

AZ ÜZLET KÜLSŐ KÉPE

ESETFELVETÉS – MUNKAHELYZET

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



1. ábra Az üzlet portálja¹

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

¹ <http://hg.hu/upload/images/photos/000/041/945/kirakat.jpg> 2009-11-18

SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

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

Az üzlet külső képének elemei:

- Megközelítés (megközelíthetőség)
- Irányítótáblák
- Épület képe
- Cégtábla
- Kirakat
- Be- és kijárat
- Parkoló (parkolási lehetőség)

Az üzlet belső képének elemei:

- Világítás
- Burkolatok
- Színek
- Berendezés
- Irányító és tájékoztató táblák
- Zene
- Tisztaság
- Atmoszféra

2. Milyen épületbe tegyük az üzletet?

- **Új vagy meglévő épület:**

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



2. ábra Új, önálló épület?

- **Önálló épület vagy egy épület része:**

² www.cba.hu 2010. 03.01.

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

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



3. ábra Üzlet egy épület részeként

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

3. A külső portál

Az üzlet külső képének meghatározói a külső portál elemei:

- **Céglírat**

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



4. ábra Céglíratok³

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

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



5. ábra Cégérek⁴

³ http://users.atw.hu/neonbp/neon_elemei/21307080.jpg 2009-11-18

http://www.plasztikhab.hu/tartalom/cegtablak_elemei/image005.jpg 2009-11-18

<http://www.kirakat-matrica.hu/> 2009-11-18

- **Be- és kijárat:**

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



6. ábra Be- és kijárat

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

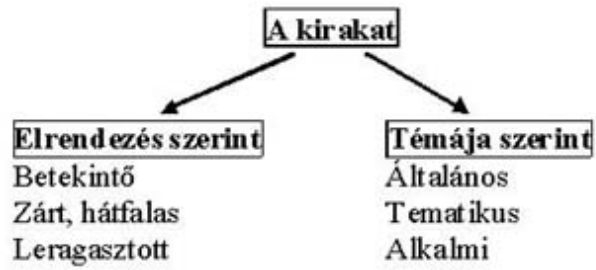
- **Kirakat**

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



7. ábra Kirakatok jellemzői

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



8. ábra Kirakatok fajtái



9. ábra Zárt, hátfalas kirakat⁵

5

http://szeretembudapestet.blog.hu/2008/10/06/eredmenyhirdetes_nagykoruti_kirakatverseny_2008



10. ábra Betekintő kirakat⁶

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

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

A kirakat szerepe

Reklámhatása az értékesítés helyének közvetlen közelében érvényesül.

Tekintsük át legfontosabb **előnyeit!**

1. **Akkor is hat, amikor az üzlet zárva tart.** A vásárló bármikor, akár éjszaka is megtekintheti, ezáltal tájékozódhat az áruválasztékról, árakról.
2. A kirakat elősegíti az **impulzusvásárlást**. A vevő úgy is kedvet kaphat a vásárláshoz, hogy eredetileg nem kívánt semmit venni. Meglát egy érdekes árut, akciót vagy más ajánlatot, és ennek hatására tér be a boltba. Ez a hatás az utcai portálos boltoknál, ezen belül is a sétálóutcák üzleteinél, valamint a ruházati termékeknél, divatáruknál a legerősebb.

⁶ <http://www.visualsolution.hu/?modul=referenciak>

3. A kirakat előnye a többi vásárlásösztönző eszközzel szemben, hogy **olcsó, gyorsan változtatható**, emiatt mindig aktuális lehet.
4. A kirakat hatását viszonylag egzakt (jól kimutatható) módon mérhetjük. Megfigyelhető, hogy közvetlenül a kirakatredezés után a forgalom jelentősen megnő a rendezés előtti napokhoz képest. A **forgalomnövekedés** a kihelyezett áruknál a legerőteljesebb, de az új kirakat hat a többi termékre is.

TANULÁSIRÁNYÍTÓ

„Az üzlet külső-, belső képe, berendezési tárgyak” című tartalomelem kisebb részben épít ismeretekre, nagyobb részben készségek elsajátítására, erősítésére, azok alkalmazására.

Az ismeretek egyértelmű válaszokkal rögzíthetők, mérhetők, míg az alkalmazás során a legtöbb esetben nincs kategorikusan jó és rossz választás. A megfelelő döntés apró döntéssorozatból alakul ki, amiben sok az elágazás, a lehetőség, és több megoldás is mutathat a jó irányba.

A feladatok is két típusba sorolhatók:

- Egyértelműen megválaszolható kérdések – a válasz konkrétan meghatározható, eltérő válasz nem lehet elfogadható.
Például: Kérdés: Melyik kirakat nem enged betekintést az üzletbe? Válasz: A zárt hátfalas kirakat.
- Alternatív feladatok, ahol több válaszlehetőség is elfogadható, ha az megfelelő érvekkel alátámasztott.
Például: Kérdés: Milyen anyagból legyen egy könyvesbolt cégfelirata, ami egy új bevásárlóközpont emeletén található? Válasz: Egyszerű tábla szép betűformával, spotlámpával megvilágítva. Vagy: Fénycsöves betűkből álló felirat. Mindkét válasz lehet elfogadható akkor, ha az indoklás kellő érvekkel alátámasztja a választást.

Válaszaiban törekedjen arra, hogy döntését, javaslatát érvekkel alátámassza és szemléletesen írja le! Gondolkodjon úgy, mintha a saját vállalkozásáról, üzletéről kellene döntenie!

1. feladat

1. Az alábbiak közül húzza alá azokat, amelyek a külső portálhoz tartoznak!

- Megközelítés (megközelíthetőség)	- Zene
------------------------------------	--------

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

2. Sorolja fel a kirakat fő funkcióit!

3. Jellemezze röviden a következő kirakatsímfajtákat!

- betekintő kirakat

- zárt, hátfalas kirakat

2. Feladat

Festő Klára képzőművészeti galériát nyit, ehhez keres üzlethelyiséget. Az alábbi képeken látható két helyiség közül szeretné valamelyiket kibérelni. A két lehetőségről a következő információkat sikerült megszereznie. Mindkét bolt hasonlóan forgalmas helyen található a belvárosban, egy-egy régi lakóépületben.



11. ábra Első üzlet⁷

Az első az alagsorban van, teljesen felújított, de nincs kirakat, csupán a 2 méter széles üvegezett bejárati ajtó látható az utcáról. Csak a lejárathoz közel van természetes fény (de jó minőségű spotlámpák segítik a megfelelő célirányos megvilágítást), Az alagsori helyiség is igény szerint átfesthető.

⁷ <http://iparikereskedelmi.hu/wp-content/uploads/2009/08/05.jpg> 2009-11-18



12. ábra Második üzlet⁸

A másik a földszinten van közvetlenül az utcára nyíló két duplaajtóval és nagy kirakattal. A nagy üvegfelületek miatt az üzlet nagy részét természetes fény éri. Az üzletet a tulajdonos most tervezi felújítani, de még nincs határozott elképzelése, milyen színeket és egyéb átalakításokat használnak.

Vajon melyik üzlethelyiséget érdemes bérbe venni?

Egy belsőépítész a következőket javasolta a tulajdonosnak:

Az eladótér formája, színei

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

⁸ http://iparikereskedelmi.hu/wp-content/uploads/2009/04/erkel_uzlet-1.jpg 2009-11-18

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



13. ábra Egy galéria színei ne legyenek toladók⁹

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

⁹ [http://poganygaleria.hu/UserFiles/1\(1\)_800x600t0_ic.jpg](http://poganygaleria.hu/UserFiles/1(1)_800x600t0_ic.jpg) 2009-11-18

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

Például:

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

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



14. ábra Ékszereknél előnyös a spotlámpa¹⁰

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

¹⁰ Bognár Zsoltné: Vállalkozások I. Műszaki Kiadó 2008.

2. Írja le ha ez alapján döntene, melyiket választaná és miért?

3. Írja le, hogy általában milyen formájú eladótér a megfelelő és miért?

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

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

6. Írja le, hogy mi a szerepe a képzőművészeti alkotásoknál a világításnak?

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

Azért jó a természetes megvilágítás, mert _____

Azért jó a mesterséges megvilágítás, mert _____

8. Most újból gondolja át döntését! Változott-e a véleménye ha igen miért? Válaszát írja le a kijelölt helyre!

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



Megoldás

1. feladat

1. Az alábbiak közül húzza alá azokat, amelyek a külső portálhoz tartoznak!

– Megközelítés (megközelíthetőség)	– Zene
– Burkolatok	– Irányítótáblák
– Berendezés	– Színek
– Cégtábla	– Épület képe
– Tisztaság	– Irányító és tájékoztató táblák
– Világítás	– Kirakat
– Parkoló (parkolási lehetőség)	– Be- és kijárat

– Atmoszféra	
--------------	--

2. Sorolja fel a kirakat fő funkcióit!

- figyelem felkeltés
- információs forrás
- emlékeztető hatás
- akciók népszerűsítése
- idénycikkekre figyelem felhívás.

3. Jellemezze röviden a következő kirakatsajtákat!

- betekintő kirakat

A betekintő kirakat szabadon láttatja a vevőkkel az üzlet belső terét is. Az üzlet belső elrendezésénél figyeljünk arra, hogy mi látható a kirakaton keresztül.

- zárt, hátfalas kirakat

Az üzletbe a kirakaton keresztül nem lehet belátni. A kirakat önmagában lesz reklámeszköz a belső tér nélkül. Előnyös lehet például cipőboltnál, illatszereknél, ékszerüzletben. A zárt hátfalas megoldás a kirakat témáját leválaszthatja az üzlet eladóterétől.

2. feladat

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

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

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

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

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

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

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

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

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

8. A válasz megint az indoklástól függ.

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

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

MUNKANYELVI

ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK

Térjünk vissza a tartalomelem elején felvetett esethez!

1. feladat

Megfelelőnek tartja-e az esetfelvetésben szereplő régi épületet (1. ábra) és a helyet egy ékszerboltnak? Válaszát röviden indokolja írásban!

2. feladat

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

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

3. feladat

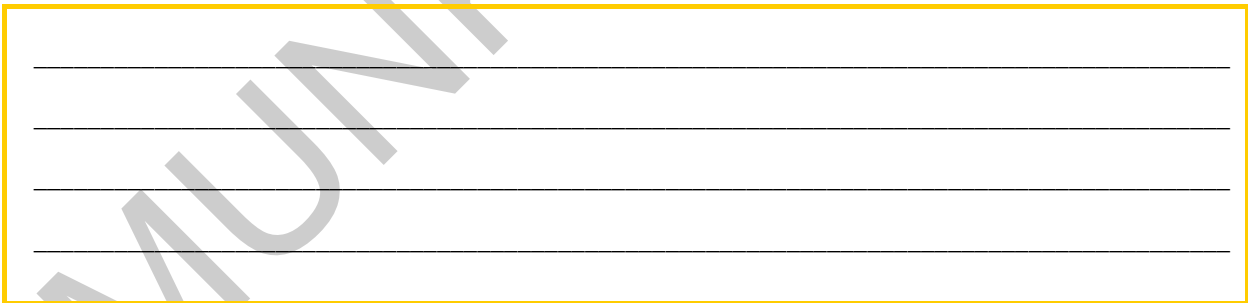
Írja le, hogy milyen optikai hatásokkal növelhetjük a belső teret?

4. feladat

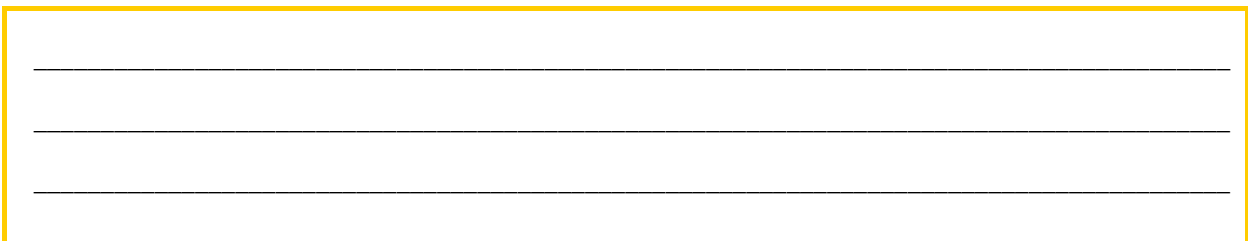
Tervezzen cégfeliratot az ékszerüzletnek! Tervezze meg a felirat méretét, anyagát, színeit, az alkalmazott betűtípust! Választhat hozzá kiegészítő ábrát is. Készítsen egy egyszerű rajzot a szemléltetéshez, és röviden indokolja választását írásban!

**5. feladat**

Írja le, hogy a kirakat mely funkcióit és előnyeit tartja fontosnak a szóban forgó üzlet esetében és miért?



Írja le, hogy megfelelőnek tartja-e az ékszerüzlet számára a betekintő kirakatot?



6. feladat

Írja le, hogy elegendőnek tartja-e az egy ajtót a vevők közlekedésére, miért?

<hr/> <hr/> <hr/>

MUNKANYELV

MEGOLDÁSOK

1. feladat

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

2. feladat

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

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

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

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

3. feladat

Világos színekkel (fal, berendezés), tükrök elhelyezésével.

4. feladat

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

5. feladat

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

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

Megfelelőnek tartja-e az ékszerüzlet számára a betekintő kirakatot?

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

6. feladat

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

A BOLT BELSŐ KÉPE, A BOLT HELYISÉGEI

ESETFELVETÉS – MUNKAHELYZET

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

Segítsen az új berendezési tárgyak kiválasztásában, az eladótér berendezésében!



15. ábra. Boltbelső¹¹

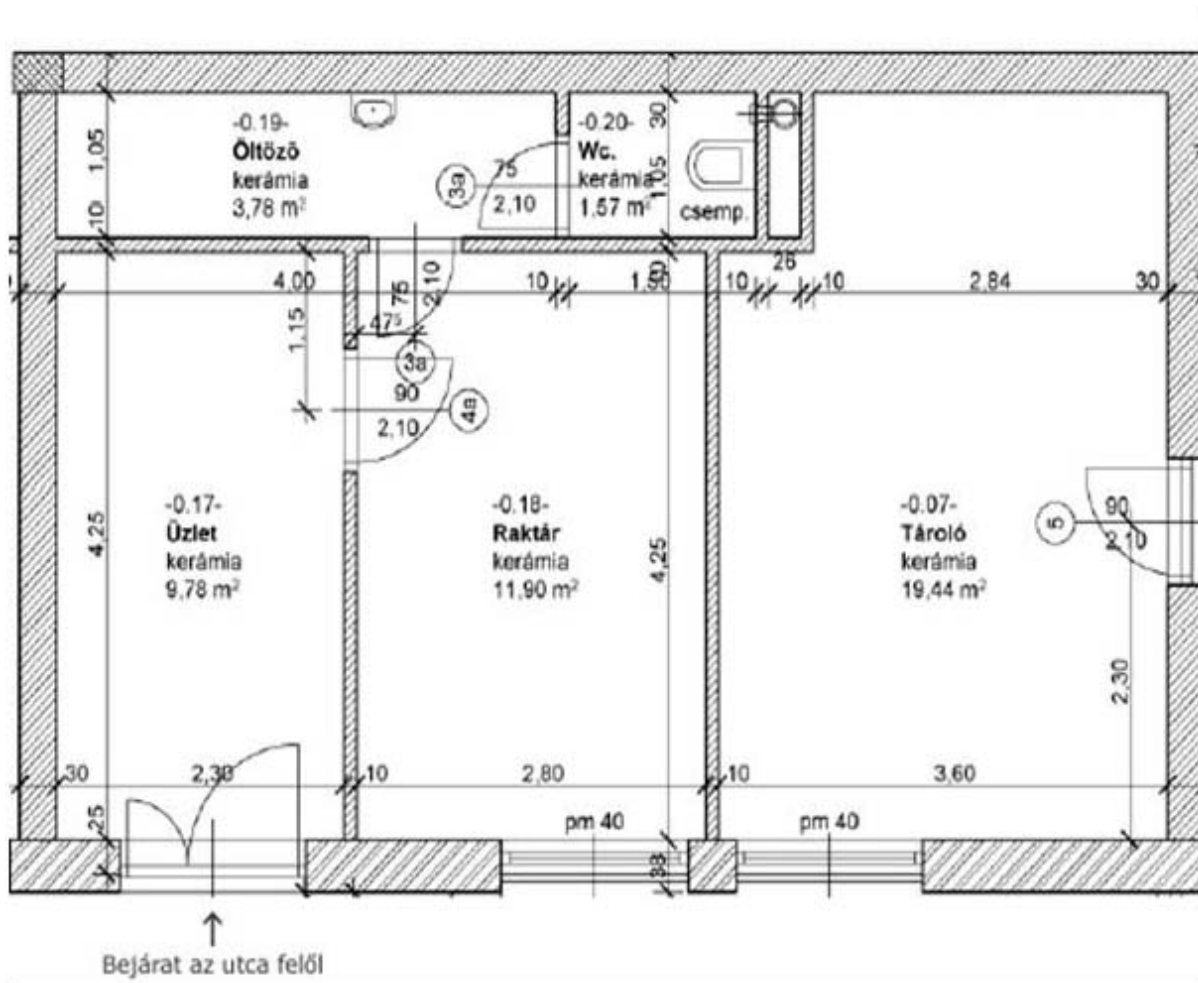
SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

1. Az üzlet belső tere, fő részei

Az üzlet belső tere állhat egy vagy több helyiségből attól függően, mekkora és milyen típusú üzletről van szó. A legkisebb boltok egy helyiségből – az eladótérből – állnak. Itt kell lebonyolítani az értékesítés mellett az áruátvételt, tárolást, előkészítést és a szükséges adminisztrációt. Az üzletek zömében az eladótértől elkülönül a raktár, így az értékesítés gördülékenyebb, zavartalan lehet.

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

¹¹ <http://m.blog.hu/pa/pacalvadasz/image/moch3.jpeg> 2009-11-18

16. ábra Egy üzlet alaprajza¹²

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

¹² http://www.eladouzlethaz.hupont.hu/felhasznalok/29451/kepfeltoltes/alaprajz1_1.jpg



17. ábra Egy bevásárlóközpont alaprajza¹³

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

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

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

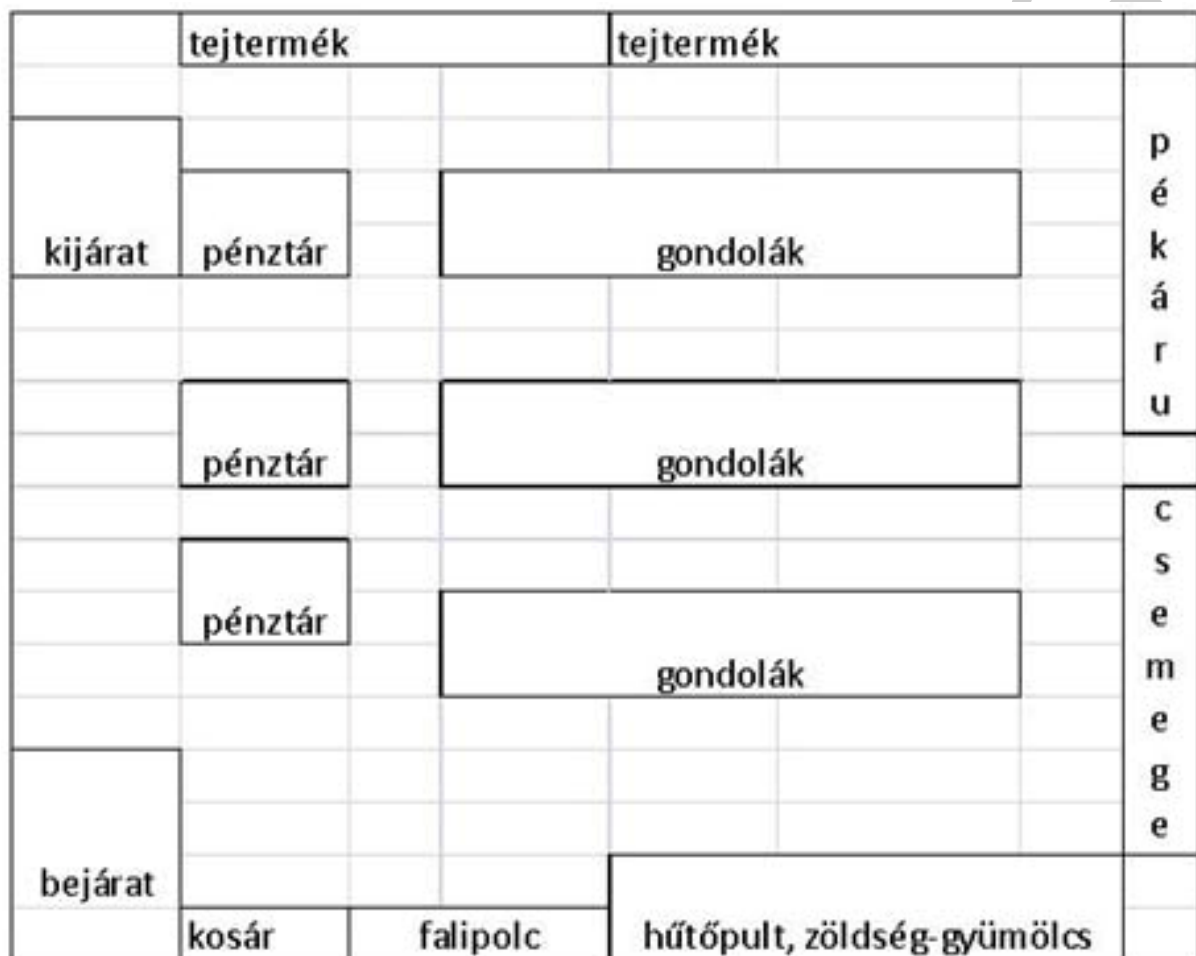
A vásárló kényelmét, **komfortérzetét** befolyásolja a hőmérséklet, szellőzés, megvilágítás, tisztaság, áttekinthetőség.

¹³ http://www.homecenter.hu/showhcmaphp?language_id=1 2009-11-18

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

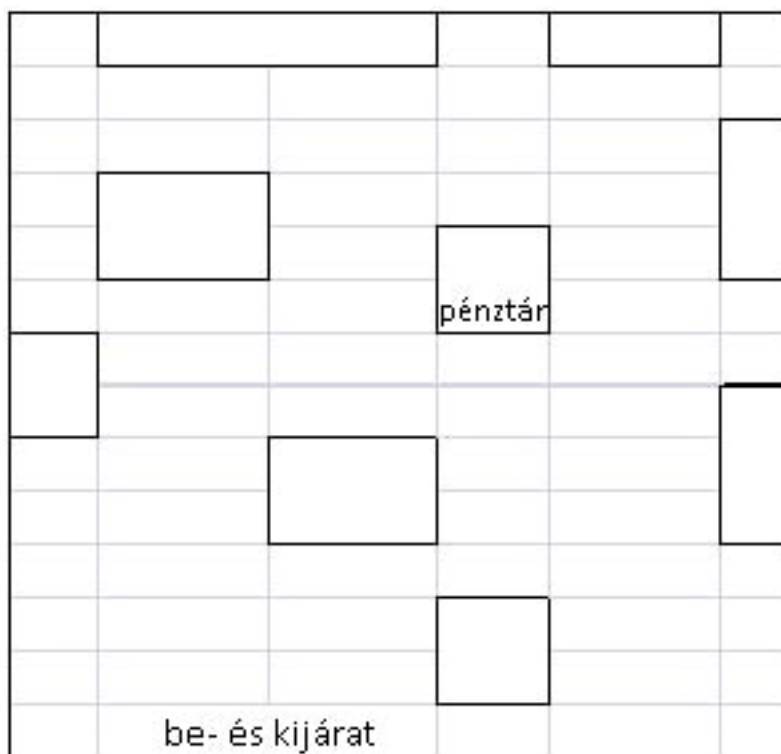
2. Közlekedési útvonalak

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



18. ábra Zártpályás elrendezés

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



19. ábra Szabadpályás elrendezés

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

3. Berendezési tárgyak az eladótérben



20. ábra Berendezési tárgyak

Állványok

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

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



21. ábra Állványok¹⁴

¹⁴ Bognár Zsoltné: Vállalkozások I. Műszaki Kiadó 2008.

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

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



22. ábra Display-k¹⁵

Pultok

¹⁵ <http://beflex.hu/photos/pult-display/> 2009-11-18

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

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

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

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



23. ábra Pultok¹⁶

Egyéb berendezési, felszerelési tárgyak

¹⁶ Bognár Zsoltné: Vállalkozások I. Műszaki Kiadó 2008.

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

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



24. ábra Ruházati üzlet berendezési tárgyai¹⁷

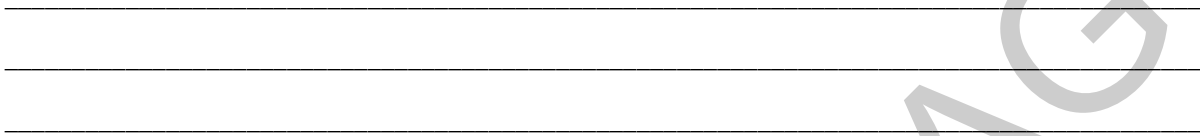
Ruházati, cipőüzletekben, ékszerboltban és minden olyan üzletben, ahol fontos látni, hogyan áll a kiválasztott termék a vevőn, megfelelő számú **tükröt** kell elhelyeznünk. Ruházati üzletekben szükséges **próbafülke** kialakítása is. Ezt úgy kell kialakítani, hogy a vevő zavartalanul próbálhasson, viszont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

¹⁷ Bognár Zsoltné: Vállalkozások I. Műszaki Kiadó 2008.

TANULÁSIRÁNYÍTÓ

1. feladat

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



MUNKANYAG

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



MUNKANYAG

2. feladat

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



25. ábra Modern boltbelső¹⁸

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

¹⁸ <http://www.visiongraphics.hu/> 2009-11-18

Megoldás

1. feladat

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

Eladótér

Eladótér – raktár

Eladótér – raktárak – áruátvevő

Eladótér – raktárak – áruátvevő – áru-előkészítő

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

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

2. feladat

A boltbelső fiatalos, modern, igényes és tágas. Kevés árut mutat be egyszerre, nyugodt vásárlási környezetet biztosít. Vélhetően nem az alacsony jövedelműek számára készült.

Minden olyan jellemzés elfogadható, amely meggyőzően indokolt.

3. feladat

4–5 féle berendezési tárgy felhasználása, hozzá kapcsolódóan a funkció, az alapanyag, a méretek, a használati jellemzők leírása, és a választás szakmai érvekkel való alátámasztása.

Emeli a kidolgozás színvonalát a *képekkel való illusztráció.*

ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK**1. feladat**

Döntse el az alábbi üzletekről, hogy zártpályás, vagy szabadpályás elrendezést érdemes alkalmazni! Döntését röviden indokolja!

1. 600 négyzetméteres ABC áruház
2. 1000 négyzetméteres barkács- és építőipari szakáruház
3. egy divattervező exkluzív üzlete
4. kétszintes sportáruház camping osztálya
5. 300 négyzetméteres ruházati üzlet, ahol főként fiataloknak értékesítenek kötött és divatárut
6. háztartási- és vegyiáru üzlet, ami főként az idősebb vevők igényeit követi, a megszokott sztenderd árukat kínálja

1.	_____

2.	_____

3.	_____

4.	_____

5.	_____

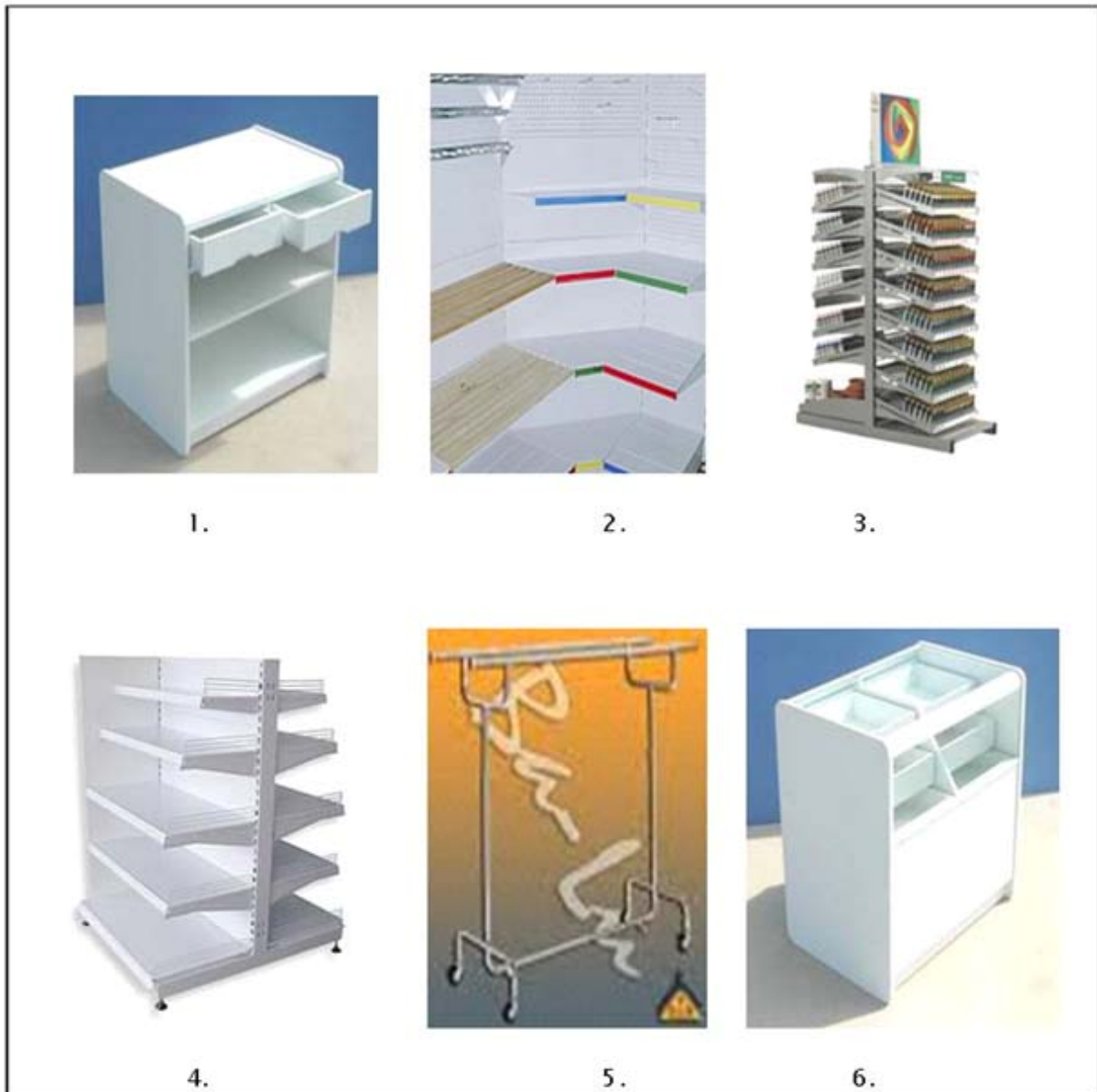
6.	_____

2. feladat

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

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

MUNKANYELV



26. ábra Árubesmutató eszközök¹⁹

Melyik berendezési tárgy maradt ki? Írja ide a számát és a nevét, valamint azt, hogy Ön szerint hol alkalmazzák!

¹⁹ <http://www.ba-lu.hu/> 2009-11-18

<hr/> <hr/>

MUNKANYELV

MEGOLDÁSOK

1. feladat

Döntse el az alábbi üzletekről, hogy zártpályás, vagy szabadpályás elrendezést érdemes alkalmazni! Döntését röviden indokolja!

1. A 600 négyzetméteres ABC áruházban mindenképpen ajánlatos a zártpályás elrendezést alkalmazni. Zártpályás elrendezésnél a vevő könnyebben irányítható. A gyakran keresett árukat az eladóter különböző pontjain helyezük el, és az oda történő eljutás közben a vevő meglát, és megvesz olyan termékeket is, amit eredetileg nem biztos, hogy megvett volna. Az üzlet így áttekinthetőbb, több árut tudunk bemutatni és biztonságosabb. A zártpályás bemutatásnál ugyanakkora helyen általában több árubemutató eszköz helyezhető el. A jól rendszerezett berendezési tárgyak segítik a vagyonzbiztonságot is, mert így az üzlet jobban belátható, szemmel tartható.
2. Az 1000 négyzetméteres barkács- és építőipari szakáruháznál is a zártpálya ajánlott a fenti okok miatt. És a forgalmazott termékek vásárlói általában szeretik a rendezett eladóteret, a logikusan elhelyezett árucsoportokat.
3. Egy divattervező exkluzív üzletében természetesen előnyösebb a szabadpályás elrendezés. Ez segít megadni az üzlet alaphangulatát, stílusát. A vevőkör nyugodtabban nézelődik, válogat.
4. Egy kétszintes sportáruház camping osztályán is alkalmazhatjuk a szabadpályás módszert. A nagyméretű termékeknél előnyös az a fajta bemutatás. Könnyebb tematikus csoportokat, esetleg szigeteket kialakítani, ami hangulatosabbá teszi az üzletet. mivel zömmel nagyméretű termékekről van szó, ezért a vagyonzbiztonság sem kerül veszélybe.
5. A 300 négyzetméteres ruházati üzletben, ahol főként fiataloknak értékesítenek kötött és divatáru, ajánlott a szabadpályás megoldás. A vevőkör igényéhez a forgalmazott termékek köréhez jobban illik.
6. Egy háztartási- és vegyiáru üzletben, ami főként az idősebb vevők igényeit követi, a megszokott sztenderd árukat kínálja, érdemesebb maradni a megszokott, rendezett árubemutatásnál, ezért javasolom inkább a zártpályás módszert.

A fenti megoldások javaslatok. Ha valaki logikus érvekkel alátámasztja a saját javaslatát, akkor az is megfelelő.

2. feladat

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

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

MUNKANYAG

IRODALOMJEGYZÉK

FELHASZNÁLT IRODALOM

Bognár Zsoltné: Vállalkozások I. Műszaki Kiadó, 2008.

Horváthné Herbáth Mária–Stágel Imréné: Kereskedelmi és vállalkozási ismeretek Műszaki Kiadó 2006.

http://www.eladouzlethaz.hupont.hu/felhasznalok/29451/kepfeltoltes/alaprajz1_1.jpg

http://www.homecenter.hu/showhcmaph.php?language_id=1

<http://beflex.hu/photos/pult-display/>

<http://www.visiongraphics.hu/>

<http://www.ba-lu.hu/>

<http://www.cba.hu/>

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

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

A szakmai tankönyvi tartalomelem feldolgozásához ajánlott óraszám:

12 óra

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