

PREDGOVOR

U svim starim udžbenicima trgovine, o trgovcima se piše kao o nadprosečno obrazovanim, prosvetljenim i nadasve dobro informisanim osobama koji, u neku ruku, predstavljaju elitu privrednog života, zajedno sa bankarima, advokatima i sličnim profesijama. Promene su nastale sa industrijalizacijom trgovine, pojavom samousluživanja, kataloške prodaje i drugih tipova trgovine gde nema direktnog kontakta kupca i prodavca. Rezultat sniženih zahteva pred trgovinskom strukom je bilo kvarenje obrazovne strukture trgovinskih kuća i jačanje predstave da se u nepersonalnoj trgovini može zaposliti »svako i bez neke naročite škole«.

Savremeni trgovinski menadžment potpuno demantuje ovu pogrešnu praksu. Obučeni i istrenirani ljudi, zajedno sa osvojenom klijentelom, predstavljaju važnu imovinu maloprodajnih preduzeća, ponekad mnogo značajniju od zaliha i mreže prodavnica. Razlog za ovaj »porast vrednosti« personala leži u činjenici da danas ponovo, kao i pre 50-ak godina, trgovci moraju dobro poznavati neke specifičnosti svog zanata. Pored ponovo naglašenog značaja rada s kupcima, tu se sada javlja potreba za poznavanjem rada na savremenoj opremi, na izlaganju robe, zakonskih propisa i mnogih drugih znanja i veština koje nema baš svaki kandidat na birou za zapošljavanje.

Menadžment Pekabete ide u korak sa naznačenim trendovima razvoja u trgovini. Škola Pekabete predstavlja jedan od koraka u »podizanju vrednosti« ukupne imovine Pekabete, ovaj put humanog, odnosno ljudskog kapitala. Od škole Pekabete se očekuje da svojom sadržinom pomogne rešavanju nekih problema u operativnom radu, da podigne nivo usluge u Pekabetinim prodavnicama i da pomogne zaposlenima da lakše i sa boljim uspehom obavljaju svoje svakodnevne aktivnosti. Upravo zbog toga, škola je koncipirana tako da u svom nastavnom planu sadrži i znanja ali i veštine potrebne savremenom trgovcu.

Ova knjiga predstavlja prvi udžbenik škole Pekabete, namenjen zaposlenima u maloprodaji. Zaposleni u maloprodaji su podeljeni u dve kategorije:

prodavci i šefovi odeljenja – pohađaju POČETNI KURS u trajanju od 50 časova;

poslovođe i njihovi zamenici (pomoćnici), kao i svi oni koji se za ova zvanja pripremaju – pohađaju VIŠI KURS u trajanju od 60 časova.

Zajednički fond časova na ova dva kursa je 28 što znači da šefovi i njihovi zaposleni treba da imaju jedan zajednički fond znanja koji će obezbediti saradnju i zajednički način razmišljanja o problemima u svakodnevnom radu. Učenjem istih znanja kao i njihovi podređeni, šefovi treba da steknu i mogućnost kontrole svojih zaposlenih. Nakon odslušanih časova, svi polaznici polažu test i stiču kompanijsko uverenje o sposobnosti za obavljanje određenih poslova. Međutim, značajnije od samog uverenja jeste da kandidati koji polože test ulaze u kategoriju Pekabetinih radnika spremnih da uče, da unose inovacije i promene u rad i da sticanjem i primenom novih znanja garantuju opstanak i razvoj sopstvenog preduzeća.

Broj predmeta pokrivenih ovom knjigom, kao i broj časova za svaki predmet je dat u sledećoj tabeli:

NASTAVNI PLAN ŠKOLE MALOPRODAJE PEKABETE

POČETNI KURS		VIŠI KURS	
Predmet	Br. Časova	Predmet	Br. časova
Tehnike trgovine	6 x 2 = 12	Tehnike trgovine	6 x 2 = 12
Komercijalno poznavanje i rukovanje robom		Propisi u trgovinskom poslovanju	6 x 2 = 12
Propisi u trgovinskom poslovanju	6 x 2 = 12	Veštine i izgled trgovca	6 x 2 = 12
Veštine i izgled trgovca	4 x 2 = 8	Osnovi menadžmenta – rad s ljudima	6 x 2 = 12
Praksa	4 x 2 = 8	Osnove trgovinskog marketinga	6 x 2 = 12
Takmičenje	1 x 2 = 2		
Ukupno	50	Ukupno	60

Početni kurs sadrži u sebi neka znanja ali i potrebne veštine koje trgovac mora savladati da bi unapredio svoj posao i prilagodio se standardima Pekabete. To se posebno odnosi na VEŠTINE I IZGLED TRGOVCA kao i na PRAKSU. Kroz ovu nastavu zaposlenima se prezentiraju standardi u ponašanju koji će kasnije biti kontrolisani od strane nadređenih. PRAKSA treba da bude izvodjena kod pojedinih šefova prodavnica a kroz ocene polaznika i sam šef koji organizuje praksu dobija svojevrsnu ocenu svojih menadžerskih sposobnosti.

Šefovi maloprodajnih objekata treba da dobiju posebna znanja iz oblasti menadžmenta i operativnog trgovinskog marketinga. Kroz ova znanja

oni stiču mogućnost da poprave svoj odnos prema saradnicima (menadžment) i prema potrošačima (marketing).

Svaka generacija zaposlenih treba pored redovnih predmeta i trgovinske prakse da se okuša i u specifičnom takmičenju. Takmičenje će biti organizovano opciono tako da polaznik bira disciplinu(e) u kojoj će se takmičiti. Takmičenje ima istovremeno i edukativni i zabavni karakter. Neke od oblasti u kojima se mogu organizovati takmičenja su : Najbrža kasirka; Najbrži mesar; Najbrži izlagač robe; Najbrži merač šećera; Najbolje poznavanje cena i sl. Takmičenja predstavljaju način da se afirmišu one veštine koje najviše doprinose postavljenim strategijskim ciljevima Pekabete.

Koncept čitave škole, kao i koncept ove knjige su dali stalni saradnici Pekabete sa Ekonomskog fakulteta u Beogradu. Medjutim, u pripremi pojedinih tema i pisanju tekstova, doprinos su dali najbolji poznavaoци pojedinih delova materije sa Univerziteta i iz domaćih konsultantskih kuća. Ukupno, u pisanju ove knjige je učestvovalo 14 autora uz saradnju stručnih službi Pekabete. Svima koji su učestvovali u izradi ovog učila se zahvaljujemo na profesionalno obavljenim zadacima. Menadžmentu Pekabete i polaznicima koji će ovu knjigu čitati, uz zahvalnost za pažnju koju su posvetili ovoj problematici, želimo da čitanjem ove knjige dobiju mnoštvo ideja o tome kako da unaprede svoje poslovanje. Sve sugestije, zamerke i inovacije ćemo sa zadovoljstvom prihvatiti i uključiti u naredna izdanja ove knjige.

REDAKTORI