



Kovács Levente

A vegyiárak, kozmetikai termékek,  
norinbergi áruk, lakkok és festékek  
kihelyezése, bemutatása és értékesítése



A követelménymodul megnevezése:  
**Élelmiszerek és vegyiárak forgalmazása**

A követelménymodul száma: 0007-06 A tartalomlelem azonosító száma és célcsoportja: SzT-034-30



A VEGYIÁRUK, KOZMETIKAI TERMÉKEK, NORINBERGI  
ÁRUK, LAKKOK ÉS FESTÉKEK KIHELYEZÉSE, BEMUTATÁSA  
É S ÉRTÉKESÍTÉSE

ESETFELVETÉS - MUNKAHELYZET

Sándorné Kiss Zsuzsanna egy hipermarketbe nyújtott be pályázatot, osztályvezető helyettesi munkakör betöltésére, sikerrel. Az áruházban a vegyiáru osztályon töltte be osztályvezető helyettesi pozíciót, a hónap elejétől. Viszonylag kevés tapasztalata és rutinja van a vegyiáruk eladásával kapcsolatban, eddig egy pékségben dolgozott eladóként. Az osztályvezető a mai napon Zsuzsannára bízta, hogy szervezze meg, bonyolítsa le az újonnan beérkezett vegyiáruk árufeltöltését, a rábízott árufeltöltők segítségével. Az osztályvezető kérte, hogy tartassa be az árufeltöltőkkel az áruház által kialakított polcképre vonatkozó elképzeléseket, és elvárásokat. A polckép betartása különösen fontos szabály, hiszen a hipermarket egy üzletlánc tagja. Zsuzsanna kezébe kapta a polctükröt és tanácstalanul gondolkozik...

Ön mit tenné Zsuzsanna helyében? Hogyan kezdené meg a munkát?

MUNKAHELYZET

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

A VEGYIÁRUK, KOZMETIKAI TERMÉKEK, NORINBERGI ÁRUK, LAKKOK ÉS FESTÉKEK KIHELYEZÉSE, BEMUTATÁSA ÉS ÉRTÉKESÍTÉSE

Ön szerint hibázott az osztályvezető? Mit kellett volna tennie a probléma elkerülése érdekében?

MUNKAMINTYAG

Véleménye szerint miért van szükség egy üzletlanc tagjaként az egységes megjelenésre?

MUNKAMINTYAG

Mit gondol, adódhat probléma, ha nem a kiadott polctükör szerint történik az árufeltöltés?

MUNKAMINTYAG

Ön szerint van különbség az élelmiszerek és vegyiáruk kihelyezése, bemutatása és értékesítése között? Töltse ki táblázatot!

Szempon	Árucsoport	Élelmiszerek	Vegyárúk
Kihelyezése			
Bemutatása			
Értékesítése			

Jegyzetk a különbségekről:

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

## SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

### 1. A VEGYIÁRUK SZEREPÉRŐL<sup>1</sup>

- A vegyipar világszerte a folyamatosan fejlődő iparágak közé tartozik.
- Vegyi anyagok jelen vannak az élelmiszereinkben, a kozmetikumokban, a mosó- és egyéb tisztítószerünkben.
- A vegyi anyagok és készítmények választéka és mennyisége azonban nem csupán növekszik, hanem folyamatosan változik is. Újabbnál újabb termékek kerülnek a kereskedelmi egységek polcaira.

A következőkben áttekintjük a vegyiárúkat, a kozmetikai termékeket, a norinbergi árúkat és a lakkok és festékek főbb árucsoportjait.

Az egyes árucsoportok áruismereti jellemzői részletesen nem kerül ebben a munkafüzetben ismertetésre, mivel azt a 011. számú munkafüzet már tartalmazza.

A 011. sz. munkafüzet címe: A vegyiárúkat, kozmetikai termékek, norinbergi árúkat, lakkok és festékek minőségi átvétele és megfelelő tárolásuk.

### 2. A VEGYIÁRUK CSOPORTOSÍTÁSA, JELLEMZŐI

#### 2.1. A HÁZTARTÁSI VEGYIÁRUK ÁRURENDSZERÉNEK ÁTTEKINTÉSE

##### 1. A mosás árui

###### 1. Szappanok

- Mosó szappanok
- Pipere szappanok
- Borotva szappanok
- Kenő szappanok

###### 2. Mosószerek

- Általános mosószerek, Színes textíliához, Fekete és sötét textíliához
- Fügönymosószerek
- Áztatószer
- Klórtartalmú áztatószer

---

<sup>1</sup> Szócs Miklós: Áruismeret III. Háztartásvegyi áruismeret, KJK KERSZÖV Kiadó, Budapest, 2000.

### 3. Mosási segédanyagok

- Tisztítóhatást növelő szerek
- Vízlágyítók
- Fehérítők
- Textilöblítő szerek

## 2. Tisztítószer

### 1. Mosogatószer

- Kézi mosogatószer
- Gépi mosogatószer

### 2. Általános tisztítószer

- Semleges kémhatásúak
- Ecetes tisztítószer

### 3. Súrolószer

- Porok
- Szuszpenziók

### 4. Ablak-, üveg-, tükörtisztító

- Folyadékok
- Aeroszolok

### 5. Szőnyeg- és karpittisztító szer

- Kézi tisztító
- Gépi tisztító

### 6. Bútorápoló szer

- Paszták
- Krémek
- Emulziók

### 7. Padlóápoló szer

- Szilárd
- Paszta
- Emulzió
- Gél

### **8. Bőr-, cipő-, műbőr tisztítószer**

- Oldószeres tisztítószer
- Emulziós tisztítószer

### **9. Fémtisztító szer**

- Paszták
- Folyadékok
- Aeroszolok

### **10. Fertőtlenítő és maró hatású szer**

- Fertőtlenítő anyagok
- Vízkőoldók
- Lúgos készítmények
- Savas készítmények

## **3. Levegő illatosítók**

- 1. Levegő illatosítók**
- 2. Légfrissítők**
- 3. Levegő fertőtlenítők**

## **4. Autóápoló, -karbantartó áruk**

### **1. Karosszéria ápolószer**

- Autósamponok
- Lakk ápolószer
- Lakk balzsamok
- Polírozószer

### **2. Szélvédő- és egyéb üvegtisztító**

- Szélvédőmosók
- Párásodást gátlók
- Jégmentesítők
- Rovarszenny- és szilikon eltávolítók
- Szélvédőmosó koncentrátumok

### **3. Egyéb autós vegyi termékek**

- Gumi és műanyag ápolók
- Speciális autóápoló és korrózióvédőszer
- Kátrány eltávolítók

- Fékfolyadékok
- Hűtőfolyadékok

## 5. Szabad forgalmú irtószerek

1. Rovarirtó szerek
2. Rovarriasztó szerek
3. Rágcsálóirtó szerek

## 3. A KOZMETIKAI KÉSZÍTMÉNYEK CSOPORTOSÍTÁSA, JELLEMZŐI

### 3.1. A KOZMETIKAI ÁRUK ÁRURENDSZERÉNEK ÁTTEKINTÉSE

#### 1. Bőrrel érintkező kozmetikumok

1. Felhasználási cél szerint: arcápolók, testápolók, kézápoló, lábápolók,  
**Arcápolók**: éjszakai, nappali, lemosó, masszírozó,
2. A készítmény állaga szerint: krémek, emulziók, tejek, tonikok, zselék, olajok,  
**Krémek**: száraz krémek, félzsíros krémek, zsíros krémek,
3. Hatóanyag szerint: különleges hatásúak, vitamin tartalmúak, méhpempős készítmények, liposzómás készítmények, hidratáló krémek,  
**Különleges hatásúak**: ránctalanító, hámlasztó hatásúak,

#### 2. Illatszerek-, parfümök, toalettvizek, kölnik

1. Eredet szerint: természetes eredetűek, mesterséges eredetűek, izolált illatanyagok,
2. Felhasználók szerint: női illatok, férfi illatok,
3. Az illat jellege szerint: természetes (pl: óceán, fenyő, gyümölcs,), fantáziaillat,
4. Termékben betöltött feladatuk (szerepük) szerint: fejillat, szívillat, bázisillat,
5. Illatanyag mennyisége szerint: Parfüm, Eau de parfum (EDP), Eau de toilette (EDT), EDT fraiche, Eau de cologne, Kölnivíz, Arcszesz,

#### 3. Fürdő- és tusoló készítmények

1. Fürdősók
2. Fürdőtabletták
3. Fürdőolajok
4. Habfürdők
5. Tusfürdők



#### 4. Szőrtelenítők

#### 5. Dezodoráló, izzadsággátló termékek

1. Hatás szerint: dezodorok, izzadsággátló termékek (antiperspirant),
2. Hatóanyag-tartalom szerint: szintetikus hatóanyagot tartalmazók, természetes hatóanyagot tartalmazók,
3. Felhasználási területük szerint: testdezodorok, általános dezodorok, alkoholmentes dezodorok, intimdezodorok,
4. Megjelenési formájuk szerint: folyadékok, krémek, emulziók, stíftek, aeroszolos csomagolásúak, pumpás rendszerrel porlaszthatók, golyós –roll on– készítmények,

#### 6. Hajkezelő és hajápoló termékek

1. Hajszínezők, hajfestékek és világosítók
2. Hullámosítók, kiegyenesítők, fixálók
3. Tartós hullámhoz használandó termékek
4. Tisztítók: lotion, sampon, púder
5. Kondicionálók: lotion, krém, olaj
6. Fodrászati termékek (lotion, lakk, brillantul)

#### 7. Borotválkozó szerek

1. borotvaszappanok,
2. borotvakrémek,
3. aeroszolos borotvahabok,
4. borotválkozás utáni készítmények,
5. villanyborotválkozó szerek,
6. vérzéscsillapítók.

#### 8. Az arc és szemkörnyék sminkelő és sminkeltávolító termékei

1. szemöldökfestékek,
2. szempillafestékek és –színezők,
3. szemhéjfestékek és –színezők,
4. szemhéjtisztítók,
5. sminkeltávolítók.

#### 9. Ajakápoló és ajakdíszítő termékek

1. ajakápoló szerek: ajakírok, szőlőzsír,
2. ajakdíszítők: szájrúzsok, szájfények

## 10. Fog- és szájaló termékek

1. fogkrémek és fogzselék,
2. fogporok,
3. szájvizek,
4. műfogsortisztítók.

## 11. Körömápolók és körömdíszítők

1. körömlakkok,
2. körömlakklemosók,
3. körömbőr-eltávolítók,
4. körömerősítők,
5. körömolajok.

## 12. Napozószerk

1. Napolajok
2. Napozógélek és vizes oldatok
3. Napozóemulziók: tejek és krémek
4. Aeroszolos napozószerk
5. Napfény nélküli önbarnítók

## 13. Babaápolási készítmények

1. Babaolajok
2. Babaemulziók (babatejek)
3. Babakrémek
4. Babahintőporok
5. Babasamponok
6. Babafürdetők
7. Babanapozók és fényvédő szerk

## **4. A NORINBERGI ÁRUK CSOPORTOSÍTÁSA, JELLEMZŐI**

### **4.1. A NORINBERGI ÁRUK ÁRURENDSZERÉNEK ÁTTEKINTÉSE**

#### **1. Kozmetikai kiegészítő áruk**

- A borotválkozás eszközei
- Manikűrkészletek
- Fésűk
- Hajkefék
- Pieretáskák

#### **2. Egészségügyi áruk**

- A fogápolás eszközei
- Mosdókesztyűk szivacsok
- Tissou-papírból készült áruk
- Egészségügyi betétek, tamponok
- Eldobható pelenkák

#### **3. Háztartási áruk**

- Meszelő-, kefe-, és ecsetárúk
- Seprőárúk
- Festéshez, ragasztáshoz, kőművesmunkákhoz használati eszközök
- Vállfák, ruhaakasztók
- Ruhaszáritó csipeszek
- Háztartási tisztítókendők

A VEGYIÁRUK, KOZMETIKAI TERMÉKEK, NORINBERGI ÁRUK, LAKKOK ÉS FESTÉKEK KIHELYEZÉSE, BEMUTATÁSA ÉS ÉRTÉKESÍTÉSE



*1. ábra Norinbergi áruk az Interspar áruházban*

## **5. A LAKKOK ÉS FESTÉKEK CSOPORTOSÍTÁSA, JELLEMZŐI**

### **5.1. A LAKKOK ÉS FESTÉKEK ÁRURENDSZERÉNEK ÁTTEKINTÉSE**

A lakk- és festékipari termékek csoportosítása funkció szerint:

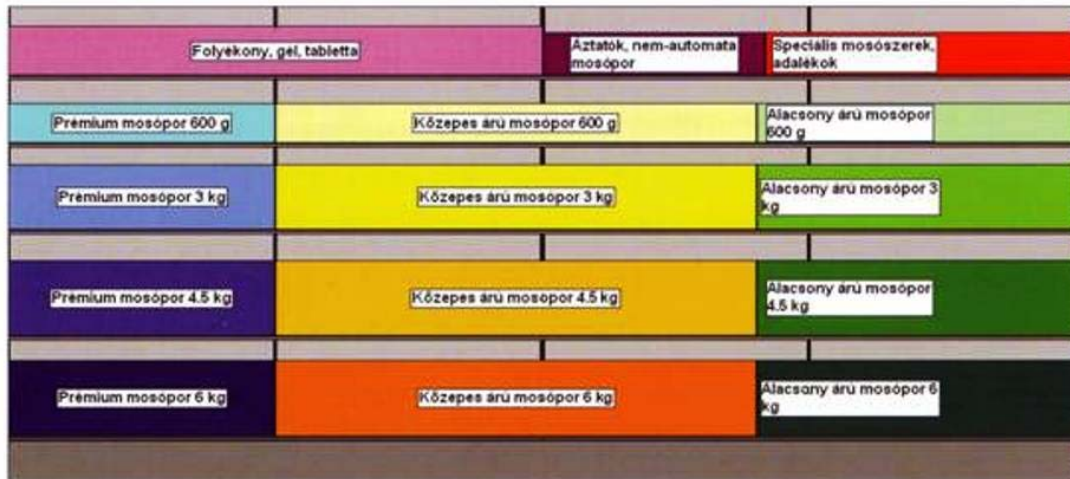
1. Felület- előkezelő, és -előkészítő anyagok
2. Alapozók
3. Fedőfestékek
4. Felülettoleráns festékek
5. Lakkok
6. Lazúrok
7. Fal- és homlokzatfestékek
8. Segédanyagok

A lakk- és festékipari termékek alkalmazás szerinti csoportosítása:

1. Alkalmazási hely: Kültéren, Beltéren, Kül- és beltéren egyaránt
2. Felület anyaga: Homlokzat, Fa, Fém (acél, könnyűfém), Fal, Műanyag (PVC, ABS, PS, PP), Homlokzat



## Mosópor polc



vásárlók haladási iránya →

2. ábra Egy festéküzletben<sup>2</sup>

## 6. A VEGYIÁRUK, KOZMETIKAI TERMÉKEK, NORINBERGI ÁRUK, LAKKOK ÉS FESTÉKEK ELADÓTÉRI BEMUTATÁSÁRA SZOLGÁLÓ BERENDEZÉSEK BEMUTATÁSA

### 6.1. Az eladótér berendezései függnnek

- az alkalmazott értékesítési módtól,
- az értékesítendő árucikk jelegétől,
- az üzlet elhelyezkedésétől, vevőköre igényeitől.

*A különböző értékesítési formáknál eltérő módon kerül kapcsolatba a vevő az áruval, az árubemutató módjai is különbözőek. Más funkciókat kell ellátniuk a berendezéseknek egy hagyományos, mint egy önkiválasztó üzletben.*

<sup>2</sup> <http://www.velenceito.info/images/cegek/kapolnasnyek/pigment/festek2.jpg>, 002.jpg,(2010.07.05.)

A berendezéseknek alkalmasnak kell lenniük az áruk biztonságos tárolására, minőségének megóvására, előnyös bemutatására. Ezért anyaguknak, méretüknek, formájuknak az áruk jellegéhez kell igazodniuk. A berendezések kialakításánál vegyük figyelembe, hogy az adott áruféleséget milyen vásárlói körnek és milyen vásárlási körülmények között kívánjuk értékesíteni. A szűk vásárlói kör igényeire épülő exkluzív üzletet másképpen kell berendezni, mint egy tömegigényre építő, nagy forgalmú boltot.<sup>3</sup>

**Kérem, mielőtt tovább haladna, ismétlje át a 0004–06 Az áruforgalom lebonyolítása modulban tanultakat az egyes értékesítési módok jellemzőiről! (hagyományos, önkiszolgáló, önkiválasztó, és a minta utáni értékesítési mód jellemzői)**

### 1. A hagyományos értékesítésű boltok berendezései

- faliállványok
- eladóasztalok vagyis pultok,
- polcok, tárolófiókok,
- üvegezett pultok – angolfiókos eladóasztalok.

### 2. Az önkiválasztó boltok berendezései

- üveges pultok, vitrinek, állványok, dobogók,
- forgóállványok, fogatható–mozgatható konzolok,
- mintafalak, árufüggesztők,
- zárható üveggel ellátott szekrények–vitrinek.

### 3. Az önkiszolgáló boltok berendezései

- faliállványok, állványok, display-ek,
- középállványok (gondolák), kiegészítő állványok,
- **Kiegészítő berendezések:**  
forgókosaras állványok, kosársorok, turkáló asztalok, kisebb állványok, körgondola.

**A kisebb terjedelmű darabárakat, például a háztartási vegyiárakat, a kozmetikumok jelentős részét állványokon helyezik el a kereskedelmi egységekben.**

**Az értékesebb, apróbb árukat például drága márkás parfümöket, zárható vitrinekben vagy pult mögötti fali állványokon helyezik el.**

<sup>3</sup> Kunvári Enikő – Rozsonics Angéla: Kereskedelmi ismeretek a modulrendszerű képzéshez, KIT Kiadó, Budapest, 2009., 110. oldal – 111. oldal

- Bármilyen üzletről is legyen szó, a berendezések alapanyagának, formájának a bolt jellegéhez, légköréhez is igazodnia kell.
- Az elárúsító helyiségről kialakított összképet ugyanis a berendezések, azok elrendezése is alakítja.

**A vegyiárukat forgalmazó üzletek berendezéseinél elsődleges szempont a nagy teherbírású polcok alkalmazása.**

- A berendezés egységességének kialakítását egy-egy boltban belül napjainkban a modul-rendszerű berendezések is segítik.
- Egy-egy bútorcsalád elemeiből tetszőleges méretű, polcbeosztású és formájú bolti berendezések alakíthatók ki.
- Alapanyaguk is változatos: lehet fém, műanyag, fa, üveg.

**Faliállványok:** csak az egyik oldala, a középállványoknak mindkét oldala alkalmas árubemutatásra. Az állványok magasságát úgy kell meghatározni, hogy a vevők a legfelsőbb polcokon lévő árukat is elérhessék.

**Középállványok:** általában alacsonyabbak, mint a faliállványok, így jobban átlátható az eladótér. A középállványok, elhelyezése történhet **sorosan** vagy **szigetszerűen**. A *soros elrendezésnél* a gondolákból az eladótér teljes hosszúságában párhuzamos, összefüggő sorokat alakítanak ki. Előnye a kedvező helykihasználás. Ennél az elrendezésnél a vevő kénytelen végighaladni az elárúsító téren akkor is, ha például csak napi cikk megvásárlásáért, kereste fel a boltot.

A *szigetszerű elrendezésnél* rövidebb gondolákat helyeznek el oly módon, hogy közöttük szabad átjárási lehetőség van. Előnye, hogy a vásárlási időt lerövidíti, barátságosabb, otthonosabb. Ugyanakkor több helyet foglalnak el a közlekedőutak, és nehezebb a vevő útját irányítani, s ezáltal bizonyos termékek vásárlására készíti őket.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Horváthné Herbáth Mária – Stágel Imréné: Alapozó kereskedelmi ismeretek és gyakorlatok, KIT Kiadó, Budapest, 2006., 88. oldal – 90. oldal





3. ábra Faliállványokon elhelyezett tisztítószer



4. ábra Faliállványokon elhelyezett norinbergi áruk



*5. ábra Faliállványokon elhelyezett norinbergi áruk*

## 7. A VEGYIÁRUK, KOZMETIKAI TERMÉKEK, NORINBERGI ÁRUK, LAKKOK ÉS FESTÉKEK KIHELYEZÉSE BEMUTATÁSA ÉS ÉRTÉKESÍTÉSE

### 7.1. Az áruk elhelyezésének alapvető szabályai az eladótérben

Az áruegység utolsó fázisa az áruk kihelyezése az eladótérbe. Ekkor több szempontot is figyelembe kell venni:

1. az áru jellegét, csomagolását,
2. az alkalmazott értékesítési módot,
3. az áru iránti keresletet,
4. a kereskedelmi egység üzletpolitikáját, célkitűzéseit,
5. munkaszervezési és vevőkényelmi szempontokat,
6. az áru minőségének védelmét.

#### 1. Az áru jellege, csomagolása

- Alapvetően meghatározza az árukihelyezés módját az áru jellege és csomagolása.
- Az előrecsomagolás nélkül árusított termékeket (például: cipő, ruha, műszaki cikkek) úgy kell elhelyezni, hogy az áru használat szempontjából fontos tulajdonságai érvényesüljenek. Látható legyen pl: a ruha szabása, stb.

**Az előrecsomagolt áruknál úgy történjen a kikapolás, hogy a csomagolás figyelemfelkeltő elemei és a rajta szereplő lényeges információk érvényesüljenek.**

**A vegyiárukat és az élelmiszereket szakosítottan helyezzük el a raktárakban és az eladótérben is.**

#### 2. Az alkalmazott értékesítési mód

**Hagyományos módú értékesítés esetén, az áruk nagy része eladópulton, fajtájuktól függően, ízlésesen elhelyezve, míg az önkiszolgáló üzletekben polcokon, gondolákon, többnyire előrecsomagolt formában vannak kihelyezve.**

- Az árusítótérben az áruegység elhelyezést lehetőleg úgy kell megszervezni, hogy a vevők kényelmesen vásárolhassanak.

#### 3. Az áru iránti kereslet

A kevésbé ismert, új termékeket célszerű több helyen is elhelyezni. Főként az eladótér kiemelkedő területein célszerű bemutatni az új árukat, hogy minél könnyebben rá tudjuk irányítani a vevő figyelmét.

A forgalom növelését érhetjük el akkor is, ha az egymást kiegészítő termékeket egymás mellett helyezzük el.

- Ha például vegyiáru üzletekben, drogériákban vagy az élelmiszerüzletek vegyiáru osztályain egymás mellett helyezzük el például a háztartási tisztítószereket és a hozzá tartozó norinbergi árukat pl: törülőkendő, partvis, szemeteslapát, stb., így felhívhatjuk a figyelmet azok megvásárlására is egyúttal.

A gyakran keresett árukat a bejáratától legtávolabb eső részre érdemes tenni, mert akkor a vásárló út közben megismerkedhet az üzlet teljes választékával.

A pénztárak közelében ún. impulz áruk kerüljenek. Vegyiáruk esetében a pénztárak közelébe kerüljenek az utazásokhoz, nyaralásokhoz gyártott "mini" kiszerelésű áruk pl: hajlakk, fogkrém, tusfürdő, stb.

#### 4. A kereskedelmi egység üzletpolitikája, célkitűzései

- Egy üzlet célja lehet például: a vegyiáruk – kozmetikai készítmények forgalmának növelése, vagy az új kozmetikumok bemutatása.
- Ebben az esetben az árukat **feltűnő helyen – az üzlet központi részén – figyelem felhívó feliratokkal ellátva** kell elhelyezni.

#### 5. Munkaszervezési és vevőkényelmi szempontok

- Érdemes a nehezen mozgatható, vagy a gyorsan fogyó árukat a raktár bejáratához közel elhelyezni.
- A nehezebb árukat az alsó polcokra tegyük, és ne helyezzük el nagy távolságra a pénztáraktól, különösen akkor, ha a bevásárlókocsik nem állnak rendelkezésre.
- A törekeny árukat (pl: fürdőszó díszüvegben) az árutároló állványok magasabb polcain helyezzük el, mert így biztonságosabb a fogásuk.
- Az áruk elhelyezésénél biztosítani kell, a könnyű hozzáférhetőséget.
- Az árukat csak olyan magasságig rakjuk fel, hogy a vevő kényelmesen elérhesse.

## A VEGYIÁRUK, KOZMETIKAI TERMÉKEK, NORINBERGI ÁRUK, LAKKOK ÉS FESTÉKEK KIHELYEZÉSE, BEMUTATÁSA ÉS ÉRTÉKESÍTÉSE

- Arccal előre nézzenek az áruk, hogy ha a vevő elveszi az elsőt, a következő is előre nézzen. Ne legyen fejjel lefelé, vagy háttal a vevőnek.
- A megbonthatatlan egységekbe, tornyokba, gúlákba, felhalmozott áru lehet tetszetős, de a leborulás veszélyére gondolva nem szívesen nyúlnak hozzá a vásárlók.<sup>5</sup>

### 6. Az áruk minőségének védelme

- Az áruk minőségének védelmét minden esetben biztosítani kell.
- Gondoskodni kell az áru jellegének megfelelő fényviszonyokról, hőmérsékletről, páratartalomról.

**A polcokon, állványokon az árukat a sérülés, leborulás veszélye nélkül, kell elhelyezni.**

- Figyelembe kell venni, hogy az áruk átvehetik egymás ízét, illatát, hőmérsékletét.

**A nem megfelelő áruszomszédságokat ki kell küszöbölni.**

### 7. Vagyonvédelmi szempontok

**A különösen nagy értékű, kisebb terjedelmű árukat elzárva, például: vitrinben kell elhelyezni, például: parfümök, márkás kozmetikai krémek, stb.**

- Az árukihelyezés során fontos szempont a vagyonvédelem.
- Értékesítési formától függetlenül, az árukat úgy kell kirakni, hogy azok jól láthatók, könnyen elérhetőek legyenek.
- A vevőknek ne kelljen az eladó segítségét kérni azért, mert nem találják valamit, vagy, mert nem érik el.
- Ugyanakkor az eladó jól láthassa, mit csinál a vevő, hova teszi az árut.
- Az állandó jelenlét, a nem feltűnő figyelés megakadályozhatja a bolti vásárlói lopásokat.
- Azokat az árukat, amiket jobban féltünk (apró, értékes) tegyük jól látható és szemmel tartható helyre. Például a pultra, a pénztárakhoz, vagy vitrinbe.

<sup>5</sup> Kunvári Enikő – Rozsonics Angéla: Kereskedelmi ismeretek a modulrendszerű képzéshez, KIT Kiadó, Budapest, 2009. 108. oldal – 109. oldal

- Ha még ez sem biztonságos, akkor válasszuk a hagyományos értékesítési formát.
- Gyakori a vagyonörök alkalmazása, de ők sem tudnak minden vevő mellett ott állni, ezért az áruk kihelyezésénél erre is gondolni kell.

## 7.2. Az áruk kihelyezésére vonatkozó alapvető szabályok

- Az árukihelyezés a boltban sok mindentől függ. Meghatározó lehet a bolt alapterülete, alakja, tagoltsága, beláthatósága, stb.
- Fontos szempont az alkalmazott értékesítési forma, hiszen ennek megfelelő bútorokra, berendezési tárgyakra lesz szükség.
- Önkiszolgáló boltban meg kell határozni a vevőáramlás útját.
- Vannak olyan alapszabályok, amiket érdemes betartani.

### **Egyetemleges szabály, hogy az eladótérben a teljes választékot be kell mutatni.**

- Az árukat úgy kell elhelyezni, hogy az a vevők számára könnyen elérhető legyen.
- A cél elsősorban a kényelmes vásárlási lehetőség megteremtése legyen.

### **Az állványok, pultok, gondolák között elegendő helyet kell hagyni, nehogy az árukat leverjék a vevők, és kár keletkezzen.**

- Nagyobb üzletekben az egyes áruk az árusítótér több helyén is bemutatathatók.
- Fontos az is, hogy az eladótér melyik részére mit helyezünk ki.
- A bejáratnál olyan termékek legyenek, melyek megvétele nem igényel különösebb válogatást, így nem okoznak torlódást.
- A bejáratától legtávolabb eső helyen a legkeresettebb cikket célszerű elhelyezni, pénztárak előtt pedig az apróbb tárgyakat, édességet, dohányárut.
- Az árukat jellegüknek, vagy a keresletnek megfelelően szükséges csoportosítani.
- A termékek bemutatásával, a berendezések elhelyezésével szabályozható a vevőáramlás, a vevőket szinte láthatatlanul vezetni lehet.
- Általában úgy helyes, a vásárlók útját kijelölni, hogy módjuk legyen választásra.

### **A kirakott árukat jól látható árjelzéssel kell ellátni.**

- Ez nem csak előírás, hanem forgalomnövelő tényező is.

### **A kirakott áruk mellett érdemes feliratokat és dekorációt alkalmazni. <sup>6</sup>**

<sup>6</sup> Kunvári Enikő – Rozsonics Angéla: Kereskedelmi ismeretek a modulrendszerű képzéshez, KIT Kiadó, Budapest, 2009. 109. oldal – 110. oldal

## 8. A BOLTI BERENDEZÉSEK VÁSÁRLÁSÖSZTÖNZŐ ELHELYEZÉSE A VEGYIÁRU, KOZMETIKAI TERMÉK, NORINBERGI ÁRU, LAKKOK ÉS FESTÉKEK ÁRUCSOPORTOKNÁL

Az üzlet belső elrendezése forgalomnövelő tényező.

A belső kialakítást meghatározó tényezők:

1. a fogyasztói szokások,
2. vásárlási szokások,
3. a vásárlási gyakoriság,
4. az árukezelés és tárolás feladatai,
5. a termékfelhasználás szempontjai,
6. a kereslethez igazodó választék kombinációi.

### 8.1. A vásárlói útvonal kialakítása

Az üzletek belső terének kialakítását, a bemutatandó áruválasztékot keresettség és származási hely specifikusan kell összeállítani. A vevőt anélkül, hogy észrevenné a "keresettebb árucsoportok" szétszórásával mozgadjuk az üzletben.

Figyelembe kell venni a vevőmozgás irányát, mert:

- Hajlamosak az eladóhelyiség határvonáit keresni, és az eladótér közepét elkerülni a vásárlók.
- A nagyobb a szokatlan, az új vonzza a vevőket, és megváltoztatja a szokott menetirányt.
- Szívesebben mozognak széles folyosókon, mint a polcok közötti szűk járatokban.
- A regáloknak úgy kell tagolniuk a bolt belső terét, hogy szélességük és magasságuk ne keltsen zsúfoltságot és a polcok felett át lehessen látni.

- A legkeresettebb árucsoportok ügyes elrendezésével irányítani lehet a vásárlókat.
- A nagyon keresett árucsoportokat úgy kell szétosztani, elrendezni, hogy az vezesse a vásárlókat az egész üzleten keresztül.
- A legfigyelemfelkeltőbb helyek kínálata szemmagasságú helyek, elválasztó gondolák, homlokrésze.
- A pénztár melletti területek mindig a legkívánatosabbak eladás szempontjából.
- A vásárlásnak meghatározott időbeli ritmusa van: gyors kezdet után lassúbb középső szakasz, majd egy gyors befejező fázis. Ez alapján a boltban vannak aktív és passzív zónák, erre a ritmusra kell befolyást gyakorolni az alapvető árucsoportok elrendezésével.<sup>7</sup>

Általánosan annak az elvnek kell érvényesülnie, hogy a jó helyeket a nagyobb bevételt hozó árucsoportok, illetve árucikkek számára kell fenntartani.

## 8.2. A vegyiárukat, kozmetikai termékeket, norinbergi árukat, lakkokat és festékeket tartalmazó polcok optimális elhelyezése az üzlethelyiségen belül

A vásárlókra jellemző mozgásiránynak megfelelően kell az üzletet berendezni. A vevők jobb felé indulnak, és a boltban keresztül az óramutató járásával ellentétesen haladnak végig. Így határozhatók meg az aktív és passzív zónák.

### Erős forgalmú helyek:

- bejáratnál szemben elhelyezett állványok, hűtők,
- felvezető terület és a vásárlók mozgásirányának jobb oldalán lévő felületek,
- a vásárlók mozgásirányába ütköző (de nem akadályozó) display-ek,
- hagyományos pult körül elhelyezett állványok, hűtők,
- sorból kilógó polcok,
- sorgondolák végei,
- pénztár körül elhelyezett állványok, hűtők.

### Gyenge forgalmú helyek:

- bejárat (ekkor a vevő még nem a vásárlásra figyel, általában kosarat vesz, körülnéz, visszaköszön az eladónak, stb.),
- vásárlók mozgásirányától balra elhelyezkedő felületek,
- sarok és félreeső helyek,
- középső folyosó,

<sup>7</sup> COOP Üzleti Kézikönyv



- gondolák közepe.<sup>8</sup>

### 8.3. Az áru elrendezés szabályai a vegyiárak, kozmetikai termékek, norinbergi árak, lakkok és festékek esetében

A polcokon az áruválasztékot úgy kell kialakítani, hogy az szélességben és mélységben is jól áttekinthető legyen. Az alapvető és kiegészítő cikkcsoportok kapcsolódjanak egymáshoz. Az aktív és passzív zónák váltakozzanak. A polcok feltöltése keltsen a bolt iránt bizalmat a vásárlóban. Ennek megfelelően az áru elrendezésének horizontális és vertikális szabályai vannak.<sup>9</sup>

#### 8.3.1. Állandó termékkihelyezési technikák

**Az áru elrendezés horizontális (vízszintes) szabályai:**

**A horizontális áruehelyezés, a termékek vízszintes kihelyezését jelenti, vagyis egymás mellett sorakoznak például a samponok.**

- Egy termék különböző nagyságú kiserelését együtt egymás mellett helyezzük el.

---

<sup>8</sup> COOP Üzleti Kézikönyv

<sup>9</sup> COOP Üzleti Kézikönyv



6. ábra Fogkrémek különböző nagyságú kiszerezése<sup>10</sup>

- Egy áru különböző fajtáit úgy helyezük el, hogy jobbra a drágábbak és nagyobbak, balra mellette az olcsóbbak és kisebbek álljanak.
- Azok az áruk, amelyek leginkább keresettek, az árucsoport középvonalában legyenek elhelyezve.
- A drága árukat tegyük az árucsoport középvonalától jobbra.
- Az olcsó árukat az árucsoport középvonalától balra helyezük el.
- A vonzó és a "kell" alapvető árucikkeket az árucsoport, vagy polc szélső zónáiban helyezük el.



7. ábra Az áruelrendezés horizontális szabályai

**Az áru elrendezés vertikális (függőleges) szabályai:**

<sup>10</sup> [http://www.shelfman.hu/gt\\_planograms/fogkrem2.jpg,006.jpg](http://www.shelfman.hu/gt_planograms/fogkrem2.jpg,006.jpg), (2010.07.05.)

**A vertikális áruelhelyezés azt jelenti, hogy a termékcsoport áruai egymás alatt függőlegesen helyezkednek el. Például: a mosóporok.**

- A különösen keresett árukat a látható zónába tegyük.
- A drága és minőségileg kiváló árut az állvány felső polcára helyezzük.
- Olcsó áruk a hajlva elérhető zónába kerüljenek.
- Minél mélyebben helyezünk egy árut, annál tömegesebben kell kínálni.
- A vonzó és "kell" árukat a hajlva elérhető zónába helyezzük.
- Minél nagyobb egy áru és minél felismerhetőbb a csomagolása, annál mélyebben helyezhető el!

A polcok különböző zónákra oszthatók a szerint, hogy a rajtuk lévő áru mennyire elérhető és látható.

E szempontok szerint megkülönböztetünk:

1. nyújtózkodási zónát 160cm felett
2. szemmagassági zónát 120–160cm között
3. kézzel elérhető zónát 80–120cm között
4. hajló zónát 80cm alatt

E felosztás szerint azok a termékek vannak a legelőnyösebb helyen, amelyek a vásárló szemmagasságában helyezkednek el.<sup>11</sup>



*8. ábra Az áruelrendezés vertikális szabályai*

<sup>11</sup> COOP Üzleti Kézikönyv

### 8.3.2. Aktív és passzív zónák a polcsoron

Az árucikkek különböző magasságba történő átcsoportosítása jelentős forgalomváltozást eredményez:

- A legnagyobb forgalom növekedés akkor következik be egy adott árucikknél, ha azt a hajló zónából a szemmagassági zónába helyezjük.
- A legnagyobb forgalom csökkenést a termékeknek a kézzel elérhető zónából a hajló zónába áthelyezésével érhetjük el.

### 8.3.3. A tervezett bevásárlási cikkek elhelyezése

Azokat a termékeket, melyek vásárlást a vevő általában már az üzletbe való belépés előtt elhatározza, kevésbé szembetűnő helyre tegyük, inkább a passzív zónákba, hogy ott ezzel lelassítsuk a vásárlás ritmusát. E termékeket a vevő mindenképpen megkeresi, mert elfognak a háztartásából.



9. ábra Árufeltöltés egy vegyiáru szaküzletben<sup>12</sup>

<sup>12</sup> [http://www.popkft.hu/images/merching\\_02.jpg,009.jpg](http://www.popkft.hu/images/merching_02.jpg,009.jpg),(2010.07.05.)

#### 8.3.4. Impulzív cikkek elhelyezése

Azokat a termékeket, melyek vásárlást a vevő általában nem tervezte előre, hanem azért veszi mert meglátta és a termék megjelenésétől a "vegyél meg", "fogyassz el" vásárlási ingert (impulzust) kapta, a bolt legértékesebb, legjobban látható helyére kell elhelyeznünk. Olyan szakaszokra, amelyek az aktív zónának számítanak, tehát a vásárlás ritmusa lassú, a vevőnek van ideje szemlélődni.

#### 8.3.5. Kiegészítő termékek elhelyezése

Azokat a termékeket, amelyek használata csak egy másik termékkel együtt eredményes, célszerű egymás mellé helyezni, mert ezzel a vásárlónak az eszébe juttatjuk, hogy mire van még szüksége. Az együtt fogyasztandó/használatos cikkek egymásra utaló impulzust adnak.

#### 8.3.6. A pénztár és környéke

A pénztárhoz érkeve a vevő befejezte a vásárlást, tulajdonképpen nem akart mást venni. A pénztárnál tehát csak kis kiszerezésű, olcsóbb és ismert termékeket célszerű kínálni és eladni.

### 8.4. A vásárló viselkedéséből eredő megállapítások

1. A gondolákon (polcsorokon) belül is vannak aktív és passzív zónák a balról–jobbra tekintés, a menetirány, a vertikális természetes testmozgás és a jobb kezű árulevétel miatt.
2. A passzív zóna csökkenthető, ha az egy termékcsoporthoz tartozó termékeket szorosan egymás mellé zárjuk, és vertikálisan egymás alá helyezzük.
3. A szemmagasságban elhelyezett termékeket előbb észreveszi a vevő, ezért célszerű a termékcsoporthoz leggyorsabban forgó terméket odahelyezni.
4. A legfelső és a legalsó polcra kevesebb figyelem jut, ezért célszerű az egy termékcsoporthoz tartozó termékeket függőleges irányba elrendezni ezzel függőleges irányba terelve a tekintetet.
5. A polc alsó részének szemmagassága lehet a gyerekeké, ide olyan termékeket célszerű helyezni, amit ők vásárolnak.
6. Különböző termékcsoporthoz tartozó, hasonló színű termékeket lehetőleg ne helyezzük egymás mellé, a vevő könnyebben vesz észre olyan árucikket, amely más színű.

7. A termékeket úgy kell a polcon elhelyezni, hogy a termékek fő homloklapja egyértelműen olvasható legyen, különböző termékek nem kerülhetnek egymás mögé.<sup>13</sup>

## 8.5. Másodlagos elhelyezési technikák

Másodlagos kihelyezés alatt azt értjük, ha a termék nem csak a megszokott helyén található az üzletben.

Másodlagos kihelyezéssel boltonként eltérő eladási növekedések érhetők el:

- Sorvégen: 180%



10. ábra Sorvégen található árukihelyezés

- Külön helyszínen: 250%



11. ábra Külön helyszínen bemutatott akciós áruk

<sup>13</sup> COOP Üzleti Kézikönyv

- Pénztárpultnál: 550%



12. ábra Pénztárzónánál elhelyezett akciós sziget

- Új egyszerű display-n: 160%

MUNKANYELV

A VEGYIÁRUK, KOZMETIKAI TERMÉKEK, NORINBERGI ÁRUK, LAKKOK ÉS FESTÉKEK KIHELYEZÉSE, BEMUTATÁSA ÉS ÉRTÉKESÍTÉSE





13. ábra Másodlagos kihelyezés vegyiárukból az Interspar áruházban

- Óriás display-n: 115–500%



14. ábra Óriás display

### Display

A display olyan különleges marketing eszköz, amely a termék és gyártója, forgalmazója image-ének kialakítását, ápolását, reklámozását a termék elő kínálatával, tényleges eladásával köti össze, tehát reklámeszköz, másfelől az eladás eszköze.



15. ábra Display

A display funkciója, hogy az adott terméket a nehezen áttekinthető árutömegből "kiemelje" és az adott üzlet egy helyén a termék sajátosságaihoz messzemenően igazodva a terméket különlegességként kínálja.

#### 8.6. Márkatermékek (sajátmárkás) kihelyezése

A márkatermékek esetében a kihelyezés különbözik a többi termékétől. Mivel ezeknek speciális szerepük van (image, jövedelmezőség javítás, forgalomnövelés). Ennek a kihelyezésben is meg kell jelennie.

**A márkatermékek elsődleges megjelenési helye elsősorban a polcokon van, az adott kategória piacvezető terméke mellett a piacvezető konkurenciával azonos termékarcval<sup>14</sup>.**

<sup>14</sup> Termékarc: azt jelenti, hogy hány darab ugyanolyan terméket helyezünk ki egymás mellé horizontálisan.



16. ábra Sajátmárkás termékek elhelyezése

### 8.7. Akciós termékek kihelyezése

Az akciós termékek kihelyezése elsődleges külön polcon, vagy gondolán történik. Emellett a termék kihelyezhető a szokott helyén is, de akciós ármegjelölővel.

Figyelembe kell venni, hogy ezek a polcok erős forgalmú helyeknek számítanak így kialakításuknak ill. elhelyezésüknek ennek megfelelően kell történnie.



17. ábra Akciós termékek kihelyezése

## 9. A POLCTÜKÖR SZEREPE ÉS JELENTŐSÉGE A VEGYIÁRUK, KOZMETIKAI TERMÉKEK, NORINBERGI ÁRUK, LAKKOK ÉS FESTÉKEK KIHELYEZÉSEKOR, ÉS BEMUTATÁSAKOR

A polctükör, a nagyobb vállalkozások boltjainál alkalmazott áru kihelyezési terv, ami a boltok arculatának egységességét segíti elő.

A vevő az ország bármelyik INTERSPAR áruházában COOP Szupermarketében vásárol, mindig ugyanazon a helyen találja meg az egyes árukat. Tehát segíti a vevőt az eligazodásban.

- A polctükör ezen túl a bolti adatfeldolgozás gépesítését is segíti.
- A rakodási tervet számítógépes programmal készítik, ami figyelembe veszi az adott alapterületet, rakodási felületet, eladásra szánt cikkek számát, méretét, stb.
- Polctükör alkalmazása esetén a programtól eltérni nem szabad, mert akkor felborul a rend.
- Gyakori, hogy ha egy termék kifogy, annak a helyét üresen hagyják, nem tesznek oda más árut.
- A polctükör jó szolgálatot tesz még a gépi megrendelések készítésekor (a rendelési lista sorrendje ugyanaz), és leltárkor.
- A gépben lévő cikklista szerint haladhatnak, és csak a mennyiségeket kell bevinni a gépbe.



18. ábra A fogrémelek lehetséges kihelyezésére vonatkozó polctükör egy üzletben<sup>15</sup>

<sup>15</sup> [www.shelfman.hu/gt\\_planograms/fogkrem2.jpg](http://www.shelfman.hu/gt_planograms/fogkrem2.jpg), 018.jpg,(2010.07.05)



19. ábra Mosóporok lehetséges kihelyezésére vonatkozó polctükör a Coop hálózat üzleteiben<sup>16</sup>

A polcbérlés, azt jelenti, hogy a szállító a boltban belül saját termékei garantált forgalmazása érdekében helyet bérel. Vagyis fizet azért, hogy áruját kitehesse.

- Ezeket a polcokat saját alkalmazottai töltik fel, rendszeresen ellenőrzik.
- Erre a helyre más árut kitenni tilos!

<sup>16</sup> Coop polcrendezési kézikönyv 2004.

- Ha az áru nagyon fogy, akkor persze a bolti dolgozók is kötelesek feltölteni.
- A termékek rendelése, az utánpótlás is a polcszervizes feladata.
- Ha a szerződés csak a polc kihelyezéséről szól, akkor az üzletlátogatók feladata az ellenőrzés és a rendelések felvétele.
- Azokban az üzletekben, ahol az egységes kép szerinti rakodás nem lehetséges az építészeti adottságok miatt (CBA, REÁL, stb.), ott is törekednek az arculat egységessé tételére. Különösen igaz ez a CBA, REÁL termékek (sajátmárkás termékek) kihelyezésére. Ezeket a cikketeket kötelező tartani, és meghatározott helyre kell kitenni!

## 10. EGY KIVÁLASZTOTT ÁRUCSOPORT LEHETSÉGES ÁRUBEMUTATÁSÁRA VONATKOZÓ SZABÁLYOK ISMERTETÉSE

Kiválasztott árucsoport: *Szabadforgalmú irtószerek*

### 1. Ebbe a kategóriába az alábbi termékek tartoznak:

#### - Rovarirtó

Féregirtó

Mászó rovarok ellen: aerosol, pumpa, csapda, por,

Növénytetvek ellen: levélre, talajra,

Repülő rovarok ellen: aerosol, pumpa, elektromos, kazetta, spirál, egyéb,

#### - Rágcsálóirtó:

Egér: csapda, irtó

Patkány: csapda, irtó

Egyéb állat

#### - Rovarriasztó testre:

Aerosol, pumpa, krém

### 2. A kategória fő jellemzői:

*Fontos a kategória a kereskedő szempontjából, hiszen a szezonban igen nagy forgalmat generál és több szegmensnek magas a profitartalma.*

### 3. Kihelyezési irányelvek:

#### **A kategória elhelyezése:**

A rovarirtó szezon áprilistól szeptember végéig tart. Mivel a légrissítő szezon októbertől áprilisig tart ezért érdemes a kategóriának felváltva helyet adni a polcon.

#### **A kapcsolódó kategóriák lehetnek:**

- Léghfrissítók
- Cipőápoló szerek

#### A polci kihelyezés:

- Általában a háztartási-vegyi áru polcon kapnak helyet a rovarirtók.
- A kategória igen speciális, mivel szezonális termék más-más kihelyezési elvet kell alkalmazni a szezonban (áprilistól-szeptemberig), illetve a szezonon kívül (szeptembertől-áprilisig).

#### A szezonra jellemző kihelyezési elvek:

- A rendelkezésre álló hely kb. felét az aerosolok tegyék ki, ezen belül a repülő rovarirtók kapják a polc felület 60%-át és a mászó rovarirtók a 30%-át, a rovarriasztók bőrre pedig a maradék 10%-ot foglalják el.
- Kiemelt helyet kell biztosítani a "rovarriasztó testre" szegmensbe tartozó termékek számára, mivel ezek igen ki méretűek, de annál nagyobb a jelentőségük és a forgalmuk.

#### Szezonon kívülre jellemző kihelyezési elvek:

- A szortimentből<sup>17</sup> vegyük ki a spirálokat, testre használatos riasztókat, és az elektromos készülékeket.
- Az aerosolokon belül a repülő- és mászó rovarirtók kihelyezési aránya fordított arányra változik.
- A repülő rovarirtók kapják a polc felület 15-30%-át és a mászó rovarirtók a maradék 65-70%-ot.
- A felszabaduló polchelyeket a léghfrissítők kihelyezésére csoportosíthatjuk át.<sup>18</sup>

#### A szegmens egymáshoz való aránya a következő a polcokon:

##### Rovarirtók

###### - Mászó rovarok ellen:

- Aerosol, pumpa: 13%
- Csapda és por: 8%

###### - Növénytetvek ellen: 9%

###### - Repülő rovarok ellen:

- Aerosol, pumpa: 20%
- Elektromos: 20%
- Kazetta, Spirál, Egyéb: 10%

Rágcsálóirtó: 10%

<sup>17</sup> Szortiment: árukészlet, áruválaszték, cikkelemek száma,

<sup>18</sup> COOP Polcrendezési Kézikönyv 2004.

Rovarriasztó testre: 10%

## TANULÁSIRÁNYÍTÓ

### 1. feladat

A kabinet foglalkozás keretében szakoktatójuk vezetésével keressenek fel egy olyan szaküzletet, mely speciálisan a vegyiárak értékesítésére szakosodott (pl: drogériák)! A látogatás során készítsenek feljegyzéseket, a táblázatnak megfelelően! A vegyiárak rendszerezése alapján válasszanak ki egy főcsoportot tetszőlegesen! Rendeljenek a főcsoportnak megfelelően az üzlet választékából átlagosan kettő darab legjellemzőbb termék példát márkanevvel ellátva!

Vegyiaru főcsoport megnevezése	Legjellemzőbb termék példa a választékból I. (1 darab)	Legjellemzőbb termék példa a választékból II. (1 darab)	Az áru bemutatására szolgáló eszköz megnevezése	A áru kihelyezésére vonatkozó összbenyomás értékelése (negatív, pozitív)



**A VEGYIÁRUK, KOZMETIKAI TERMÉKEK, NORINBERGI ÁRUK, LAKKOK ÉS FESTÉKEK KIHELYEZÉSE, BEMUTATÁSA ÉS ÉRTÉKESÍTÉSE**


**2. feladat**

**Készítse el a gyakorlati munkahely vagy a tanbolt alaprajzát! A rajzon jelölje be a vegyiáruk, kozmetikai termékek, norinbergi áruk, lakkok és festékek (ha az üzlet választékában megtalálható) helyét! Az elkészült munkákat a kabinet foglalkozások keretében értékeljék! Beszéljék meg közösen, hogy a tanulók gyakorlati munkahelyein milyen arányban találhatóak meg az élelmiszerek és a vegyiáruk az árukészleten belül! Próbálják megindokolni a lehetséges válaszokat!**



3. feladat

A kabinet foglalkozás keretében végezzék el a következő gyakorlatot! Szakoktatójuk segítségével alakítsanak kisebb csoportokat!

Feladat:

## A VEGYIÁRUK, KOZMETIKAI TERMÉKEK, NORINBERGI ÁRUK, LAKKOK ÉS FESTÉKEK KIHELYEZÉSE, BEMUTATÁSA ÉS ÉRTÉKESÍTÉSE

*Minden csoport kap egy színes vagy fehér karton ívet! Képzeljék el, hogy ez az ív egy faliállvány, mely vegyiáruk tárolására szolgál! Filctoll segítségével vonalazzák be a tanulók a kartonlapot! A vonalak közötti távolság a polcok közötti távolságot jelentse! Akciós újságokból (pl: Tesco, Cora, Interspar, stb. akciós újságai) a tanulók vágjanak ki vegyiárukat és próbálják a kivágott "képecskéket" árukat elrendezni a kartonív "polcain"! Ha a csoport tagjai megállapodtak abban, hogy az áruk elrendezése a szakmai szabályoknak megfelelő ragasszák fel azokat a kartonívre! Az így elkészült munkákat, minden csoportból egy kiválasztott tanuló mutassa be, értékelje közös munkájuk sikerességét vagy sikertelenségét! Ismertesse, hogy az áruk miért pont ott kaptak helyet ahová azok felhelyezésre kerültek! Az egyéni bemutatókat követően tartson szakoktatójuk egy összegzést, minősítést, értékelést!*

### 4. feladat

**A gyakorlati foglalkozás keretében, szakoktatójuk vezetésével keressenek fel egy festék szaküzletet! Figyeljék meg a bemutatott választékot az egyes főcsoportoknak megfelelően! Részletesen tekintsek meg az áruk kihelyezésére, bemutatására megjelenő eszközöket, módszereket! A látogatás során figyeljék meg az eladókat értékesítés közben is! Hallgassanak végig egy árubemutatót, áruajánlást! A megfigyeléseikről készítsenek feljegyzést! A látottakat a gyakorlati foglalkozás keretében értékeljék szakoktatójukkal közösen!**

Jegyzeteim a festék szaküzletben: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

### 5. feladat

**A kabinet foglalkozás keretén belül, készítsenek akciós feliratokat norinbergi árukhoz! Válasszanak ki egy tetszőleges terméket a norinbergi áruk csoportjából, és készítsenek hozzá akciót, kedvezményeket hirdető, vásárlásösztönző ártáblákat, árcédulákat!**



20. ábra



21. ábra



22. ábra

MUNY



23. ábra

## Megoldások

### 1. feladat

Az üzletlátogatás során készített feljegyzések alapján, és a megfigyeléseik felhasználásával a kitöltött táblázat.

### 2. feladat

Az elkészített gyakorlati munkahely, vagy tanbolt alaprajza, jelölve rajta élénk színnel a vegyiáruk elhelyezkedése az üzleten belül. Az elkészült munkák közös értékelése. Indoklások létrehozása.

### 3. feladat

Az elkészült kartonívekre felragasztott vegyiáruk. Esztétikus, szép küllemű, igényes feladat megoldás. Prezentáció az elkészült munkákról. Értékelés, megbeszélés.

### 4. feladat

A gyakorlati foglalkozás keretében az üzletlátogatás alkalmával készített jegyzetek, és feljegyzések.

### 5. feladat

A kabinet foglalkozás keretében elkészült akciós feliratok, ártáblák, árcédulák. Az elkészült munkák egyéni elbírása. Közösen történő értékelése.

## ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK

### 1. feladat

Sorolja fel, hogy az egyes értékesítési módokban milyen jellemző berendezési tárgyakat használnak az áruk eladótéri bemutatására!

Hagyományos értékesítési mód esetén: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Önkiszolgáló értékesítési mód esetén: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Önkiválasztó értékesítési mód esetén: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Minta utáni értékesítési mód esetén: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

### 2. feladat

Ismertesse, mit jelent a szigetszerű elrendezés!

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**3. feladat**

Az áruk eladótéri kihelyezése előtt milyen szempontokat célszerű mérlegelni? Egészítse ki a hiányzó részeket!

- .....
- .....
- az áru iránti keresletet
- .....
- munkaszervezési és vevőkényelmi szempontokat
- .....

**4. feladat**

Ismertessen 5 darab Ön által fontosnak ítélt szabályt a vegyiárak eladótéri kihelyezésére vonatkozóan!

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

**5. feladat**

Mit jelent a horizontális és vertikális árue rendezés?

Horizontális árue rendezés: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Vertikális árue rendezés: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



**6. feladat**

**Egészítse ki a display meghatározását!**

*A display olyan különleges ..... eszköz, amely a termék és gyártója, forgalmazója image-ének kialakítását, ápolását, ..... a termék elő kínálatával, tényleges eladásával köti össze, tehát ..... , másfelől az ..... eszköze.*

**7. feladat**

**Mit jelent a polcbérlet, fogalmazza meg!**

Handwriting practice area with five horizontal lines. A large, diagonal watermark reading "MUNKANYAG" is overlaid on the page.

## MEGOLDÁSOK

### 1. feladat

Hagyományos értékesítési mód esetén: faliállványok, eladóasztalok, pultok, polcok, tárolófiókok, üvegezett pultok, angolfiókos pult.

Önkiszolgáló értékesítési mód esetén: faliállványok, állványok, display-ek, középállványok, gondolák, kiegészítő állványok, kiegészítő berendezések: forgókosaras állványok, kosársorok, turkáló asztalok, kisebb állványok, körgondola.

Önkiválasztó értékesítési mód esetén: üveges pultok, vitrinek, állványok, dobogók, forgóállványok, forgatható-mozgatható konzolok, mintafalak, árufüggesztők, zárható üveggel ellátott szekrények-vitrinek.

Minta utáni értékesítési mód esetén: üveges pultok, vitrinek, állványok, dobogók, forgóállványok, forgatható-mozgatható konzolok, mintafalak, árufüggesztők, zárható üveggel ellátott szekrények-vitrinek.

### 2. feladat

A szigetszerű elrendezésnél rövidebb gondolákat helyeznek el oly módon, hogy közöttük szabad átjárási lehetőség van. Előnye, hogy a vásárlási időt lerövidíti, barátságosabb, otthonosabb. Ugyanakkor több helyet foglalnak el a közlekedőutak, és nehezebb a vevő útját irányítani, s ez által bizonyos termékek vásárlására késztetni őket.

### 3. feladat

- az áru jellegét, csomagolását
- az alkalmazott értékesítési módot
- **az áru iránti keresletet**
- a kereskedelmi egység üzletpolitikáját, célkitűzéseit
- **munkaszervezési és vevőkényelmi szempontokat**
- az áru minőségének védelmét

#### 4. feladat

Egy lehetséges megoldás:

1. Az eladótérben a teljes választékot be kell mutatni!
2. Az árukat úgy kell elhelyezni, hogy a vevők számára az áru elvétele ne jelentsen problémát, kényelmesen vehessék el az árut!
3. A kirakott árut jó látható árjelzéssel kell ellátni!
4. Az áruk mellett helyezünk el feliratokat és dekorációt is!
5. Nagyobb alapterületű üzletek esetén az árut több helyszínen is mutassuk be!

#### 5. feladat

A horizontális áruehelyezés, a termékek vízszintes kihelyezését jelenti, vagyis egymás mellett sorakoznak például a samponok.

A vertikális áruehelyezés azt jelenti, hogy a termékcsoporthoz tartozó árui egymás alatt függőlegesen helyezkednek el. például: a mosóporok.

#### 6. feladat

A display olyan különleges marketing eszköz, amely a termék és gyártója, forgalmazója image-ének kialakítását, ápolását, reklámozását a termék elő kínálatával, tényleges eladásával köti össze, tehát reklámeszköz, másfelől az eladás eszköze.

#### 7. feladat

A polcbérlés, azt jelenti, hogy a szállító a boltban belül saját termékei garantált forgalmazása érdekében helyet bérel. Vagyis fizet azért, hogy áruját kitehesse.

## IRODALOMJEGYZÉK

### FELHASZNÁLT IRODALOM

COOP Üzleti Kézikönyv

COOP Polc Kézikönyv 2004.

Szócs Miklós: Áruismeret III. Háztartásvegyi áruismeret, KJK KERSZÖV Kiadó, Budapest, 2000.

### AJÁNLOTT IRODALOM

Dr. Bartha Lászlóné – Dr. Buzás Gizella – Szabó Tamásné – Varga Lajosné: Élelmiszer és vegyiáru áruismeret III., Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó Rt., Budapest, 1995.

Dr. Buzás Gizella: Szakáruismeret Élelmiszerek és vegyiáruk, Képzőművészeti Kiadó, Budapest,

Interneten található aktuális anyagok a vegyiáruk, kozmetikai termékek, norinbergi áruk, lakkok és festékek jellemzőiről, bolti kihelyezéséről.

Szakmai folyóiratok aktuális cikkei: Progresszív magazin, Mai Piac magazin, Élelmiszer magazin, Trade Magazin, Kosár fogyasztóvédelmi magazin.

A(z) 0007–06 modul 034–es szakmai tankönyvi tartalomeleme felhasználható az alábbi szakképesítésekhez:

A szakképesítés OKJ azonosító száma:	A szakképesítés megnevezése
31 341 01 0010 31 02	Élelmiszer- és vegyiáru-eladó
52 341 05 0100 52 02	Élelmiszer- és vegyiáru-kereskedő
52 341 05 1000 00 00	Kereskedő

A szakmai tankönyvi tartalomelem feldolgozásához ajánlott óraszám:  
10 óra

MUNKANYELV

MUNKANYAG

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