



Bognár Zsoltné

Az üzlet külső, belső képe, berendezési tárgyak

NSZFI
NEMZETI SZAKKÉPZÉSI
ÉS FELNŐTTKÉPZÉSI INTÉZET

A követelménymodul megnevezése:

A vállalkozások alapítása, működtetése, átszervezése, megszüntetése

A követelménymodul száma: 0001-06 A tartalomlelem azonosító száma és célcsoportja: SzT-008-50

AZ ÜZLET KÜLSŐ KÉPE

ESETFELVETÉS – MUNKAHELYZET

Van egy családi tulajdonú üzlethelyiség, amit megörökölt Szarka Kincső. Eddig az üzletben butik működött, de Kincső ékszerboltot szeretne nyitni. Az épület Budapest belvárosában, fogalmas helyen található, egy régi építésű lakóház földszintjén.



1. ábra.

Az üzletnek egy közvetlenül az utcára nyíló ajtaja van, ami be- és kijárat is egyben. Kétoldalt egy-egy hasonló méretű betekintő kirakat található. Milyen ötleteket javasolna a külső kép kialakításához?

SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

1. Az üzlet külső, belső képére vonatkozó elvárások, lehetőségek:

Az üzlet külső képének elemei:

- Megközelítés (megközelíthetőség)
- Irányítótáblák

Az üzlet belső képének elemei:

- Világítás
- Burkolatok

- | | |
|---------------------------------|----------------------------------|
| – Épület képe | – Színek |
| – Cégtábla | – Berendezés |
| – Kirakat | – Irányító és tájékoztató táblák |
| – Be- és kijárat | – Zene |
| – Parkoló (parkolási lehetőség) | – Tisztaság |
| | – Atmoszféra |

2. Milyen épületbe tegyük az üzletet?

• *Új vagy meglévő épület:*

Az új épületnél teljes mértékben igazodhatunk az üzlet tervezett tevékenységéhez, a szakjelleghez és egyéb elképzelésünkhöz. A régi épület viszont általában olcsóbb, és hamarabb rendelkezésre áll.

• *Önálló épület vagy egy épület része:*

Az önálló épület segítheti az üzlet egyéni stílusának kialakítását, könnyebb, szabadabb a tervezés, kivitelezés, de fenntartása általában drágább. Az épület részeként működő üzlet „egyéniségét” be kell integrálni a meglévő térbe, stílusba. Jellemző a bevásárlóközpontban, vagy hipermarketten egy **épületben** történő elhelyezés. Ha több üzlet található egy épületben, akkor az üzemeltetés költségei fajlagosan (egy üzletre vetítve) alacsonyabbak. A szuper- és hipermarketek **földszintes, önálló** épületekben kerülnek megépítésre legtöbbször a város szélén, ahol nagy a tér és nagyszámú parkolót lehet kialakítani. A szakáruházak – mint például barkács, építőipari, bútor vagy műszaki – nagy többsége is földszintes. A klasszikus áruházak lehetnek földszintesek, de jellemzőbb a **többszintes** megoldás. Általában frekventált helyen található, ezért kisebb a vízszintes terjeszkedés lehetősége, kevesebb parkoló kapcsolható hozzá. Marad a felfelé (esetleg lefelé) terjeszkedés, az egy vagy több emelet. A bevásárlóközpontok – hasonlóan az áruházhoz – lehetnek emeletes vagy földszintes kialakításúak.

Lehetséges az üzletet más rendeltetésű épületben, például egy lakóépület alsó szintjén elhelyezni. Az ilyen üzletek alapterülete általában nem haladja meg a 400 négyzetmétert. A boltoknak alkalmazkodnia kell az épület adottságaihoz, kevesebb a mozgástér az egyedi arculat, a saját megoldások megvalósítására. A „társbérlet” viszont költségkímélő és praktikus.

Az épület megválasztásánál fontos a jó megközelíthetőség és a parkolási lehetőség – épületen belüli vagy kívüli – biztosítása is.

3. A külső portál

Az üzlet külső képének meghatározói a külső portál elemei:

• *Cégfelirat*

Meg kell határozni a felirat méretét, formáját, anyagát, színeit. A választott tulajdonságok függenek az üzlet tevékenységétől, a forgalmazott termékektől, a megcélzott célközönségtől, az épület adottságaitól és természetesen az ártól.



2. kép



3. kép



4. kép

A tervezésben és a kivitelezésben is nagy szerep jut a számítástechnikának. A felhasznált anyagok skálája igen széles. A fa, fém, üveg, műanyag a legjellemzőbb, de lehetséges a falra festett felirat is.

Különleges, de egyre több helyen visszatérő a cégér, amelyre néhány példa itt látható.



5. kép



6. kép



7. kép

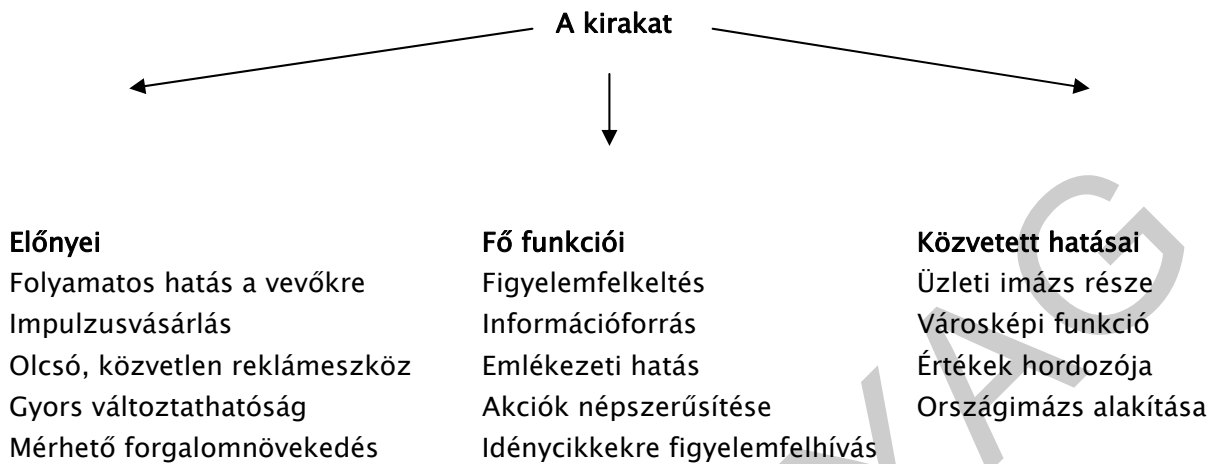
- **Be- és kijárat:**

A be- és kijárat a megfelelő áteresztőképességével segíti a gyors vásárlást, de esztétikai és tájékoztatói jelentőséggel is bír. A kisebb üzleteknél lehetséges, hogy a be- és kijárat nem különül el. Ez a bolt méretéből adódik és az alacsonyabb vevőforgalom miatt általában nem zavaró. A bevásárlóközpontokon, áruházakon, hipermarketeken több, szélesebb ajtó található, ezek a be- és a kilépést egyaránt szolgálják. A vevő nem közvetlenül az eladótérbe jut, hanem egy olyan térbe, ahonnan az osztályokra, illetve üzletekbe bemehet. Nagyobb üzleteknél elkülönülhet a két ajtó, ami lehet egymás mellett és egymástól távolabb is. Ha közvetlenül az utcára nyílik az ajtó, akkor télen meg kell gátolni a felesleges hőkiáramlást. Ez lehetséges az automata ajtók kisebb nyílási méretével, hőfüggönnyel, dupla ajtó alkalmazásával vagy egyszerű függönnyel is.

A bevásárlóközpontok üzleteinek bejárata lehet önálló ajtó, vagy nincs külön ajtó, hanem egy biztonsági rács felhúzása után a vevő közvetlenül az üzlet eladóterébe jut. A helyiségbe való be- és kilépés lehetőségét az árubemutató eszközök elrendezésével, esetleg kiegészítő tárgyak alkalmazásával jelölik ki. A széles bejáratot ajánlatos olyan áruvédelmi rendszerrel is ellátni, ami amellet, hogy segíti a vagyonvédelmet, hozzájárul a vevők vezetéséhez, irányításához is.

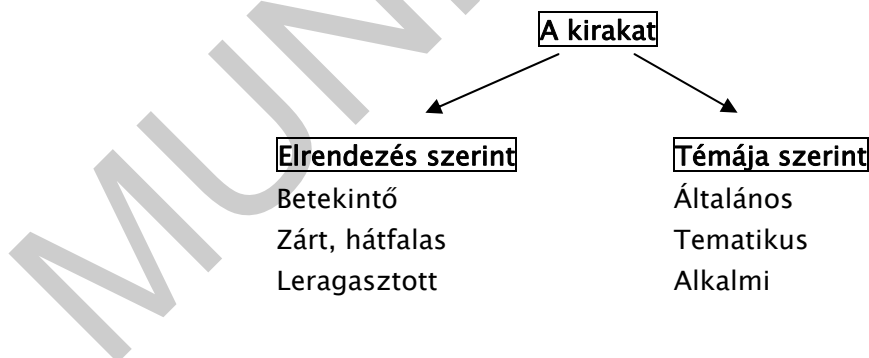
• **Kirakat**

A kirakat olyan vásárlásösztönző eszköz, amely a benne elhelyezett árukon, az ott közölt információkon és a kialakított hangulaton keresztül hat.



A kirakat szerepe, megjelenése megint csak attól függ, hogy önálló épületben, egy többfunkciós épület utcafrontján, vagy egy bevásárlóközpontban van-e az üzlethelyiség, és maga az épület hogyan közelíthető meg. Az utcafronton lévő kirakat fontos befolyásoló eszköz, segíthet a vevők becsalogatásában. A bevásárlóközpontokban kialakított üzletek zöme nem rendelkezik önálló kirakattal. Ha mégis kapcsolódik hozzá kirakat, akkor hasonló elvek alapján kell kialakítani, mint a külső portálra nézőt. A cégfelirathoz hasonlóan a lényeges eltérés itt is a méretben van. A külső portál esetében már messzebről is oda kell vonzani az arra járók tekintetét, míg a belső kirakat esetében kisebb térben kell gondolkodni.

A kirakatok fajtái:





8. ábra. Zárt, hátfalas kirakat (nem látok be az üzletbe)



9. ábra. Betekintő kirakat (belátok az üzletbe)

A betekintő kirakat szabadon láttatja a vevőkkel az üzlet belső terét is. Azoknál a termékeknél előnyös, amelyeket úgy tudunk elhelyezni a kirakatban, hogy közben hagyják érvényesülni a belső látványt is. Ilyen például egy ruházati üzlet. Az üzlet belső elrendezésénél figyeljünk arra, hogy mi látható a kirakaton keresztül. Azokat az árukat tegyük a kirakathoz közel, amikre fel szeretnénk hívni a vevő figyelmét, illetve ami maga is figyelemfelkeltő.

A hátfalas kirakatban általában kevesebb, illetve kisebb terjedelmű árut helyezhetünk el. A kirakat önmagában lesz reklámeszköz a belső tér nélkül. Előnyös lehet például cipőboltnál, illatszereknél, ékszerüzletben. Hátfalas kirakatot új üzleteknél már ritkán alakítanak ki, mert a betekintő kirakat kivitelezése olcsóbb, helyigénye kisebb (ugyanakkora területen több áru). A zárt hátfalas megoldás viszont a kirakat témáját leválaszthatja az üzlet eladóterétől.

A kirakat szerepe

Reklámhatása az értékesítés helyének közvetlen közelében érvényesül. Tekintsük át legfontosabb **előnyeit!**

1. **Akkor is hat, amikor az üzlet zárva tart.** A vásárló bármikor, akár éjszaka is megtekintheti, ezáltal tájékozódhat az áruválasztékról, árakról.
2. A kirakat elősegíti az **impulzusvásárlást**. A vevő úgy is kedvet kaphat a vásárláshoz, hogy eredetileg nem kívánt semmit venni. Meglát egy érdekes árut, akciót vagy más ajánlatot, és ennek hatására tér be a boltba. Ez a hatás az utcai portálos boltoknál, ezen belül is a sétálóutcák üzleteinél, valamint a ruházati termékeknél, divatáruknál a legerősebb.
3. A kirakat előnye a többi vásárlásösztönző eszközzel szemben, hogy **olcsó, gyorsan változtatható**, emiatt mindig aktuális lehet.
4. A kirakat hatását viszonylag egzakt (jól kimutatható) módon mérhetjük. Megfigyelhető, hogy közvetlenül a kirakatrendezés után a forgalom jelentősen megnő a rendezés előtti napokhoz képest. A **forgalomnövekedés** a kihelyezett áruknál a legerőteljesebb, de az új kirakat hat a többi termékre is.

TANULÁSIRÁNYÍTÓ



10. ábra.

„Az üzlet külső, belső képe, berendezési tárgyak” című tartalomelem kisebb részben épít ismeretekre, nagyobb részben készségek elsajátítására, erősítésére, azok alkalmazására. Az ismeretek egyértelmű válaszokkal rögzíthetők, mérhetők, míg az alkalmazás során a legtöbb esetben nincs kategorikusan jó és rossz választás. A megfelelő döntés apró döntéssorozatból alakul ki, amiben sok az elágazás, a lehetőség, és több megoldás is mutathat a jó irányba. Ezért a feladatok is két típusba sorolhatók:

- *Egyértelműen megválaszolható kérdések – a válasz konkrétan meghatározható, eltérő válasz nem lehet elfogadható.*
Például: Kérdés: Melyik kirakat nem enged betekintést az üzletbe? Válasz: A zárt hátfalás kirakat.

- **Alternatív feladatok, ahol több válaszlehetőség is elfogadható, ha az megfelelő érvekkel alátámasztott.**

Például: Kérdés: Milyen anyagból legyen egy könyvesbolt cégfelirata, ami egy új bevásárlóközpont emeletén található? Válasz: Egyszerű tábla szép betűformával, spotlámpával megvilágítva. Vagy: Fénycsöves betűkből álló felirat. Mindkét válasz lehet elfogadható akkor, ha az indoklás kellő érvekkel alátámasztja a választást.

A téma feldolgozásában nagyobb szerepet kapnak a készségek (az ötlet, a kreativitás, a tér megfelelő kezelése, az összhang kialakításának képessége) és a praktikus ismeretek. Ezért több a készségeket erősítő kérdés, feladat. Válaszaiban törekedjen arra, hogy döntését, javaslatát érvekkel alátámassza és szemléletesen írja le! Gondolkodjon úgy, mintha a saját vállalkozásáról, üzletéről kellene döntenie!

Festő Klára képzőművészeti galériát nyit, ehhez keres üzlethelyiséget. Az alábbi képeken látható két helyiség közül szeretné valamelyiket kibérelni. A két lehetőségről a következő információkat sikerült megszereznie. Mindkét bolt hasonlóan forgalmas helyen található a belvárosban, egy-egy régi lakóépületben. Az első az alagsorban van, teljesen felújított, de nincs kirakat, csupán a 2 méter széles üvegezett bejárati ajtó látható az utcáról. A másik a földszinten van közvetlenül az utcára nyíló két duplaajtóval és nagy kirakattal. Az elsőben csak a lejáráthoz közel van természetes fény (de jó minőségű spotlámpák segítik a megfelelő célirányos megvilágítást), míg a másodikban a nagy üvegfelületek miatt az üzlet nagy részét éri fény. A földszinti üzletet a tulajdonos most tervezi felújítani, de még nincs határozott elképzelése, milyen színeket és egyéb átalakításokat használjanak. Az alagsori helyiség is igény szerint átfesthető.

Vajon melyik üzlethelyiséget érdemes bérbe venni?



11. ábra.

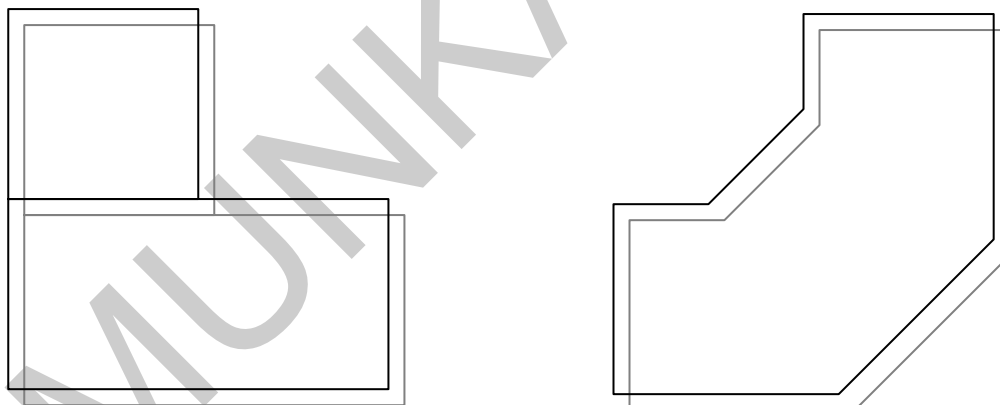


12. ábra.

Egy belsőépítész a következőket javasolta a tulajdonosnak:

Az eladótér formája, színei

Kedvező a téglalap vagy négyzet alakú eladótér, mert jól hasznosítható, akadályok nélkül beépíthető és átlátható. Nem kedvező viszont a hosszú keskeny eladótér, mert a vevőáramlás nehezebben megoldható, nehezkesebb a berendezése. A vevő kellemesebbnek érzi a tágas tereket. A legrosszabb lehetőség, ha az eladótér hosszú, keskeny és középen még oszlopok is megosztják. Az ilyen teret nehéz berendezni, a vevőáramlás útvonala is nehezen kialakítható, inkább az adottságokhoz, mintsem a marketingszemponthoz kell igazodnunk. A vagyonvédelem megszervezése is sokkal körülményesebb, mint a tágas, áttekinthető eladótérnél.



ábra. Nehezen berendezhető üzletbelső

Ha kis alapterületű az üzletünk, tágíthatjuk a teret világos falszínekkel, esetleg tükrökkel. A tükör a keskeny eladótéren is segít. A szín nemcsak a tér optikai javításában segít, hanem az értékesített áruk jellegét is kiemelheti. Vigyázni kell arra, hogy a színek ne legyenek hivalkodók, ne nyomják el az árut. Az élénk színek alkalmazása vidámságot sugall, a halvány árnyalatok az idősebb korosztályt, a komolyabb vevőket vonzzák. Ha valamilyen különleges, vagy akár luxusterméket kínálunk, akkor is előnyösebb elegáns, de nem hivalkodó színeket alkalmazni. Minden árufajtához, minden üzlethez más szín ajánlatos. Ezért is érdemes alaposan meggondolni, milyen színt választunk leendő üzletünkhöz.



13. ábra. Egy galéria színei ne legyenek toladóak

A színek hatását fokozhatjuk, a teret nagyobbíthatjuk vagy éppen optikailag csökkenthetjük a jól eltalált világítással. A világítás megfelelően kiegészítheti, pótolhatja a természetes fényt. Abban az üzletben, ahol sok a természetes fény, érdemes ezt az adottságot kihasználni, mert ezáltal energiát spórolunk meg. Emellett a természetes fény erősíti a természetesség érzését, segít visszaadni az áru igazi tulajdonságait. A mesterséges világítás a legtöbbször megváltoztatja a színárnyalatot.

A mesterséges fényforrások közül régen a neon volt a jellemző világító eszköz, de ma már sokkal elterjedtebb a spot- és más egyedi lámpák alkalmazása. A fény erőssége, iránya mellett legalább ilyen fontos a világítótest színe is.

Például:

- Az ékszerek dísz tárgyak megvilágítása különös gondot igényel. Az ékszereknél fontos a csillogás kiemelése, míg a képzőművészeti alkotásoknál a mű színének, formájának, magának a kompozíciónak az érvényesítése. A mesterséges fény jól irányítható, alakítható. Segítségével az árurol előnyösebb képet adunk a vevőnek.

A világításra is igaz, hogy ne önmagáért legyen, hanem szolgálja a bemutatott termék előnyeinek kiemelését, a figyelemfelkeltést, csúnya kifejezéssel élve növelje az eladhatóságot.



14. ábra. Ékszereknél előnyös a spotlámpa

1. Milyen az első benyomása az esetfelvetésben bemutatott két üzlethelyiségről kizárólag a képek alapján? Véleményét 4–5 mondatban fogalmazza meg!

2. Ha ez alapján döntene, melyiket választaná? Miért?

3. Általában milyen formájú eladótér a megfelelő? Miért?

4. Az első üzlethez nem tartozik kirakat, és egy ajtón történik a be- és kilépés, míg a másik üzletnek nagy kirakata és széles, elkülönülő be- és kijárata van. Ez hogyan befolyásolja döntését?

5. Értékelje a két üzletet aszerint, hogy új, illetve felújításra váró helyiségről van-e szó! A döntésben mekkora szerepet kap ez a különbség?

6. Mi a szerepe a képzőművészeti alkotásoknál a világításnak?

7. Érveljen a természetes, illetve a mesterséges megvilágítás mellett!

Azért jó a természetes megvilágítás, mert _____

Azért jó a mesterséges megvilágítás, mert _____

8. Most újból gondolja át döntését! Változott-e a véleménye? Miért?

9. Tervezze meg, hogy a választott üzletbe milyen stílusú berendezést tenne! Ha lehetősége van, akkor a leíráshoz gyűjtsön képeket, vagy rajzoljon!

Tanulásiirányító – Megoldás

1. A 2. üzlet tágasabb, a függőleges falakon több kép helyezhető el, a vevő könnyebben elcsábul, mert nagy felületen belát az üzletbe, és a kirakatba is tehetünk képet, alkotást, mivel felújítás előtt áll, így beleszólhatunk a színekbe, burkolatba...

2. Pl. az 1. üzletet választom, mert gyorsabban beköltözhetek, és hangulatában jobban illik egy galériához.

3. A négyzet alakú üzlet, amiben nincsenek kiszögellések, jól áttekinthető és berendezhető.

4. A kirakat fontos reklámeszköz, ezért előnyös, ha van. A be- és kijárat elkülönülése nem fontos, mert egy galériában nem jellemző a nagy vevőforgalom. Tehát a kirakat fontos tényező a döntésben, míg a bejárat nem.

5. Az új üzlet előnyös, mert gyorsan beköltözhetünk, nem kell már időt és pénzt szánni a felújításra.

A felújításra váró üzlet előnyös, mert a profil tudatában alakíthatjuk ki a helyiség burkolatát, színeit.

6. Képzőművészeti alkotásoknál a világítás emelje ki a mű előnyeit, így segítse az eladhatóságot.

7. Azért jó a természetes megvilágítás, mert energiatakarékos, a természetesség segíti az alkotások önálló érvényesülését....

Azért jó a mesterséges megvilágítás, mert célirányos, segít kiemelni az előnyöket....

8. A válasz megint az indoklástól függ.

Pl.: A véleményem nem változott, mert eddig is az 1. üzletet tartottam megfelelőnek. Az 1. üzletet választom, mert a kirakat hiánya pótolható a bejáraton elhelyezett kisebb plakáttal vagy megállítótáblával, a mesterséges fény segít a tér és az alkotások előnyeinek kiemelésében....

9. A képzőművészeti galériába tehetünk régi stílusú bútorokat, vagy teljesen modern, egyedi vonalvezetésű berendezést is. A választás helyessége az indoklástól függ.

MUNKANYELV

ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK

Most térjünk vissza a füzet elején felvetett példához!

Van egy családi tulajdonú üzlethelyiség, amit megörökölt Szarka Kincső. Eddig az üzletben butik működött, de Kincső ékszerboltot szeretne nyitni. Az épület Budapest belvárosában, fogalmas helyen található, egy régi építésű lakóház földszintjén.



75. ábra.

Az üzletnek egy közvetlenül az utcára nyíló ajtaja van, ami be- és kijárat is egyben. Kétoldalt egy-egy hasonló méretű betekintő kirakat található. Milyen ötleteket javasolna a külső kép kialakításához?

1. feladat

Megfelelőnek tartja-e az esetszereplőben szereplő régi épületet és a helyet egy ékszerboltnak? Válaszát röviden indokolja!

2. feladat

Soroljon fel legalább 3 olyan üzletet, amelynél előnyös lehet egy hasonló külső portál!

Soroljon fel legalább 3 olyan üzletet, amelynél nem tart előnyösnek egy hasonló külső portált!

3. feladat

Milyen optikai hatásokkal növelhetjük a belső teret?

4. feladat

Tervezzen cégfeliratot az ékszerüzletnek! Tervezze meg a felirat méretét, anyagát, színeit, az alkalmazott betűtípust! Választhat hozzá kiegészítő ábrát is. Készítsen egy egyszerű rajzot a szemléltetéshez, és röviden indokolja választását!

MUNKANYELV

MEGOLDÁSOK

1. feladat

A régi, belvárosi épület megfelelő egy ékszerboltnak. Hangulatban, stílusban illik a választott profilhoz, a leírás szerint forgalmas helyen található, ami szintén előnyös.

2. feladat

Soroljon fel legalább 3 olyan üzletet, amelynél nem tart előnyösnek egy hasonló külső portált!

Előnyös pl. művészeti alkotások értékesítésére, parfümériának, a középkorúaknak szóló exkluzív divatárúüzletnek vagy különleges borszaküzletnek. Elvileg minden olyan javaslat elfogadható – kellő indoklással –, amihez előnyös a nyugalmat, stabilitást, megbízhatóságot sugalló külső kép, és nincs túl nagy helyigénye.

Soroljon fel legalább 3 olyan üzletet, amelynél előnyös lehet egy hasonló külső portál!

Nem ideális az üzlet bútorboltnak, ABC-nek, sportboltnak vagy a tiniknek szóló divatárúnak, mert az üzlet viszonylag kicsi, és hiányzik belőle a lendület, a dinamika, a fiatalosság.

3. feladat

Világos színekkel (fal, berendezés), tükrök elhelyezésével.

4. feladat

A cégfeliratnál hasonló stílusban érdemes gondolkodni, mint az épület. Ne legyen harsány, de megszólítsa a célközönséget. Érdemes az egyes alkotásokat az osztályon belül megtekinteni és megvitatni.

5. feladat

A kirakat mely funkcióit és előnyeit tartja fontosnak a szóban forgó üzlet esetében, miért?

A szóban forgó üzletnél fontos többek között, hogy a kirakat folyamatosan hat a vevőkre, gyorsan megújítható, viszonylag olcsó reklámeszköz. A kirakat legyen figyelemfelkeltő, és népszerűsítse az akciókat.

Megfelelőnek tartja-e az ékszerüzlet számára a betekintő kirakatot?

A betekintő kirakat akkor előnyös, ha az üzletet be tudjuk úgy rendezni, hogy a vevőt az üzletbelső is csalogassa. Az ékszerek bemutatására előnyösebb a hátfalas kirakat. Ezért az egyik kirakatot meghagyhatnánk betekintőnek, míg a másikat átalakítanánk hátfalassá. Így könnyebb lenne az árubemutatás a zárt kirakatban. A betekintő kirakatot ott érdemes meghagyni, ahol az üzletben a távolabbról is jól látható árukat mutatjuk be, vagy ahol az eladás zajlik.

6. feladat

Egy ajtó elegendő a be- és kilépéshez, mert a várható vevőforgalmat kényelmesen képes áttereszteni.

MUNKANYELV

A BOLT BELSŐ KÉPE, A BOLT HELYSÉGEI

ESETFELVETÉS – MUNKAHELYZET

Egy vidéki város városközpontjában évtizedek óta működik egy áruház földszintjén egy ABC. Az összalapterülete 1000 négyzetméter, ebből 300 négyzetméter a raktár, áruátvevő és az egyéb helyiségek (iroda, szociális helyiségek) területe. Az eladótér téglalap alakú 24×29 méteres. Az ABC-re jellemző összes áruféleség megtalálható az üzletben, az árubemutató fehér fémállványokon történik, van csemegepult hagyományos értékesítési móddal és pékáruállvány is. Az állványokat, berendezési tárgyakat 15 éve helyezték el az üzletben, már kopottak, korszerűtlenek. Ezért a tulajdonos döntött a cseréjükről.

Segítsen az új berendezési tárgyak kiválasztásában, az eladótér berendezésében!



16. ábra.

SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

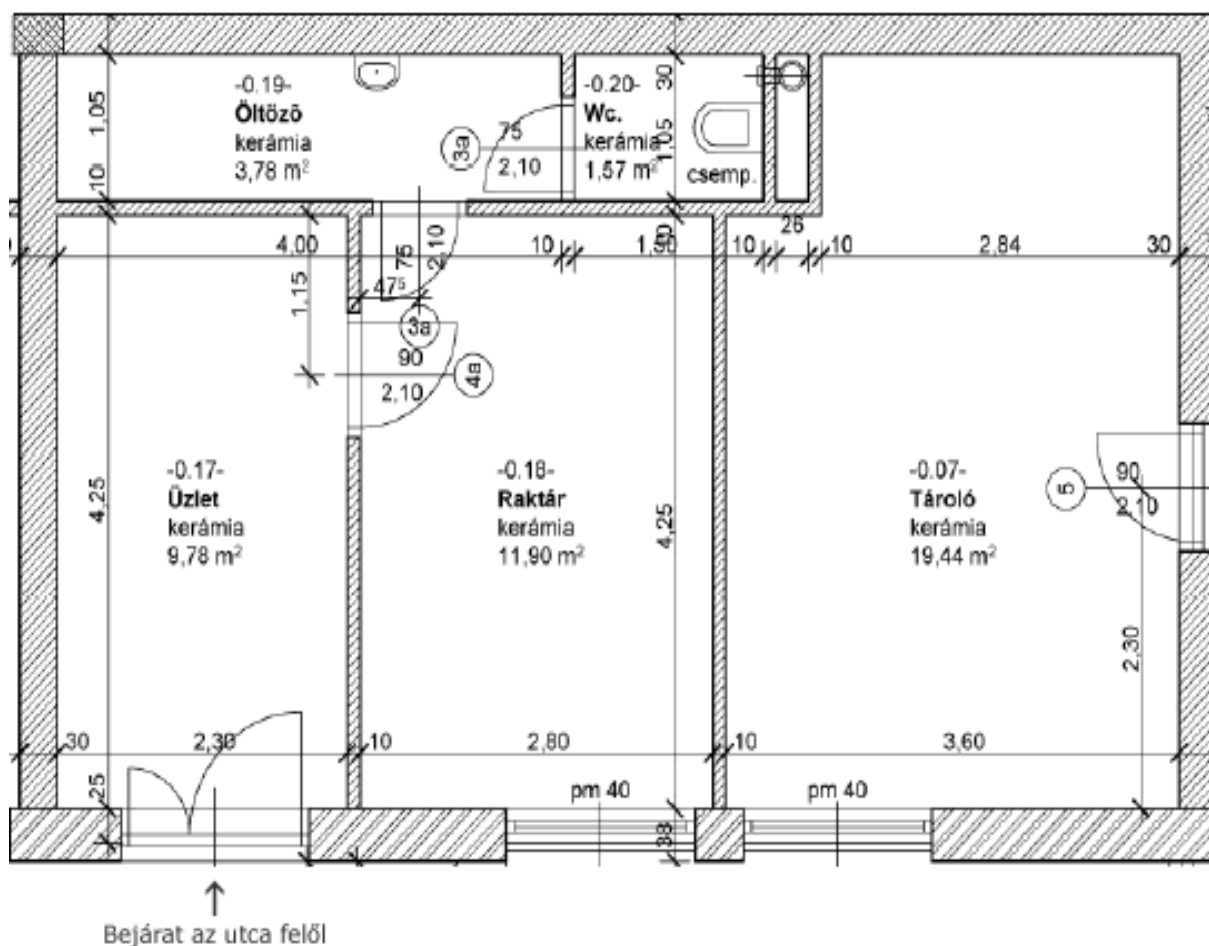
1. Az üzlet belső tere, fő részei

Az üzlet belső tere állhat egy vagy több helyiségből attól függően, mekkora és milyen típusú üzletről van szó.

A legkisebb boltok egy helyiségből – az eladótérből – állnak. Itt kell lebonyolítani az értékesítés mellett az áruátvételt, tárolást, előkészítést és a szükséges adminisztrációt. Az üzletek zömében az eladótértől elkülönül a raktár, így az értékesítés gördülékenyebb, zavartalan lehet.

A nagy alapterület, nagyobb forgalom, magasabb eladói létszám lehetővé és szükségessé teszi a két alapvető helyiség mellett egyéb részek kialakítását. A nagyobb üzletekben külön áruátvevő, szakosodott raktárak, áru-előkészítő helyiség segíti az áruforgalom lebonyolítását, és lehetőség van külön iroda vagy irodák elhelyezésére. Az üzletbe szociális helyiségek is szükségesek, mint WC, mosdó, öltöző, esetleg tusoló, valamint a dolgozók étkezéséhez teakonyha, nagy létszám esetén büfé, ebédlő.

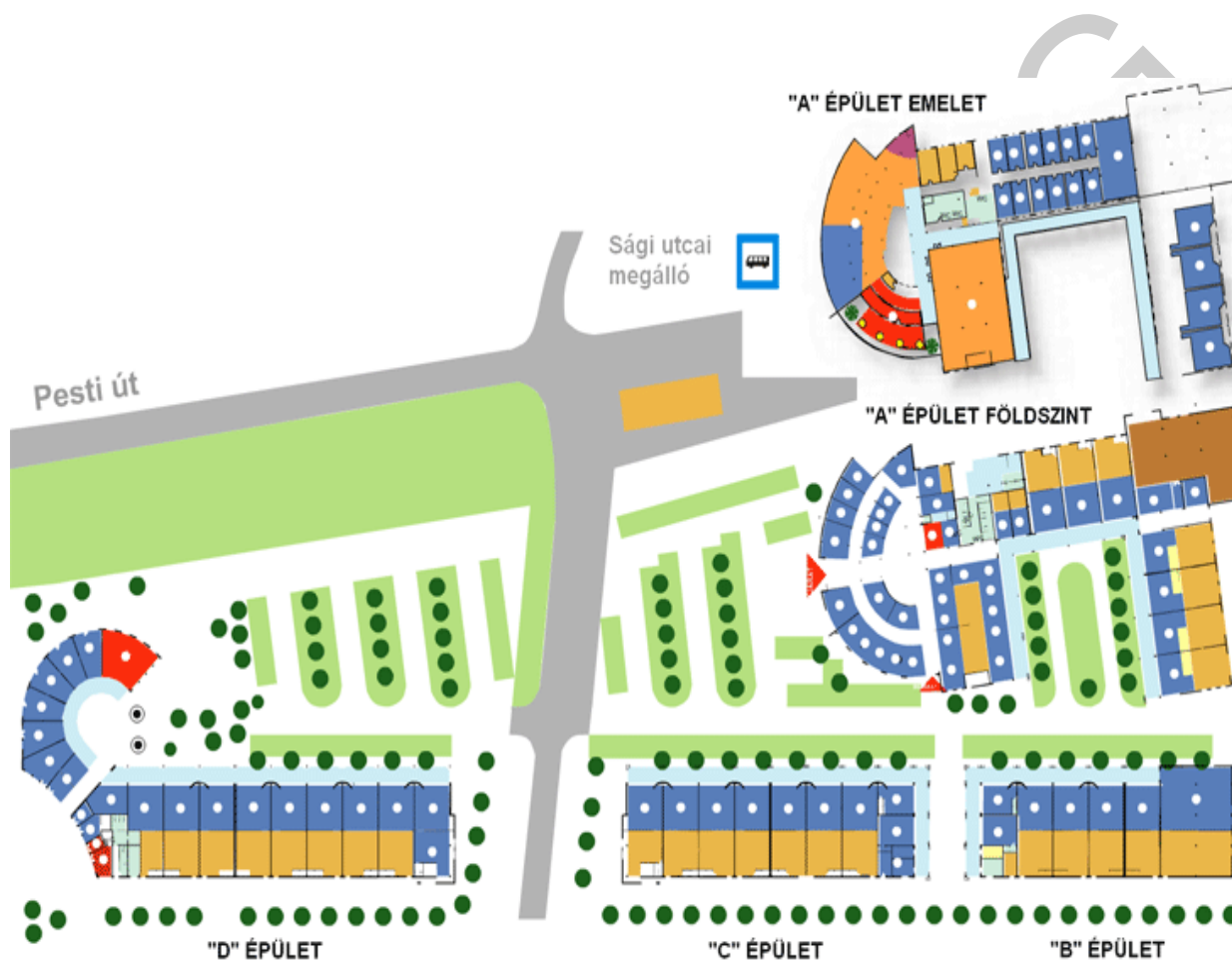
Példa üzlet felépítésére



17. ábra.

A vevő számára a legfontosabb az eladótér, illetve az a tér, ahová belép. Az áruházak, bevásárlóközpontok vevői nem az eladótérbe lépnek először, hanem egy olyan térbe, ahonnan az áruházi osztályok, üzletek nyílnak. Ezt a teret úgy kell kialakítani, hogy már belépéskor érezhető legyen az üzlet atmoszférája, és a vásárlók könnyen tudjanak tájékozódni. Sok olyan kiegészítőt helyezhetnek itt el, ami növeli a kényelmet, a komfortérzetet, illetve jó hangulatot teremt. Találhatunk padokat, virágokat, akváriumokat, vagy akár mini vízészt is. De ekkora épülethez már elengedhetetlen egy információs pult.

A HOME Center Építési és Lakberendezési Üzletközpont alaprajza



18. ábra.

Hipermarketeknél a vevő már az üzlet előtt, a parkolóban elveszi a bevásárlókocsit és azzal lép be. A földszintes tér lehetővé teszi, hogy az üzlet egészét bejárhassa a vevő anélkül, hogy a bevásárlókocsival akadályokba ütközne. A belső térben nincsenek élesen elkülönített részek, kivéve a kisebb, bérbe adott üzleteket (ha vannak).

Az üzlet belső terét úgy kell berendezni, hogy a **vevő** szívesen lépjen be, **gyorsan és jól tudjon tájékozódni, és kényelmesen, egyszerűen vásárolhasson.**

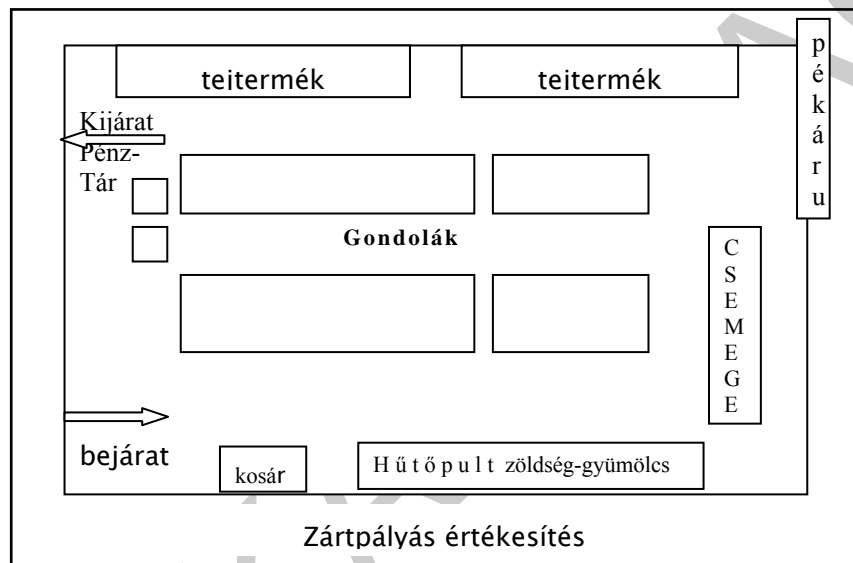
Ezeket a funkciókat szolgálják az eladótér színei és formavilága, a kialakított közlekedési útvonalak, a berendezési tárgyak, gépek, eszközök.

A vásárló kényelmét, **komfortérzetét** befolyásolja a hőmérséklet, szellőzés, megvilágítás, tisztaság, áttekinthetőség.

A **hangulatkeltés** elemei a színek, a világítás, dekorációk, növények (esetleg állatok, akvárium), illatok, háttérzene, tájékoztató közlések, ülőalkalmatosságok. Ezek kombinációja adja az üzlet **stílusát**, arculatát.

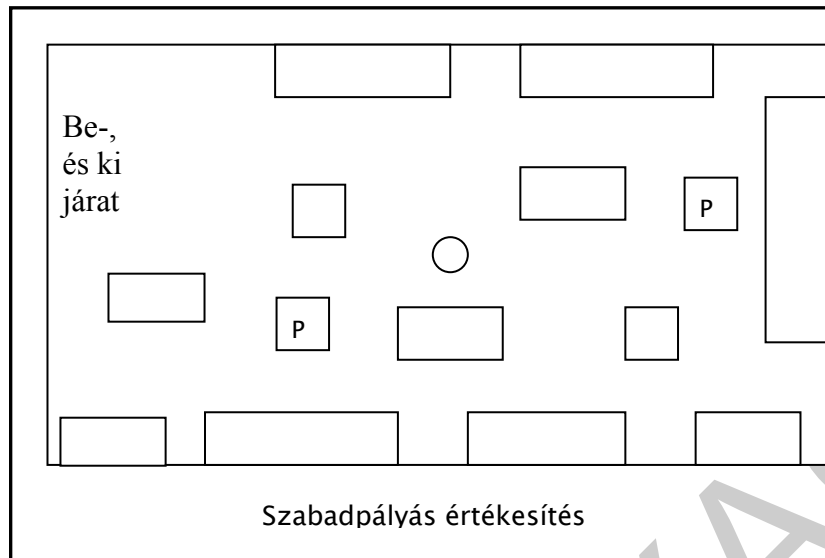
2. Közlekedési útvonalak

A közlekedési útvonalak főként az önkiszolgáló üzletekben lényegesek, mert itt közlekedik, válogat a vásárló önállóan. A vevő bolton belüli útja szerint megkülönböztetünk **zárt-** és **szabadpályás** eladóteret.



19. ábra

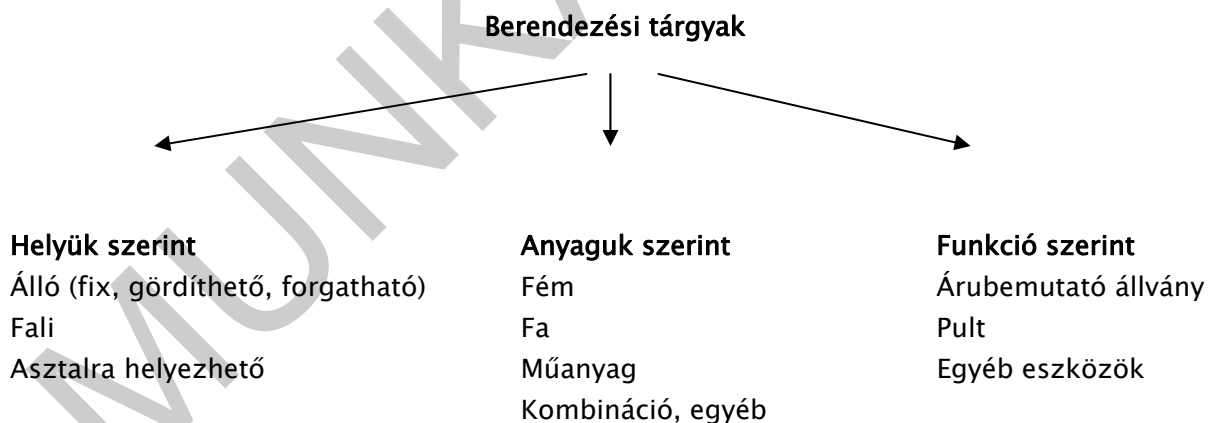
A **zártpályás** önkiszolgálásnál külön kialakításra kerül a pénztárszóna, elkülönül a vevőbejárat és -kijárat. A vevő a többé-kevésbé meghatározott útvonalon korlátozás nélkül mozoghat, de a berendezéssel és az áruehelyezéssel orientálhatjuk a mozgás irányát. A vevő az árutároló állványok előtt elhaladva a számára szükséges árut a kosárba vagy kocsiba rakja, azt az elszámolótérbe viszi, ahol a vételár elszámolása történik. (Ezért nem érdemes nagy terjedelmű áruknál alkalmazni.) A vevőteret csak az elszámolótéren (pénztárszónán) áthaladva lehet elhagyni, így az áthaladó vevők ellenőrizhetők.



20. ábra

Szabadpályás értékesítésnél az eladóter nem rendelkezik elkülönített be- és kijáráttal, valamint a vevő mozgása során kötelezően érintendő elszámolóterrel. A vevő útja kötetlen. Az eladóter általában eladói körzetekre osztott. Egy-egy eladói körzet az áru jellegétől függően 15–50 m² nagyságú.

3. Berendezési tárgyak az eladóterben



Állványok

A **faliállványok** egyoldalas árubemutatósi lehetőséget biztosító állványok, amelyeket a fal mellett helyezünk el. Lehet vízszintes vagy enyhén dőlt polcos, akasztókkal vagy akasztórúddal szerelt – mint a hús- és a csemegeosztályokon, vagy az írószereknél, a csavaroknál.

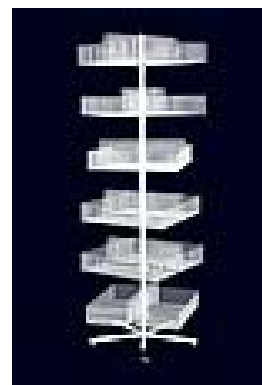
A **középállványok**, más néven **gondolák** az eladóterben közepén, önállóan, illetve több sorban elhelyezett árubemutató eszközök, amelyek kétoldalas árubemutatót tesznek lehetővé. A gondolák a faliállványokhoz hasonlóan szerelhetők. A gondolák kisebbek, mint a faliállványok, mert így jobban áttekinthető az üzlet, és nem nyomaszt a magas állvány.



19. ábra. Gondola



20. ábra. Faliállvány



21. ábra. Kosaras forgóállvány

A **kiegészítő állványok** vagy **displayek** kis alapterületű, alacsony, szögletes vagy kerek, körbejárható állványok. Kisebb terjedelmű, könnyű termékek bemutatását segítik. Gyakorlatilag már minden üzletben megtalálhatók, mert nemcsak termékbemutatóra használhatók, de jól alkalmazhatók áruismertető, reklámanyagok, szórólapok elhelyezésére is. Önállóan helyezik el őket az üzletben, főként az eladótér forgalmasabb helyein. Lehet földön álló, asztali vagy polc-display és lehet függesztett. Az egyes típusokon belül megkülönböztetünk fix, gördíthető vagy forgatható megoldást. Van olyan fajtája is, amelyik a kisméretű termékek adagolását segíti. Ha a vevő elvesz egyet, akkor a sor előrecsúszik, ezzel az adott termékből mindig tele polcot találunk.

A földön álló kiegészítő állványok többféle szerelvényt jelentenek meg. A legelterjedtebb a ferde polcos, az akasztós, a kosaras változat. A polc-display polcokon, pultokon való termékmegjelenést segítő, a polcon a terméket kiemelő, rendező, adagoló eszköz. A függesztett displayt jellemzően a pénztárnál alkalmazzák. Ma már a kiegészítő állványok megjelenési formája, funkciója annyira sokrétű, hogy nem is lehet mindegyik típust felsorolni. Speciális kiegészítő állvány a **márka display**, amit általában a termelő helyez el az üzletben kifejezetten saját termékeinek bemutatására.



22. ábra. Különböző displayek

Pultok

A pult **térelválasztó** funkciót is betöltő speciális asztal. Segíti az **árubemutatást**, az **áru kezelését** az eladás során, de **árutárolásra**, egyéb eszközök tárolására is szolgál. Van olyan fajtája, amiben nincs polc vagy fiók, csupán asztalként funkcionál, főként az áru mérésére, darabolására használják méteráruknál, csemegeosztályon, húsáruknál.

Megjelenés szerint a pultok lehetnek **zártak**, amikor nincs üvegezett vagy szabad rész, a vevőnek nincs betekintési lehetősége. Akkor érdemes ilyen pultokat választani, amikor nagyobb terjedelmű árukat értékesítünk és a pulton főként kipróbálást (például műszaki cikkek), vagy mérést, darabolást végez az eladó, vagy ruházati üzletben ráfekteti a választott ruhadarabot. A **nyitott** pultok polcokra tagoltak, vagy mélységükben nyitottak. Utóbbi esetben úgynevezett turkáló szerepet töltenek be, és általában az akciós termékeket, az apró és olcsó árukat, a tömegcikkeket, kínálják bennük.

Az **üvegfal** megoldások főként rövidáruüzletekben, ékszerboltban, márkás írószereknél, bőrárúknál és olyan esetben előnyösek, ha kis terjedelmű, de nagyobb értékű az áru. A vevő láthatja a terméket, de nem férhet hozzá, csak az eladó segítségével. A hagyományos értékesítés tipikus berendezési tárgya. Speciális az ún. **angolpult**, amelynek fiókjai lefelé nőnek, így a vevő a legalsó fiók tartalmát is láthatja az eladó segítségével nélkül.

A pult teteje lehet egy sík lap, de néhány szakma megköveteli a speciális felületet. A méterárúknál van egy bemélyedés, ahol a feltekert szöveteket (végeket) tartják addig, amíg le nem tekerik róluk a kellő mennyiséget. Műszaki szaküzletben a pultot csatlakozóaljzatokkal is elláthatják a termék kipróbálására.



23. ábra.

A vevő felől zárt pult



24. ábra.

Nyitott sarokpult



25. ábra.

Angolpult

Egyéb berendezési, felszerelési tárgyak

A **pénztárasztal** a kassa elhelyezésére lehet egy egyszerű pult, de szerelhetik árutovábbító görgőkkel vagy futószalaggal. Kapcsolható hozzá elválasztható árutovábbító, tároló, ahonnan a vevő fizetés után elpakolhat, vagy csomagoló, ha az üzlet vállalja a vásárlás utáni csomagolást.

Főként a ruházati és cipőüzletek speciális árubemutatói a **sztenderek**, amire a terméket vállfáston vagy másképp felakaszthatjuk, a próbababa, ami lehet torzó vagy teljes alakos, ezen belül is hagyományos, illetve modernebb változat.



26. kép
Ruhatartó sztender



27. kép
Szabóbaba



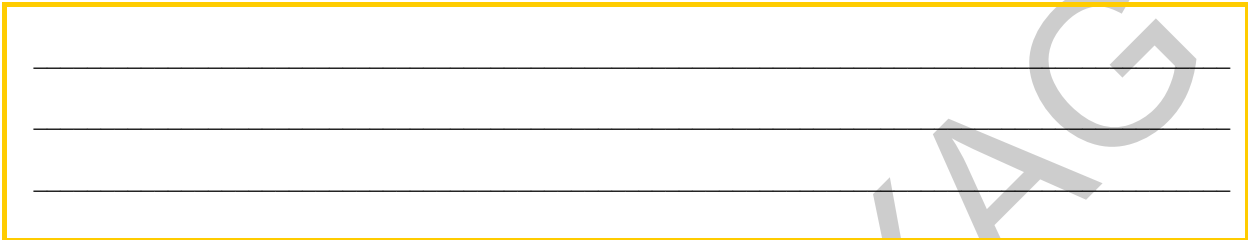
28. kép
Billenő tükör

Ruházati, cipőüzletekben, ékszerboltban és minden olyan üzletben, ahol fontos látni, hogyan áll a kiválasztott termék a vevőn, megfelelő számú **tükröt** kell elhelyeznünk. Ruházati üzletekben szükséges **próbafülke** kialakítása is. Ezt úgy kell kialakítani, hogy a vevő zavartalanul próbálhasson, viszont az odavezető terület a bolt dolgozói által jól kontrollálható legyen. A fülke legtöbbször függönnyel, paravánnal elválasztott tér. Legyen benne akasztó, tükör, esetleg szék a termékek és a ruhák elhelyezésére, illetve, hogy öltözés közben leülhessen a vevő.

ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK

1. feladat

Milyen alapvető részekből állhat egy üzlet? Induljon ki a legkisebből, és jusson el a legnagyobbakig. Tájékozódjon a környezetében, gyakorlati munkahelyén, illetve interneten!



Készítsen vázlatos alaprajzot az esetfelvetésben bemutatott üzlet lehetséges részeiről, elrendezéséről!



2. feladat

Jellemezze a lenti képen látható árutároló eszközöket típus és alapanyag szerint!



29. ábra.

Röviden írja le, mi a véleménye a fenti boltbelsőről? (Ki lehet a célközönség, milyen eszközöket, berendezési tárgyakat használnak, hogyan értékeli a színeket, formákat, az eladótér összképét?

3. feladat

Párosítsa össze a képeket a berendezési tárgyak nevével! Írja oda a megfelelő számot az elnevezés mellé!

- a) gondola ...
- b) faliállvány ...
- c) angolpult ...
- d) zárt pult ...
- e) display ...



1.



2.



3.



4.



5.



6.

MEGOLDÁSOK

1. feladat

Az üzlet legalább eladótérből áll. Ahogy haladunk a mérettel felfelé, úgy nő a helyiségek száma, mérete, és úgy bővül az elkülöníthető funkciók száma.

Eladótér

Eladótér – raktár

Eladótér – raktárak – áruátvevő

Eladótér – raktárak – áruátvevő – áru-előkészítő

Eladótér – raktárak – áruátvevő – áru-előkészítő – egyéb helyiségek

A vázlatos alaprajz legyen méretarányos, térjen ki minden fontos bolti helyiségre. A jelölések, magyarázatok segítsék a tájékozódást.

2. feladat

A boltbelső fiatalos, modern, igényes. Kevés árut mutat be egyszerre. Vélhetően nem az alacsony jövedelműek számára készült.

Minden olyan jellemzés elfogadható, amelyet meggyőzően megindokol a diák.

3. feladat

- a) 4
- b) 2
- c) 6
- d) 1
- e) 3

Kimaradt az 5. számú kép, amelyen egy sztender látható. A sztendert a ruházati kereskedelemben, azon belül is jellemzően a konfekcióáruk bemutatására használják.

4. feladat

Akkor elfogadható a megoldás, ha a diák legalább 4–5 féle berendezési tárgyat felhasznál, hozzá kapcsolódóan leírja a funkciót, alapanyagot, méretet, használati jellemzőket, és választását szakmai érvekkel támasztja alá.

Emeli a kidolgozás színvonalát, ha képekkel is illusztrálja a megoldást.

IRODALOMJEGYZÉK

FELHASZNÁLT IRODALOM

AJÁNLOTT IRODALOM

MUNKANYAG

A(z) 0001–06 modul 008–as szakmai tankönyvi tartalomeleme felhasználható az alábbi szakképesítésekhez:

A szakképesítés OKJ azonosító száma:	A szakképesítés megnevezése
52 341 01 0000 00 00	Autó- és motorkerékpár-kereskedő
51 213 01 0010 51 01	Eseményrögzítő
51 213 01 0010 51 02	Filmlaboráns
55 345 01 0010 55 01	Európai uniós üzleti szakügyintéző
55 345 01 0010 55 02	Kereskedelmi szakmenedzser
55 345 01 0010 55 03	Kis- és középvállalkozási menedzser
55 345 01 0010 55 04	Külgazdasági üzletkötő
55 345 01 0010 55 05	Nemzetközi szállítmányozási és logisztikai szakügyintéző
55 345 01 0010 55 06	Reklámszervező szakmenedzser
55 345 01 0010 55 07	Üzleti szakmenedzser
52 341 05 1000 00 00	Kereskedő
52 341 05 0100 52 01	Bútor- és lakástextil-kereskedő
52 341 05 0100 52 02	Élelmiszer- és vegyiáru-kereskedő
52 341 05 0100 52 03	Ruházati kereskedő
52 341 07 0000 00 00	Kultúrcikk-kereskedő
54 341 01 0000 00 00	Külkereskedelmi üzletkötő
52 725 01 0000 00 00	Látszerész és fotócikk-kereskedő
33 341 03 0010 33 01	Építőanyag-kereskedő
33 341 03 0010 33 02	Épületgépészeti anyag- és alkatrész-kereskedő
33 341 03 0010 33 03	Járműalkatrész-kereskedő
33 341 03 0010 33 04	Villamossági anyag- és alkatrész-kereskedő
51 341 01 0000 00 00	Műszakicikk-kereskedő
51 341 02 0000 00 00	Régiségkereskedő
31 341 04 0000 00 00	Vegyesiparcikk-kereskedő
31 341 04 0100 31 01	Agrokémiai és növényvédelmi kereskedő
31 341 04 0100 31 02	Gyógynövénykereskedő
31 341 04 0100 31 03	Piaci, vásári kereskedő
31 341 04 0100 31 04	Sportszer- és játékkereskedő
33 215 02 0000 00 00	Virágkötő, -berendező, virágkereskedő
33 215 02 0100 33 01	Virágdekoratőr
33 215 02 0100 33 02	Virágkereskedő
52 341 06 0001 52 01	Antikvárium kereskedő

A szakmai tankönyvi tartalomelem feldolgozásához ajánlott óraszám:

12 óra

MUNKKANYAG

A kiadvány az Új Magyarország Fejlesztési Terv
TÁMOP 2.2.1 08/1-2008-0002 „A képzés minőségének és tartalmának
fejlesztése” keretében készült.

A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap
társfinanszírozásával valósul meg.

Kiadja a Nemzeti Szakképzési és Felnőttképzési Intézet
1085 Budapest, Baross u. 52.
Telefon: (1) 210-1065, Fax: (1) 210-1063

Felelős kiadó:
Nagy László főigazgató