REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA IZOBRAŽEVANJE, ZNANOST, KULTURO IN ŠPORT

unisVET
uvajanje novih izobraževalnih programov na področju storitev

Naložba v vašo prihodnost
OPERACIJO DELNO FINANCIRA EVROPSKA UNIJA
Evropski socialni sklad

Sonja Križaj Zuhair

PRODAJNI PROCES
Učbenik z vajami

Program: **TRGOVEC**
Modul: Prodaja blaga
Vsebinski sklop: PRODAJNI PROCES







Ljubljana, maj 2012

Srednje strokovno izobraževanje

Program: **Trgovec**
Modul: **Prodaja blaga**
Vsebinski sklop: **Prodajni proces**

Naslov učnega gradiva:
Prodajni proces

Ključne besede: **skladiščenje, prevzem blaga, izgube blaga, koeficient obračanja zalog, inventura, izdajanje blaga, priprava blaga za prodajo, prodajno osebje, vrste kupcev, blagajniško poslovanje, blagajniška dokumentacija.**

Seznam kompetenc, ki jih zajema učno gradivo:
PRP1 Obvladovanje postopkov prevzema blaga in ustreznega skladiščenja
PRP2 Poznavanje načinov priprave blaga za prodajo
PRP3 Obvladovanje postopkov informiranja in svetovanja kupcem, prodaje blaga in blagajniškega poslovanja

CIP - Kataložni zapis o publikaciji
Narodna in univerzitetna knjižnica, Ljubljana

658.8(075.39(076.1)(0.034.2)

KRIŽAJ Zuhair, Sonja
Prodajni proces [Elektronski vir] : učbenik z vajami / Sonja Križaj Zuhair. - El. knjiga. - Ljubljana : GZS, Center za poslovno usposabljanje, 2012. - (Srednje strokovno izobraževanje. Program Trgovec. Modul Prodaja blaga. Vsebinski sklop Prodajni proces)

Način dostopa (URL): http://www.unisvet.si/index/index/activityId/91

ISBN 978-961-6413-90-9

262228992

Avtorica: **Sonja Križaj Zuhair, mag. poslovnih ved**
Recenzentka: **Irena Peruš, univ. dipl. ekon.**
Lektorica: **mag. Nataša Koražija, prof. slovenskega jezika**

Založnik: **GZS Ljubljana, Center za poslovno usposabljanje**
Projekt unisVET
URL: http://www.unisvet.si/index/index/activityId/91

Kraj in datum: **Ljubljana, maj 2012**

To delo je ponujeno pod licenco Creative Commons:
Priznanje avtorstva – Nekomercialno – Deljenje pod enakimi pogoji.

Učno gradivo je nastalo v okviru projekta unisVET Uvajanje novih izobraževalnih programov v srednjem poklicnem in strokovnem izobraževanju s področja storitev za obdobje 2008–2012, ki ga sofinancirata Evropska unija preko Evropskega socialnega sklada in Ministrstvo Republike Slovenije za šolstvo in šport. Operacija se izvaja v okviru operativnega programa razvoja človeških virov za obdobje 2007–2013, razvojne prioritete: Razvoj človeških virov in vseživljenjskega učenja, prednostna usmeritev Izboljšanje kakovosti in učinkovitosti sistemov izobraževanja in usposabljanja.

Vsebina gradiva v nobenem primeru ne odraža mnenja Evropske unije. Odgovornost za vsebino nosi avtor.

UČBENIKU NA POT

Učbenik, ki je pred vami, Vas bo popeljal na potovanje, potovanje blaga od dobavitelja do končnega potrošnika.

Redko se, ko pridemo v stik z blagom, vprašamo: Koliko km je za njim, čez koliko pridnih rok je šlo, kdo ga je pripeljal in kako, kdo ga je shranil, opremil s ceno, črtno kodo, kdo ga je postavil v prodajni prostor? Običajnega kupca to ne zanima, zanima pa ga blago, njegov izgled, uporabnost, cena.

Potovanje blaga od dobavitelja do kupca je neskončna zgodba številnih procesov in dejanj, ki so vsa narejena z enim končnim ciljem: Dostaviti in ponuditi izdelek kupcu na pravem kraju, ob pravem času in s primerno ceno. Del teh procesov je opisanih v tem učbeniku.

Vabim Vas, da se mi na tem potovanju pridružite.

Avtorica:
Sonja Križaj Zuhair

KAZALO

1 SKLADIŠČENJE 1
1.1 Naloge skladiščenja 3
1.2 Lokacija skladišča 4
1.3 Vrste skladišč 6
1.3.1 Vrste skladišč – po načinu gradnje 7
1.3.2 Skladišča po opremljenosti 8
2 PREVZEM BLAGA 11
2.1 Količinski prevzem blaga 11
2.1.1 Komisijski zapisnik 13
2.2 Kakovostni prevzem blaga 14
2.3 Prevzem blaga – prevzemnica 15
2.4 Uskladiščenje blaga 16
2.4.1 Shranjevanje blaga 17
2.5 Prevzem blaga v prodajalni 17
3 IZGUBE BLAGA 20
3.1 Embalaža 21
4 ZALOGE BLAGA 24
4.1 JIT – Just In Time 25
4.2 Koeficient obračanja zalog 25
4.3 Inventura 27
5 IZDAJANJE BLAGA 30
6 PRIPRAVA BLAGA ZA PRODAJO 33
6.1 Prodajna cena 33
6.2 Označevanje cen blaga 33
6.3 Kje mora biti cena 34
6.4 Blago na policah v prodajalni 34
6.5 Označevanje cen v izložbah 34
6.6 Prodaja pod posebnimi pogoji 34
6.6.1 Pospeševanje prodaje 35
6.7 Razvrščanje blaga v prodajalni 36
6.8 Merchandising, pozicioniranje blaga 37
6.8.1 Tloris prodajalne 38
6.8.2 Vizualni merchendising 38
6.9 Tehnike razvrstitve izdelkov na police 39
6.9.1 Idejna naravnanost 39
6.9.2 Stilna ali enotna postavitev 40
6.9.3 Barvna usklajenost 40
6.9.4 Linijsko določanje cen 40

6.9.5 Navpični blok 41
6.9.6 Masovna postavitev 41
6.10 Kaj je planogram? 41
7 PRODAJNO OSEBJE 45
7.1 Vrste in osebnostne značilnosti kupcev 46
7.1.1 Zaupljivi kupci 46
7.1.2 Odločen kupec 47
7.1.3 Omahljiv kupec 47
7.1.4 Skromen kupec 47
7.1.5 Ošabni kupec 47
7.1.6 Jezni kupci 47
7.1.7 Klepetav kupec 48
7.1.8 Molčeči kupec 48
7.1.9 Nervozni kupec 48
7.1.10 Neotesani kupec 48
7.2 Velike malenkosti 48
7.3 Prodajni proces 49
8 BLAGAJNIŠKO POSLOVANJE 51
8.1 Blagajniška dokumentacija 52
8.2 Zaključevanje blagajne 54
9 LITERATURA IN VIRI 58
10 Priloge 59
10.1 Priloga dobavnica: 59
10.2 Priloga prevzemnica 60
10.3 Priloga komisijski zapisnik 61
10.4 Priloga naročilnica 62
10.5 Pravilnik o stopnjah običajnega odpisa blaga 63

KAZALO SLIK

Slika 1: FUNKCIJE V PODJETJU 1
Slika 2: KOMERCIALNA FUNKCIJA 2
Slika 3: NALOGE KOMERCIALNE SLUŽBE 2
Slika 4: NALOGE SKLADIŠČENJA 4
Slika 5: TOK BLAGA 5
Slika 6: REGALNO SKLADIŠČE 9
Slika 7: PRETOČNI KANAL 9
Slika 8: DOBAVNICA 12
Slika 9: KOMISIJSKI ZAPISNIK 14
Slika 10: PREVZEMNICA 15
Slika 11: PREVZEMNA POT BLAGA 16
Slika 12: POTEK INVENTURE 28
Slika 13: NAROČILNICA 30

Slika 14: NAROČILNICA - RAČUNALNIŠKI OBRAZEC 31
Slika 15: KOMISIONI V SKLADIŠČU 31
Slika 16: IDEJNA POSTAVITEV 39
Slika 17: STILNA POSTAVITEV 40
Slika 18: LINIJSKA POSTAVITEV 40
Slika 19: NAVPIČNI BLOK 41
Slika 20: MASOVNA POSTAVITEV 41
Slika 21: PLANOGRAM DROGERIJSKI IZDELKI 42
Slika 22: PLANOGRAM OBLAČILA 43
Slika 23: BLAGAJNIŠKO POSLOVANJE 51
Slika 24: BLAGAJNIŠKI PREJEMEK 53
Slika 25: BLAGAJNIŠKI IZDATEK 53
Slika 26: BLAGAJNIŠKI DNEVNIK 54

KAZALO TABEL

Tabela 1: OBLIKE TRANSPORTA 5
Tabela 2: VRSTE SKLADIŠČ 7
Tabela 3: USKLADIŠČENJE 17
Tabela 4: PREVZEMNI LIST 19
Tabela 5: MAKSIMALNE STOPNJE 20

1 SKLADIŠČENJE

V POGLAVJU SPOZNAMO:

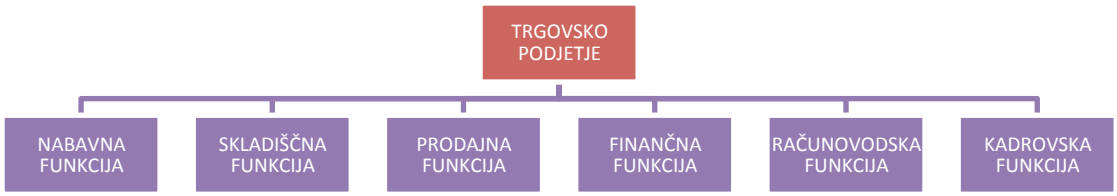
- *Katere so naloge skladiščenja?*
- *Kako izberemo primerno lokacijo za skladišče?*
- *Kako so skladišča razdeljena glede na potrebe hrambe in lastnosti blaga.*
- *Kako so opremljena skladišča?*

CILJI – DIJAK/INJA ZNA:

- *Pojasniti naloge skladiščenja in izbire primerne lokacije.*
- *Zna razvrstiti skladišča glede na način gradnje in pozna značilnosti teh skladišč.*
- *Razlikuje med pretočnimi in visoko – regalnimi skladišči.*

Ena izmed najpomembnejših poslovnih funkcij trgovinskega podjetja je skladiščenje, govorimo tudi o skladiščni funkciji. Le-ta je neposredno povezana z nabavno in tudi prodajno funkcijo. Povezanost funkcij je nujna za nemoten potek poslovanja in usklajeno delovanje podjetja na vseh nivojih.

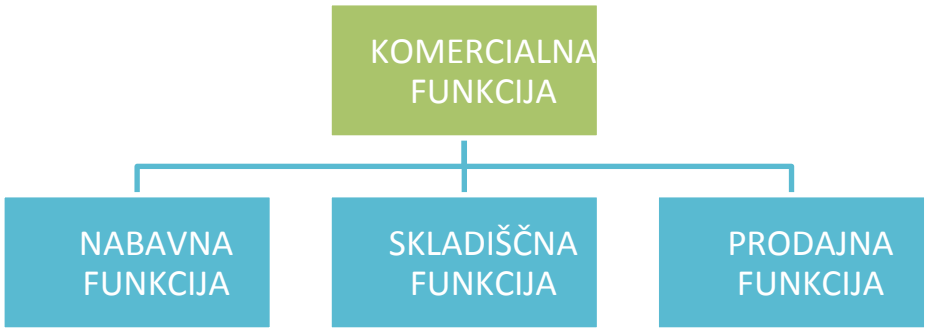
Za boljšo predstavo ponovimo, kako je organizirano trgovsko podjetje:



Slika 1: FUNKCIJE V PODJETJU

***VAJA1**: Opredelite naloge posameznih funkcij (uporabite svoja spoznanja in znanje, ki ste ga pridobili pri ostalih sklopih).*

FUNKCIJA	NALOGE
NABAVNA	
SKLADIŠČNA	
PRODAJNA	
FINANČNA	
RAČUNOVODSKA	
KADROVSKA	



Slika 2: KOMERCIALNA FUNKCIJA

Kot lahko vidimo na Sliki 2., je skladiščna funkcija del **komercialne funkcije**, ki pokriva širše področje poslovanja.

Komercialna funkcija predstavlja povezanost podjetja tako z dobavitelji kot s kupci. Komercialna služba je ena temeljnih služb v podjetju, saj skrbi za smotrne in pravočasne nabave in prodajo blaga kupcem. Nabava in prodaja ne potekata istočasno, zato se je razvila tudi **skladiščna funkcija**, ki omogoča hrambo blaga od trenutka prevzema blaga pri dobavitelju do prodaje končnemu porabniku.



Slika 3: NALOGE KOMERCIALNE SLUŽBE

Pri izvajanju svojih nalog mora komercialna služba upoštevati naslednje dejavnike:

- ponudbo in povpraševanje na trgu;
- sezonske vplive;
- ekonomične, varne in hitre načine prevoza;
- zakonodajo in predpise.

VAJA 2: Razmislite in zapišite, zakaj je upoštevanje zgoraj navedenih dejavnikov pomembno. V pomoč so vam naslednja vprašanja:
a) Kaj bi se zgodilo, če bi nabavili blago in ne bi upoštevali ponudbe in povpraševanja na trgu?
b) Kaj se lahko zgodi z blagom, če zanemarimo sezonske vplive?
c) Kako izbira prevoza vpliva na stroške poslovanja (kako pa vi izbirate načine prevoza, ko se odpravljate na dopust)?
c) Zakaj je potrebno upoštevati zakonodajo in predpise?

NAVODILO: Razdelite se v skupine. Znotraj vsake skupine zapišite svoja stališča. Vsaka skupina naj na koncu predstavi svoje ugotovitve. Primerjajte ugotovitve skupin med seboj.

Vsaka od treh funkcij ima svoje naloge, značilnosti in namen. V nadaljevanju bo naša naloga podrobneje spoznati skladiščno funkcijo.



VPRAŠANJA ZA PONAVLJANJE

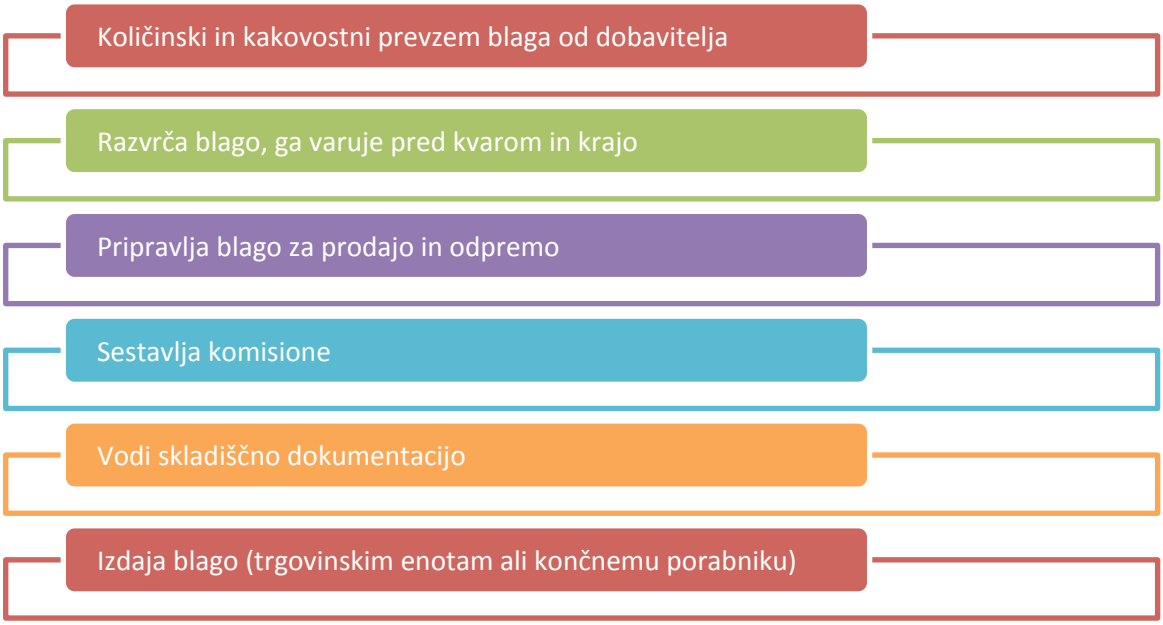
1. *Kako je organizirano trgovsko podjetje? Ali ste morda katero od teh nalog že opravljali (na delovni praksi)? Če ste, jo predstavite sošolcem.*
2. *Kaj menite, zakaj mora nabavna služba upoštevati sezonske vplive (razmislite o nakupih, ki jih opravljate doma glede na sezono).*

1.1 Naloge skladiščenja

Kot smo že omenili, je primarna (prva) naloga skladišča hramba blaga v času med nabavo do prodaje končnemu kupcu. Obenem pa trgovinski družbi zagotavlja pravočasno založenost z blagom (povpraševanje na trgu) in to blago varuje pred vremenskimi in drugimi vplivi.

Poslovanje skladišč obsega aktivnosti:

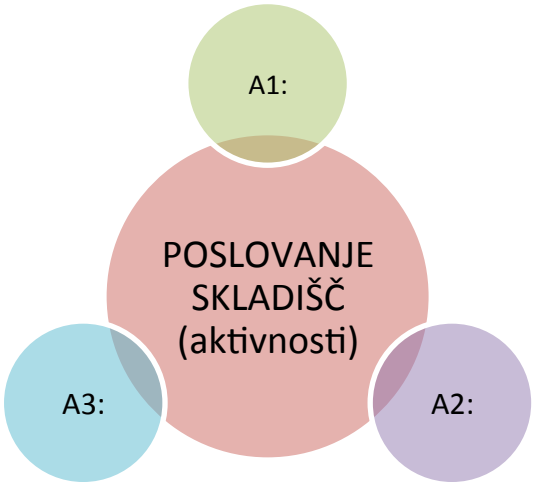
- prevzem blaga;
- skladiščenje;
- lizdaja blaga.



Slika 4: NALOGE SKLADIŠČENJA

Vsako od teh aktivnosti si bomo v nadaljevanju podrobneje ogledali.

VAJA 3: Dopolnite miselni vzorec – POSLOVANJE SKLADIŠČ

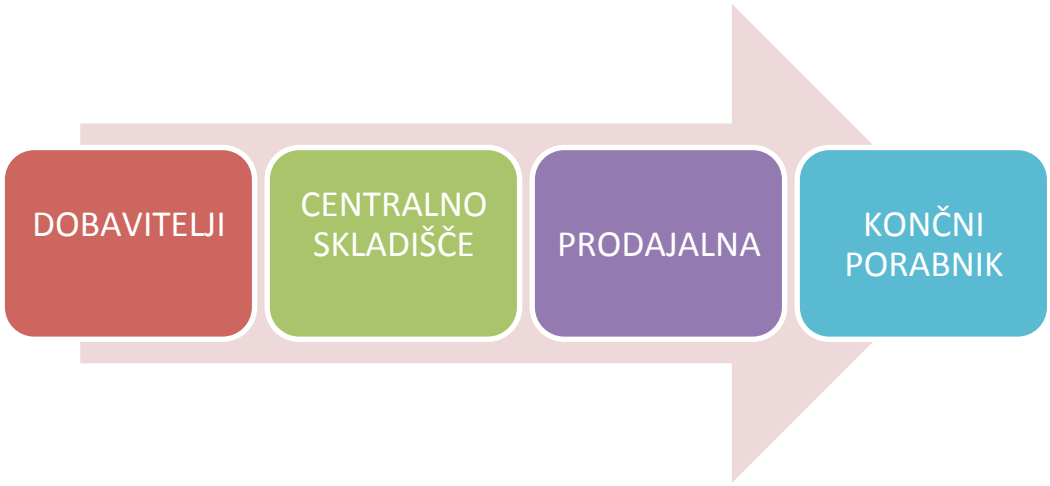


1.2 Lokacija skladišča

Odločitev o lokaciji skladišča je izjemno **pomembna naloga** vsake trgovinske družbe. Povezana je s **stroški**, ki so danes eno izmed temeljnih meril poslovanja. **Lokacija skladišča** mora ustrezati naslednjim **kriterijem**:

- upoštevati lastnosti skladiščenega blaga;
- bližina trgovinskih enot;

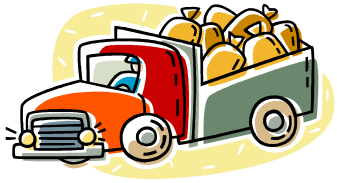
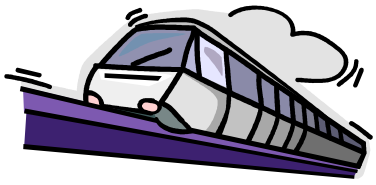
- bližina prometnih poti;
- možnost industrijskega tira;
- lažje in varno delo zaposlenih;
- ekonomičnost poslovanja – manjša investicijska vlaganja na enoto površine in boljša izraba razpoložljivega prostora.

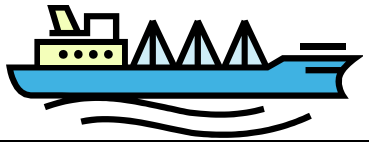


Slika 5: TOK BLAGA

Pri izbiri lokacije za skladišča so izjemnega pomena stroški **transporta.** Stroški transporta nastajajo med prevozom blaga od DOBAVITELJA do CENTRALNEGA SKLADIŠČA in tudi v nadaljevanju, ko je potrebno blago prepeljati do PRODAJALNE ali KONČNEGA PORABNIKA. O načinu transporta in o razdaljah med temi enotami mora podjetje razmišljati, ko išče primerno lokacijo za svoje skladišče.

Tabela 1: OBLIKE TRANSPORTA

OBLIKE TRANSPORTA		LASTNOSTI
	CESTNI	Sodi med najstarejše vrste transporta. Zanj je značilno: • visok nivo hitrosti; • razvejana mreža transportnih poti; • lahko manevriranje in udobnost vožnje; • velikost in teža prilagojena tovoru.
	ŽELEZNIŠKI	Železniški transport je primeren za masovne tovore na dolgih relacijah. V primerjavi s cestnim je energetsko varčnejši in ima manj škodljivih vplivov na okolje. Infrastruktura železnic je manj razpredena kot cestna, in to je ena od pomanjkljivosti železniškega prevoza (nima dosega do »vsakih vrat«).
	ZRAČNI	Največja prednost zračnega transporta je: • velika hitrost, • točnost • in varnost. Zanj se odločamo, ko prevažamo hitro pokvarljivo blago (npr. rezano cvetje). Pomanjkljivost je visoka cena prevoza, saj je energetsko zahteven.

	POMORSKI, REČNI	Pomorski predstavlja vrsto **med-kontinentalnega** transporta. Pomorski transport je ekonomičen, relativno varen, vendar pa je dokaj počasen.

VAJA 4: Narišite miselni vzorec – KRITERIJI LOKACIJA SKLADIŠČA



1.3 Vrste skladišč

Osnovna naloga skladišča je hramba in varovanje blaga. Tej nalogi sledi tudi način gradnje skladišča, ki mora ustrezati določeni vrsti blaga, ki bo v njem varovano. Vrsta skladišč glede na **način gradnje** je najpogostejša delitev, kar v nadaljevanju spoznamo bolj podrobno.

Skladišča razlikujemo med seboj tudi glede na **čas obratovanja.** Lahko so:

- stalna skladišča,
- začasna skladišča (npr. skladišče gradbenega materiala na gradbišču),
- potujoča skladišča (opravljajo svojo funkcijo med transportom blaga npr. na ladjah),
- in skladišča za gospodarske in državne rezerve, ki so po svoji funkciji tudi stalna.

Glede na to, kako je skladišče **organizirano,** poznamo:

- centralna skladišča – ki oskrbujejo z blagom vse svoje prodajne enote in hranijo večje količine blaga;
- priročna skladišča – namenjena hrambi blaga, ki ga je prodajalna prevzela iz centralnega skladišča ali direktno od dobavitelja.

Ločujemo jih tudi glede **na dejavnost.** Poznamo:

- industrijska:
- kmetijska;
- rudarska;
- trgovinska in transportna.

1.3.1 Vrste skladišč – po načinu gradnje

Način gradnje je prilagojen lastnostim blaga in klimatskim razmeram, kjer skladišče stoji. V preteklosti je bilo zelo malo skladišč, ki varujejo avtomobile pokritih. Danes jih v veliki meri varujejo strehe ali mreže proti toči. Sprememba klime je zahtevala prilagoditev. Poznamo:

- zaprta skladišča;
- polzaprta skladišča;
- odprta skladišča;
- silosi;
- hladilnice in ogrevana skladišča;
- vinske kleti;
- cisternska skladišča.

Tabela 2: VRSTE SKLADIŠČ

SKLADIŠČA PO NAČINU GRADNJE	
VRSTA	ZNAČILNOSTI
ZAPRTA SKLADIŠČA	• Zgrajena iz trdega materiala, običajno so zgradbe zidane. • Namenjena blagu, ki je občutljivo na temperaturne spremembe (živila, steklo, tekstil, papir). • Običajno razdeljena na več oddelkov glede na lastnosti blaga (oddelek za živila, oddelek za sadje, oddelek za zelenjavo).
POKRITA SKLADIŠČA	• Zanje je značilno, da so pokrita s streho. • Namenjena shranjevanju blaga, ki ga moramo obvarovati pred padavinami. • Predvsem primerna za gradbeni material, rezan les, avtomobili.
ODPRTA SKLADIŠČA	• Namenjena blagu, ki ni podvrženo klimatskim spremembam. • Blago velikih prostorni in teže (pesek, drva). • Zemljišče odprtega skladišča mora biti suho, zato mora biti poskrbljeno za odtok vode ob padavinah. • Odprta skladišča so ograjena, min. višina 2 m. • Dostopi v skladišče naj bodo valjani ali tlakovani (prepreči ugrezanje vozil).
SILOSI	• Namenjeni shranjevanju blaga v razsutem stanju (žita, sladkor, kava). • Polnjenje in praznjenje je avtomatsko.
HLADILNICE	• Namenjeno shranjevanju pokvarljivih živil (zelenjava, sadje, meso, mesni izdelki). • To so skladišča s posebnimi hladilnimi, prezračevalnimi napravami, s katerimi se glede na značilnosti blaga uravnava temperatura v prostoru, za nekatero blago pa tudi vlaga.
VINSKE KLETI	• Namenjeno shranjevanju vina (na Škotskem shranjevanju viskija) v za to posebej pripravljenih sodih iz lesa ali aluminija. • V kleteh je izjemnega pomena temperatura, ki

	mora biti prilagojena lastnostim blaga.
CISTERNSKA SKLADIŠČA	• Namenjena predvsem shranjevanju tekočih goriv (nafta, bencin). • Polnijo in praznijo se avtomatsko. • Pri cisternskih skladiščih je potrebno paziti na lokacijo skladišča (varnostna komponenta), ki ne sme biti v bližini mest ali naselij.

VAJA 5: Označite vrsto skladišča glede na lastnosti blaga:

BLAGO	ZAPRTA SKLADIŠČA	POKRITA SKLADIŠČA	ODPRTA SKLADIŠČA	SILOSI	HLADILNICE	VINSKE KLETI
Sadje					X	
Žito						
Mleko						
Avtomobili						
Nafta						
Obutev						
Vino						
Sirni namaz						
Oblačila						
Les						

1.3.2 Skladišča po opremljenosti

V osnovi ločimo:

- visokoregalna in
- pretočna skladišča.

Visokoregalna skladišča omogočajo visoko izkoriščenost skladiščnega prostora in upravljanje skladišča z enega mesta (sistem računalniške obdelave podatkov). Namenjena so skladiščenju blaga na paletah, ki ga premikajo s pomočjo regalnih dvigal.

Regalna dvigala lahko upravljamo polavtomatsko ali avtomatsko, tako je čas manipulacije z blagom izredno kratek. Prednost je v zmanjšanju potrebnih skladiščnih površin in s tem se zmanjšajo tudi stroški za zemljišče. Zaradi tega so tudi transportne poti krajše tako pri skladiščenju, kot pri izdaji blaga.



Slika 6: REGALNO SKLADIŠČE

Vir: http://www.sxc.hu/

Pretočna skladišča omogočajo, da blago vstavljamo na eni strani, jemljemo na drugi strani. Vstopna in izstopna pot za blago je ločena. Vlaganje v regale je lahko ročno ali mehanizirano. Regali sestavljajo tunele, v katerih so montirane pretočne proge, po katerih blago potuje.

Prednosti:

- odličen pregled vloženega blaga;
- velika izkoriščenost skladiščnega prostora;
- kratke prevozne poti;
- zagotovljeno načelo FIFO – »first in – first out«.

Tak način skladiščenja se izredno obnese pri pokvarljivem blagu, saj tako zagotavljamo, da skladišče najprej zapusti blago, ki je vanj prispelo prvo (roki trajanja).



Slika 7: PRETOČNI KANAL

Vir: http://164.8.132.54/Skladiscno_poslovanje



VPRAŠANJA ZA PONAVLJANJE

1. *Katere **naloge in aktivnosti** opravlja skladišče?*
2. *Kateri **kriteriji** določajo lokacijo skladišča?*
3. *Katere so **prednosti visokoregalnih** skladišč?*
4. *Kako se razlikujejo **centralna skladišča** od **priročnih**?*
5. *Kaj omogočajo **pretočni regali** in katero načelo se tu zagotovi?*

2 PREVZEM BLAGA

V POGLAVJU SPOZNAMO:

- *Kako poteka količinski in kakovostni prevzem blaga?*
- *Zakaj in kdaj je potrebno sestaviti komisijski zapisnik?*
- *Katera dokumentacija spremlja blago ob prevzemu?*
- *Kako blago uskladiščimo in primerno shranimo?*
- *Kako ravnamo ob prevzemu blaga v prodajalno?*

CILJI – DIJAK/INJA ZNA:

- *Zna količinsko in kakovostno prevzeti blago.*
- *Pozna elemente komisijskega zapisnika in ga samostojno sestavi.*
- *Pozna spremno dokumentacijo, jo zna izpolniti.*
- *Zna izračunati težo embalaže in zna razložiti izraze: neto, tara in bruto masa.*
- *Pozna potek prevzemne poti blaga.*
- *Pozna potek prevzema blaga v prodajalni.*

Nalogo prevzema blaga ima skladiščnik, ki blago prevzame na podlagi dokumentacije, ki blago spremlja (dobavnica, račun, tovorni list).

Prevzem blaga je:

- količinski (pravimo tudi kvantitativen);
- kakovostni (oziroma kvalitativen).

2.1 Količinski prevzem blaga

Skladiščnik ob sprejemu blaga v skladišče naredi količinsko kontrolo. Podlaga za to so spremne listine, ki blago spremljajo. Količine se morajo ujemati z navedenimi količinami v dokumentaciji, ki jo je pripravil dobavitelj. V primeru, da ob prevzemu ugotovimo presežek ali primanjkljaj, to navedemo v zapisnik. O tem obvestimo tudi dobavitelja.

V primerih, ko gre za dolgotrajno sodelovanje, lahko morebitni manko ali presežek uredimo pri naslednji pošiljki. V primeru enkratnih dobav pa je potrebno to rešiti takoj. Ne glede na to, kako se bo reklamacija reševala, pa je potrebno narediti komisijski zapisnik.

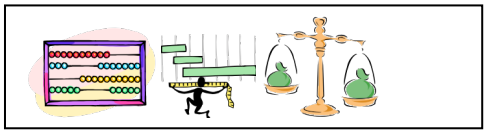
Pri prevzemu blaga ločimo:

- grobi količinski prevzem;
- podrobni količinski prevzem.

Pri **grobem** prevzemu se teža blaga kontrolira takoj (npr. stehtamo na železniški postaji) ali preverimo število omotov. V posamezne pakete, omote ne posegamo. Preveriti je potrebno, ali je embalaža nepoškodovana.

Pri **podrobnem** količinskem prevzemu pa blago:

- štejemo;
- merimo;
- tehtamo.



Dobavitelj, d.o.o.
Cvetlična ulica 12
3000 Celje

Celje dne 29.10.2002

DOBAVNICA št. 488

za Kupec, d.o.o., Rožna ulica, 2000 Maribor

Količina	Merska enota	Predmet	Cena
3000	kos	Otroški zdravstveni karton,	71,50
		Obr. 8,85	
		št. naročila: 558530;	dne 4.6.2002
		Predal:	Prejel:
		Ana Škorc	Peter Lisjak

936-CCLXIX-8907-02 Ponatis prepovedan! ALEA® DZS d.d., ZALOŽNIŠTVO TISKOVIN Obr. 5,12

Slika 8: DOBAVNICA

Vir: http://alea.dzs.si/obrazci/obrazci.asp?id=skupine

Količine ugotavljamo na podlagi merskih enot, ki so navedene na dobavnici.
V primeru, da je pošiljka raznovrstna, je to potrebno narediti za vsako blagovno skupino posebej.

POMNI IZRAZE

 NETO	 TARA	 BRUTO

Zgoraj navedene izraze pogosto srečamo pri trgovinskem poslovanju, zato si jih bomo skrbno zapomnili.

NETO – teža blaga (označimo z N);
TARA – teža embalaže (označimo s T);
BRUTO – skupna teža blaga in embalaže (označimo z B).

FORMULA: N + T = B

PRIMER: *Nabavili smo bruto 3400 kg jabolk. Stopnja tare (t = 2 %). Izračunajte težo embalaže in težo blaga.*

Podatki:
B = 3400 kg
t = 2 %
N =?

N = B – T
T = B*t

Najprej izračunamo maso embalaže, ki je označena z velikim T.

*T = 3400*0,02 = 68*

N = 3400 – 68 = 3332
Odgovor: Masa (teža) embalaže je 68 kg. Teža samih jabolk pa je 3332 kg.

Podatki o teži blaga so za trgovca zelo pomembni, saj to upošteva pri trgovinski kalkulaciji maloprodajne cene. Več o tem boste slišali pri sklopu Poslovno računstvo.

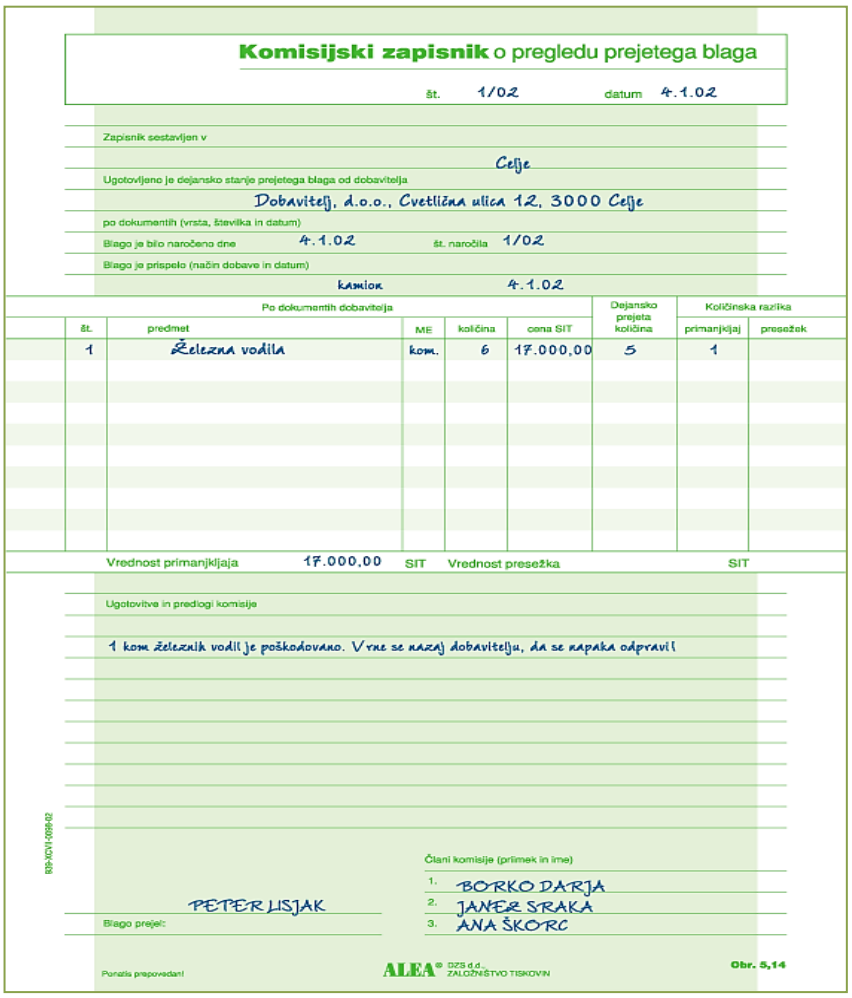
VAJA 6: *Nabavili ste 5289 kg pomaranč. Stopnja tare (t = 3 %). Izračunajte težo embalaže in težo blaga.*

R: T = 158,67 [kg]; N = 5130,33 [kg].

2.1.1 Komisijski zapisnik

V primeru, ko pri prevzemu blaga ugotovimo presežke ali manke, je potrebno sestaviti komisijski zapisnik. Ta mora vsebovati:

- datum in kraj sestavljanja zapisnika;
- kdaj in kako je blago prispelo;
- količino po spremni listini in ugotovljeno količino ob prevzemu;
- mnenje komisije – vzroki za nastanek razlike (poškodba, izguba, kraja);
- podpisi članov komisije (skladišče ali prodajalna).



Komisijski zapisnik o pregledu prejetega blaga

št. 1/02 datum 4.1.02

Zapisnik sestavljen v

Celje

Ugotovljeno je dejansko stanje prejetega blaga od dobavitelja

Dobavitelj, d.o.o., Cvetlična ulica 12, 3000 Celje

po dokumentih (vrsta, številka in datum)

Blago je bilo naročeno dne 4.1.02 št. naročila 1/02

Blago je prispelo (način dobave in datum)

kamion 4.1.02

Po dokumentih dobavitelja					Dejansko prejeta količina	Količinska razlika	
št.	predmet	ME	količina	cena SIT		primanjkljaj	presežek
1	Železna vodila	kom.	6	17.000,00	5	1	

Vrednost primanjkljaja 17.000,00 SIT Vrednost presežka SIT

Ugotovitve in predlogi komisije

1 kom železnih vodil je poškodovano. Vrne se nazaj dobavitelju, da se napaka odpravi!

Člani komisije (priimek in ime)

1. BORKO DARJA
2. JANEZ SRAKA
3. ANA ŠKORC

Blago prejel: PETER LISJAK

Ponatis prepovedan!

ALEA® DZS d.d., ZALOŽNIŠTVO TISKOVIN

Obr. 5,14

Slika 9: KOMISIJSKI ZAPISNIK

Vir: http://alea.dzs.si/obrazci/obrazci.asp?id=skupine

Zapisnik napišemo v dveh izvodih. En je za lastno evidenco, drugega posredujemo dobavitelju ob reklamaciji.

2.2 Kakovostni prevzem blaga

Kakovost blaga lahko ugotavljamo pred dobavo in tudi po tem, ko je blago prispelo v skladišče. Seveda je potrebno upoštevati lastnosti blaga in temu prilagoditi kontrolo kakovosti. Včasih ni mogoče takoj na kraju samem ugotavljati, ali dobavljeno blago ustreza navedeni kvaliteti. V teh primerih se vzame vzorec blaga in se ga da na testiranje. Pri nekaterem blagu so testi obvezni ob vsaki dobavi, pri drugih spet se te kontrole izvajajo občasno.

Enostavna kontrola je, kadar je bilo naročeno blago I. kvalitete, prejeli pa smo blago II. kvalitete, kar je to razvidno iz spremne dokumentacije. Lahko pa se zgodi, da se nam zdi, da dobavljeno blago ne ustreza navedeni kakovosti, tu pa je zopet potrebno sestaviti reklamacijski zapisnik. Potrebno je dokumentirani opažanja (podroben opis, fotografija, primerjava naročilnice in dobavnice ipd.).

Reklamacijo je potrebno posredovati na način, da imamo potrdilo o poslani reklamaciji. Samo telefonski pogovor ne zadostuje (je le obvestilo dobavitelju), da mu bomo v najkrajšem možnem času dostavili reklamacijski zapisnik (roki in načini ugovora na dobavljeno blago so običajno določeni v prodajni pogodbi).

POSEBNOSTI: *Na blagu, ki je tovarniško pakirano ob prevzemu, ne izvršimo kontrole kakovosti (npr. pralni stroj, TV, računalnik). V primeru, da ima tak izdelek kakovostno napako, govorimo o* ***skriti napaki****, ki jo običajno ugotovimo šele pri prodaji. V tem primeru trgovska družba blago reklamira pri dobavitelju v dogovorjenem roku, kupcu pa zagotovi nov izdelek.*

2.3 Prevzem blaga – prevzemnica

Skladiščnik po količinskem in kakovostnem pregledu blaga potrdi prejem blaga s podpisom na dobavnici dobavitelja, včasih tudi na transportni dokumentaciji. Nato pripravi prevzemno listino – PREVZEMNICO in vanjo vpiše podatke o dobavitelju, načinu prejema blaga (kamion, železnica, pošta) in o blagu (vrsta blaga, količina). Seveda tudi ta dokument podpiše in datira.



O prevzemu obveščen

Prevzemnica št. 1/02

dne 4.1.02

Od Dobavitelj, d.o.o., Cvetlična ulica 12, 3000 Celje

smo prejeli po kamion v skladišče

Zap. št.	PREDMET Z OZNAČBO KAKOVOSTI IN EMBALAŽE	Količina po dokumentih dobavitelja	Merska enota	Količina - prevzeta
1	Železna vodila	6	kom.	6

Pripomba

Dobav. št. 1/02 z dne 4.1.02 | Stroški: | Naročeno: | Prevzel (priimek): LISJAK

Tov. list št. ... z dne ...

Račun št. ... z dne ... | Podpis prevzemnika:

1008-CI-6192-00 Ponatis prepovedan! ALEA® DZS d.d. ZALOŽNIŠTVO TISKOVIN Obr. 5,61

Slika 10: PREVZEMNICA

Vir: http://alea.dzs.si/obrazci/obrazci.asp?id=skupine



NALOGE IN VPRAŠANJA ZA PONAVLJANJE

1. *Izpolnite* ***DOBAVNICO*** *(nahaja se v prilogi).*
   Podatki: *Dobavitelj: Alfa, d. o. o., Celjska ulica 5, 7000 Celje; Blago: Fascikli (5 cm), šifra 0002, kos 6, cena na enoto/3,40 €; Fascikli (10 cm), šifra 004, kos 10, cena na enoto/2,12 €.*

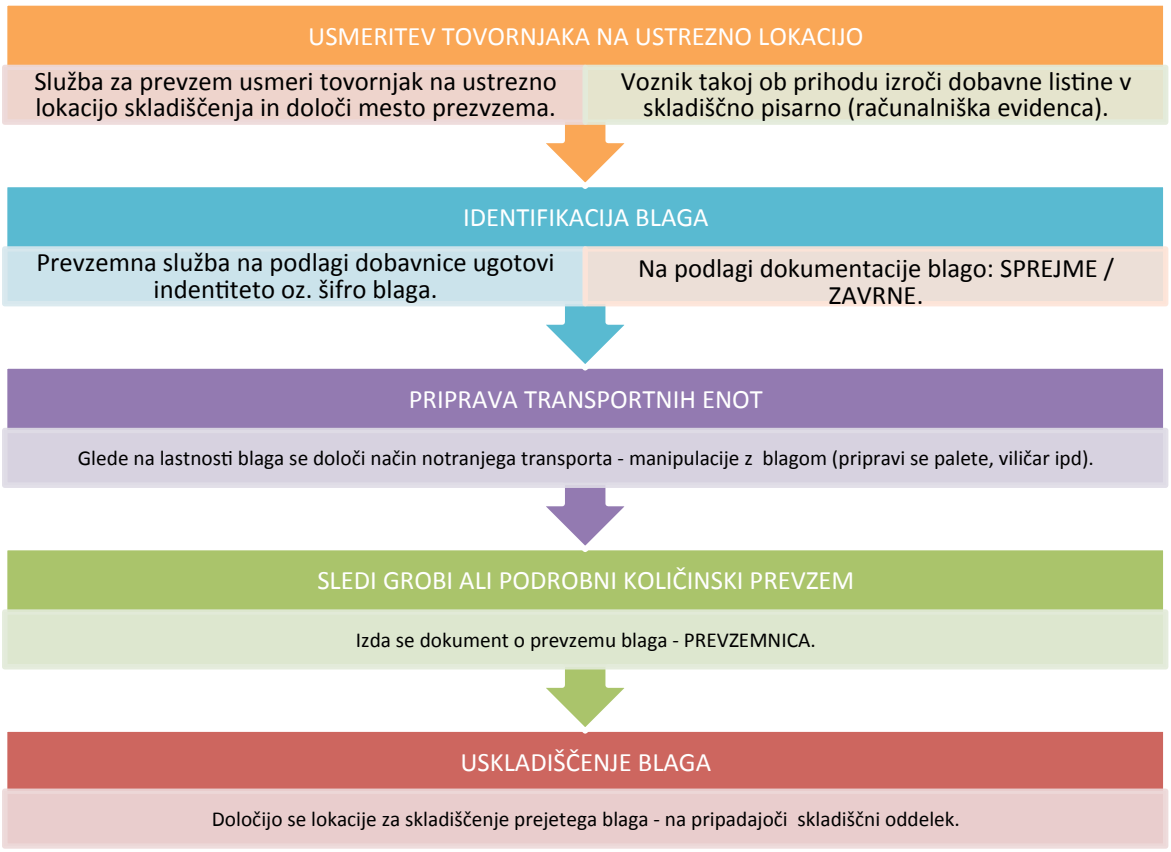
2. *Izpolnite **PREJEMNICO** (nahaja se v prilogi) za zgoraj navedene artikle.*

3. *Izpolnite **KOMISIJSKI ZAPISNIK** (nahaja se v prilogi).*

   ***Navodilo:** Ob prevzemu blaga ste ugotovili, da ste prejeli samo 8/10 artiklov – Fascikel (10 cm); pri Fasciklu (5 cm) pa ste ugotovili, da je pri 2 kosih poškodovano ogrodje za vpenjanje (UPOŠTEVAJTE NAVODILA ZA SESTAVO KOMISIJSKEGA ZAPISNIKA).*

Ker so danes evidence o zalogah v skladišču vodene računalniško, skladiščnik prejme tudi šifre (črtna koda) in vse podatke vnese v sistem.

Poglejmo si **potek prevzema blaga** od prispetja transporta (npr. s tovornjakom) do trenutka, ko je blago že v skladišču.



Slika 11: PREVZEMNA POT BLAGA

2.4 Uskladiščenje blaga

Ko se prejeto blago nahaja v skladišču, je potrebno na njem oz. z njim opraviti še naslednja opravila: odvijanje blaga, razporeditev blaga in shranjevanje blaga.

Tabela 3: USKLADIŠČENJE

OPRAVILA OB USKLADIŠČENJU	
ODVIJANJE BLAGA	• Blago je potrebno odviti iz transportne embalaže (pri tem je potrebno upoštevati navodila dobavitelja). • Blago se razporedi na zanj določeno mesto. • Transportna embalaža je običajno dobaviteljeva, zato jo je potrebno v določen roku vrniti ali plačati (npr. paleta na kateri je pralni stroj).
RAZPOREDITEV BLAGA	• Razporeditev blaga v skladišču mora omogočati nemoten potek dela (prevzemanje novih pošiljk, prehodne transportne poti, dopolnjevanje zalog in ne na koncu nemoteno izdajanje blaga).
SHRANJEVANJE, VAROVANJE BLAGA	Skladiščnik pozna lastnosti blaga in je zato posebej pozoren na: • temperaturo in vlažnost zraka; • način zlaganja; • blagovni soseščini (nekatero blago lahko prenese svoje lastnosti na blago v soseščini – vonj, vlaga, prah).

2.4.1 Shranjevanje blaga

Ker pravilno shranjevanje in varovanje blaga **varuje** blago pred kalom, kvarom, lomom ali razsutjem, bomo temu posvetili več pozornosti v naslednjem poglavju – IZGUBE BLAGA.

Pri hrambi vseh vrst blaga smo še posebej pozorni na:

- TEMPERATURO – Prilagojena posameznim vrstam blaga. Večja sprememba temperature kvarno vpliva na blago, zato naj bo čim bolj stalna.

- VLAŽNOST – Ustrezati mora lastnostim blaga, ki ga skladiščimo. Blago z večjimi količinami vlage (sadje, vrtnine) potrebujejo bolj vlažen zrak. Drugo zopet manj vlažnosti – suh zrak, da blago ne začne trohneti ali plesneti. Stopnja vlage se kontrolira s higrometrom.

- ZLAGANJE BLAGA – Blago mora biti zloženo tako, da omogoča kroženje zraka med naloženim blagom. Nikoli ga ne zlagamo direktno na tla ali ob zid. Kadar je blago naloženo v prevelike kupe to onemogoča kroženje zraka med kosi ali policami. Ob tem tudi pazimo na blagovno soseščino.

2.5 Prevzem blaga v prodajalni

Tudi pri prevzemu blaga v prodajalni se upoštevajo v predhodnih poglavjih opisani postopki. Sprejem blaga iz centralnega skladišča v pomožno skladišče prodajalne spremljajo enaki spremni dokumenti, kot ob sprejemu blaga v centralno skladišče.

Blago v pomožnem skladišču sprejme za to zadolžena oseba. To je lahko: skladiščnik pomožnega skladišča, poslovodja ali kdo drug od zaposlenih. Ko blago prispe v pomožno skladišče, se ga ravno tako evidentira in vnese v sistem evidenc skladišča.

Blago nato iz pomožnega skladišča prevzame prodajalec (vodja oddelka) in uredi vse potrebno, da se blago razporedi na police ali po prodajnem prostoru.

Ob **prevzemu** blaga iz pomožnega skladišča (lahko tudi neposredno od dobavitelja) se izpolni PREVZEMNI LIST (glej Tabelo 3).
V primerih, ko se blago premesti iz enega oddelka na drugi oddelek, se mora to evidentirati. To zabeležimo v poslovni knjigi, ki jo imenujemo Evidenca o gibanju blaga v prodajalni.

Tabela 4: PREVZEMNI LIST

Trgovec: _____

Prodajna enota: _____ **PREVZEMNI LIST št.** _____ z dne _____

Dobavitelj: _____ (trgovina na drobno) .

Dobava: dob. št. _____ z dne _____

BLAGO						ELEMENTI PRODAJNE CENE IN CENA NA MERSKO ENOTO							ELEMENTI PRODAJNE VREDNOSTI			
							Marža									
Zap.št.	Šifra	Naziv	Merska enota	Količina	Nabavna vrednost	Nabavna cena	%	EUR	Prodajna cena	Stopnja DDV	Znesek DDV	Drobnoprodajna cena	Marža	Prodajna vrednost brez DDV	Znesek DDV	Prodajna vrednost z DDV
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10=7+9	11	12	13=10+12	14=5X9	15=5X10	16=5X12	17=5X13
1.		1	kos	30	27,00	0,90	131,00 %	1,18	2,08	20 %	0,42	2,50	35,40	62,40	12,60	75,00
2.		2	kos	460	175,00	0,38	76,00 %	0,29	0,67	20 %	0,13	0,80	133,20	308,20	59,80	368,00
3.		3	kos	25	22,50	0,90	39,00 %	0,35	1,25	20 %	0,25	1,50	8,75	31,25	6,25	37,50
4.		4	kos	6	30,00	5,00	33,00 %	1,67	6,67	20 %	1,33	8,00	10,02	40,02	7,98	48,00
5.		5	kos	20	20,00	1,00	67,00 %	0,67	1,67	20 %	0,33	2,00	13,40	33,40	6,60	40,00
6.		6	kos	5	13,50	2,70	54,00 %	1,47	4,17	20 %	0,83	5,00	7,35	20,85	4,15	25,00
			kos							20 %						
			kos							20 %						
			kos							2 %						
			kos							20 %						593,50
Skupaj					288,00								208,12	496,12	97,38	

3 IZGUBE BLAGA

V POGLAVJU SPOZNAMO:

- *Zakaj prihaja do izgub blaga?*
- *Kako ločimo vrste izgub blaga?*
- *O čem govori Pravilnik o stopnjah običajnega odpisa?*
- *Kako izračunati maksimalno dovoljeno izgubo blaga?*
- *Kakšen je pomen embalaže za varovanje in hrambo blaga?*

CILJI – DIJAK/INJA ZNA:

- *Pojasniti pomen pravilnika o stopnjah običajnega odpisa blaga.*
- *Zna izračunati maksimalno dovoljeno količino odpisa.*
- *Pojasni kalo, razbitje, okvaro in razsip blaga na primeru.*

Izgube blaga nastajajo na poti od dobavitelja do kupca (od dobavitelja do skladišča) in tudi v sami trgovini pri manipulaciji z blagom ali zaradi vremenskih, naravnih vplivov.

Glede **na nastanek** ločimo izgube, ki nastanejo pri prevozu, ali izgube, ki nastanejo na zalogah blaga.

Glede **na vrsto blaga** pa poznamo izgube: kalo, razsip, razbitje in okvara.

Za trgovino na debelo in trgovino na drobno **stopnjo običajnega odpisa** določa **Pravilnik o stopnjah običajnega odpisa blaga (kalo, razsip, razbitje, okvara), Uradni list RS, št. 42/2007 (v prilogi).**
Pravilnik postavlja merila za običajni primanjkljaj blaga, ki je neločljivo povezano s skladiščenjem, prevozom in prodajo blaga pri opravljanju dejavnosti. Pravilnik velja za vse fizične in pravne osebe, ki opravljajo trgovinsko dejavnost. S pravilnikom je določena maksimalna višina odpisa blaga zaradi izgub.

ZAKAJ JE TO POMEMBNO?

Za blago, ki je odpisano in ne presega določil pravilnika, ni potrebno plačati DDV-ja. Za odpis blaga, ki presega določila pravilnika, se DDV zaračunava in plačuje.
Poglejmo si nekaj maksimalnih stopenj[1] za določene vrste blaga:

Tabela 5: MAKSIMALNE STOPNJE

BLAGO	MAKSIMALNA STOPNJA V %
Sadje in zelenjava	6,00
Moka	1,00
Slaščičarski izdelki	8,00
Meso, mesni in mlečni izdelki, jajca	5,00
Ribe, lignji, morski sadeži	4,00
Kozmetični izdelki (kreme, mila)	2,00
Steklo, porcelan, keramika, sveče	4,00
Opeka, strešniki, ploščice	2,50

Vir: Pravilnik o stopnjah običajnega odpisa blaga, Uradni list RS. št. 42/2007.

[1]Povezava do Pravilnika o običajnih stopnjah odpisa blaga se nahaja v v prilogi

PRIMER:*Nabavili smo 3 t solate. Izračunajmo maksimalno dovoljeno izgubo blaga zaradi gnitja.*

*Dovoljen kalo = 3000*0,06 = 180 kg.*

Odgovor: *Maksimalno dovoljen kalo je 180 kg.*

KOMENTAR: *Seveda pa se moramo zavedati, da ni v interesu trgovca odpisovanje blaga zaradi izgub, pač pa tako ravnanje z blagom, da je le-teh čim manj.*

VAJA 7: *Izračunajte maksimalne dovoljene izgube blaga*

Blago	*Maksimalna stopnja*	*Dovoljena izguba*
790 kg moke		
500 l mleka		
120 krem za nego obraza (30 ml)		
40 jušnih servisov		

Navodilo: Maksimalne stopnje poiščite v Tabeli 3.

Kalo
Kalo je izguba oziroma uničenje blaga, ki nastane zaradi lastnosti blaga s sušenjem, krčenjem, izhlapevanjem in se kaže na teži, obsegu ali površini blaga.

Razsip
Razsip je izguba ali uničenje blaga, ki nastane pri ravnanju (manipulaciji) z blagom v tekočem stanju (olje, kis, pijače ipd.) ali v sipkem stanju (moka, sladkor, sol, cement, semena ipd.).

Razbitje
Razbitje je izguba ali uničenje blaga, ki nastane pri ravnanju (manipulaciji) z lomljivim blagom (pohištvo, steklo, porcelan, keramika ipd.).

Okvara
Okvara je izguba ali uničenje blaga, ki nastane zaradi kemičnih ali fizikalnih lastnosti blaga in ima za posledico spremembo kemičnih, fizikalnih, funkcionalnih in estetskih lastnosti blaga

Ugotavljanje izgub
Izguba oziroma uničenje blaga se ugotavlja:

- neposredno po nastanku izgube ali uničenja blaga pri prevozu, skladiščenju oziroma pri prodaji blaga;
- pri/z izrednim popisom blaga v prodajalni oziroma v skladišču;
- pri/z rednim letnim popisom blaga v prodajalni oziroma v skladišču.

O ugotovljeni izgubi oziroma uničenju blaga se obvezno sestavi zapisnik

3.1 Embalaža

Funkcija embalaže je **zaščita** izdelka pred zunanjimi vplivi. Ločimo transportno in komercialno embalažo (nagovarja kupca, predstavlja podjetje, pospeševanje prodaje). Na

embalaži so običajno navedene informacije o blagu, načinu uporabe, roku trajanja. Današnji trendi, predvsem pri **komercialni embalaži,** so v uporabi materialov, ki so ekološki, razgradljivi. Pri transportni embalaži pa gre za embalažo, ki ima daljšo življenjsko dobo in je zanjo pomembna uporabnost in vzdržljivost.

Ločimo:

- povratno;
- nepovratno embalažo.

Povratna embalaža pomeni, da se vrača dobavitelju.

Primer: Steklenice so v nekaterih primerih povratna embalaža in jo vedno lahko vrnete v trgovino. Plastenke niso povratna embalaža in jo zavržete.

VAJA 8: Določite vrsto izgube blaga

OPIS BLAGA	KALO	RAZSIP	OKVARA	RAZBITJE
Nabavili ste 500 kg jabolk, pri ponovnem tehtanju ste ugotovili, da je masa jabolk 498 kg.				
Pri pregledu polic ste ugotovili, da je na jogurtih potekel rok trajanja.				
Pri prevozu keramičnih ploščic je vozilo doživelo manjšo prometno nesrečo. Ob tem je nekaj kartonov popadalo z vozila.				
Pri manipulaciji v skladišču je z viličarja padla paleta z moko.				



NALOGE IN VPRAŠANJA ZA PONAVLJANJE

1. *Samostojno narišite PREVZEMNO POT BLAGA.*

– *Zakaj moramo biti pri shranjevanju blaga še posebej pozornosti na vlažnost in vlago? Razmislite in zapišite, kako in kam doma shranjujete:*

- meso in mesne izdelke;

- sadje in zelenjavo;

- krompir in jabolka;

- jajca in mlečne izdelke;

- čistila.

Ali ste našli kakšno podobnost med shranjevanjem doma in skladiščenjem blaga v skladišču? Katere podobnosti so to?

4 ZALOGE BLAGA

V POGLAVJU SPOZNAMO:

- *Kako se oblikujejo zaloge v skladišču?*
- *Kako jih delimo in katere so prednosti/slabosti visokih ali nizkih zalog?*
- *Kaj pomeni JIT?*
- *Kako izračunamo koeficient obračanja zalog in njegov pomen.*
- *Kaj je inventura, kako poteka in kdo jo izvaja?*

CILJI – DIJAK/INJA ZNA:

- *Pozna prednosti in slabosti visokih in nizkih zalog.*
- *Zna opisati nabavo Just In Time in njeno uporabnost.*
- *Zna izračunati koeficient obračanja zalog in dneve vezave in rezultate komentira.*

Oblikovanje zalog v skladišču je ena izmed nalog skladišča. Zaloge se seveda oblikujejo glede na potrebe in planirano prodajo in skladiščne kapacitete. Skladišče pri oblikovanju zalog sodeluje tudi z ostalimi službami v podjetju:

- prodajna služba;
- komercialna služba;
- nabavna služba.

Zaloge so lahko:

- Maksimalna zaloga – predstavlja največjo količino zaloge, pri kateri je uskladiščenje še ekonomično (npr. pričakuje se pomanjkanje določenega blaga, zvišanje cen ipd).
- Minimalna zaloga – predstavlja najmanjšo zalogo materiala, ki še omogoča nemoten potek poslovanja.
- Varnostna zaloga – potrebujemo jo za premostitev nepričakovanih dogodkov v oskrbi (zamude pri dobavi, nenačrtovane večje potrebe po blagu).
- Signalna zaloga – to je zaloga, pri kateri je potrebno sprožiti postopek za nabavo blaga.

Nizke zaloge:

Pri nizkih zalogah seveda potrebuje manj obratnih sredstev, ki so vezana v zalogah blaga, temu primeren je tudi manjši skladiščni prostor. Vendar se tu pojavljajo določene nevarnosti:

- ne omogočajo rednega zadovoljevanja potreb po določenem blagu;
- blago je potrebno naročati večkrat (s tem so povezani tudi stroški).

Maksimalne zaloge oz. visoke zaloge imajo ravno tako nekatere slabosti:

- nastajanje visokih stroškov skladiščenja;

- večja nevarnost kvara, tatvin ali poškodbe blaga;
- denarna sredstva vezana v zalogah povečajo pomanjkanje obratnih sredstev.

Določanje **OPTIMALNE ZALOGE** je eno temeljnih vprašanj, skladiščnega poslovanja. Pri tem je potrebno zadovoljiti dvema ciljema: zanesljivost in ekonomičnost (to pomeni imeti dovolj blaga, da zadovoljimo svoje kupce in obenem sledimo načelu, da to storimo z najnižjimi stroški).

4.1 JIT – Just In Time

JIT nabava pomeni, da blago naročimo takrat, ko ga potrebujemo (npr. šele ob naročilu kupca) in ga nimamo na zalogi. Blago je potrebno dobavljati dnevno, nekatere celo večkrat dnevno, odvisno od povpraševanja.

Znižanje zalog ima seveda ekonomske učinke (manjši stroški povezani s skladiščenjem, manj dela ipd). Za ta način nabave je potrebna odlična usklajenost in veliko medsebojno zaupanje med kupcem in dobaviteljem. Komunikacija med njima mora biti pravočasna in usklajena glede količine, cene, časa nabave. V trgovinskem poslovanju se to običajno izvaja predvsem za blago višjega cenovnega razreda (avtomobili, IT tehnologija, pohištvo ipd). Za blago široke potrošnje JIT seveda ne pride v poštev. (Ali si predstavljate, da bi morali na kruh čakati nekaj dni?)

Pri nabavi JIT se kupci zavarujejo (trgovinske družbe) tako, da niso vezane zgolj na enega dobavitelja, saj bi njegov izpad pomenil okrnitev preskrbovalne verige.

4.2 Koeficient obračanja zalog

Pove nam, kolikokrat na leto se povprečno obrnejo zaloge. Večja kot je vrednost koeficienta, hitreje se zaloge obračajo. To je za podjetje dobro, saj iz tega lahko sklepamo, da so stroški zalog manjši, manjša so tudi finančna sredstva, ki so v zalogah vezana. Koeficient obračanja je za živila najvišji, manjši je za tekstilne izdelke, najmanjši pa za tehnično blago.

$$KOZ = \frac{Prodano\ blago\ v\ letu\ dni\ (po\ prodajnih\ cenah)}{Stanje\ zalog\ blaga\ (po\ prodajnih\ cenah)}\ ali\ KOZ = \frac{Količinski\ promet\ v\ obdobju}{Povprečna\ zaloga}$$

Čim večji je KOZ, tem manj zaloge potrebujemo in tem nižji so stroški skladiščenja.

Čas, ki je potreben, da se zaloga obrne, izračunamo po formuli:

$$Dnevi\ vezave\ = \frac{365}{KOZ}$$

Ta kazalec kaže, koliko časa je določena količina sredstev v poprečju vezana v zalogah.

PRIMER: *Med letom smo prodali 3490 kozarcev marmelade. Povprečna zaloga je 367 kozarcev.*

Izračunajmo KOZ in dneve vezave.

a) *KOZ = 3490/367 = 9,5*

b) *Dnevi vezave = 365/9,5 = 38,42 = 39 [dni]*

KOMENTAR: *Koeficient obračanja zalog je 9,5. To nam pove, da se zaloge marmelade v podjetju v povprečju obrnejo 9,5-krat na leto. Potreben čas, da se zaloga obrne, je 39 dni. Toliko časa ima podjetje vezana sredstva v zalogah. Na podlagi teh podatkov lahko podjetje sprejme poslovne odločitve.*

VAJA 9: *Izračunajte koeficient obračanja zalog in dneve vezave*
Med letom ste prodali 2100 kozarcev 0,5 l cvetličnega medu. Povprečna zaloga je 168 kozarcev medu.

R: *KOZ = 12,5; Dnevi vezave: 39 dni.*



NALOGE IN VPRAŠANJA ZA PONAVLJANJE

1. *Predstavite slabosti nizke zaloge in slabosti visokih zalog.*
2. *Kaj pomeni nabava Just In Time in kdaj bi jo vi uporabili?*
3. *Kaj nam pove koeficient obračanja zalog in kaj nam povedo dnevi vezave?*
4. *Izračunajte KOZ in dneve vezave ter pojasnite:*

   a) Med letom smo prodali za 1.8 milijona evrov televizijskih in radijskih aparatov; povprečna vrednost zaloge je 0,55 milijona evrov.

   b) Med letom smo prodali za 1,7 milijona moške konfekcije (obleke); povprečna vrednost zaloge je 0,33 milijona evrov.
5. *Koeficient obračanja nekaterih izdelkov je naveden v spodnji tabeli. Za katere izdelke gre v teh primerih?*

KOZ na leto	*Verjetni izdelki*
9 in več	
5 in več	
3 in več	

4.3 Inventura

V skladu s 54. členom Zakona o gospodarskih družbah (ZGD-1) morajo družbe najmanj enkrat letno preveriti, ali se **stanje posameznih postavk v poslovnih knjigah ujema z dejanskim stanjem**. Podjetja morajo sprejeti **Pravilnik o popisu**, v katerem se določi, **kako** in **kda**j se opravi popis ter kako in kdaj se uskladi knjiženo stanje z dejanskim.

INVENTURA JE USKLAJEVANJE KNJIŽNEGA STANJA Z DEJANSKIM STANJEM

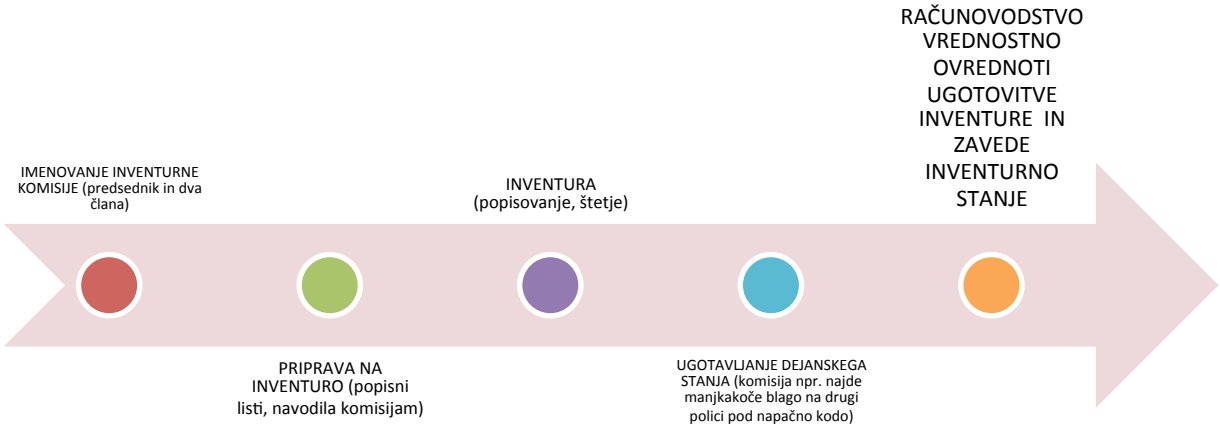
V pravilniku o popisu mora biti urejeno:

- **imenovanje popisnih komisij** – število in vrste popisnih komisij, člani popisnih komisij ter obseg njihovih področij popisa so največkrat določeni v posebnem sklepu; ki ga v okviru svojih pooblastil izda poslovodstvo družbe;
- **predmet popisa** – predmet rednega popisa **so vsa sredstva** (sredstva so tudi zaloge blaga v skladišču in poslovalnici);
- **čas popisa** – popis se opravi praviloma po stanju ob koncu leta;
- **vodenje organizacije popisa** in navodila za popis;
- **popisne komisije in naloge** posameznih popisnih komisij;
- **priprava sredstev za popis**;
- **priprava popisnih pripomočkov** in uporaba računalnikov pri popisu;
- **izločanje** poškodovanih in zastarelih sredstev;
- **primerjanje** dejanskega in knjižnega stanja;
- **poročila o popisu** in obravnava poročil;
- **predlog za odpravljanje** popisnih razlik in odločanje o predlogu ter
- **predlog knjiženja** popisnih razlik v knjigovodstvu.

LOČIMO:

REDNO INVENTURO – ob koncu poslovnega leta (lahko tudi med letom, če je v trgovinski družbi tako določeno).

IZREDNE INVENTURE – ob spremembah cen, DDV-ja, ob zamenjavi zaposlenih, ob sumu kraje, elementarnih nesrečah, ob prodaji podjetja, ob selitvi na drugo lokacijo.



Slika 12: POTEK INVENTURE

Izvajanje inventure v trgovini

Trgovinske inventure se izvajajo s čitalci črtnih kod (blago s črtno kodo opremimo že ob prejemu), s katerimi zmanjšamo porabljeni čas in možnost napak. Kjer je mogoče, uporabljamo tudi številne tehtnice, ki so 100 % natančne in lahko prihranijo ogromno časa. Da bi zmanjšali vpliv na redno delo v maloprodaji, se inventure v trgovini izvajajo izven delovnega časa.

VAJA 10: Določite vrsto inventure (označite z X).

DOGODEK	REDNA INVENTURA	IZREDNA
V skladišču se je zgodila kraja.		
Podjetje vsako četrtletje izvede inventuro blaga v vseh svojih prodajalnah.		
Podjetje MIK, d. d., se bo združilo s podjetjem ALFA, d. d.		
Skladiščnik odhaja na drugo delovno mesto.		
V neurju je veter odkril del strehe skladišča, tako da je bil del blaga izpostavljen vremenskim vplivom.		
Prejeli ste obvestilo, da se bodo z jutrišnjim dnem dvignile cene alkoholnih pijač (vin in piva).		



NALOGE IN VPRAŠANJA ZA PONAVLJANJE

1. *Kdaj poteka v podjetju REDNA inventura?*
2. *Naštejte nekaj primerov, ko bi bila potrebna IZREDNA inventura?*
3. *Narišite potek inventure (poskusite samostojno, drugače si pomagajte s Sliko 13).*

5 IZDAJANJE BLAGA

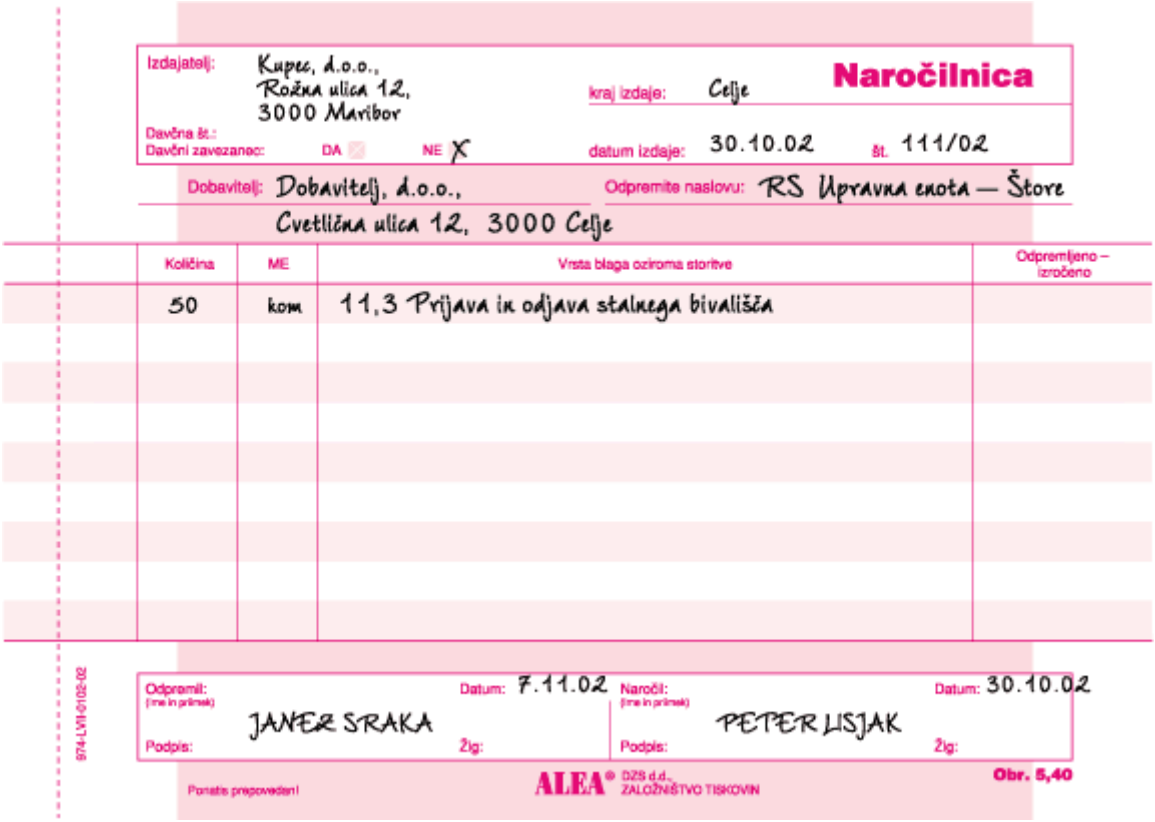
V POGLAVJU SPOZNAMO:

- *Kako poteka izdaja blaga in na podlagi katere dokumentacije?*
- *Kako izpolnimo naročilnico in kaj mora vsebovati?*
- *Kaj je komision in kdo ga sestavlja?*

CILJI – DIJAK/INJA ZNA:

- *Zna opredeliti potek izdaje in naročanja blaga.*
- *Pozna vsebino spremne dokumentacije in jo zna izpolniti.*
- *Zna pojasniti komisione.*

Iz skladišč trgovske družbe izdajajo blago svojim poslovalnicam na podlagi naročila. Prodajalne naročajo blago s pisnim naročilom – NAROČILNICO, lahko pa tudi elektronsko, vendar je vsebina dokumenta enaka.



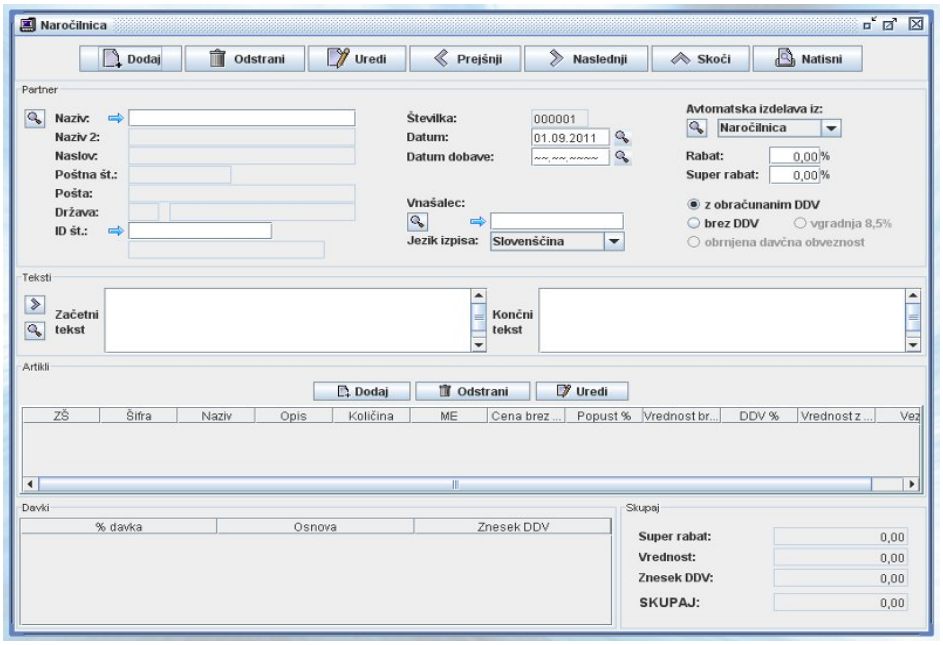
Slika 13: NAROČILNICA

Vir: http://alea.dzs.si/obrazci/

Naročilnica mora vsebovati:

- šifro blaga;
- naziv prodajalne (kdo naroča);
- naročeno vrsto blaga,

- naziv, vrsto in kakovost;
- način odprave in pakiranja.



Slika 14: NAROČILNICA - RAČUNALNIŠKI OBRAZEC

Naročilnico podpiše poslovodja in jo posreduje skladišču. Na podlagi listine v skladišču pripravijo blago za odpravo – KOMISION in ga izročijo prevozniku. Blago na poti spremlja dokumentacija, in sicer – **DOBAVNICA oz. IZDAJNICA**.

En izvod dobavnice pošlje skladiščnik knjigovodstvu, enega prejme trgovina in en izvod, ki ga je podpisal poslovodja trgovine nato ostane za evidenco v skladišču.



KOMISION je vse blago, ki ga v skladišču pripravijo za posamezno prodajalno. Pri tem delu si sestavljavec komisiona lahko pomaga z viličarjem ali drugo sodobno opremo. Delo je zahtevno saj terja natančnost, hitrost in poznavanje blaga. Delavci, ki sestavljajo komisione si danes pomagajo s sodobno tehnologijo (skanerji, čitalci črtne kode). Za delo v hladilnicah potrebujejo posebna oblačila, da se obvarujejo pred mrazom.

Vir: http://www.lekkerland.com/

Slika 15: KOMISIONI V SKLADIŠČU

Na Sliki 15 vidite komisione, ki se pripravljajo za odpremo na različne lokacije, kot so: trgovine, bencinski servisi. Lekkerland je trgovinsko podjetje, ki se ukvarja z logistiko, malo- in veleprodajo prehrambnih in tobačnih izdelkov. Če želite izvedeti več o tem podjetju, kliknite na: www.lekkerland.com.

Pri izdaji blaga iz skladišča moramo biti še posebej pozorni na blago, ki ima rok trajanja. Običajno izdaje potekajo po metodi FIFO (prvo v skladišče, prvo iz skladišča). Danes je spremljanje rokov poenostavljeno, saj imamo vzpostavljene računalniške evidence, ki omogočajo večjo preglednost in ažurnost podatkov (nastavitve alarmov, ki nas opozorijo na morebitne pretečene roke).



NALOGE IN VPRAŠANJA ZA PONAVLJANJE

1. *Katere podatke mora vsebovati dokument – naročilnica?*
2. *Izpolnite NAROČILNICO (nahaja se v prilogi). Upoštevajte, katere podatke mora naročilnica vsebovati. Naročili boste 12 DVD predvajalnikov (pazite na način odprave in pakiranja).*
3. *Kaj je komision in kdo ga pripravlja (sestavlja)?*
4. *Kako si delavec pomaga pri sestavljanju komisiona?*

6 PRIPRAVA BLAGA ZA PRODAJO

V POGLAVJU SPOZNAMO:

- *Kaj je prodajna cena?*
- *Kako mora biti označeno blago s cenami in kje.*
- *Kako je potrebno opremiti blago v izložbah?*
- *Kako poteka prodaja blaga pod posebnimi pogoji?*
- *Kakšna pravila veljajo za sezonske razprodaje?*
- *Kakšen je pomen in vloga merchandisinga – pozicioniranja blaga v prodajalni?*
- *Kako pozicioniramo blago glede na njegove lastnosti in zakonitosti prodaje?*
- *Kaj so planogrami, njihov namen in uporabo?*

CILJI – DIJAK/INJA ZNA:

- *Opisati prodajno ceno in ceno na enoto.*
- *Zna pravilno označiti blago na policah in v prodajalni.*
- *Zna pripraviti blago pred sezonsko razprodajo.*
- *Prepozna različne oblike merchandisinga in ga zna opisati s primeri.*
- *Zna narisati preprosti planogram.*

Blago, ki je prispelo iz glavnega skladišča ali dobavitelja v skladišče prodajalne, je potrebno še pripraviti za prodajo. Najprej ga je potrebno razpakirati iz transportne embalaže, ga označiti s cenami – črtnimi kodami ter ga razporediti po trgovinskih oddelkih (čistila, delikatesa, mesni izdelki, tekstil ipd).

Kdo polni police? To lahko opravijo posebej za to zaposleni delavci v trgovini (njihova naloga je polnjenje polic). Drugje zopet za to poskrbi prodajno osebje samo. To je v veliki meri odvisno od organiziranosti in velikosti trgovske družbe.

Označevanje cen na samem prodajnem mestu je temeljnega pomena za dobro prodajno storitev. Cena na prodajnem mestu se imenuje prodajna cena.

6.1 Prodajna cena

Prodajna cena izdelka je cena za enoto izdelka ali za določeno količino izdelka skupaj z davkom in vsemi drugimi dajatvami.

- **Cena za enoto** izdelka je cena izdelka skupaj z davkom in z vsemi drugimi dajatvami za en kilogram, en liter, en meter, en kvadratni meter ali en kubični meter izdelka ali za neko drugačno posamično enoto količine, ki se splošno in običajno uporablja pri prodaji določenih izdelkov.
- Izdelek, ki se prodaja nepakiran v razsutem stanju, je izdelek, ki ni vnaprej pakiran in ga merimo v prisotnosti potrošnika, kolikor narava izdelka to dopušča.

Cena storitve je cena storitve skupaj z davkom in z vsemi drugimi dajatvami.

6.2 Označevanje cen blaga

- Vsi izdelki morajo biti označeni s prodajno ceno.

- Vsi izdelki morajo biti označeni tudi s **ceno za enoto (kg, l, kos).** Cene za enoto ni potrebno označevati, če je enaka prodajni ceni ali če to ne bi bilo koristno zaradi narave ali namena izdelkov, zlasti če:
  – količina izdelka ni pomembna za primerjavo cen ali
  – se v isti embalaži prodajajo različni izdelki.
- Izdelki, ki se prodajajo nepakirani v **razsutem stanju**, morajo imeti označeno le ceno za enoto izdelka (sadje, zelenjava, oreščki ipd).
- Izdelki v izložbah prodajaln morajo biti označeni s cenami.
- Razstavljeno blago, ki je namenjeno za prodajo ali za zbiranje ponudb, mora biti označeno s ceno.

6.3 Kje mora biti cena

- Cena izdelkov mora biti označena na izdelku.
- Cena se lahko označi tudi na enega od naslednjih načinov, vendar tako, da ne obstoja možnost zamenjave s ceno drugega blaga:
  – na polici, kjer je izdelek nameščen,
  – na izvirni embalaži izdelka,
  – v obliki cenika,
  – v katalogu,
  – na nek drug ustrezen način.

6.4 Blago na policah v prodajalni

- Cene izdelkov, ki so označene na polici, morajo biti označene pred, pod ali nad izdelkom z imenom izdelka.

- Pri istovrstnih izdelkih z različno neto težo ali z različno prostornino mora biti na oznaki cene poleg imena izdelka tudi navedba neto teže ali prostornine.

- Za izdelke, ki se ne nahajajo v prodajalni, se cene lahko označijo s cenikom ali s katalogom, ki morata biti potrošniku dostopna.

6.5 Označevanje cen v izložbah

V izložbah, kjer se razstavlja trgovsko blago, je potrebno označiti ceno (maloprodajno ceno in maloprodajno ceno na enoto pakiranja). Kadar razstavljeno blago ni v prodaji, je potrebno to na blagu v izložbi vidno označiti.

6.6 Prodaja pod posebnimi pogoji

Trgovec lahko za določeno vrsto blago (blagovno skupino) določi prodajo pod posebnimi pogoji. Sem sodijo: razprodaje blaga, prodaja blaga z napakami, prodaja blaga po znižanih cenah in prodaja blaga po naročilu (posebej za kupca opremljen avtomobil, posebej za kupca izdelani čevlji zaradi velike velikosti ipd.).

Najbolj znani sta **sezonski razprodaji tekstila in obutve** (poletna in zimska), kjer imamo določen **skupni datum** začetka razprodaje.

Poletna razprodaja tekstilnega blaga in obutve se ne sme pričeti prej kot drugi delovni ponedeljek v mesecu juliju.

Zimska razprodaja tekstilnega blaga in obutve se ne sme pričeti prej kot prvi delovni ponedeljek v mesecu januarju.

Trajanje razprodaje določi vsak trgovec skladno s svojo poslovno odločitvijo, pri čemer trajanje razprodaje ne sme trajati več kot 60 dni.

Podjetje, ki izvaja razprodajo, mora to objaviti na krajevno običajen način. Objava o uvedbi razprodaje mora vsebovati podatke o vrsti blaga, odstotku znižanja in obdobje trajanja razprodaje. Blago, ki je na razprodaji, mora biti označeno s ceno pred znižanjem in z znižano ceno. Če je odstotek znižanja objavljen v razponu, mora najvišji odstotek znižanja zajemati najmanj eno četrtino vrednosti blaga, ki je na razprodaji.

Pomembno je, **da trgovci pred uvedbo popusta ali razprodaje ne dvignejo cen izdelkov in jih nato znižajo z namenom višjega odstotka znižanja**, ki privablja kupce, saj gre v tem primeru za navidezna znižanja oziroma navidezno razprodajo. To preverjajo pristojne inšpekcijske službe.

Pri prodaji blaga z napakami (umazano blago, poškodovano blago) je potrebno blago prostorsko ločiti od redne prodaje enake vrste. Trgovec je **dolžan** tako blago izločiti, če pa je še uporabno, ga lahko proda po ceni, ki je sorazmerna ceni blaga v redni prodaji. Na vsakem kosu blaga mora biti jasno označeno, da gre za blago z napako. Žal se večkrat zgodi, da je tako blago še vedno uvrščeno v redno prodajo in da trgovci kljub opozorilu stranke blaga ne izločijo in mu niso pripravljeni znižati cene. Taka poslovna praksa je v svetu znana, in bilo bi dobro, da bi jo sprejeli tudi pri nas.

6.6.1 Pospeševanje prodaje

Prodaja blaga pod posebnimi pogoji je mnogokrat del pospeševanja prodaje. To so namreč vsa dejanja trgovske družbe za povečanje prodaje in zadovoljstva potrošnikov. Med najbolj pogoste oblike pospeševanja prodaje štejemo:

- demonstracije delovanja izdelka;
- organizacija nagradnih iger;
- degustacije;
- preizkušanje (testne vožnje z avtomobilom);
- pošiljanje prospektov, vzorcev in katalogov potencialnim kupcem;
- brezplačno aranžiranje kupljenega blaga (nekatere trgovske družbe nudijo to storitev tekom celega leta, velika večina njih pa v času božično – novoletnih praznikov).

Trgovinska družba se odloči za tako obliko pospeševanja prodaje, ki ustreza ciljem družbe (npr. povečati prodajo sadnih sokov) in lastnostim blaga.

VAJA 11: *Pripravite osnutek letaka za pospeševanje prodaje. Blago, ki bo predmet pospeševnja prodaje, izberite sami. Pri pripravi osnutka se spomnite na:*

- komu je namenjeno pospeševanje prodaje (ciljna skupina);
- kje se bo izvajalo pospeševanje prodaje;
- čas pospeševanja prodaje (od kdaj do kdaj);
- katere so prednosti za kupca.

6.7 Razvrščanje blaga v prodajalni

Blago je potrebno razvrstiti v prodajalno, pri tem si lahko pomagamo z naslednjimi kriteriji:

- izvirnost blaga;
- povpraševanje kupcev;
- hitrost prodaje (obračanje zalog).

Originalno blago ima vse kemične, fizikalne in druge značilnosti (oznake), ki jih prodajalec zagotavlja s svojo specifikacijo.

Nadomestki, surogati (substituti) nadomeščajo originalno blago. Njegove lastnosti so podobne lastnostim originalnega blaga. Kupci uporabljajo substitute, kadar originalno blago ni dosegljivo, največkrat pa na odločitev o uporabi substituta odloča cena.

Primer: Namesto masla kupec kupuje margarino (poznamo še druge substitute, kot so kavni nadomestki, namesto nutele kupec kupi čokoladni namaz ipd.).

Posnetek ali imitacijo kupec največkrat uporabi iz enakih razlogov kot substitute (umetno usnje, bižuterija).

Primer: Kupec namesto zlatega prstana kupi prstan iz bižuterije.

Vrste blaga glede na povpraševanje

Glede na to, kdaj kupci po blagu povprašujemo, ga delimo na:

- blago dnevne porabe;
- sezonsko blago (določena oblačila, obutev, sadje, zelenjava);
- blago trajne porabe.

Blago dnevne porabe potrebujemo vsak dan in ga tudi vsak dan porabljamo (kruh, mleko, meso). Trgovinska družba skrbi, da ima to blago vedno na zalogi, obenem pa mora zagotavljati primerno kakovost blaga.

Sezonsko blago je tisto, po katerem kupci največ povprašujejo ob določenih letnih časih oz. pred pričetkom sezone (zimska obutev, smučarksa oprema, šolske potrebščine). Trgovec mora poskrbeti, da ima v času sezone na zalogi dovolj blaga, po katerem kupci popvrašujejo (večje nabave).

Primer: *Sladoled je bil pred leti sezonski artikel. Danes ga je moč kupiti skozi celo leto; res pa je, da trgovci v času sezone razširijo ponudbo sladoleda in tudi povečajo zaloge.*

VAJA 12: Navedite nekaj blaga po sezonah.

SEZONA	PREHRAMBENI IZDELKI	OBLAČILA, OBUTEV	OKRASNI IZDELKI
POMLAD			
POLETJE			
JESEN			
ZIMA			



NALOGE IN VPRAŠANJA ZA PONAVLJANJE

1. *Kako morajo biti označeni izdelki/blago v trgovini?*
2. *Kdaj ni potrebno označevati cene na enoto?*
3. *Ali so izdelki v izložbi lahko brez cen?*
4. *Kdaj lahko poteka sezonska razprodaja tekstila in obutve?*
5. *Kadar se blago nahaja na polici – kje mora biti cena?*
6. *Kateremu blagu pravimo nadomestki ali surogati.*
7. Navedite nadomestke /imitacije za naslednje blago:
   - kava/_____
   - surovo maslo/_____
   - zlat nakit/_____
   - usnjena torba/_____
   - kurilno olje/_____
   - pršut/_____
   - testenine Barilla/_____
   - športni copati Adidas/_____
   - nalivno pero Pelikan/_____ .

6.8 Merchandising, pozicioniranje blaga

Merchandising je skupek metod in tehnik, katere dajejo proizvodu aktivno vlogo prodaje. Predstavlja skupek študij in tehnik, ki jih proizvajalci, distributerji izvajajo v praksi s ciljem povečanja rentabilnosti z vidika prodaje.

Sopomenke za merchandisig so: pospeševanje prodaje, zlaganje prodajnih polic, oglaševanje, maloprodajno trženje.

To je orodje trgovca na drobno, s katerim zagotavlja pravo blago na pravem mestu ob pravem času in ob pravi ceni.

Merchandising je več kot zgolj postavljanje blaga na police ali v prodajalno, to je celota med seboj povezanih aktivnosti in dejavnosti, ki vplivajo na nakupno odločitev.

Poglejmo, kaj je širša opredelitev merchandisinga:

- zunanja podoba trgovine;
- notranja oprema;
- razporeditev polic (im. jih tudi PLANOGRAMI);
- sortiment;
- razporeditev blaga v prostoru;
- postavitev izdelkov na police;
- politika cen in
- politika akcij.

V tujini ga poznajo že več desetletij, pri nas pa so začeli uvajati v Mercatorju leta 1998. Na začetku je ta poudarjal DOBIČKONOSNOST izdelkov, danes je v ospredju OSVEŠČENI KUPEC (ekologija, biološki izdelki in blago).
Pri marchandisingu se posveča velika pozornost načrtovanju opreme in prodajnega prostora. Pri tem se upošteva tloris, format prodajalne, lokacija prodajalne (od tega bo odvisen razpored opreme v prodajnem prostoru).

6.8.1 Tloris prodajalne

Tloris prodajalne pomeni načrt prodajalne z vrisano opremo za posamezne blagovne skupine. Poznamo jih več vrst:

- MREŽNI – omogoča svobodno gibanje porabnikov, oprema je fiksirana in se ne premika; porabniki vedo, kje bodo našli želeno blago. Najprimernejši za hipermarkete in prodajalne z mešanim blagom.
- BUTIČNI – prostor je razdeljen na več samostojnih enot (otočki), ki ustvarijo večjo svobodo, fleksibilnost pri nakupovanju – impulzivno nakupovanje. Zahtevajo več prostora in so težje vzdržljivi.
- PROSTI NAČRT – omogoča večjo preglednost in je najustreznejši za prodajalne z oblačili.

6.8.2 Vizualni merchendising

Vizualni merchandising se ukvarja z izgledom prodajalne. Naloga je s pomočjo pripomočkov narediti blago in izdelke privlačnejše za uporabnike. To poskuša doseči z raznimi učinki, ki

naj pri kupcu ustvarijo občutek ugodja, ko vstopa v nek prostor (nakupovalni center). Pri tem se uporabljajo:

- napisi;
- table;
- glasba;
- vonj;
- barve.

Cilj je izdelek približati uporabniku z uporabo ostalih čutil, zato da ga čim bolj celostno prepriča.

6.9 Tehnike razvrstitve izdelkov na police

Na police lahko razvrščamo blago na različne načine. Seveda želimo doseči učinek opaženosti in privlačnosti blaga za potrošnika. Spoznajmo različne možnosti razvrstitve blaga.

6.9.1 Idejna naravnanost

Pri tem načinu postavitev predstavi kupcu uporabno idejo ali namen izdelka. Celota je sestavljena iz več elementov; tako se spodbuja tudi nakup komplementarnih izdelkov (komplementarni so tisti, ki se dopolnjujejo). Lahko gre za enega proizvajalca – prestavitev lastnih izdelkov – ali pa za sodelovanje dveh ali treh (srajca, hlače, nogavice, kravata, šal in lahko celo obutev).



Slika 16: IDEJNA POSTAVITEV

Vir: http://www.umdasch-shop-concept.com

6.9.2 Stilna ali enotna postavitev

Je ena izmed najbolj uporabnih tehnik izdelkov in blaga na police. Metoda pravi: Uporabnik, ki kupuje npr. majice, pričakuje, da bo dobil vse različice na enem mestu. Znotraj te osnovne zamisli se zaradi večje preglednosti uporablja razvrstitev po velikosti.



Slika 17: STILNA POSTAVITEV

Vir: http://www.umdasch-shop-concept.com

6.9.3 Barvna usklajenost

Oblika postavitve, ki je najbolj značilna za prodajalne s tekstilom, ki z barvnimi odtenki naredi svojo ponudbo bolj privlačno za mimoidoče (po tem je zelo znan Benetton). Kaže na modnost barve in letni čas (prilagaja se modnim trendom in letnemu času oz. sezoni).

6.9.4 Linijsko določanje cen

Oblika značilna za tekstilne prodajalne in butike, kjer so izdelki enega cenovnega razreda postavljeni skupaj in ločeni od ostalih razredov. Primer: zgoščenke, trije cenovni razredi po 15 €, 20 € in 25 €.



Slika 18: LINIJSKA POSTAVITEV

Vir: http://www.sxc.hu

6.9.5 Navpični blok

To je ena izmed uporabnejših metod. Izdelki so razporejeni od leve proti desni, od zgoraj navzdol in po stolpcih (tako kot beremo časopis). Ker kupci sledijo postavitvi od zgoraj navzdol, so v višini oči postavljeni NAJBOLJE PRODAJANI izdelki ali izdelki z VISOKO MARŽO, neposredno v njihovi bližini pa izdelki trgovske znamke. Pri postavitvi bloka se pogosto uporabljajo tudi barve, ki ponudbo naredijo še bolj zapeljivo in tako spodbujajo k nakupu.



Slika 19: NAVPIČNI BLOK

Vir: http://www.umdasch-shop-concept.com

6.9.6 Masovna postavitev

Trgovec želi pokazati veliko količino enega izdelka na enem mestu in s tem pritegniti pozornost kupca. Kupci si to običajno razlagajo kot ugoden nakup, nižjo ceno na enoto izdelka, akcijo. S tem se krepi prepoznavnost blaga in prodajalna postane prepoznavna po ugodnih nakupih. Največ se uporablja pri sezonskih izdelkih (krema za sončenje, barva za pirhe, šolske potrebščine, poletni natikači, pribor za piknik, novoletni okraski …). Masovna postavitev – običajno **nekje v sredini prodajalne** ali **v bližini vhoda**.





Slika 20: MASOVNA POSTAVITEV

Vir: http://www.umdasch-shop-concept.com

6.10 Kaj je planogram?

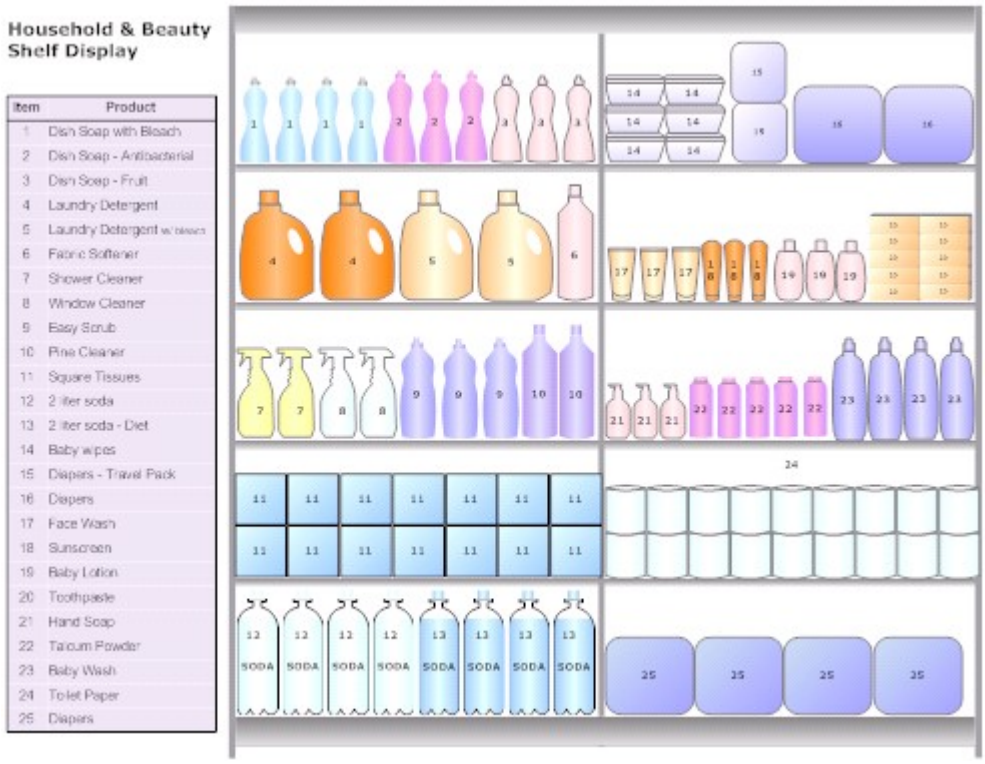
Planogram je slikovna predstavitev prodajne police v danem trenutku. Izdelan je s pomočjo strokovnjakov, baz podatkov in analitičnega programa. Planogrami se spreminjajo, lahko tudi večkrat v mesecu. Trgovina prejme narejene planograme od vodij blagovnih skupin (dobavitelji, proizvajalci). Planogrami so zelo uporabni, kadar želi trgovec uporabiti enak videz v vseh svojih prodajalnah.

NEKAJ PRAVIL ZA PLANOGRAME:

1. Velike embalaže in težji izdelki na najnižje police.
2. Luksuzni izdelki, dražji izdelki na najviše police.
3. Izdelki z visoko maržo in tisti, ki prodajalni dajejo največ dobička, v višino oči.
4. Trgovinski izdelki takoj poleg močnih blagovnih znamk.

Naloga planogramov:

- povečati zanimanje kupcev in s tem tudi prodaje;
- pričarati blago želeno in zanimivo;
- za zagotovitev »nivojske postavitve« blaga;
- za učinkovito izrabo prostora;
- povečanje dobička / cm police.



Slika 21: PLANOGRAM DROGERIJSKI IZDELKI

Vir: http://www.dmsretail.com/Shelf_Display_Planogram_K.jpg



Slika 22: PLANOGRAM OBLAČILA

Vir: http://www.coroflot.com/seme/Planograms/2#scroll

Planogrami se pripravljajo s posebno programsko opremo, ki omogoča izrisovanje načrtov postavitve blaga na policah postavitev v prodajalni. Bolj razširjeni programi pa omogočajo tudi analize postavitev v preteklosti in zbiranje podatkov.



NALOGE IN VPRAŠANJA ZA PONAVLJANJE

1. *Opišite postavitev navpični blok.*

   V Šparu ali Mercatorju si podrobno oglejte navpične bloke pri:

   - pralnih praških;

   - kavi;

   - testeninah.

   KAJ STE OPAZILI?

2. *Kaj je merchandising?*

3. *Kdaj smo ga začeli uporabljati pri nas in katera trgovska družba je to bila?*

4. *Kaj vse sodi med vizualni merchendising?*

NALOGA: *V roku enega tedna obiščite enega od nakupovalnih centrov (BTC, Super Nova, Qulandia). Dobro opazujte in zapišite čim več učinkov in metod vizualnega merchendisinga, ki ste ga opazili.*
- Ali so vam bili učinki všeč?
- Ali ste zdaj, ko ste bili pozorni nanje, opazili več učinkov kot pri običajnem obisku nakupovalnega centra?

5. *Opišite idejno naravnanost postavitve blaga. Sami izrišite en primer IDEJNE NARAVNANOSTI.*

6. *Skupaj s sošolcem se pogovorita in pripravita PLANOGRAM za prodajalno s športnimi oblačili. Vsak od vaju naj pripravi eno idejo, nato jo primerjajta (sledita navodilom za pripravo planograma).*

7 PRODAJNO OSEBJE

V POGLAVJU SPOZNAMO:

- *Katere so lastnosti prodajnega osebja, ki so potrebne za uspešno prodajo?*
- *Katere lastnosti kupcev so izjemnega pomena pri komuniciranju na relaciji: prodajalec – kupec?*
- *Kako odreagirati pri srečevanju s težavnimi strankami?*
- *Katere so »male skrivnosti« odličnega komuniciranja?*

CILJI – DIJAK/INJA ZNA:

- *Prepoznavati lastne prednosti in slabosti v komunikaciji.*
- *Prepoznavati težavne situacije in jih reševati.*
- *Pozna osnovne osebnosti značilnosti kupcev.*



Komuniciranje v prodajnem procesu je izjemnega pomena. Na velik del nakupnih odločitev vpliva komunikacija prodajnega osebja. Ko govorimo o komunikaciji, moramo vedeti, da je komuniciranje več kot zgolj govor; komuniciramo tudi z govorico telesa.

PRIMER: Kupec stopi v prodajalno (samopostrežno), na blagajni sedi mrka blagajničarka, nihče kupca niti ne pogleda; stopi med police, tam čepi prodajalka in zlaga blago v police. S te police bi želeli vzeti določen artikel, postavite se ob bok prodajalki in predvidevate, da vas je opazila. Nič se ne zgodi. Potem se le »opogumite« in jo poprosite, če se vam lahko za trenutek umakne. Trgovka vas pogleda, zavije z očmi in godrnjavo reče: »Prosim, … cel dan že »filam« te police, kar naprej me nekdo preganja.« Kupec vzame blago in se odpravi proti mrki blagajničarko in si misli. **»Hvala lepa, tule me pa res ne boste več videli.«**



NALOGA ZA PONOVITEV

1. *Pripravite nov scenarij in kupcu posvete pozornosti, ki mu ob vstopu v trgovino pripada.*
2. *Skupaj s sošolci odigrajte oba scenarija (primeren/neprimeren) odnosa do kupca.*

Zgoraj opisan primer neprimernega vedenja prodajnega osebja nas le opominja, da tudi mrki pogled, nagubano čelo, mahanje z rokami ipd. potrošniku nekaj pripovedujejo. Zato bodimo na to še posebej pozorni.

Prodajno osebje naj prodaja z navdušenjem. To lahko stori, kadar je samozavestno, pozna blago, ki ga nudi, in obvlada komunikacijo s kupcem (pozna lastnosti in tipe kupcev).

Prodajno osebje izkazuje svojo suverenost skozi:

- miren in odločen pogled;
- samozavestni ton glasu;

- z nastopom, da je on za vas pravi človek na pravem mestu;
- z vzravnano držo in dvignjeno glavo;
- z obvladovanjem glasu in telesnih gibov v kočljivih situacijah.

Umetnost prodaje je eno samo in neprestano vživljanje prodajalca v vlogo kupca: prepoznavati njegove želje, potrebe, interese in mu pomagati pri izbiri in odločanju na način, da ga ne prizadenemo, užalimo in smo do potrošnika vedno spoštljivi.

PRIMER: *V trgovino s parfumi vstopi gospa srednjih let. Ni naličena, preprosto je oblečena. Ogleduje se okrog sebe. Urejena in naličena trgovka premeri gospo od nog do glave. Nameri ji le kratek, nezainteresiran pogled (kaj bi pa ta rada, poglej njeno obleko, gotovo tudi denarja nima). Gospa se ponovno ozre okrog sebe in ker zanjo nihče ne pokaže zanimanja zapusti drogerijo. Misli si: »Bom pa Chanel 5 kupila nekje drugje.«*



NALOGA ZA PONOVITEV

1. *Ali ste tudi sami kdaj doživeli kaj podobnega? Predstavite nam situacijo.*
2. *Kako bi morala ravnati trgovka? Zakaj menite, da se je tako vedla?*
3. *Razdelite si vloge in odigrajte prizor v trgovini tako, kot bi se moral zgoditi.*

OPOZORILO: Osnovna naloga prodajnega osebja je spoštljivo vedenje do potrošnika. Nikoli ga ne ocenjujte po njegovem videzu ali vedenju. Nekateri ljudje so v trgovini plašni, drugi klepetavi, tretji imajo svoj slog oblačenja in jih ne zanimajo modne smernice, četrti je morda celo leto varčeval in si bo danes »privoščil« neko luksuzno dobrino. Postrezite kupca vedno na spoštljiv način.

7.1 Vrste in osebnostne značilnosti kupcev



Poznavanje osebnostnih značilnosti kupcev nam je lahko v pomoč pri svetovanju in usmerjanju kupca pri nakupni odločitvi. Ravno tako je dobro, da prodajalec pozna svoje lastnosti (zgovoren, empatičen, gostobeseden) in tako lahko prilagodi svoj stil govora in komuniciranja določeni stranki. Vedno pa je dobro upoštevati dve zlati besedi: PROSIM in HVALA.

7.1.1 Zaupljivi kupci



Vedo, kaj lahko od trgovine, v kateri kupuje, pričakuje. Všeč mu je zanesljivost in domačnost. Ko si pridobimo takšnega kupca, je z njim lahko delati. Ostal bo zvest kljub morebitnim manjšim spodrsljajem.

7.1.2 Odločen kupec



Tak kupec natanko ve, kaj hoče in koliko je pripravljen za določen izdelek plačati. Odločen kupec lahko predlog prodajalca zelo hitro sprejme, ravno tako ga lahko takoj tudi kategorično zavrne. Prepričevati tako stranko, da smo večji strokovnjaki in naj nas vendarle posluša, je nespametno. Kupec vas bo imel za vsiljivega prodajalca in se ne bo vračal v trgovino.

7.1.3 Omahljiv kupec

Neodločna, omahljiva stranka večkrat ne ve, kaj sploh hoče. Zanima jo več izdelkov, noben pa je ne pritegne toliko, da bi se zanjo z lahkoto odločila. Lahko se zgodi, da spremni odločitev celo po tem, ko se je za nakup že odločil. Z omahljivim kupcem morate imeti **veliko razumevanja**, dovolite mu, da na glas tehta in razmišlja, povejte, da ga razumete, saj kupuje zanj »pomembno stvar« (lahko gre zgolj za sukanec), vendar to tem osebam v tistem trenutku pomeni enako kot bi kupovale zlato uro.



Ponudimo ji več različnih nasvetov, pomagajte izbirati, vendar pa naj se stranka na koncu odloči sama.

7.1.4 Skromen kupec

Takšni kupci se običajno zadovoljijo s standardno uslugo. Niso navdušeni nad modnimi novostmi ali storitvami. Delo z njimi ni naporno in lahko postanejo prijetne in zanesljive stalne stranke.

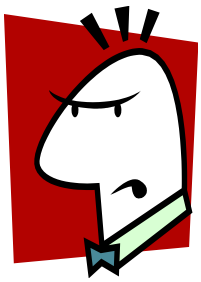


7.1.5 Ošabni kupec



Ošabni in domišljavi kupec je zavarovan vase. Uživa v svojem “prepoznavanju” postopkov in “prefinjenem” okusu. Prodajalcu hoče pokazati svoj prav. Če ji tega ne uspe, ga pogosti ponižuje. Zato je bolje, da prodajalec taki stranki ne govori ničesar, v kar ni povsem prepričan. Stranko mora pogosto hvaliti in ji laskati, nikoli pa ji ne sme dokazovati, da se le-ta moti. Priporočljivo je takšni stranki ponuditi kaj posebnega.

7.1.6 Jezni kupci



Nekateri kupci se hitro razjezijo ali pa iščejo “strelovod” za svojo jezo, ki so jo že prinesli s seboj. Majhen spodrsljaj spremenijo v veliko napako in se nanj burno odzovejo. Prodajalec se na tako stranko nikar ne prereka, saj jo bo s tem še bolj razjezil. Do nje naj ostane dostojanstven, se ji vljudno opraviči, če je res storil napako. Pomaga, če pri tem utišamo glas ter jo nagovorimo mirno in taktično (npr.: “Res je, prav imate, vendar ...”). Če pazimo, da je stranka že ob prihodu jezna, lahko prijazen nasmeh in pomirjajoč nagovor storita čudež.

7.1.7 Klepetav kupec



Takšni kupci nenehno govorijo o vsem mogočem, le o tem ne, kaj hočejo. Če jo prekinete sredi pogovora ali ji pokažete, da vas njen samogovor ne zanima, bo hitro užaljena. Ne morete jo utišati, lahko jo čim bolj neopazno preusmerjate, da bo govorila o tem, kar vi želite. Zato je treba izkoristiti predah v njenem govorjenju.
Klepetavi stranki je zelo pomembno, da ima občutek, da jo poslušate. Od tega je največ odvisno, ali ste ji simpatični ali ne. Zato ji vsake toliko časa prikimajte in s tem potrdite, da ji sledite. Tudi če vas tema razgovora, ki jo narekuje stranka, dolgočasi, ji tega nikar ne pokažite.

7.1.8 Molčeči kupec



Nerad govori, zato ne mara vsiljivcev. To, da je molčeč, naj vas ne skrbi preveč. Nekatere stranke bi naše klepetanje motilo. Če bo stranka čutila potrebo po govoru, bo sama vzpostavila kontakt. Ko ji zastavljamo nujna vprašanja, naj bodo ta kratka, brez nepotrebnega uvoda, jasna in konkretna. Takšne stranke tudi ne smemo siliti, naj se glede izdelka odloči na hitro.

7.1.9 Nervozni kupec

Neprestano tarna, da nima časa, in hoče biti takoj postrežen. Njihovo nestrpnost opazimo, ker se živčno prestopajo, pogosto pogledujejo na uro, vzdihujejo. Ustvarja napetosti, ki lahko“okuži” tudi druge stranke in osebje.



Prodajalec, ki prevzame tako stranko, mora ohraniti svoj mir in hladnokrvnost. Če ga stranka vpraša, koliko časa bo treba čakati, da pride na vrsto, naj ji raje pove še kakšno minuto več. S tako stranko je treba delati hitro, ji čim prej ustreči, jo med delom zabavati, da ne bo imela občutka, da je pri nas porabila preveč svojega dragocenega časa.

7.1.10 Neotesani kupec



To so neotesane, nevzgojene stranke, ki se običajno ne obnašajo tako samo pri nas, temveč tudi drugod. Prodajalec mora vedeti, da taka stranka nima nič proti njemu osebno, pač je nevzgojena.

Ker ima taka stranka “vedno prav”, pogosto tečnari brez razloga in **grobo napada**. Če prodajalec pri tem ostane miren, vljuden in objektiven, mu bo v večini primerov uspelo stranko pomiriti. Tudi najbolj nevzgojene stranke cenijo naše ugledno vedenje.

7.2 Velike malenkosti

Prijazen pogled in vljuden pozdrav je prvi stik prodajalca s kupcem. Od tega trenutka je mnogokrat odvisen razplet prodajnega razgovora in uspešen zaključek prodajnega postopka. Pozdravnemu nagovoru sledi postopek zbliževanja (do katerega lahko sploh ne pride, če se kupec čuti »spregledanega« že ob vstopu). Besede, kot sta hvala in prosim, nič ne stanejo, velik pa je njihov vpliv na kupčevo zadovoljstvo.



VPRAŠANJA ZA PONAVLJANJE

1. *Kako se moramo vesti, do kupca ki je molčeč in plašen?*
2. *Ali lahko "odločnega" kupca prepričate v nakup nečesa, kar ga ne zanima?*
3. *Kako je najbolje ravnati z jeznim kupcem?*
4. *Katere so velike malenkosti, ki lahko rešijo vsako neprijetno situacijo?*

7.3 Prodajni proces

Prodajni proces je sestavljen iz: priprave, uvodnega nastopa, predstavitve, obravnave ugovorov in sklenitve posla.

Uvodni nastop pomeni, kako kupca sprejmemo, kako ga pozdravimo, kako se mu približamo, Predstavitveni del ni le predstavitev blaga, lepo je če predstavite tudi sebe. Npr: Dober dan, moje ime je Ana. Kako vam lahko pomagam? S tem boste s kupcem ustvarili bolj osebni kontakt. Zanj ne boste več le prodajalec/ka.Ustvarite sproščeno ozračje (okusna šala ali kompliment stranki je lahko dobra popotnica).

Poznamo štiri stopnje dejavnosti usmerjanja in poteka prodajnega procesa, ki jim pravimo AIDA.

AIDA pomeni:

- pozornost (ATTENTION);
- zanimaje (INTEREST);
- želja (DESIRE);
- akcija, nakup (ACTION).

Pri vsem tem moramo vedeti, da je prodaja prilagajanje ponudbe kupčevim željam (kdor plača, odloča). Kupec bo blago kupil, če ga potrebuje. Prodajalec naj bo verodostojen, dobro naj pozna lastnosti blaga, njegove prednosti, uporabno vrednost, tudi morebitne slabosti. V prodajnem procesu vas lahko kupec povpraša tudi po tem. Zelo pomembno je kupca seznaniti s prodajnimi storitvami, kot so:

- **tehnične storitve** (montaža in servisiranje, inštaliranje pri trgovcu kupljene programske opreme);
- **komercialne storitve** (svetovanje, manjša popravila, npr. krajšanje oblačil, dostava na dom, reševanje reklamacij, pakiranje, zavijanje, aranžiranje daril);
- **finančne storitve** (prodaja na potrošniško posojilo, odloženo plačilo na podlagi kreditnih kartic ali kartic zvestobe).

Kupec naj začuti, da boste zanj »skrbeli« tudi po tem, ko se bo odločil za nakup. Tako vam bo zaupal in se tudi v prihodnosti odločal za nakupe pri vas.

Potrošnika v fazi predstavitve blaga seznanimo z dobavnimi roki, plačilnih možnostih, vsebino tehničnih navodil, garancijskim listom (povejte mu, kje se nahajajo pooblaščeni servisi), opozorite ga na varno in primerno ravnanje z blagom (npr. pranje na 40 ^{0} C, ipd). Kupec naj pred nakupom vidi, da je blago opremljeno z vso ustrezno dokumentacijo (deklaracija – izvor blaga in sestavine). Le tako boste svojo nalogo prodajalca celostno opravili, kupec pa se bo počutil, da je bil nakup prava odločitev, saj mu niste ničesar prikrivali.

Posredovanje verodostojnih informacij in svetovanje kupcu je naložba v prihodnost. S tem dokazujete svoje poslovne kompetence in znanja, zagotavljate kakovost prodajne storitve. Kupcu bodite pomočnik, da izbere ravno tisto, kar si želi in potrebuje.



VPRAŠANJA ZA PONAVLJANJE

1. *Pojasnite, kaj pomeni kratica AIDA.*
2. *Kater prodajne storitve so za kupca pomembne?*
3. *Ali lahko izgubimo zaupanje kupca, če mu zamolčimo določene lastnosti blaga?*
4. *Zakaj je posredovanje verodostojnih informacij kupcu »naložba« v prihodnost?*

8 BLAGAJNIŠKO POSLOVANJE

V TEM POGLAVJU SPOZNAMO:

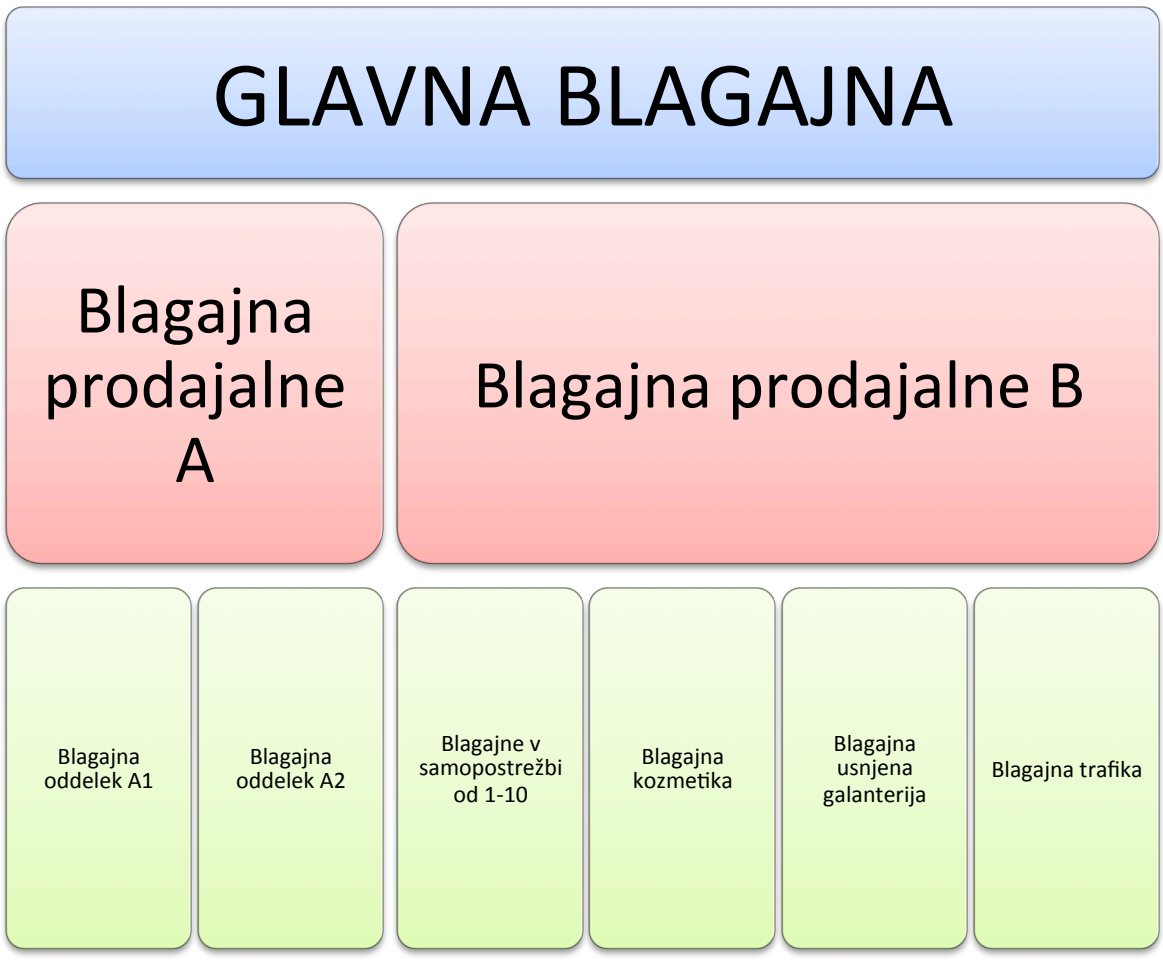
- *Kako je blagajniško poslovanje organizirano v trgovinskih družbah?*
- *Kateri dokumenti spremljajo blagajniško poslovanje?*
- *Kakšen je postopek zaključevanja blagajne?*

CILJI – DIJAK/INJA ZNA:

- *Pozna organizacijsko struktura blagajniškega poslovanje trgovinske družbe.*
- *Zna izpolniti blagajniško dokumentacijo: blagajniški prejemek, izdatek in blagajniški dnevnik.*
- *Pozna postopek zaključevanja blagajne.*

V trgovinskih družbah poteka blagajniško poslovanje na več ravneh. Število blagajniških mest je odvisno od velikosti in potreb trgovine.

Poglejmo si eno od možnih organizacijskih oblik:



Slika 23: BLAGAJNIŠKO POSLOVANJE

Celotno blagajniško poslovanje mora biti enotno evidentirano. To pomeni:

- enotni blagajniški prejemki,
- enotni blagajniški izdatki;
- enotni blagajniški odrezki;
- enoten popis gotovine;
- enoten popis bonov;
- enoten pregled plačil po plačilnih karticah;
- Z ENO BESEDO – ENOTNA DOKUMENTACIJA.

Za vsako blagajno se določi blagajniški maksimum (za menjalni drobiž). Ostalo gotovino in brezgotovinske plačilne listine blagajne odvedejo v glavno blagajno, ki gotovino položi na TRR (transakcijski račun) in obračuna brezgotovinska plačila.

Blagajne vodijo blagajniški dnevnik. Vanj se vpisuje vse blagajniške prejemke in izdatke, začetno stanje gotovine in končno stanje gotovine. Blagajniški dnevnik elektronskih blagajn izpišejo blagajne same.

Pri poslovanju na blagajnah beležimo tudi manke in presežke. Trgovinska družba mora sprejeti natančna navodila, kako ukrepati v prodajalni, kadar nastanejo manki ali presežki (ugotoviti vzroke in jih odpraviti). V večini primerov je za manke odgovoren blagajnik sam, zato mora res skrbno in z veliko natančnostjo opravljati svoje delo.

Danes je blagajniško poslovanje računalniško vodeno, kar v veliki meri olajša delo blagajnika in poenostavlja poslovanje podjetja. Podatki o prodaji se avtomatsko vnašajo v centralni računalniški sistem podjetja. To omogoča trgovskemu podjetju spremljati blagovne tokove od nabave in prodaje, s čimer dosega:

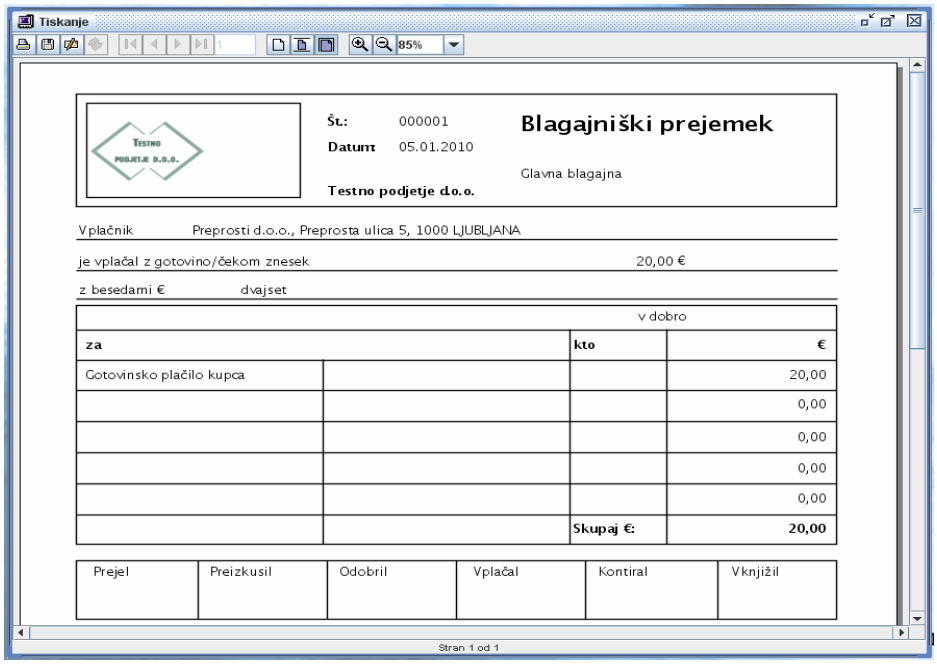
- sprotno spremljanje zalog;
- stalni nadzor nad gibanjem zalog;
- naročanje takoj, ko se doseže signalna zaloga;
- sprotno odločanje o zastarelih in uvajanje novih izdelkov ali blagovnih skupin;
- odpravljanje napak pri označevanju izdelkov in natančnost pri izračunu.

Obračun dnevnega izkupička po vrstah plačilnih sredstev izdelajo elektronske blagajne same, kar olajšuje delo na blagajni. Elektronska blagajna izdela tudi obračun DDV-ja po stopnjah (nižja 8,5 % in višja 20 %).

8.1 Blagajniška dokumentacija

Med blagajniško dokumentacijo sodi:

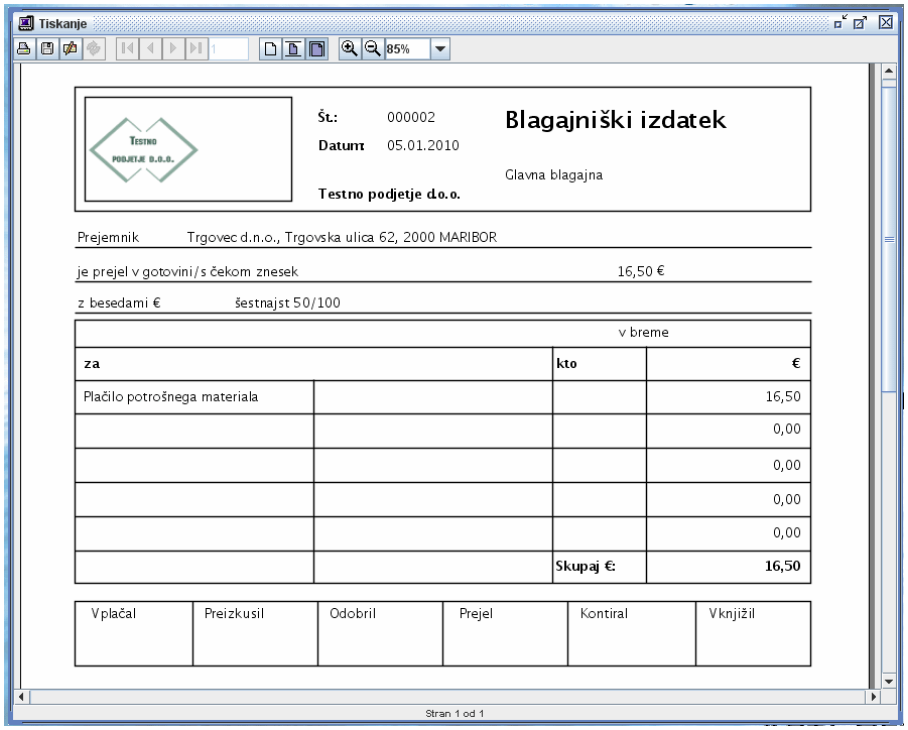
- blagajniški **prejemek** (ročno izpolnjen ali izpis iz elektronske blagajne);
- blagajniški **izdatek** (ročno izpolnjen ali izpis iz elektronske blagajne);
- blagajniški **dnevnik** (ročno izpolnjen ali izpis iz elektronske blagajne).



Slika 24: BLAGAJNIŠKI PREJEMEK

Vir: http://www.firmar.si/

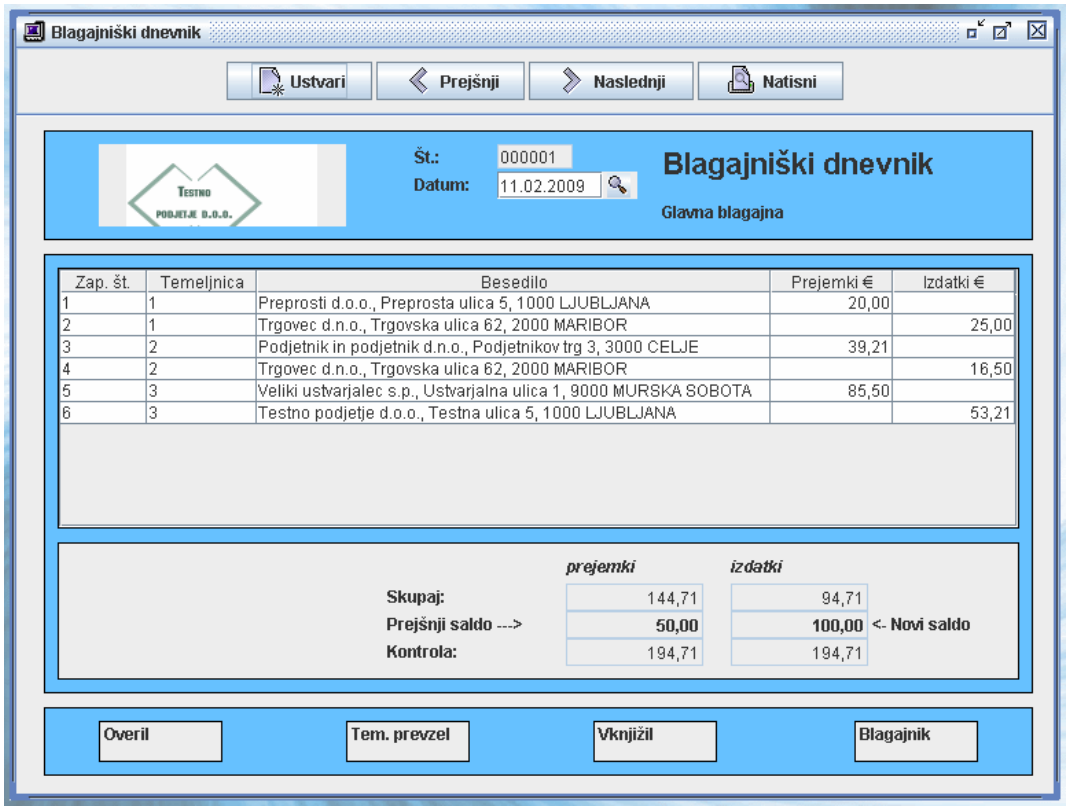
Ko kupec plača blago z gotovino, mora trgovec izdati potrdilo o plačilu oz. napisati blagajniški prejemek – potrdilo o PREJEMU gotovine.



Slika 25: BLAGAJNIŠKI IZDATEK

Vir: http://www.firmar.si/

V primeru, ko trgovina vrne denar kupcu, pa mora izpolniti blagajniški izdatek – potrdilo o IZDAJU gotovine. Blagajniški izdatek izpolni tudi v primeru, ko dobavitelju plača blago v gotovini.



Slika 26: BLAGAJNIŠKI DNEVNIK

Vir: http://www.firmar.si/

Blagajnik mora vsak dan ob koncu poslovnega dne izpolniti dokument, ki mu pravimo BLAGAJNIŠKI DNEVNIK. V njem so podatki o dnevnih prejemih in izdatkih gotovine ter o začetnem stanju gotovine v blagajni na tisti dan. Pri vodenju evidence se upošteva stanje v blagajni na začetku dne, vsi prejemki, vsi izdatki.

8.2 Zaključevanje blagajne

Blagajnik ob koncu dneva (ali svojega delovnega dne) zaključi blagajno. Elektronska blagajna omogoča izpis celotnega dnevnega iztržka, ki je izpisan glede na način plačila (gotovina, kartice, čeki, boni). Blagajnik naredi kontrolo stanja v blagajni, ki se mora ujemati s stanjem na traku.

V svoji evidenci blagajnik prikaže prodajo blaga:

- v gotovini;
- v različnih bonih;
- negotovinsko prodajo (kreditne kartice, plačilne kartice in potrošniška posojila).

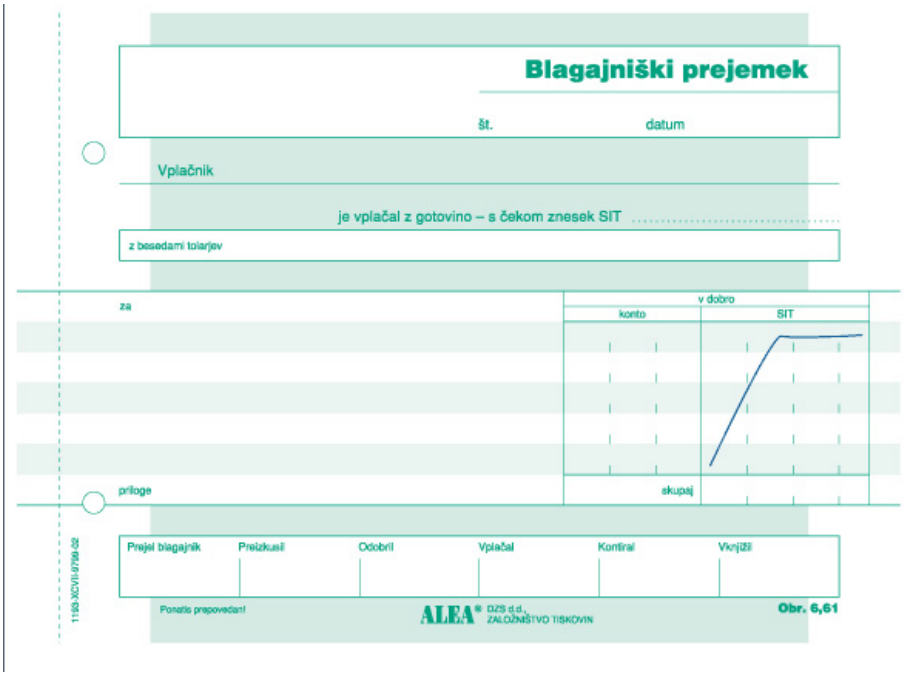
Blagajnik lahko pusti v blagajni znesek, ki ga imenujemo **blagajniški maksimum** in je namenjen kot »menjalni denar«. Razliko pa blagajnik položi ali v centralno blagajno in le-ti gotovino potem oddajo ali pa pripravi gotovino za oddajo v trezor.

Delo blagajnika je večkrat podcenjeno, saj vlada zmotno mišljenje, da je delo blagajnika lahko in enostavno in da ga lahko opravlja vsak začetnik. V resnici pa je to delo zelo zahtevno. Blagajnik mora imeti odličen občutek za denar, obenem pa mora dobro komunicirati s strankami. Za morebitne manke ali presežke v blagajni odgovarja blagajnik sam. Trgovinska družba lahko sama določi **morebitna dovoljenja odstopanja**, vendar je potrebno vedeti, da je za vsak manko ali presežek potrebno ugotoviti vzrok in ga odpraviti.

VAJA 13: *Narišite poljuben organigram – blagajniško poslovanje v veleblagovnici (upoštevajte oddelčno urejenost veleblagovnice).*

VAJA 14: Blagajniška dokumentacija

Izpolnite blagajniški prejemek:
Vplačal: Vaše ime in priimek
Namen plačila: Plačilo računa za vodo za mesec marec v višini 34,00 €



VAJA 15: Blagajniška dokumentacija

Izpolnite blagajniški izdatek:

Prejemnik: *Obrazec, d. o. o., Ljubljanska c. 23, 1000 Ljubljana*

Namen: *Plačilo obrazcev za inventuro*

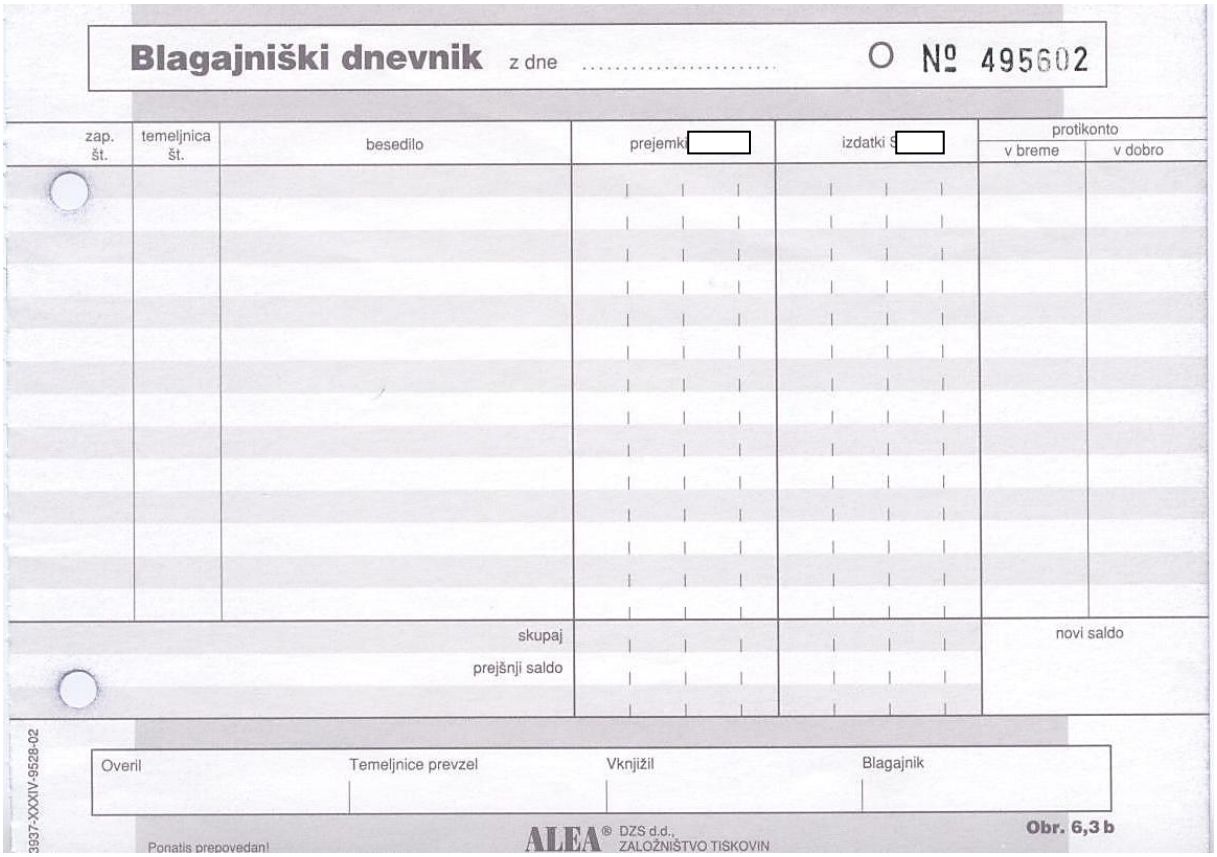
Znesek: *26,00 €*



Vaja 16: Blagajniška dokumentacija

Izpolnite blagajniški dnevnik:*(upoštevajte blagajniški prejemek in izdatek iz naloge 13 in 14)*

Začetno stanje v blagajni*: 60,00€*



Blagajniški dnevnik z dne ..... Nº 495602

zap. št.	temeljnica št.	besedilo	prejemki	izdatki	protikonto v breme	protikonto v dobro
		skupaj				novi saldo
		prejšnji saldo				

Overil | Temeljnice prevzel | Vknjižil | Blagajnik

3937-XXXIV-9528-02 Ponatis prepovedan! ALEA® DZS d.d., ZALOŽNIŠTVO TISKOVIN

Obr. 6,3 b



NALOGE IN VPRAŠANJA ZA PONAVLJANJE

1. *Kako je organizirano blagajniško poslovanje v veliki trgovinski družbi?*
2. *Katere prednosti prinaša računalniško vodenje blagajniškega poslovanja?*
3. *Kdo zaključi blagajno in na kak način?*
4. *Kaj se zgodi z manki in presežki?*

9 LITERATURA IN VIRI

Literatura

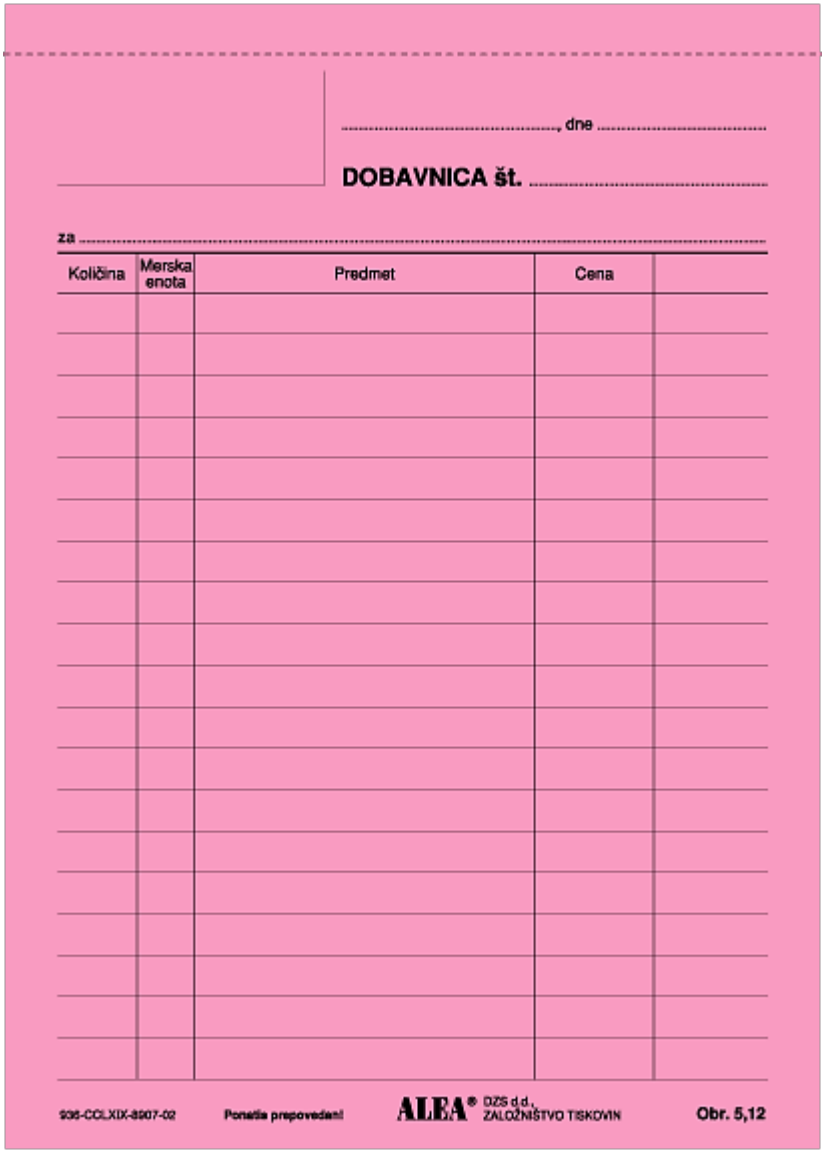
1. POTOČNIK, Vekoslav.2007. Gospodarsko poslovanje 2. Celovec, Ljubljana. Mohorjeva. ISBN: 978-3-7086-0258-1.
2. PRAVILA PRI RAZPRODAJAH SEZONSKEGA BLAGA IN OBUTVE. [Online].. Dostopno na spletnem naslovu: www.tzslo.si.
3. PRAVILNIK O STOPNJAH OBIČANJEGA ODPISA BLAGA. 2007. V: Uradni list RS, št. 42/2007.
4. STOJKOVIČ, Saša. 2011. Izvajanje inventur v maloprodajnih enotah. Kranj. [Online]. Dostopno na spletnem naslovu: http://bb.si/izobrazevanje-visja-sola-diplomske-naloge.

Elektronski viri

1. ALEA PORTAL. [Online]. [Uporabljeno 20. mar. 2012]. Dostopno na spletnem naslovu: http://alea.dzs.si/obrazci/.
2. FREE stock photo site. [Online]. [Uporabljeno 4. apr. 2012]. Dostopno na spletnem naslovu: www.sxc.hn .
3. Izrezki. [Online]. [Uporabljeno 7. apr. 2012]. Dostopno na spletnem naslovu: http://office.microsoft.com/sl-si/images
4. Lekkerland AG & Co. KG. [Online]. [Uporabljeno 29. Mar. 2012]. Dostopno na spletnem naslovu: www.lekkerland.com .

10 PRILOGE

10.1 Priloga dobavnica:



....., dne .....

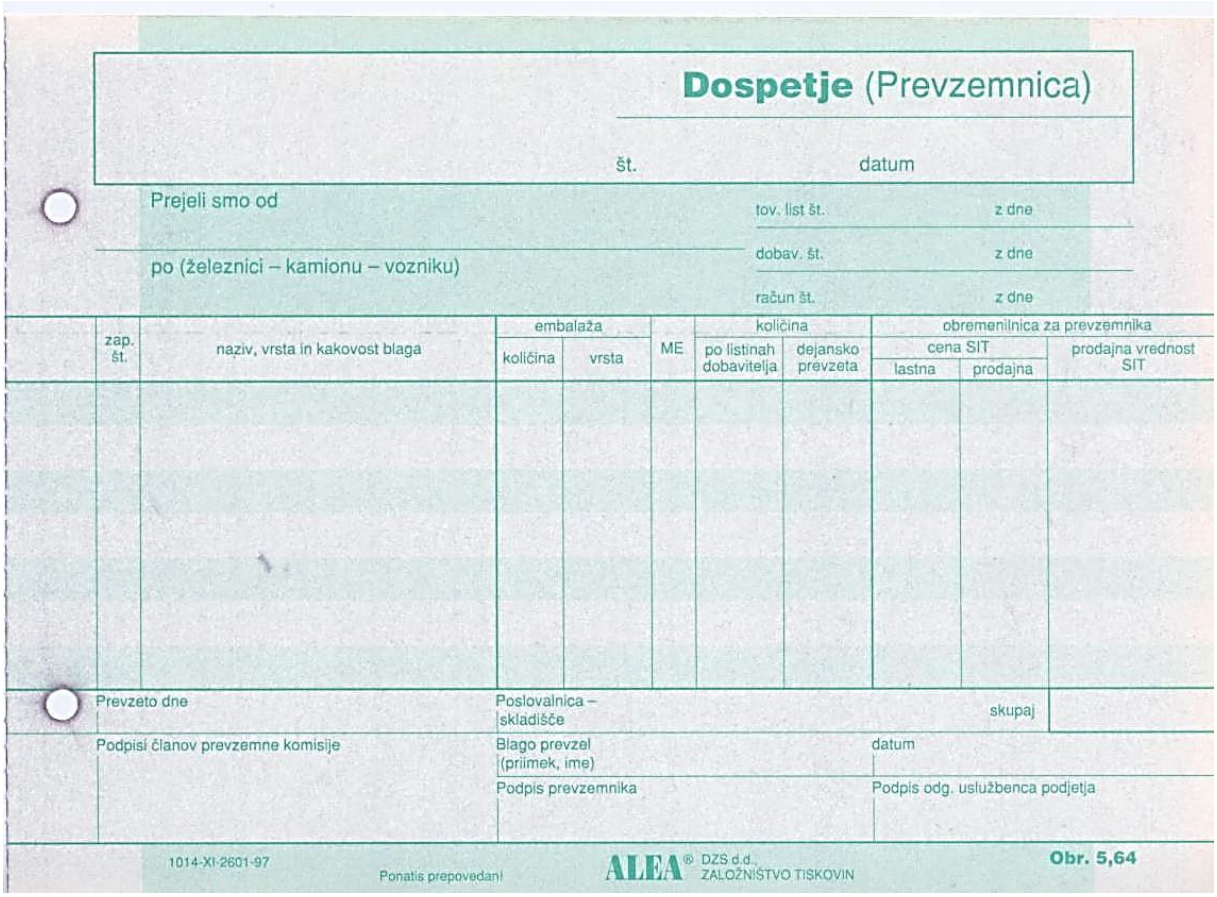
DOBAVNICA št. .....

za .....

Količina	Merska enota	Predmet	Cena	

936-CCLXIX-8907-02 Ponatis prepovedan! ALEA® DZS d.d., ZALOŽNIŠTVO TISKOVIN Obr. 5,12

10.2 Priloga prevzemnica



Dospetje (Prevzemnica)

št. datum

Prejeli smo od

tov. list št. z dne

po (železnici – kamionu – vozniku)

dobav. št. z dne

račun št. z dne

zap. št.	naziv, vrsta in kakovost blaga	embalaža		ME	količina		obremenilnica za prevzemnika		
		količina	vrsta		po listinah dobavitelja	dejansko prevzeta	cena SIT lastna	cena SIT prodajna	prodajna vrednost SIT

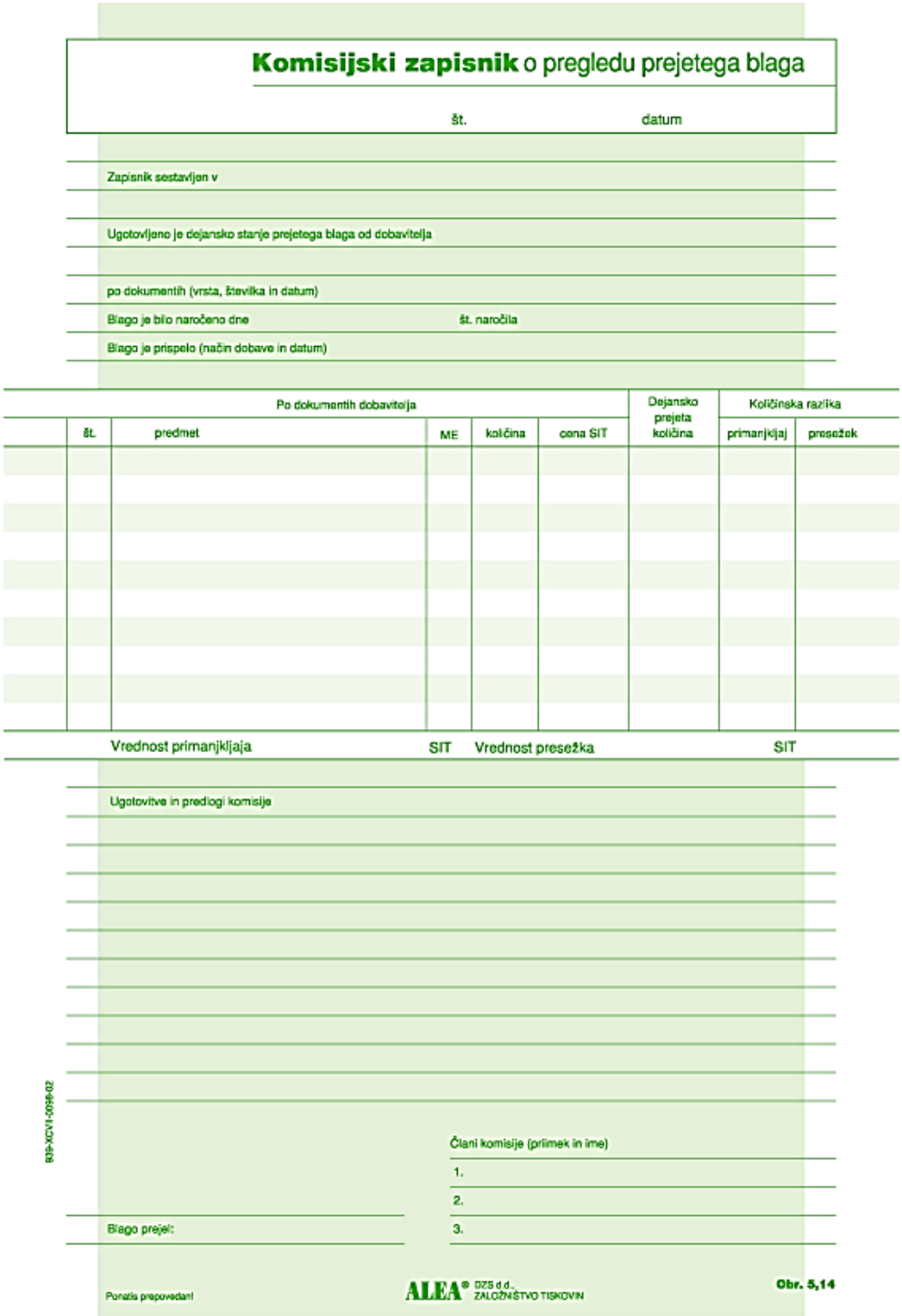
Prevzeto dne | Poslovalnica – skladišče | skupaj

Podpisi članov prevzemne komisije | Blago prevzel (priimek, ime) | datum

Podpis prevzemnika | Podpis odg. uslužbenca podjetja

1014-XI-2601-97 Ponatis prepovedan ALEA® DZS d.d., ZALOŽNIŠTVO TISKOVIN Obr. 5,64

10.3 Priloga komisijski zapisnik



Komisijski zapisnik o pregledu prejetega blaga

št. datum

Zapisnik sestavljen v

Ugotovljeno je dejansko stanje prejetega blaga od dobavitelja

po dokumentih (vrsta, številka in datum)

Blago je bilo naročeno dne št. naročila

Blago je prispelo (način dobave in datum)

Po dokumentih dobavitelja						Dejansko prejeta količina	Količinska razlika	
	št.	predmet	ME	količina	cena SIT		primanjkljaj	presežek
	Vrednost primanjkljaja		SIT	Vrednost presežka			SIT	

Ugotovitve in predlogi komisije

Člani komisije (priimek in ime)

1.

2.

Blago prejel: 3.

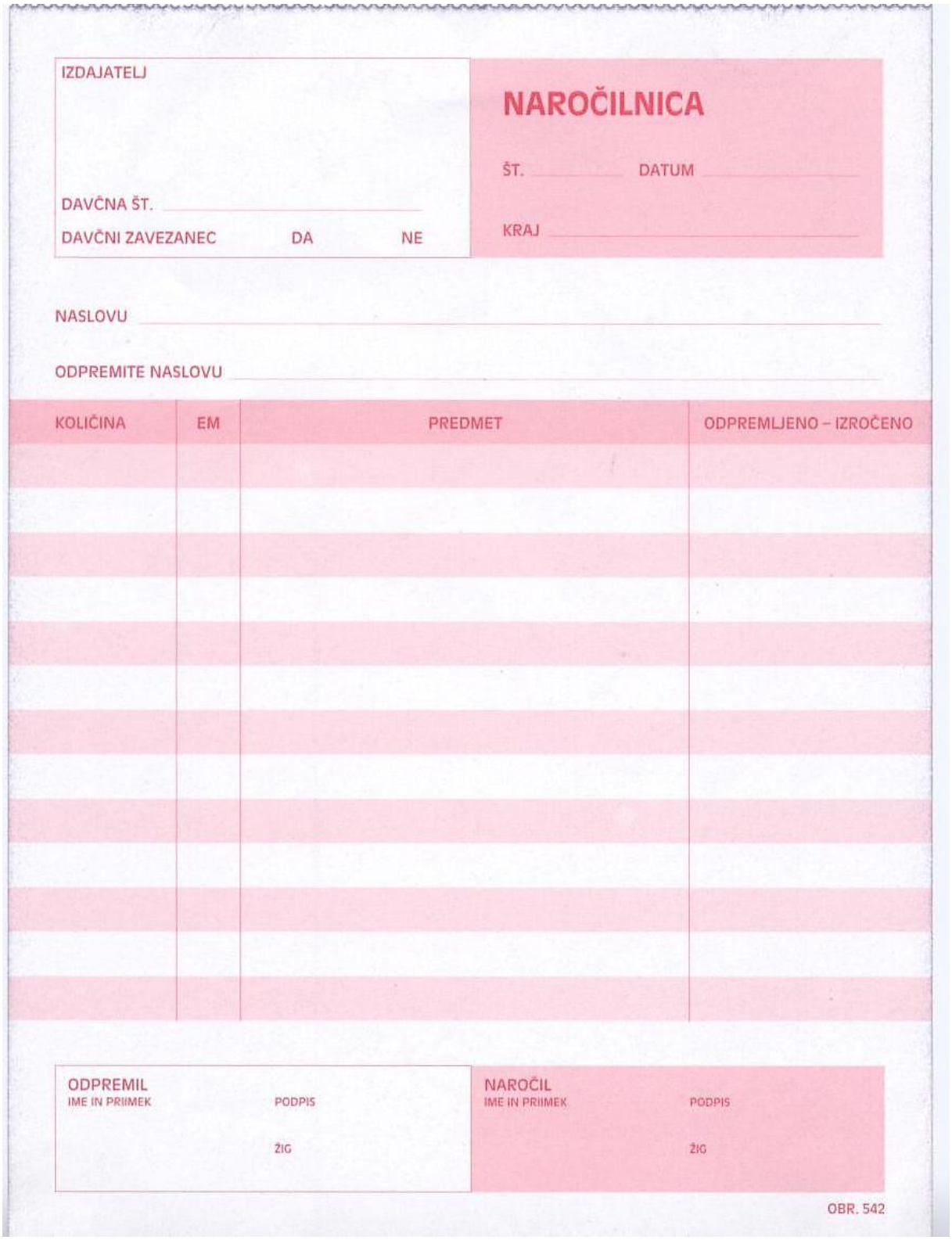
Poročila prepovedana!

ALEA® DZS d.d., ZALOŽNIŠTVO TISKOVIN

Obr. 5,14

B09-XCVI-0056-02

10.4 Priloga naročilnica



IZDAJATELJ

DAVČNA ŠT. _____

DAVČNI ZAVEZANEC DA NE

NAROČILNICA

ŠT. _____ DATUM _____

KRAJ _____

NASLOVU _____

ODPREMITE NASLOVU _____

KOLIČINA	EM	PREDMET	ODPREMLJENO – IZROČENO

ODPREMIL
IME IN PRIIMEK PODPIS

ŽIG

NAROČIL
IME IN PRIIMEK PODPIS

ŽIG

OBR. 542

10.5 Pravilnik o stopnjah običajnega odpisa blaga

Dostopno na spletnem naslovu: http://www.tzslo.si/pic/pdf/Pravilnik-o-stopnjah-obicajnega-odpisa-blaga.pdf