio uspješno i na vrijeme.

## **PLAN I DINAMIKA NABAVKE ROBE**



Koja će se roba nabavljati zavisi od vrste preduzeća , plana i njegove prodaje, odnosno asortimana. Prema tome koje ćemo robe nabavljati donekle se rješava planom prodaje, odnosno planom asortimana. Koje ćemo robe nabavljati, koju količinu i po kojoj cijeni zavisi od plana prodaje a plan nabavke mora biti izveden iz plana prodaje. Cijene nabave su značajan element u funkciji nabave, s obzirom da se one prenose na prodajne cijene. Na taj način cijene nabave značajno utiču na formiranje prodajne cijene.

### **TEHNIKA SPROVOĐENJA INVENTARISANJA**

Rad na popisu imovine obavlja se u 4 faze: Utvrđivanje stvarnog stanja količine robe, obračunavanje novčanog iznosa stvarnih količina robe, unošenjem knjigovodstvenog stanja robe u popisne liste i podnošenje pismenog izvještaja o popisu robe.

Prva faza popisa- obavlja je komisija sastavljena od 3 člana, koji odgovaraju za tačnost popisa.

Druga faza popisa- stvarne količine artikala množe se sa cijenama tih artikala.

Treća faza popisa – upoređivanjem stvarnog stanja robe sa knjigovodstvenim stanjem pronalazi se razlika. Ta razlika predstavlja manjak ili višak.

Četvrta faza popisa- komisija za neposredan rad u popisu robe podnosi pismeni izvještaj centralnoj popisnoj komisiji.