

Somorjai Gáborné

A hidegkonyhai készítmének,
zsiradékok és tojás kihelyezése,
bemutatása



A követelménymodul megnevezése:
Élelmiszerek és vegyiárúk forgalmazása

A követelménymodul száma: 0007-06 A tartalomlelem azonosító száma és célcsoportja: SzT-040-30



A HIDEGKONYHAI KÉSZÍTMÉNYEK KIHELYEZÉSE ÉS BEMUTATÁSA

Az eddigi tanulmányaik során megismerkedhettek pl. az áruk csoportosításával, az áruk eladhatóságával, az áruk minőségére ható tényezőkkel, a minőség objektív és szubjektív jellemzőivel, a fogyasztói érdekvédelemmel stb. Érdemes átnézni a legfontosabb ismerveket, mielőtt a hidegkonyhai készítmények, a zsíradékok és a tojás jellemzőire, kezelésére, kihelyezésére és bemutatására rátérnénk.

ESETFELVETÉS–MUNKAHELYZET

A kereskedelmi egységek feladata, hogy a fogyasztók igényeit a lehető legszínvonalasabban elégítse ki mind választékban, mind árakban, mind a kereskedelmi kultúrát illetően. Az érdeke pedig az, hogy minél több vásárlót vonzzon az üzletbe, minél nagyobb forgalmat érjen el. Ez csak akkor biztosítható, ha a forgalomba hozott árukat úgy helyezi el az eladótérben, hogy az felkeltse a vásárlók figyelmét és vásárlásra ösztönözze őket, azzal a céllal, hogy később is visszatérjenek, és újból vásároljanak. Ahhoz, hogy ez megvalósuljon, alapos ismeretekkel kell rendelkezni az eladásra kerülő áruféleségek tulajdonságaival, az eladásukra vonatkozó szabályokkal, a rendelkezésre álló bolti berendezésekkel és végül a vevők vásárlással kapcsolatos elvárásaival, magatartásával. Mivel az étkezési kultúra kiszélesedésével a hidegkonyhai termékek egyre nagyobb szerephez jutnak, külön foglalkozni kell ezzel az árucsoporttal, különösen azért, mert jellegében lényegesen eltér más árucsoportoktól.

SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

Napjainkban és ebben a felgyorsult világunkban szinte elengedhetetlen, hogy az úton lévő embertársaink, akik megéheztek, be ne kapjanak valamit, amit rövid idő alatt el lehet fogyasztani. Nem kell ezért egy étteremben órákat várakozni, és mégis kultúráltan jól tudnak lakni egy hidegkonyhai készítményekkel ellátott üzemeységben. Ahhoz, hogy ez irányú szükségletüket kielégítsék, meg kell ismerni azokat a lehetőségeket, melyek ezt biztosítják.

Az áru bemutatásának hatása a vásárlókra:

Az árubemutatás célja:

- a vevő figyelmének felkeltése a hidegkonyhai készítményekre,
- információnyújtás,
- a vásárlási szándék felkeltése,
- az adásvédelmi folyamat gyorsítása.

Mivel az árubemutatás az üzemegységnek egyik legjelentősebb reklámtevékenysége, ennek módja jelentős hatással van a vásárlókra, melynek révén az üzemegység forgalma növekszik.



1. ábra: Hidegkonyhai pult¹

Az árubemutatásnak van:

- Személyes és
- Személytelen formája.

Az árubemutatás személyes és személytelen módja rendszerint szorosan kapcsolódik az áruhoz és az adott szolgáltatáshoz. Vannak áruk, melyek csak személyes bemutatással adhatók el, ezek az eladó által a vevő kérésére kimért áruféleségek. A hidegkonyhai készítmények is ezek közé tartoznak.

¹ <http://www.winninger.at/leistungen/produkte/>

Az árubemutatásnak személyes módja az, mikor az eladó közvetlen kapcsolatba kerül a vevővel, és szavak kíséretében mutatja be az árut a vevőnek.



2. ábra: Áru személyes bemutatása²

Személyes bemutatáskor lehetőség van több termék bemutatására és a vevő meggyőzésére is. A számára megfelelő áru kiválasztásakor szükség lehet tanácsadásra is, ez a kínált áruk alaposabb ismeretét (összetétel, ízhatás, stb.) tételezi fel. Néhány alapelv, melynek betartása javasolt:

- Csak kifogástalan árut mutassanak be,
- Az adott termék teljes választékát mutassák be a vevőnek,
- Az árakat mindig közölik a vevővel.

Az árut a vevő igényének megfelelően mutassák be.

Személytelen árubemutatásról akkor beszélnek, amikor az áru csomagolása, megjelenési formája önmagában is alkalmas arra, hogy az áru eladja önmagát. Az előrecsomagolt élelmiszerféléseknél ez a helyzet áll fenn.

² www.familiepwcarl.de



3. ábra: Személytelen árubemutatás (önkiszolgálás)³

Árubemutatás egy hagyományos boltban.

A hagyományos értékesítési formában működő boltjainkban az árubemutatás és az ajánlás az eladás döntő tényezője. Mivel a hidegkonyhai termékek eladása ebben a rendszerben történik, részletesen foglalkozni kell ezzel az értékesítési móddal. A személyes árubemutatásnál döntő a vevő és az eladó közötti kapcsolat, ami az adásvétel előfeltétele. A helyes és szakszerű árubemutatás során az eladó közreműködése révén a vevő szinte az áru valamennyi tulajdonságát megismerheti. A személyes árubemutatásnál törekedni kell arra, hogy a vevő érzékszervei közül minél többet foglalkoztassanak. A hagyományos boltban a hidegkonyhai készítményeket hűtőpultban tárolva kell bemutatni. Így az árunak, tetszetősnek és figyelemfelkeltőnek kell lennie, hogy a vevőnek kedve legyen azt megvenni.

A hagyományos értékesítésű boltok berendezései:

Ezekben az üzletekben az árut az eladótól kéri a vásárló. Az eladó bemutatja, esetenként méri és csomagolja az árut. Ezért ezeknek az üzleteknek főbb berendezési tárgyai a következők:

- faliállványok,
- eladóasztalok, vagyis pultok,
- polcok, tároló fiókok,
- üvegezett pultok

³ www.tischler-hannover.de

- az áru adagolására, kimérésére szolgáló eszközök, mérleg.



4. ábra: Áru bemutatása hagyományos boltokban⁴

Árubemutató korszerű értékesítési formák esetén:

⁴ www.rauschenbach.de

Az önkiszolgáló formában és az önkiválasztó rendszerben történő értékesítésnél az árubemutatás személyes módjának a jelentősége fokozódó mértékben csökken. A korszerű értékesítési formáknál az áru tölti be az elsődleges szerepet, az eladónak csak másodlagos szerep jut. Ezt mindig szem előtt kell tartani. Ezekben az értékesítési formákban vigyázni kell arra, hogy az eladó az alkalmas pillanatban avatkozzék be az árubemutatás folyamatába. Hagyni kell a vevőt, hogy nézelődjön, válogasson, mert ha az eladó túl korán kapcsolódik be az értékesítés folyamatába, esetleg elriasztja a vásárlót. Mindig várják ki, hogy a vásárló kérje a segítségünket. Ehhez elég a vevőnek egy segélykérő pillantása, bizonytalan mozgása, máris beavatkozhatnak, és ekkor az árura vonatkozó információt is elmondhatják. Ha a vevő bizonytalan viselkedésű, tanácstalan, akkor az eladó – bátorító, segítségnyújtó szándékkal – már az áru kiválasztása előtt kezdeményezheti az áru bemutatását.



5. ábra: Önkiszolgáló/önkiválasztó boltok berendezései

Az önkiválasztó boltok berendezései:

- üveges pultok, vitrinek,
- mintafalak, forgóállványok,
- állványok,
- zárható üveggel ellátott szekrények,

Az önkiszolgáló boltok berendezéseit a következők lehetnek:

- faliállványok,
- középállványok,
- zárható (toló-) üveggel ellátott hűtőszekrények.

Ahhoz, hogy sikeres legyen az eladásuk, nem csak a szakértelmükre van szükség, hanem meg kell ismerkedniük a vásárlás indítékaival, a vásárlói típusokkal, és a magatartás szerinti vevőtípusokkal.

A jó eladónak jó emberismerőnek kell lennie. Aki rövid idő alatt helyesen ismeri fel, hogy milyen típusú vevővel van dolga, megfelelő hangot talál, jó kapcsolatot teremt, az eladói munkáját sikeresen, hatékonyan, eredményesen tudja végezni. Ennek érdekében lényeges, hogy az alábbiakban megismerkedjenek a vevőlélektan két lényeges mozzanatával:

- mi készíti az embereket vásárlásra,
- hogyan viselkednek az emberek vásárlás közben.

A vásárlás indítékai:

Azokat a hiányokat, amelyeket az élet fenntartásához külső forrásból pótolnunk kell, szükségletnek nevezzük. Az emberi szükségletnek alapja az emberi személyiség külvilágra utaltsága. Szükségletként természetesen nemcsak tárgyi eszközök vagy dolgok jelentkeznek, hanem társadalmi létünk is állandó szükségleteket teremt. Nemcsak ennivalóra, ivóvízre, ruhára, lakásra van szükségünk, hanem érzelmekre, eszmékre, élményekre, könyvekre, örömet okozó munkatevékenységre, baráti kapcsolatokra és még sok másra. Életünkben igen nagy szerepe van a szükségletnek, amelyek igények formájában jelentkeznek. A vásárlási szándék létrejöttének alapja a szükséglet. A szükséglet, pl. éhség megjelenése után a vásárló eldönti, hogy valamilyen élelmiszert fog vásárolni, és ezzel kialakul az igény. Ha azt is tudja, milyen élelmiszert akar vásárolni, akkor megjelenik a kereslet. Ha pedig rendelkezik elegendő eszközzel (pénzzel), hogy azt megfizesse, akkor fizetőképes keresletről beszélünk. A kereskedelem feladata ezek kielégítése a megfelelő helyen, megfelelő időben nyújtott megfelelő választékkal. A vásárlás tárgya általában tényleges, reális szükségletet elégít ki, ezért alapvetően a következő tényezők befolyásolják a vásárlási szándékot:

- a vevő lehetőségei (a család nagysága, jövedelme, a háztartási szokásai)
- az árukínálat
- az árak.

Az eladói munka szempontjából nagyon lényeges annak a felismerése, hogy a vásárlás indítéka értelmi vagy érzelmi jellegű-e. A vevővel történő foglalkozást nagyon megkönnyíti ennek a felismerése, mert segítséget nyújt az áruajánlásban, az érvelésben.

A gyakorlatban az értelmi és érzelmi indítékok nem válnak el mereven egymástól, hanem összefonódva, egymást erősítve készítetik vásárlásra az embereket. A vásárlási szándék már a boltba lépés előtt kialakul. Az azonban, hogy tényleges vásárlás követi-e a szándékot vagy sem, nagymértékben függ az eladói tevékenységtől. Természetesen függ az árukínálattól is, de ha az eladó felismeri, hogy mi motiválja a vásárlást, befolyásolni tudja a vevőt. A legtöbb árucikk azonos a különböző boltokban, így a vevő bárhol akarja megvásárolni, ugyanazt kapja. Ha viszont nem egy bizonyos áruhoz ragaszkodik, az eladó ajánlására másfélével is lehet pótolni a hiányzó cikket. Ennek a jelentősége akkor nő meg, amikor olyan árucikk eladására kerül sor, amely a különböző eladóhelyeken különböző minőségű, összetételű, ízű és külsejű lehet, mint amilyenek pl. a hidegkonyhai készítmények.

Az emberek viselkedése vásárlás közben:

A vásárlási magatartás fontos mozzanata a vásárlási készségnek a tárgyra irányulása. A vásárlás lebonyolítása előtt és alatt a vevőben megvannak a reális elképzelések az árucikk minőségét, a választékot, az árat, a kivitelezési formát illetően. Kérdés, hogy a vevő saját elképzeléseit és a kereskedelmi lehetőségeket mennyire tekinti olyan tényezőnek, amelyekhez igazodnia kell. E téren igen nagy eltérések vannak az egyes vásárlók között, hiszen minden ember önálló személyiség, nincs két teljesen egyforma ember, de a vásárlási magatartásuk, hozzáállásuk, elvárásaik terén sok azonos vonás van, ami alapján típuscsoportokba sorolhatók. A vásárlókkal való foglalkozás, kapcsolatteremtés szempontjából igen nagy jelentősége van a vásárlói típusok megismerésének, épp ezért az emberekkel kapcsolatos munkakörökben dolgozóknak jó emberismerettel kell rendelkezniük, hogy megfelelő módon tudjanak bánni "pácienseikkel".



6. ábra: Vevő és eladó kapcsolata

1. A határozott és határozatlan vevőtípus:

A vevőben a vásárlásra irányuló cselekvés annál tökéletesebb, minél átfogóbban és kritikusabban átgondolta a vásárlási lehetőségeket, továbbá minél erősebb és kifejezettebb vásárlási szüksége.

A határozott állásfoglalású vevőtípust nagyfokú vásárlási tudatosság jellemzi, ami szándékainak nagyfokú kiforrottságát jelenti. Ezt a vevőtípust elsősorban kívánsága világos előadásából lehet felismerni. Ha önkiszolgáló rendszerű boltban vásárol, akkor szinte kapcsolatlétesítés nélkül, rövid keresgélés után választja ki az árut. Külső jellemzői közül elsősorban a célratoró viselkedésmód említhető, melynek alapja a vásárolni kívánt áruk és az értékesítés helyének alapos ismerete.

A határozatlan állásfoglalású vevőnél a vásárlási tudatosság foka gyenge. E típusnak a vásárlási szándéka ugyan erős, de a vásárlási döntésében bizonytalan. Ennek több oka is lehet, pl. az áru tulajdonságainak hiányos ismerete, tájékozatlanság az árakról, a vásárlás tárgyára vonatkozó elképzelése még nem alakult ki, stb. Valami felkeltette az érdeklődését, de nem tudja pontosan körülírni, kívánsága előadásában bizonytalan. Az eladótól elsősorban tájékoztatást, bátorítást, segítő magatartást igényel. Vásárlási szándékát néhány árucikk bemutatásával határozottá kell tenni. E típusnál is a tartalmi tulajdonságok kiemelésére kell törekedniük, de sok árucikknél (elsősorban a divatcikkekénél, de ide tartoznak a hidegkonyhai készítmények is) az áru megjelenése, kinézete is fontos. A megfelelően tált hidegkonyhai készítmények látványa önmagában is éhségérzetet kelthetnek. Általában minden vevőtípussal szemben "diszkrét" beavatkozás szükséges a vásárlás eredményessége érdekében. Ez a határozatlan vevőnél különösen fontos. A diszkrét beavatkozás során lehetőség nyílik arra is, hogy a vevőt – önérzetén keresztül – nagyobb vásárlásra bírjuk.

Velük szemben az eladó helyes magatartása a következő:

- önkiszolgáló boltban ne zavarja a vevőt a nézelődésben, mert többnyire az általa kiválasztott árut keresi,
- ne süssesse, mert az eladó korai beavatkozásának visszahúzódnás, vásárlás nélküli távozás lehet a következménye,
- csak akkor keresse a kapcsolatot a vevővel, ha a vevő azt jelzi, például kéréssel, kérdéssel fordul hozzá.

A vevő nehézkes, esetleg rossz kifejezőkészségéből nem szabad határozatlanságra következtetni. Nem a pontos, szakszerű kifejezésmód a határozottság kritériuma, hanem a vevő igényének tartalmi világossága.

2. A hajthatatlan és a befolyásolható vevőtípus:

A boltban a vevők vásárlási határozottsága a vevő–eladó személyes viszonyától és a bolti környezettől függ. A vevő és az eladó közötti kapcsolatot – az eladók rátermettségén, alkalmasságán túl – jelentősen befolyásolja a bolti környezet, az áru, az ár, a kirakat és az árubemutató.

A **hajthatatlan** vevőtípus magatartását a merevség jellemzi. Néha agresszív magatartást tanúsít, szélsőséges vitába kezd, alig reagál az eladó udvarias magatartására, amit egyébként is személyének kijáró kötelességnek tart. Külső megjelenésében csaknem mindig komor vagy komoly. Arc kifejezésében, mozdulataiban gyakran elutasító. Az eladótól nemcsak rugalmas, hanem szándékával azonosuló magatartást vár. Csak indirekt úton, az árucikkek tárgyi tulajdonságainak bemutatásával lehet befolyásolni. Tartózkodni kell az ellentmondásoktól, tévedéseinek cáfolatától. A vásárlás alatt tartózkodni kell a bőbeszédűségtől, a viccelődő magatartástól. A tapasztalatok azt mutatják, hogy erején felül is képes költekezni, hogy vélt igazságát vagy hozzáértését bizonyítsa.

A **befolyásolható** magatartású vevőtípus akár tanácsot, akár felvilágosítást kér, minden esetben az eladóra támaszkodik. Sok esetben érzelmi szálak fűzik a bolthoz és az eladókhoz. Ők adják az egyes boltok állandó vevőkörét. A befolyásolhatóságot könnyű felismerni, ha figyelnek a vevőre. Az ilyen vevő keresi az eladóval a kapcsolatot. Az eladótól figyelmességet, kedvességet vár. Vigyázni kell azonban, hogy az eladó ne hagy bizalmaskodjon, mert a befolyásolható vevő könnyen agresszívvé válhat. Legjobb, ha a döntést a szájába adják ("akkor ugye ezt választotta").

3. A válogatós és a belenyugvó vevőtípus:

A **válogatós** vevő fő jellemzője az egyéni igényeinek érvényesítésére való törekvés. Szeret vásárolni, szereti a szépet és a vásárlást olyan feladatnak tekinti, amit sikeresen kell megoldania. A válogatás számára öröm, kitartóan, türelmesen keresi a számára legmegfelelőbb árut. Felismerése nem okoz gondot, mert ráérősen válogat, keresgél. Az eladó feladata ebben az esetben nem nehéz. Az ilyen vevőt hagyni kell szabadon válogatni, keresgélni, nézelődni. Szintén állandó vevője maradhat az üzletnek. Bár e típusra jellemző az, hogy az árut egyedül keresgéli, de a döntési problémájával gyakran felkeresi az eladót, akivel hamar érzelmi kapcsolatot teremt, bőbeszédűvé válik. Nagyon kell vigyázni a kérdéseire adott válaszokkal, engedjük inkább beszélni, és keveset válaszoljunk.

A **belenyugvó** vevőnek erős a valóságtisztelete, ezért igényei és lehetőségei között hajlandó kompromisszumot kötni. Vásárlás esetén a kompromisszumos megegyezés után is örömet érez, de kényszerű belenyugvása miatt később elégedetlenkedhet. Felismerése nem nehéz, mert mindenbe könnyen beletörődik. Az eladó feladata nem könnyű. Mint a befolyásolható vevőnél, itt is a legjobb, ha a döntést a szájába adják. A vevő korábbi sérelmeit kedvességgel, válogatásra biztatással kell feloldani.

Különböző nemű és életkorú vevőtípusok és az eladói munka

Ez a módszertani leírás a vásárlói nemekkel és korosztályokkal foglalkozik, ahol példákön keresztül megismerhetik és segítséget nyújthatnak abban, hogyan foglalkozzanak a női, a férfi, idősebb és a gyerekfogyasztókkal valamint a külföldi vevőkkel munkájuk során.

Korábban már volt szó arról, hogy az emberek olyan egyéni vonásokkal és lélektani sajátosságokkal rendelkeznek, amelyek egyrészt egyéniségükből fakadnak, másrészt megkülönböztetik őket a többi embertől. Ezek a sajátosságok és eltérések indokolják, hogy minden emberrel a saját "hullámhosszán", nyelvén keressék a kapcsolatot. A kereskedelmi dolgozók számára e kapcsolat megteremtéséhez és megtartásához számos lehetőség kínálkozik, amelynek célja a forgalom növekedése. Mivel az eladásra kerülő hidegkonyhai termékek sokfélék és minden üzletben mások, ezért célszerű megteremteni az összhangot a vevők egyéni igényei és az egyedi termékválaszték között. Így megteremthetnek egy jelentős törzsvevő-kört. Eddig megismerkedtek a különböző magatartású vevőtípusokkal, és a velük való célszerű kapcsolatteremtési módokkal, most pedig konkrét foglalkozási módszereket ismerhetnek meg.

A férfivásárlók:

A férfiak pszichológiai tulajdonságaik következtében jellegzetes magatartást tanúsítanak. Vásárlási magatartásukat általában konzervatív szemlélet jellemzi. A családokban élő férfiaknál úgy alakul, hogy a család megbízásából előre meghatározott, konkrét élelmiszereket vásárolnak. Ebből következik, hogy az említett termékeket értékesítő boltokban, üzletekben a férfiak többnyire határozott vásárlóként jelenik meg, s egyben ez az oka annak, hogy férfiak 60%-a elégedetlen az áruválasztékkal. Például: nem kapták meg az üzletben azt az árucikket, amelynek a beszerzésével a család megbízta őket, és az eladó nem ajánlott mást a keresett árucikk helyett. A férfivásárlók szinte minden szakmában, de különösen a divatáru, az élelmiszer, a játék-ajándék stb. árucikkeknél elvárják a tanácsadást. Többnyire nem meggyőződésből hozzák vásárlási döntéseiket, hanem a vétel gyors lebonyolítása érdekében. Nem szeretik feltartani az eladókat és nem szeretnek kicsinyesnek látszani. A férfi vevők vásárlási igényeinek kielégítése egyrészt nagy türelmet, másrészt etikai szempontból kifogástalan eladói magatartást kíván.

A női vásárlók:

A nők fejlett érzékelési adottságaik, képességeik következtében vásárlásaik alkalmával igen kritikus vevők, és mint eladók is jól megállják a helyüket. Kedvező adottságaikkal együtt a női vásárlóknál gyakran jelentkezik bizonyos érzelmi labilitás a megvásárolni kívánt árucikkkel kapcsolatban. A női vásárlókra jobban hatnak a színek, a tetszetős csomagolások, tehát a látványos bemutatási módok. Az adás-vétel folyamatában a női vásárlóknál a következő jellemzők figyelhetők meg:

- a gyakori vásárlások révén általában kielégítő áruismeret,
- vásárlásaik során általában a számukra legelőnyösebb vételre törekednek, erőteljesen válogatnak,
- többnyire igen fejlett esztétikai érzéssel rendelkeznek,
- a vásárlás, mint szituáció számunkra örömszerzési lehetőség,
- gyakran kifogásolják a termékek hibáit, gyakran cserélnek árucikkeket,
- hajlamosak az impulzus-vásárlásokra (meglátni és megszeretni valamit náluk egy pillanat műve).

Megfelelő eladói magatartás alapján a boltok, üzletek állandó vevőköre a női vásárlókból tevődik össze.

Az idősebb vásárlók

Milyen jelentősebb változások figyelhetők meg az idősebb életkorú vevőknél?

Elsősorban érzékszerveik funkcióinak gyengülése. Különösen hallásuk csökkenéséről, valamint beszédük lelassulásáról kell tudni. Ebből következik, hogy más bemutatási, áruajánlási módszert és lassúbb, de átfogóbb, figyelmesebb eladói magatartást kívánnak, mint akár a fiatalabb, akár a közép-korosztályba tartozók. Gyakori, hogy az idős vevő múltbeli tapasztalataira emlékezve, az új árucikkkel szemben passzív marad. Ebből következik, hogy nem célszerű, sőt nem is kívánatos az idősebb vevőket rábeszélni egy új, általuk nem ismert termék megvásárlására. Lehet, hogy az eladó hatására megvásárolják az új terméket, de kétséges, hogy ugyanabba az üzletbe visszatérnek-e vásárolni.

A külföldi vásárlók

Az idegenforgalom növekedésével egyre többször találkozhatnak külföldi vásárlókkal. A velük való foglalkozás lélektani és erkölcsi kötelességük. A külföldi vásárlók viselkedése nagyon különböző lehet. Vannak, akik már többször jártak hazánkban, jobban ismerik a körülményeket, az árukat, és jól eligazodnak az üzletekben. Előszeretettel keresik fel azokat a bevásárlóközpontokat, melyeket otthonról is ismernek, mivel ezek elrendezése, választéka nagyjából azonos az otthon ismerttel. Sok millió külföldi turista vagy üdülő vendég keresi fel az üzleteinket és velük udvariasan, segítőkészen és előzékenyen kell viselkedniük. Ennek első fele a nyelvtudás. A kereskedelmi dolgozók szinte mindegyike az általános iskolai tanulmányaiktól a középiskoláig tanul nyelveket. A kereskedelmi munkában már a mindennapokhoz tartozik az idegen nyelv ismeretének szükségessége. A másik fontos tényező, hogy nem szabad visszaélni azzal, hogy a külföldi vásárló nem ismeri az árainkat. A mérj és számolj pontosan a külföldi vásárlónak is kijáró szolgáltatás.

TANULÁSIRÁNYÍTÓ

Próbálja megfogalmazni, miért van a bolt berendezésének pszichés hatása a vásárlókra?

Fényképezzenek vagy rajzoljanak le olyan kirakatokat, amelyek különösen megnyerték a tetszésüket! Indokolják meg, hogy miért!

Figyelje meg a vevőket és a vásárlási szokásaikat! Írja le, milyen különbségeket lát!

Minden vevővel egyformán kell bánni? Ön tudja, hogy hogyan kell bánni egy női, férfi, gyermek és külföldi vásárlóval? Írja le!

A munkahelyén nézze meg és jegyezze fel, hogy milyen lehetőségei vannak az árubemutatásnak a hidegkonyhai készítményeknél!

Gyakorlata során figyelje meg a különböző nemű és életkorú vevőtípusokat és készítsen feljegyzést róluk.

1.Férfi vásárló: _____

2.Női vásárló: _____

3.Gyermek vásárló: _____

4.Külföldi vásárló: _____

ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK

1. feladat: Sorolja fel az árubemutatás céljait és formáit!

Céljai: _____

Formái: _____

2. feladat: Melyek a vásárlás indítékai? Sorolja fel ezeket!

3. feladat: Hogyan viselkednek az emberek vásárlás közben? Sorolja fel vevőtípusokat és jellemezze a határozott és határozatlan vevőtípust!

A határozott vevőtípus: _____

Határozatlan vevőtípus:

MEGOLDÁSOK

1. feladat:

- A vevő figyelmének felkeltése a hidegkonyhai készítményekre és információnyújtás,
- A vásárlási szándék felkeltése,
- Az adásvédelmi folyamat gyorsítása.

Az árubemutatásnak van: Személyes és Személytelen formája

Az árubemutatásnak személyes módja az, mikor az eladó mutatja be az árut a vevőnek.

Személytelen árubemutatásról akkor beszélünk, amikor az áru csomagolása, megjelenési formája önmagában is alkalmas arra, hogy az áru eladja önmagát.

2. feladat:

A vevő igényei, lehetőségei, az árukínálat és az árak.

3. feladat: Vevőtípusok, és a határozott és a határozatlan vevőtípus:

Határozott és határozatlan, hajthatatlan és befolyásolható, válogatás és belenyugvó típus.

A határozott állásfoglalású vevőtípust nagyfokú vásárlási tudatosság jellemzi, ami szándékainak nagyfokú kiforrottságát jelenti. Ezt a vevőtípust elsősorban kívánsága világos előadásából lehet felismerni, ha önkiszolgáló rendszerű boltban vásárol, akkor szinte kapcsolatlétesítés nélkül, rövid keresgélés után választja ki az árut. Külső jellemzői közül elsősorban a célratörő viselkedésmód említhető.

A határozatlan vevővel szemben az eladó helyes magatartása a következő:

- önkiszolgáló boltban ne zavarja a vevőt a nézelődésben, mert többnyire az általa kiválasztott árut keresi,
- ne süssen, mert az eladó korai beavatkozásának visszahúzódnás, vásárlás nélküli távozás lehet a következménye.

AZ ÁRU KIHELYEZÉSE

A bolton belüli árubemutatás személytelen módja főleg a korszerű értékesítési formák esetén alkalmazható. Az árukihelyezésnek több formája van, ezeket fogjuk megvizsgálni.

ESETVELVETÉS–MUNKAHELYZET

A gyakorlat során sokféle üzemegységgel fog találkozni. Mindig nyitott szemmel kell járni és kritikusan vizsgálódni, hátha ön is vállalkozó szellemű és összefutunk egy kisboltban. Milyennek szeretné látni saját üzemegységét a gyakorlati munka és a vásárlásai során szerzett tapasztalatok alapján?

SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

Az árubemutatást általában két lépcsőben történik:

1. az árucikkcsoportok bolton belüli elhelyezésére **áru-elhelyezési** tervet, majd
2. az áruknak a bemutatóállványokon, illetve a polcokon való meghatározott elrendezésére a választékem mélységéig bontott **árukirakási** tervet készítenek.



7. ábra: Áru-elhelyezési megoldások⁵

Az áru-elhelyezési terv készítése során elsősorban a bolt vevőkörének megfelelő áruválasztékot kell meghatározni. A tervezés következő fázisában az árukat csoportosítják. Az áruehelyezésénél több szempontot is figyelembe kell venni:

- az áru jellegét, csomagolását,
- az alkalmazott értékesítési módot,
- az áru iránti keresletet,
- az áru minőségének védelmét.

⁵ www.tischler-hannover.de

Az elhelyezési terv feltételezi a bolt eladóterének értékesítési szempontból való felosztását, osztályozását. Az elárúsító-helységnek az értékesítés szempontjából vannak jobb és rosszabb helyei. Az eddigi kísérletek eredményei azt bizonyítják, hogy az önkiszolgáló és az önkiválasztó boltokban az árukiállító helyek értéke a vásárlók mozgásának, áramlásának iránya szerint jobbról balra fokozatosan csökken, mivel a vásárlók többsége a "jobbra tartás" elvet követi. Ennek következtében a jobboldali árukiállító helyek a legértékesebbek a vásárló figyelmére szempontjából. Általában azonban az a szabály érvényesül, hogy a boltban azok a legértékesebb bemutatóhelyek, ahol a legnagyobb a vevőáramlás, de nincs torlódás. A tervezés következő lépésében az egyes cikkcsoportokat az értékesítés fontossága, a rendelkezésre álló kirakodási felület és az áruk forgási sebességének figyelembevételével rendelik hozzá a különböző értékű bemutatóhelyekhez. Minden áruból legalább egymásfélnapi készletet helyezzenek el az állványokon (kivétel a gyorsan romló áru, és ez a hidegkonyhai készítményekre is érvényes). Ez azt eredményezi, hogy:

- az árue rendezés könnyű és áttekinthető,
- az áruk hozzáférhetősége biztosított,
- az áruk szükséglet-kielégítés szempontjából megfelelően kapcsolódnak egymáshoz,
- ügyelni kell arra, hogy az egymás mellett levő cikkek színhatása is kedvező legyen,
- az áru elhelyezésével el kell érni, hogy az árukészletet a lehető legkisebb fáradsággal pótolni lehessen, másrészt, hogy a vásárló az egész boltot végigmenjen.

Tudniuk kell azt is, hogy a megfelelően kiállított áruk megállítják a vevőt, és ilyenkor nemcsak ezek után érdeklődik, hanem a körülötte elhelyezett többi áru után is. Az árukirakásnál mindig tartsák szem előtt, hogy a bolt nem raktár. Már az árukirakásnál is igyekezni kell a boltba belépő vevőben olyan benyomást kelteni, hogy ott minden az ő érdekében történik, az árut gondosan kezelik és a bolt árukínálata a legkorszerűbb igényeknek is megfelel. Az áruval zsúfolt bolt elriasztja a vevőt, mert nem látja a cikkeket, amiket keres, s nem érzi otthonosan magát. Általános alapelv, hogy a jó árukihelyezéssel a sietős vevők részére gyors bevásárlást, a ráérős vevőknek pedig nyugodt szemlélődést biztosítson. Az áru minőségének védelmét minden esetben biztosítani kell. Gondoskodni kell az áru jellegének megfelelő fényviszonyokról, a hőmérsékletről. A hűtést igénylő termékeket mindig hűtőben tárolják. Ez ugyan megnehezíti az áruk bemutatását, de épp a hidegkonyhai termékeknél nagyon fontos a jó tállalás, és erre ma már megfelelő hűtőpultok állnak rendelkezésre. A polcokon, állványokon az árukat a sérüléstől meg kell óvni, a leborulás veszélye nélkül kell elhelyezni. A nem megfelelő áruszomszédságot ki kell küszöbölni (mint ismeretes, pl. vegyszerek, mosószerek és élelmiszerek nem lehetnek egymás mellett).

Az áru kihelyezésére vonatkozó szabályok

Lényeges szabály, hogy az eladótérben mindig a teljes választékot be kell mutatni. Az árukat úgy helyezték el, hogy azok a vevő számára könnyen hozzáférhetőek legyenek. A cél mindig a jó bemutatás és a kényelmes vásárlás lehetősége. Az állványok, hűtőpultok, gondolák között elegendő hely legyen, nehogy a vásárló leverjen valamit és kár keletkezzen. Ettől félve a vásárlók eleve nem szívesen mozognak szűk helyeken.

Az áruk eladótéri elhelyezésére szolgáló berendezések

Az eladótér berendezései mindig függnek

- az értékesített árucikktól,
- az értékesítési módtól,
- az üzlet elhelyezkedésétől, belső kialakításától,
- a vevők igényeitől.

A berendezéseknek alkalmasnak kell lenniük az áruk biztonságos tárolására, minőségének megóvására és előnyös bemutatására. Ezért anyaguknak, méretüknek, formájuknak igazodniuk kell az áru jellegéhez, külső megjelenésükben pedig a vevőkörhöz.



8. ábra: Hidegkonyhai készítmények elhelyezése⁶

⁶ http://www.kampen-rentanevent.com/shop/index.php?o_id=72

TANULÁSIRÁNYÍTÓ

Gyakorlatán vizsgálja meg és jegyezze fel a hidegkonyhai készítményeket, melyek azok, hogyan csoportosítják, és hogyan készítik el azokat! Készítsen róluk feljegyzést!

MUNKANYAG

ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK

1. feladat: Az árubemutatást általában hány lépcsőben tervezik?

2. feladat: Melyek az áru kihelyezésére vonatkozó szabályok?

3. feladat: Melyek az áruk eladótéri elhelyezésére szolgáló berendezések?

MEGOLDÁSOK

1. feladat: Az árubemutatást általában két lépcsőben tervezik:

1. az árucikkcsoportok bolton belüli elhelyezésére **áru-elhelyezési** tervet, majd
2. az áruknak a bemutatóállványokon, illetve a polcokon való meghatározott elrendezésére a választékelem mélységéig bontott **árukirakási** tervet készítenek. Az áru-elhelyezési terv készítése során elsősorban a bolt vevőkörének megfelelő áruválasztékot kell meghatározni. A tervezés következő fázisában az árukat csoportosítják.

2. feladat: Az árukihelyezésre vonatkozó szabályok:

Lényeges szabály, hogy az eladótérben mindig a teljes választékot be kell mutatni. Az árukat úgy helyezzük el, hogy azok a vevő számára könnyen hozzáférhetőek legyenek. A cél mindig a kényelmes vásárlás lehetősége. Az állványok, hűtőpultok, gondolák között elegendő hely legyen a vásárló szabad mozgásához, nehogy valamit leverjem és kár keletkezzen.

3. feladat: Az áruk eladótéri elhelyezésére szolgáló berendezések:

Az eladótér berendezései mindig függnék

- Az értékesített árucikktól,
- Az értékesítési módtól,
- Az üzlet elhelyezkedésétől, belső kialakításától,
- A vevők igényeitől.

A berendezéseknek alkalmasnak kell az áruk biztonságos tárolására, minőségének megóvására és előnyös bemutatására. Ezért anyaguknak, méretüknek, formájuknak igazodniuk kell az áru jellegéhez, külső megjelenésükben pedig a vevőkörhöz.

HIDEGKONYHAI KÉSZÍTMÉNYEK

A hidegkonyhai készítmények napjainkban nagyon elterjedtek, változatos alap- és járulékos anyagokból készülnek. Alapanyagaik lehetnek: húсок, halak, vaj, tojás, húsipari készítmények, húskonzervek, halkonzervek, savanyúságok, főzelékek, zöldség- és gyümölcsfélék, étolaj stb. Járulékos anyagaik a következők lehetnek: zamatosító, és színezőanyagok, valamint díszítő, védőbevonásra és állományjavításra használt zselatin. Régebben csak a hagyományos magyaros fűszereket használták (só, bors, paprika, fokhagyma), mostanában inkább a mustárt, a curryt használják, majd a gyömbér, sáfrány, szerecsendió stb. is felhasználásra kerül. Az élelmezésben a jelentőségük igen nagy: változatosabbá teszik az étrendet, lehetővé teszik a gyors fogyasztást. A vendéglátóiparban a falatozók, a büfék, bisztrók áruválasztékának nagy részét hidegkonyhai készítmények teszik ki.

ESETFELVETÉS–MUNKAHELYZET

Feltehető a kérdés, hogy mit nevezünk élelemnek! Azokat az anyagokat, amelyeket táplálkozás céljából fogyasztunk. Az élelmiszereket eredetük szerint, összetételük és feldolgozás szerint csoportosíthatjuk. Az élelmiszerek nagy részét a szervezet közvetlenül nem tudja hasznosítani. Előbb olyan anyagokká (vegyületekké) kell lebontania, amelyek az anyagcsere lebonyolításában már részt vesznek. Ezeket az anyagokat nevezzük tápanyagoknak. A szervezetünk a magunkhoz vett ételmezt táplálékká alakítja, olyan anyaggá, mely tartalmazza a tápanyagokat. Így a szervezet a tápanyagokból már könnyen termel energiát vagy alakítja át olyan anyaggá, melyek beépülnek a szövetekbe, és pótolják az elhasználódott sejteket vagy azok összetevőit.

A tápanyagoknak három nagy csoportját ismerjük. Ezek a következők:

- Alapanyagok
- Védőtápanyagok
- Kiegészítő tápanyagok.

Mindhárom csoport elemei megtalálhatók a hidegkonyhai készítményekben.

SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

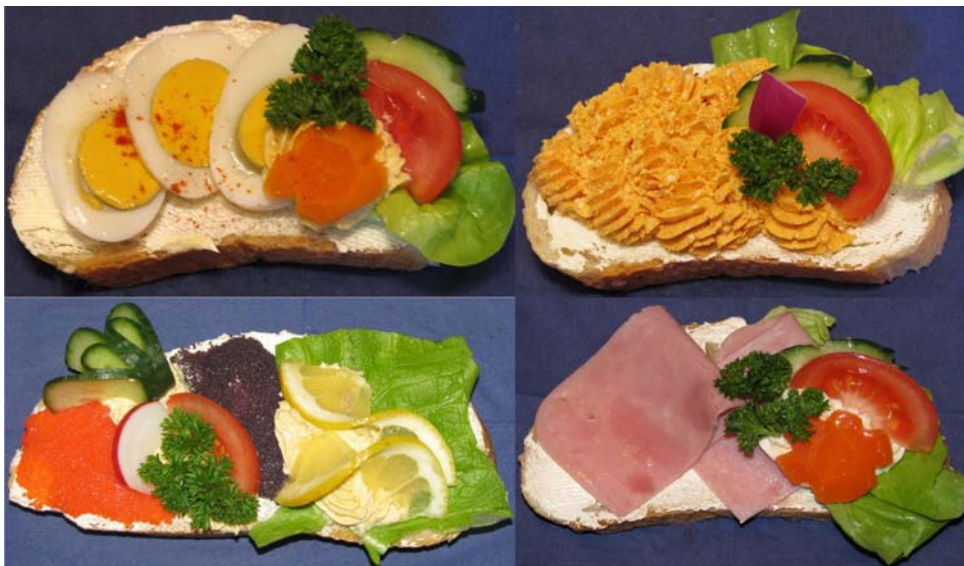
A hidegkonyhai készítmények csak hűtve tárolhatók. Eltarthatóságuk általában 24 óra, az aszpikkal bevontaké esetleg két nap. Az élelmiszer-kiskereskedelemben súlyra vagy adagolva árusítják. Zsírálló papírbélésű tálcára helyezve kettős papírba csomagolják. A mártások, saláták kimérve kaphatók.

A szendvicsek, imbiszek közvetlenül fogyaszthatók. A mártásokat ételek ízesítésére, élvezeti értékének növelésére használják. A saláták, töltött zöldségek előételként vagy köretként szerepelnek. A vendéglátóiparban a hidegkonyhai készítményeket a következőképpen csoportosítják:

- szendvicsek,
- mártások,
- saláták,
- tojásféléségek,
- töltött zöldségek,
- hideg sülték és halételek,
- kocsonyák,
- hidegtálak,
- imbiszek.

Szendvicsek:

Kenyérből, péksüteményekből és különböző felrakó-anyagokból készített termékek. Sokfélék, és nagyon változatos felrakó-anyagok ismeretesek. Az olcsóbb termékeket kenyérből, a drágábbakat zsemlekből készítik. A felrakó-anyagok lehetnek felvágottak, olajos halak, saláták, pástétomok, tojás, zöldségek, stb.



9. ábra: Szendvicsek⁷

Saláták:

Zöldségekből készített, hidegen fogyasztott ételek. Egyszerű és vegyes salátákat ismerünk. Az egyszerű saláták mindig egyféle alapanyagból készülnek. Legismertebb közülük az ecetes, olíva olajjal és cukorral készített fejes saláta, vagy a fekete borsal, és fűszerekkel szeletekre vágott paradicsomsaláta és uborkasaláta. A vegyes saláták többféle nyersanyagból készülhetnek: zöldségfélék, felvágottak, gombák, halak, és valamilyen mártással leöntve fogyasztják.

⁷ <http://www.aszpikhidegkonyha.hu/>



10. ábra: Saláták⁸

Tojásételek:

Tojásételek csoportjába sorolják a kemény és a bevert tojásból készült hidegkonyhai termékeket. A kemény tojást 6–8 percig főzik, majd hideg vízzel lehűtik és megtisztítják. A bevert tojás készítésekor a feltört tojást forrásban levő sós, esetes vízbe öntik, 2–3 percig főzik, majd kiszedik, és hideg vízben hagyják kihűlni. A tojásételeknek két fő típusa ismert: a töltött és a kocsonyázott tojás, bevert tojást. Ezek elkészítésének módját a tanulók az internet segítségével a tanulmányaik során, az órán átnézhetik.

⁸ <http://www.aszpikhidegkonyha.hu/>



11. ábra: Tojásból készült hidegkonyhai ételek⁹

Töltött zöldségek és töltött gombák:

Ebben a csoportban található termékeket az jellemzi, hogy friss, nyers zöldségeket használnak fel, illetve főtt gombafejeket, salátákat és pástétomokat, melyeket mártásokkal leöntve fogyasztanak. A töltött zöldségeket többnyire paradicsomból, paprikából és töltött gombából készíthetik.

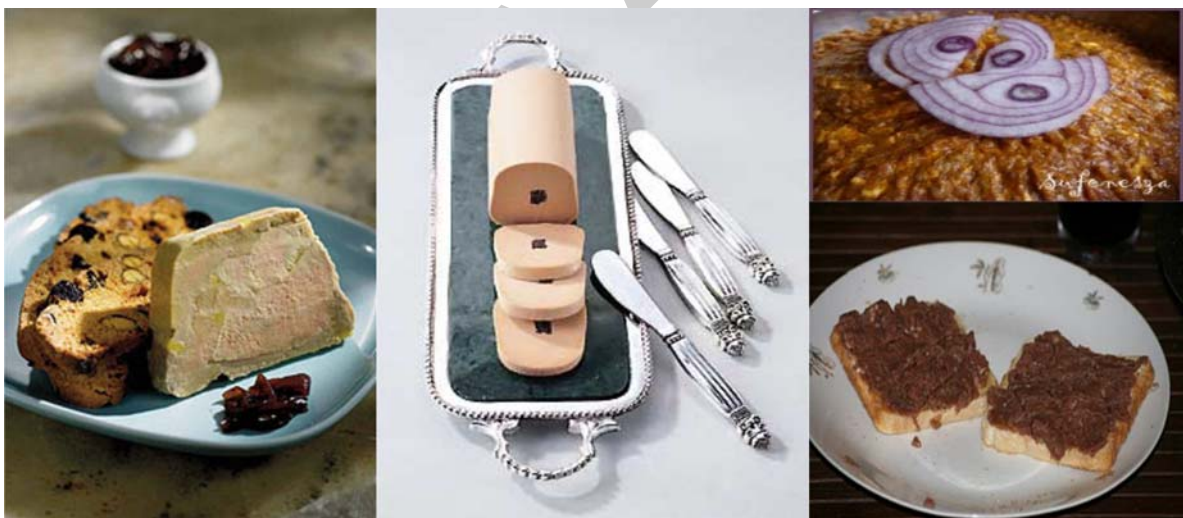
⁹ <http://www.aszpikhidegkonyha.hu/>



12. ábra: Töltött zöldségek¹⁰

Pástétomok:

Ízesített húspépből formázással előállított, hidegen fogyasztott, kenhető állományú készítmények, pl.: libamájpástétom, tatár bifsztek.



13. ábra: Pástétomok¹¹

Galantinok:

Pástétomszerű készítmények.

¹⁰ <http://www.aszpikhidegkonyha.hu/>

¹¹ <http://www.aszpikhidegkonyha.hu/>

Hidegsültek:

Nagyobb darabokban sült, s hidegen fogyasztott húsk. Sütés előtt többnyire lekötözik, hogy eredeti formáját megtartsa, könnyebben legyen szeletelhető, s a szeletek tetszetősek legyenek. Legkedveltebb hidegsültek: angol bélszín, a tojásos, zsemlés, szalonnás töltelékkel töltött hátszín.



14. ábra: Hidegsültek¹²

Kocsonyák:

Kocsonyáknak nevezzük a zselatin géleket, melyek csontokból vagy étkezési zselatinból készülhetnek. Felhasználhatják fényezésre, bevonásra, vagy húsk, zöldségek felhasználásával ételek készítésére.



15. ábra: Kocsonyák¹³

Hidegtálak, imbiszek:

¹² <http://www.aszpikhidegkonyha.hu/>

¹³ <http://www.aszpikhidegkonyha.hu/>

A HIDEGKONYHAI KÉSZÍTMÉNYEK, ZSÍRADÉKOK ÉS TOJÁS KIHELYEZÉSE, BEMUTATÁSA

A hidegtálak rendszerint több személyesek. A tára felrakják a hidegkonyhai készítményeket, majd díszítik és körítik. Készítésük nagy szaktudást, leleményességet és ízlést igényel.



16. ábra: Hidegtálak¹⁴

TANULÁSIRÁNYÍTÓ

Nézzon utána az áruismereti szakkönyvekben és az interneten, melyik csoportba milyen tápanyagok tartoznak! Csoportosítsa a tápanyagokat, és készítsen feljegyzést arról, melyeneket ismert meg eddig és mit tud róluk! Javasolt honlapok pl.:

- http://www.google.hu/#hl=hu&source=hp&biw=1016&bih=589&q=t%C3%A1panyagok+csoportos%C3%ADt%C3%A1sa&aq=3&aqi=g10&aql=&oq=t%C3%A1panyagok&gs_rfai=&fp=ea4c45d1f8112aa0
- http://www.google.hu/#hl=hu&biw=1016&bih=589&q=t%C3%A1panyagok+fajt%C3%A1i&aq=5&aqi=g10&aql=&oq=t%C3%A1panyagok&gs_rfai=&fp=ea4c45d1f8112aa0

¹⁴ <http://www.aszpikhidegkonyha.hu/>

Alapanyagok: _____

Védőtápanyagok: _____

Kiegészítő tápanyagok: _____

MUNKANYAG

ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK

1. feladat: A vendéglátóiparban a hidegkonyhai készítményeket a hogyan csoportosítják?
Sorolja fel a csoportokat!

2. feladat: Ismertesse, hogy a szendvicsek milyen alapanyagokból készülnek, és írja le az elkészítési módjukat!

3. feladat: Ismertesse röviden a salátaféleségeket!

4. feladat: Ismertesse a tojásételek elkészítési módját!

5. feladat: Ismertesse a töltött zöldségek és töltött gombák elkészítési módjait!

6. feladat: Ismertesse a Pástétomok elkészítési módjait!

7. feladat: Ismertesse a hidegsültek elkészítési módjait!

8. feladat: Ismertesse a kocsonyák elkészítési módjait!

9. feladat: Ismertesse a hidegtálak, imbiszek elkészítési módjait!

MEGOLDÁSOK

1. feladat:

Szendvicsek, mártások, saláták, tojásféleségek, töltött zöldségek, hideg sülték, halételek, kocsonyák, hidegtálak, imbiszek.

2. feladat:

Kenyérből, péksüteményekből és különböző felrakó-anyagokból készített termékek. Sokfélék, és nagyon változatos felrakó-anyagok ismeretesek. Az olcsóbb termékeket kenyérből, a drágábbakat zsemleből készítik. A felrakó-anyagok lehetnek felvágottak, olajos halak, saláták, pástétomok, tojás, zöldség, stb.

3. feladat:

Zöldségekből készített, hidegen fogyasztott ételek. Egyszerű és vegyes salátákat ismerünk. Az egyszerű saláták mindig egyféle alapanyagból készülnek. Legismertebb közülük az ecetes, olíva olajjal és cukorral készített fejes saláta, vagy a fekete borssal, és fűszerekkel szeletekre vágott paradicsomsaláta és uborkasaláta. A vegyes saláták többféle nyersanyagból készülhetnek: zöldségfélék, felvágottak, gombák, halak, és valamilyen mártással leöntve fogyasztják.

4. feladat:

Tojásételek csoportjába soroljuk a kemény és a bevert tojásból készült hidegkonyhai termékeket. A kemény tojást 6–8 percig főzzük, majd hideg vízzel lehűtjük és megtisztítjuk. A bevert tojás készítésekor a feltört tojás levét forrásban levő sós, esetleg vízbe öntik, 2–3 percig főzik, majd kiszedik, és hideg vízben hagyják kihűlni. A tojásételek két fő típusát ismerjük: a töltött és a kocsonyázott tojást, bevert tojást.

5. feladat:

Az ebben a csoportban található termékeket az jellemzi, hogy friss, nyers zöldségeket használnak fel, illetve főtt gombafejeket, salátákat és pástétomokat, melyeket mártásokkal leöntve fogyasztanak. A töltött zöldségeket többnyire paradicsomból, paprikából és töltött gombából készíthetik.

6. feladat:

Ízesített húspépből formázással előállított, hidegen fogyasztott, kenhető állományú készítmények, pl.: libamájpástétom, tatár-bifsztek.

7. feladat:

Nagyobb darabokban sütött, s hidegen fogyasztott húсок. Sütés előtt többnyire lekötözik, hogy eredeti formáját megtartsa, könnyebben legyen szeletelhető, s a szeletek tetszetősek legyenek. Legkedveltebbek a hidegsültek: angol bélszín, a tojásos, zsemlés szalonnás töltelékkel töltött hátszín.

8. feladat:

Kocsonyáknak nevezzük a zselatingéleket, melyek csontokból vagy étkezési zselatinból készülhetnek. Felhasználhatják fényezésre, bevonásra, vagy húсок, zöldségek felhasználásával ételek készítésére.

9. feladat:

A hidegtálak rendszerint több személyesek. A tála felrakják a hidegkonyhai készítményeket, majd díszítik és körítik, készítésük nagy szaktudást, leleményességet és ízlést igényel.

ZSIRADÉKOK ÉS A TOJÁS KIHELYEZÉSE ÉS BEMUTATÁSA

Mint a hidegkonyhai készítmények, úgy annak alapanyagai is könnyen romló áruk. Ezért mielőtt rátérnénk a következő témákra, meg kell vizsgálnunk az élelmiszerek romlását, bomlását és annak okait.

ESETFELVETÉS–MUNKAHELYZET

Élelmiszereink, és a készítésükhöz felhasznált anyagok csak meghatározott körülmények között és meghatározott ideig tarthatók úgy, hogy azok fogyasztása ne okozzon egészségügyi problémát. Az idővel bekövetkező folyamatokban két fokozatot különböztethetünk meg: a változást és a romlást. Ezek az élelmiszerek érzékszervi, fiziológiai, biológiai tulajdonságainak megváltozásában mutatkoznak meg.

A **változás**: olyan nem kívánt folyamat, amelynek hatására az élelmiszerek tulajdonságai olyan mértékben változnak meg, hogy azok még alkalmasak maradnak emberi fogyasztásra, de az esztétikai megjelenésük többnyire romlik. Pl. a só összeáll, a liszt csomósodik.

A **romlás** mélyrehatóbb változás, mögötte rendszerint vegyi folyamatok rejlenek. A romlott élelmiszer emberi fogyasztásra már nem alkalmas. Pl. penészes kenyér, fagyott, édes ízű burgonya, avas zsír, stb. A romlott élelmiszerek egészségre ártalmasak is lehetnek. Védekezni ellene csak akkor tudnak, ha megismerik a káros változások okait.

SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

Az állati eredetű étkezési zsírok bolti kezelése:

A sertészsírt 0,5 és 1,0 kg súlyban zsírálló papírba, műanyagpohárba csomagolva, nagyobb, 5 vagy 10 kg-os kiszérelésben műanyag vödrökben hozzák forgalomba. Ma már többféle minőség is kapható, táplálkozás-egészségügyi szempontból a mangalica-zsírt javasolják. A sertészsírt legfeljebb +8 °C hőmérsékleten kell tárolni. Melegben a zsír meglágyul, majd felolvad. A lágy állományú, fogyasztói csomagolású sertészsír bolti kezelése nehézkes, mert könnyen deformálódik, a csomagolásból kifolyik, ezért hűtőpultban kell kihelyezni az eladótérbe. Az árusító asztalra mindig csak a napi mennyiséget tegyék ki, a napi forgalomnak megfelelően. Kirakatba sertészsírt soha ne tegyenek. A napfény gyorsítja az avasodást, ha napfény érte, akkor már hiába teszik hűtőházba, az avasodási folyamatot már nem tudják megakadályozni. Ha nedves helyen tárolják, akkor a zsír felületén a penészek megtelepednek, és avasságot okoznak. A penészes zsír kezdetben dohos, később parfümös illatú, élvezhetetlenné válik.



17. ábra: Étkezési zsírok¹⁵

Az étkezési olajok bolti kezelése.

A zsírokhoz hasonlóan az olajok is érzékenyek a hőmérsékletre, napfényre, s a levegő oxigénjére. Ezért az étkezési olajokat hűvös helyen, napfénytől és levegőtől védve kell tárolni. A gyártók ennek ismeretében eleve színezett üvegben vagy műanyag flakonban hozzák forgalomba. Többféle növényi alapanyagból készülnek (napraforgó, repce, olívbogyó, stb.), melyeknek az íze, felhasználhatósága és ennek megfelelően az ára is eltérő. Egy részük nem hőálló, így sütésre nem, csak főzéshez vagy ízesítéshez használhatóak, ezt az eladónak tudnia kell és a vevőket ennek megfelelően kell tájékoztatni a vásárlás során.

¹⁵

http://www.google.hu/images?q=zs%C3%ADrok&hl=hu&source=Inms&tbs=isch:1&ei=czNsTJn_NpGgOPeV7JYB&sa=X&oi=mode_link&ct=mode&ved=0CAsQ_AU&prmdo=1&biw=1016&bih=589



18. ábra: Étolajok¹⁶

Margarin.

A margarin külső jellemzőiben a vajhoz hasonló zsiradék, többnyire növényi zsiradék és fehérjetartalmú adalék, valamint vitaminok és egyéb anyagok keveréke. A vaj pótlására találták ki, és kedvezőbb élettani hatása és alacsonyabb ára miatt annak fogyasztását jelentősen háttérbe szorította. A ma gyártott margarink adalékaik révén nem maradnak el a vajtól. Régebben a margarinkat zsírpapírba csomagolva hozták forgalomba, de ma már a minőségi margarinkat műanyag csészébe, néhányat kasírozott alumíniumfóliába csomagolva, általában 0,25kg vagy 0,5kg súlyban hozzák forgalomba. Jótállási idejük 42 nap. A margarin nagyobb víztartalma miatt gyorsabban avasodik, mint a sertészsír és az olaj. Ezért száraz, hűvös helyen kell tárolni és napfénytől óvni.



19. ábra: Margarink¹⁷

Tojás kihelyezése

¹⁶

http://www.google.hu/images?hl=hu&prmdo=1&biw=1016&bih=589&tbs=isch%3A1&sa=1&q=%C3%A9tolaj&btnG=Keres%C3%A9s&aq=f&aqi=g1&aql=&oq=&gs_rfai=

¹⁷

http://www.google.hu/images?hl=hu&prmdo=1&biw=1016&bih=589&tbs=isch%3A1&sa=1&q=margarin&btnG=Keres%C3%A9s&aq=f&aqi=g1&aql=&oq=&gs_rfai=

Hogy tisztában legyenek a tárolás követelményeivel, ismerjék meg a tojás szerkezetét és kémiai összetételét. A tojás élettani szempontból megnagyobbodott petesejt, amely tartalmazza mindazokat a tápanyagokat és védőanyagokat, amelyekből az új élőlény kifejlődik. A kereskedelemben csak tyúk és gyöngyös tojásokat hoznak forgalomba. A tojás három fő részből áll: a tojássárgájából, a tojásfehérjéből és héjből. A tojás közepén elhelyezkedő tojás sárgában található a csírasedjt. Nagy a zsiradék tartalma, sok értékes zsírszerű anyagot tartalmaz, mint pl. a lecitin, koleszterin, és zsírban oldódó vitamint is. A tojásfehérje sok vizet, teljes értékű fehérjét, B-csoportba tartozó vitaminokat tartalmaz. Állás közben a tojás víztartalmából veszít, létartalma apad, ezért a légkamra nagysága nő. A légkamra nagyságából a tojás frissességére vagy öregségére lehet következtetni. A tojáshéjban a mikroorganizmusok szaporodhatnak fel, ezért felhasználás előtt le kell mosni azokat. A tojások héján egészségre ártalmatlan festékekkel meg van jelölve minőségük. A jobb minőségűeket vörös, a gyengébbeket fekete festékekkel jelölik meg.

A tojásokat préselt papírból vagy műanyagból készített tálcában vagy dobozba csomagolva hozzák forgalomba. A tojásokat száraz, hűvös helyen kell tárolni. Melegben a tojások apadnak, nagyobb hőmérsékleten a vérgyűrűssé válhatnak. A tojás törekeny, ezért bolti kezelésére fokozott figyelmet kell fordítani. Csak tálcából vagy dobozból árusíthatók. A tojás és a tojáspor szagokra és a melegre nagyon érzékeny áru. Száraz, szellős, hűvös helyen kell tárolni.



20. ábra: Tojás árusítása¹⁸

TANULÁSÍRÁNYÍTÓ

Tanulmányozza a szakkönyvében és az interneten, hogy melyek az élelmiszerek káros változásainak okai, és készítsen feljegyzést róluk. Javasolt honlap pl.:

http://www.google.hu/#hl=hu&biw=1016&bih=589&q=%C3%A9lelmiszer+megromlik&aq=f&aqi=&aql=&oq=&gs_rfai=&fp=ea4c45d1f8112aa0

Fizikai okok: _____

Kémiai okok: _____

Mikrobiológiai okok: _____

¹⁸ www.gefluegelhof-spiegel.de

Állati kártevők: _____

MUNKANYAG

ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK

1. Feladat: Ismertesse a zsírokról tanultakat, kiemelve a tárolás körülményeit!

2. Feladat: Ismertesse az étkezési olajokról tanultakat, kiemelve a tárolás körülményeit!

3. Feladat: Ismertesse a margarinról tanultakat, kiemelve a tárolás körülményeit!

4. Feladat: Ismertesse a tojással kapcsolatban tanultakat, kiemelve a tárolás körülményeit!



A large rectangular area with a yellow border, containing horizontal lines for writing. A large, light gray watermark reading 'MUNKANYAG' is diagonally overlaid across the page.

MEGOLDÁSOK

1. feladat:

A sertészsírt 0,5 és 1,0 kg súlyban zsírálló papírba, műanyagpohárba csomagolva, nagyobb, 5 vagy 10 kg-os kiserelésben műanyag vödrökben hozzák forgalomba. Ma már többféle minőség is kapható. A sertészsírt legfeljebb +8 C0 hőmérsékleten kell tárolni. Melegben a zsír meglágyul, majd felolvad. Az árusító asztalra mindig csak a napi mennyiséget tegyük ki, a napi forgalomnak megfelelően. Kirakatba sertészsírt soha ne tegyünk. A napfény gyorsítja az avasodást, ha napfény érte, akkor már hiába tesszük hűtőházba, az avasodási folyamatot már nem tudjuk megakadályozni. Ha nedves helyen tároljuk, akkor a zsír felületén a penészek megtelepednek, és avasságot okoznak. A penészes zsír kezdetben dohos, később parfümös illatú, élvezhetetlenné válik.

2. Feladat:

A zsírokhoz hasonlóan az olajok is érzékenyek a hőmérsékletre, napfényre, s a levegő oxigénjére. Ezért az étkezési olajokat hűvös helyen, napfénytől és levegőtől védve kell tárolni. A gyártók ennek ismeretében eleve színezett üvegben vagy műanyag flakonban hozzák forgalomba. Többféle növényi alapanyagból készülnek (napraforgó, repce, olívbogyó, stb.), melyeknek az íze, felhasználhatósága és ennek megfelelően az ára is eltér. Egy részük nem hőálló, így sütésre nem, csak főzéshez vagy ízesítéshez használhatók, ezt az eladónak tudnia kell és a vevőket ennek megfelelően kell tájékoztatni a vásárlás során.

3. Feladat:

A margarin külső jellemzőiben a vajhoz hasonló zsiradék, többnyire növényi zsiradék és fehérjetartalmú adalék, valamint vitaminok és egyéb anyagok keveréke. Régebben a margarínokat zsírpapírba csomagolva hozták forgalomba, de ma már a minőségi margarínokat műanyag csészébe, néhányat kasírozott alumíniumfóliába csomagolva, általában 0,25kg vagy 0,5kg súlyban hozzák forgalomba. Jótállási idejük 42 nap. A margarin nagyobb víztartalma miatt gyorsabban avasodik, mint a sertészsír és az olaj. Ezért száraz, hűvös helyen kell tárolni és a napfénytől óvni.

4. Feladat:

A tojás élettani szempontból megnagyobbodott petesejt, amely tartalmazza mindazokat a tápanyagokat és védőanyagokat, amelyekből az új élőlény kifejlődik. A kereskedelemben csak tyúk és gyöngyös tojásokat hoznak forgalomba. Nagy a zsíradék tartalma, sok értékes zsírszerű anyagot tartalmaz, mint pl. a lecitin, koleszterin, és zsírban oldódó vitamint is tartalmaz. A tojásfehérje sok vizet, teljes értékű fehérjét, B-csoportba tartozó vitaminokat tartalmaz. Állás közben a tojás víztartalmából veszt, létartalma apad, ezért a légkamra nagysága nő. A légkamra nagyságából a tojás frissességére vagy öregségére lehet következtetni. A tojáshéjban a mikroorganizmusok szaporodhatnak fel, ezért felhasználás előtt le kell mosni azokat. A tojások héján egészségre ártalmatlan festékekkel meg van jelölve minőségük. A jobb minőségűeket vörös, a gyengébbeket fekete festékekkel jelölik meg.

A tojásokat préselt papírból vagy műanyagból készített tálcában vagy dobozba csomagolva hozzák forgalomba. A tojásokat száraz, hűvös helyen kell tárolni. A tojás törékeny, ezért bolti kezelésére fokozott figyelmet kell fordítani. Csak tálcából vagy dobozból árusíthatók. A tojás és a tojáspor szagokra és a melege nagyon érzékeny áru. Száraz, szellős, hűvös helyen kell tárolni.

IRODALOMJEGYZÉK

FELHASZNÁLT IRODALOM:

Internet:

- <http://www.winner.at/leistungen/produkte/>
- http://www.branchenbuch-oesterreich.at/branchenbuch-suche/Land1cy1-A_Ort1cy1-_PLZ1cy1-_Name1cy1-K%DCHLPULTE.asp
- www.tischler-hannover.de
- www.heil-metalldesign.de
- www.familiepwcarl.de
- www.rauschenbach.de
- http://www.kampen-rentanevent.com/shop/index.php?o_id=72
- <http://hidegkonyha.lap.hu/>
- <http://groceni.com/a2/hideg.html>
- <http://www.aszpikhidegkonyha.hu/>
- <http://hu.wikipedia.org/wiki/Zs%C3%ADr>
- http://www.google.hu/images?q=zs%C3%ADrok&hl=hu&source=lnms&tbs=isch:1&ei=czNsTJn_NpGgOPeV7JYB&sa=X&oi=mode_link&ct=mode&ved=0CAsQ_AU&prmdo=1&biw=1016&bih=589
- http://www.google.hu/images?hl=hu&prmdo=1&biw=1016&bih=589&tbs=isch:1&sa=1&q=%C3%A9tolaj&btnG=Keres%C3%A9s&aq=f&aqi=g1&aql=&oq=&gs_rfai=
- http://www.google.hu/images?hl=hu&prmdo=1&biw=1016&bih=589&tbs=isch:1&sa=1&q=margarin&btnG=Keres%C3%A9s&aq=f&aqi=g1&aql=&oq=&gs_rfai=
- www.gefluegelhof-spiegel.de

Dr. Ravasz László: Áruismeret, Közgazdasági és Jogi Kiadó, Budapest, 1973

Dr. Buzás Gizella: Élelmiszer és vegyi áru áruismeret I., Műszaki Könyvkiadó, 2005.

Csillag Zsuzsa: Eladástan II. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest, 1989

AJÁNLOTT IRODALOM

Dr. Buzás Gizella: Általános áruismeret, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest, 1994

Kunvári Enikő – Rozsonics Angéla: Kereskedelmi ismeretek a modulrendszerű képzéshez, Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző Kft., Budapest, 2008

A(z) 0007–06 modul 040–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

MUNKANYAG

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