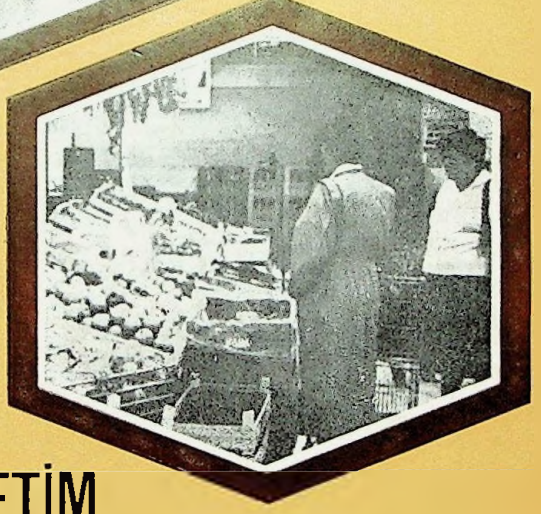




TÜKETİM
KOOPERATİFLERİ İÇİN

MAĞAZA YÖNETİM KILAVUZU

HÜSEYİN POLAT

TÜRK-İŞ YAYINLARI NO : 156

TÜRK-İŞ
Bilgi Merkezi

Tüketim Kooperatifleri İçin

MAĞAZA YÖNETİM
KILAVUZU

Hüseyin POLAT

TÜRK-İŞ
Bilgi Merkezi
TÜRK - İŞ YAYINEKİ

Tarih:.....
Demirbaş No:.....
Tasnif No:.....

334.5
POL
1985
1749

1749

334.5.POL.1985

Dizgi Baskı : **YORUM MATBAACILIK**

Fevzi Çakmak Sok. No : 15/C

Tel : 29 61 20 Demirtepe - ANKARA

Ankara, Mayıs 1985

Ö N S Ö Z

Konfederasyonumuz, işçi tüketim ve konut kooperatifleri ile ilgili çalışmalarını, teşkilattan gelen taleplere uygun olarak son iki yıldır yoğunlaştırmış ve kooperatifçilik taban eğitimleri yanı sıra, mesleki eğitim çalışmalarına da başlamıştır.

Bu kitap, 15 Nisan - 15 Haziran 1985 tarihleri arası düzenlenen «Kooperatif Müdürleri Yetiştirme Kursu» için ders kitabı olarak hazırlanmıştır. Kitabın Yazarı Sayın Hüseyin Polat, bu konudaki teorik ve pratik çalışmaları ile ülkemizde ve dış ülkelerde de tanınan, konunun önde gelen uzmanlarındanır.

«Tüketim Kooperatifleri için Mağaza Yönetim Kılavuzu» adlı bu kitabın, işçi tüketim kooperatifleri yöneticilerine rehberlik edeceğine inanıyoruz. Tüketim kooperatiflerinin geliştirilmesi ve sendika üyesi kooperatif ortaklarına götürülecek hizmetlerin yaygınlaştırılması ve etkinleştirilmesinde, seçimle gelen yöneticiler ile atama ile gelen teknisyenlerin, bu eserde belirtilen ilkeler çerçevesinde güçlerini ve maharetlerini birleştirebileceklerine inanıyoruz.

Kitabın yazarı, tüketim kooperatifçiliği ve kooperatif mağazacılığında ileri bir düzeyde bulunan İskandinav ülkeleri, İngiltere, Almanya, Fransa, İsviçre ve Amerika Birleşik Devletlerinde yaptığı inceleme ve çalışmaları sonucu, ülkemiz koşullarına uygun bir kooperatif mağazacılığı modeli geliştirmeye yönelmiş ve bu konuda üzerinde çalışılabilecek sağlam bir altyapı meydana getirmiştir. Kitabın, özellikle işçi tüketim kooperatifçiliği konusunda önemli bir boşluğu dolduracağına inanıyoruz.

Bu değerli çalışmasından dolayı kitabın yazarı Sayın Hüseyin Polat'ı kutlarız. Basımına yardımcı olan AAFLI'ye teşekkür eder, yayınınızın Türk Kooperatifçilik Hareketi ve tüketim kooperatiflerine yarar getirmesini dileriz.

Ankara, Mayıs 1985.

**TÜRK - İŞ
YÖNETİM KURULU**

İÇİNDEKİLER

— Ö n s ö z	3
1 — Kooperatif Mağazaları İçin Bina ve Malzemeler	7
2 — Mağaza İç ve Dış Dekorasyonu	21
3 — Mağaza İşletmeciliğinin Planlanması ve Denetimi	29
4 — Mağazada İşbölümü ve Personel Yönetimi	39
5 — Satış Elemanlarının Eğitimi	51
6 — Kasiyerlerin Eğitimi	61
7 — Depo Düzenlemesi ve Depolama İşlemleri	71
8 — Mağaza Düzenlemesi	79
9 — Satılacak Mal Türleri	83
10 — Mal Siparişi	91
11 — Malların Teslim Alınması	95
12 — Tartım ve Önpaketleme	99
13 — Fiyatlandırma	103
14 — Kooperatif Mağazalarında Malların Sergilenmesi Kuralları	111
15 — Etiketleme	119
16 — Stok Kontrolü	125
17 — Fire, Zayiat ve Mağaza Hırsızlığının Önlenmesi	133
18 — S a y ı m	139
19 — Yararlanılan Kaynaklar	145

KOOPERATİF MAĞAZALARI İÇİN BİNA VE MALZEMELER

Başarılı pek çok kooperatif, genellikle küçük bir dükkan ile işe başlamışlardır. Giderek, iş hacmi geliştikçe ve ortak sayıları arttıkça mağazalarını genişletmişler ve modernleştirmişlerdir. 21 Aralık 1844 tarihinde İngiltere'nin Rochdale kasabasında açılan dünyanın ilk kooperatif mağazası da oldukça mütevazı ve basit bir bakkal dükkanı görünümünde idi. Ancak Rochdale Kooperatifi zamanla gelişmiş ve gerek iş hacmi, gerekse ortak sayısı bakımından İngiltere'nin en büyük kooperatiflerinden biri olmuştur.

Kooperatif kurucuları, kuruluş işlemlerini tamamladıktan hemen sonra bir mağaza (Satış) yeri bulmak zorundadırlar. Zira mağaza, kooperatif hizmetin sunulacağı en önemli araçtır.

Bu bölümde, işe yeni başlayan, ya da başlayacak olan küçük mağazalar için, hizmet sunumuna hazır hale getirilinceye kadar geçen aşamalarda neler yapılacağı anlatılacaktır.

KURULUŞ YERİNİN SEÇİMİ

Kooperatifiniz mağazasının, ya da kullanmayı düşündüğünüz mağaza yerinin konumuna ilişkin şu sorular üzerinde durmakta yarar vardır :

1 — Mağaza, ortaklarınızın büyük çoğunluğunun yaşadığı ya da çalıştığı yere yakın mıdır?

2 — Mağaza, hergün pekçok kişinin gelip geçtiği bir anayol üzerinde midir?

3 — Bu kişilerin, orada bir kooperatif mağazası bulunduğunun farkında olduklarını sanıyor musunuz?

4 — Hırsızlığa karşı güvenli mi?

5 — Mağazaya mal teslimi kolaylıkla yapılabilir mi?

Mağazanızın yerine ilişkin bu sorulara «evet» cevabı verebiliyor iseniz, isabetli bir seçim yapmışınız demektir.

Şimdi, konuyu biraz daha açarak, iyi bir mağaza yerinin, kooperatif açısından taşıdığı önemi tartışalım.

Ortaklara kolaylık :

Herşeyden önce kooperatif, ortaklarına hizmet için mağaza açar. Ortakların kolaylıkla alış-veriş yapabilmeleri için şu yerler arasından en isabetli olan seçilmelidir :

- Kent merkezi,
- Ortakların toplu halde oturdukları yer,
- Ortakların çalıştıkları yer.

«Satış» Yapılabilecek Bir Yer :

Yer seçiminde, ortaklarımıza sağlanacak kolaylığa öncelik verdikten sonra, yani ortaklarımız açısından kooperatif mağazasının, çalışılan ya da oturulan yerden ziyade, kent merkezinde olmasının daha yararlı olacağı ortaya çıktıktan sonra, böyle bir yerin, kooperatife sağlayacağı yararlar açısından düşünülmesi gerekir. Mağaza, ortak dışı satış yapacak ise, bu yerin, çok sayıda müşteriye satış yapılabilecek bir yer olmasına özen gösterilmelidir. Zira, kooperatifin satışlarının arttırılmasının bir yöntemi de, ortak olmayanlara satış yapmaktır. Bu nedenle, kentin alış-veriş merkezinde, ulaşım kolaylıkları bulunan bir yerin seçimi, kooperatif satışlarının artması ve bu yolla elde edilecek işletme fazlasının, kooperatifin gelişmesinde kullanımını mümkün kılar.

Güvenlik :

Hırsızlık ve soyguna karşı korunmalı bir yer, mağazanın güvenliği açısından önemlidir. Ortakların oturdukları mahalde ise mağaza, gürültüden dolayı ortakların hırsızlığa müdahale etmeleri mümkün olacaktır. Gece iyi aydınlatılmış, ya da bir gece bekçisi ile koruma altına alınmış bir yere yakın olması da, mağazanın güvenliği açısından yarar sağlar.

Mal Teslimleri :

Mağaza yeri tesbitine çalışırken, mal teslimlerinin aksamadan ve kolaylıkla yürütülmesi hususu da göz önünde bulundurulmalıdır. Böyle bir yerin, nakil araçlarının giriş ve çıkışlarına açık bir yer olması gerekir.

Binanın Maliyeti :

En ucuz yer, her zaman en iyi yer değildir. Daha çok satış için, daha fazla kira, ya da daha pahalı bir bina inşaatına katlanılmak zorunluluğu ile karşılaşılabilir. Ancak, aşağıdaki örnekte de görüldüğü gibi, satışların artması ve satış gelirlerinin, öde-

necek fazla kira bedelinin üzerinde olması halinde, böyle bir yerin seçimi yapılabilir.

	Mağaza Seçeneği I	Mağaza Seçeneği II
Satışlardan beklenen gelir	10.000.000.—	14.000.000.—
Kira giderleri	1.000.000.—	1.500.000.—
	9.000.000.—	12.500.000.—

Bir kooperatifin, mağazasının mevcut yerini değiştirmeyi planladığında da, karşısına çıkan mağaza yeri seçeneklerini böyle bir karşılaştırma ile değerlendirmesi gerekir.

En İyi Yer :

Uygulamada, mağaza için en ideal yeri bulmak mümkün olmayabilir. Kentin merkezinde böyle bir yer bulunmayabilir, ya da bulunsa bile, satışları artırıcı özelliğe sahip olmasına rağmen, ortakların evlerine ya da işyerlerine çok uzak olabilir.

Yerel koşullar farklı olduğundan, en uygun yerin seçimine ilişkin kuralların bütününe birden uyulması mümkün olmayabilir. En iyisi, mevcut seçeneklerin üstünlük ve caydırıcılık durumlarına göre incelemeye tabi tutulmasıdır :

Böyle bir incelemeye katkıda bulunabilmek için, aşağıda üzerinde çalışılabilecek bir örnek verilmiştir :

Aşağıdaki resimde görülen fabrikada çalışan işçiler bir kooperatif kurmuş ve mağaza yeri aramaya başlamışlardır. Başlangıçta iki seçenek üzerinde durmuşlardır :

- (A) fabrikanın hemen arkasında bir yer,
- (B) işçilerin bir bölümünün yaşadığı köyde bir yer.

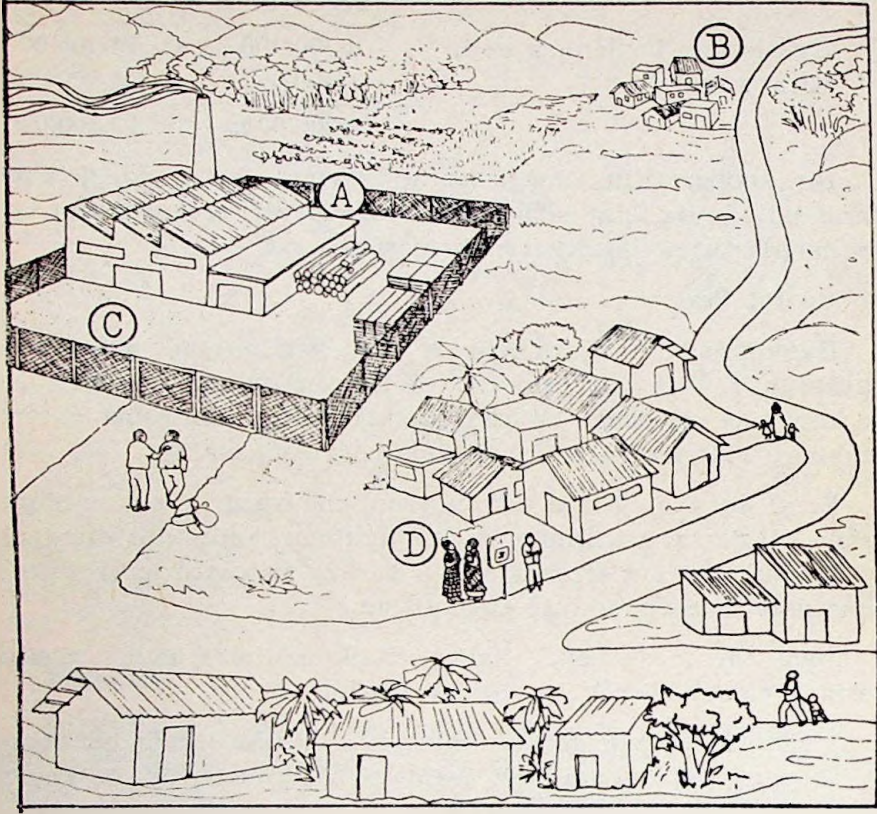
Ancak, üzerinde durulabilecek iki seçenek daha var :

- (C) fabrika giriş kapısının hemen içerisindeki yer,
- (D) dışarda, otobüs durağının yanındaki yer.

Ortakların, mağazadan aldıkları malları daha uzak bir mesafeden evlerine taşımak zorunda kalmamaları bakımından, mağazanın evlerine yakın olması çok daha iyidir. Ancak, örnekte işçilerin yalnız bir yerde değil, farklı yerlerde ve hele (B) noktasından uzakta yaşayanların da bulunduğu belirtilmektedir.

(A) noktasında açılacak bir mağaza, işçilerin fabrikaya geliş ve gidişlerinde dikkatlerini çekmeyecek, dolayısı ile bir kısmı muhtemelen mağazaya uğramayı unutabileceklerdir. Fabrikanın ön

kısımındaki (C) noktası, mağaza için iyi bir yerdir. Eğer kooperatif, ortak dışına da mal satıyor ise, (D) noktası, (C)'den de daha iyidir.



Bu noktalar arasında en güvenli olanı (C)'dir, zira bekçi kulübesinin yanında bulunmaktadır. (A) noktası, karanlıkta kalmaktadır. (C) ve (D) noktaları ise güvenlik açısından, halkın yaşadığı yere yakın oldukları için sorun teşkil etmeyecek durumdadırlar.

Bir kamyonet, (A) noktası hariç, diğer üç noktaya da mal teslimatı yapmak için yanaşabileceğinden, bu üç nokta da mal teslimatı açısından uygun durumdadırlar.

İşveren, (A) noktasındaki barakayı bedelsiz olarak kooperatife tahsis etmekte iken, (C) veya (D) noktalarında inşa edilecek mağazalar için, ek paraya ihtiyaç duyulacaktır. Ancak, satışları artırması halinde (C) noktası için yapılacak yatırım, ortak dışı satışlardan elde edilecek gelir ile finanse edilebilecektir.

Bunları bir çizelge haline getirir isek, seçenekler arasındaki farkları daha kolay görebileceğiz :

	A	B	C	D
— Ortaklar için kolaylık?	İyi	İyi değil	İyi	İyi
— Güvenlik?	Güvenli değil	—	Çok güvenli	Güvenli
— Mal teslimatı?	Güç	—	Kolay	kolay
— «Satış» mahalli?	İyi değil	—	İyi	Çok daha İyi
— Binanın maliyeti?	Parasız	—	Para gerekıyor	Para gerekıyor

Bu beş kurala en yakın ve en uygun olan yerin mağaza yeri olarak seçilmesi, artık kolaylaşmıştır.

PROJELENDİRME

Büfe

Mağazanın en küçük tipine «Büfe» denilir. Özellikle işyeri tüketim kooperatiflerinin, ortak sayısı ve iş hacmi bakımından normal büyüklükte bir mağaza açamayacak olanların, ya da merkez mağazaya ek olarak, muhtelif yerlerde satış ünitesi açmak isteyen kooperatiflerin başvurdukları yöntemlerden biri de, büfeye benzer küçük satış yerleri açmaktır. Gelişmiş ülkelerdeki kooperatiflerin büyük çoğunluğu da, yüzyılımızın başlarında, mağazacılığa büfeler ile başlamışlardır. Gerek işletme giderlerinin az olması, gerekse sınırlı türde mal satmaları nedeni ile, küçük işyerleri açısından cazibesini günümüzde de koruyan büfecilik, kooperatif mağazacılığına yönelecekler için de bir tecrübe dönemi oluşturmaktadır.

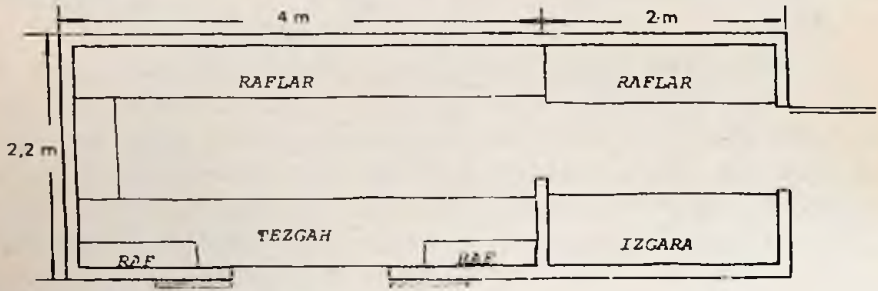


Büfenin İçerden Görünüşü

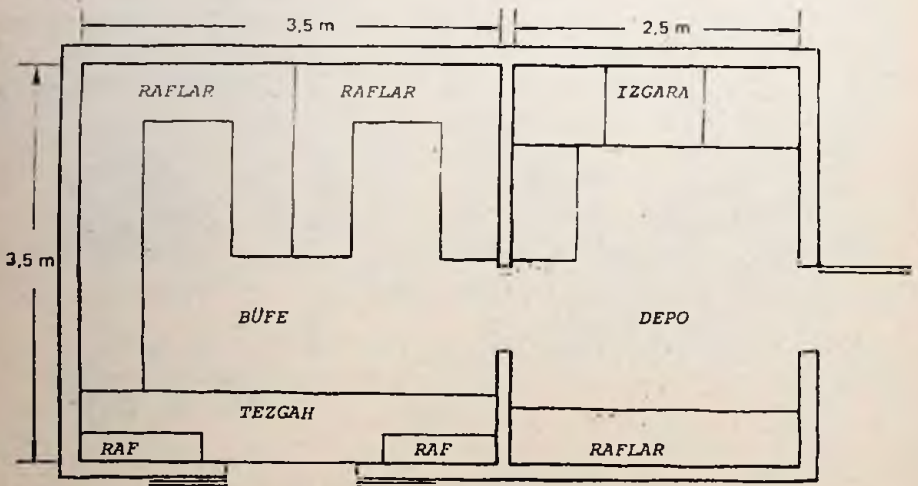
Büfenin en önemli özelliği, müşterinin içeriye girmeden alış-verişini yapabileceği biçimde küçük boyutlarda olmasıdır. Müşterilere, açık bir pencereden hizmet götürülür.

Büfenin ikinci özelliği, yukarda da değinildiği gibi az sayıda ve küçük boyutlu mal türlerinin bulundurulmasıdır. Günlük kullanım maddeleri olarak sayılabilecek bu mallar, 50 - 100 çeşidi geçmeyecek şekilde düşünülmelidir.

Aşağıda, ideal bir büfenin planı verilmiştir. Büfe, daima küçük bir depolama odası ile ilişkilendirilmiş olmalıdır. Büfe içinde, raflar arasındaki mesafe dar tutularak, satış elemanının tüm mallara rahatça ulaşması sağlanmalıdır. Malların, depo kapısına kadar getirilebilmelerini sağlayacak bir dış düzenleme de yapılmalıdır.



Aşağıda başka bir büfe modeli verilmiştir. Bu ikincisi, biraz daha geniş ve birincisinden daha fazla mal alabilecek biçimde düşünülmüştür.



Küçük Mağaza

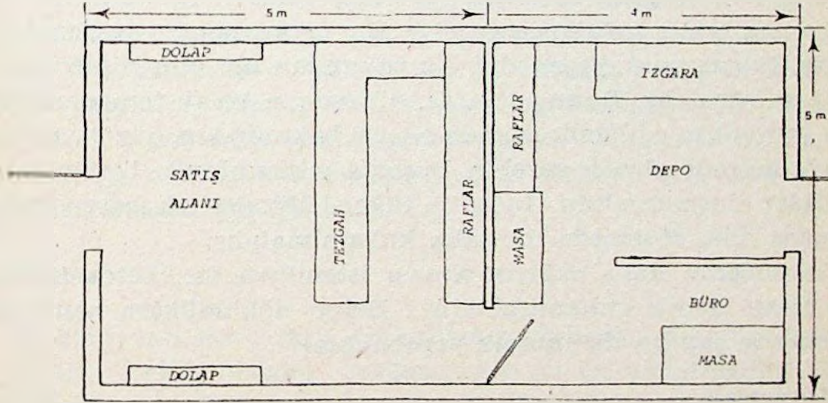
Eğer ortaklar ve müşterilerin mağaza içerisine girmeleri isteniliyor ise, daha fazla yere ihtiyaç duyulacağından, büfe yerine, «küçük mağaza» ya da «dükkan» tabir edilen mağaza tipi tercih edilebilir.

Böyle bir küçük mağazanın boyu, en az 9 metre, eni de en az 5 metre olmalıdır. Yüksekliği ise, tabandan tavana 2.5 metre olmalıdır. Bu boyutta bir binanın, komplike bir çatı dizaynına ihtiyaç duymayacağını da belirtelim.

Kuşkusuz, daha geniş bir mağaza da düşünülebilir. Mağazanın boyutunu, mağazadan yararlanacakların sayısı, mağazanın planlanan iş hacmi ve işletme sermayesi miktarı ile uyumlu biçimde düşünmekte yarar vardır. Daha geniş mağaza ve depo yeri, daha çok mal ve daha fazla işletme sermayesi demektir.

Binanın esas bölümü «satış alanı» olarak kullanılmalı. Ancak, binada bir depo bölümü ile küçük bir büro düşünülmesi de gereklidir.

Böyle bir küçük mağazaya ilişkin bir model plan aşağıdadır.



Tezgah tipi böyle bir mağazanın, işyeri içinde ise, işyeri idaresinin katkıları ile yapılması mümkün. İşyeri dışında, kooperatifin kendi parasal kaynakları ile yapılması halinde, plan ve projesinin yetkili makamlarca onaylanması gerekir.

Mağazanın satış alanına ilişkin iç düzenleme, satış alanında bulundurulması planlanan mal cinsleri ve miktarına göre yapılmalıdır. Mağaza iç düzenlemesi, ayrı bölümde detaylı olarak ele alınacaktır.

İNŞAAT MALZEMELERİ VE TESİSAT

Mağaza binası, içinde bulunan malları çok iyi koruyabilecek biçimde yapılmalıdır. Başka bir ifade ile bina, **kötü hava koşullarına, depo zararlılarına, hırsızlığa ve yangına karşı emniyetli** olmalıdır.

Takviyeli beton, bina inşaatı için en iyi malzemedir. Hem sağlam, hem de dayanıklıdır. Ancak, çimento ve katkı malzemelerinin temini için fazla para gerekir. İnşaat malzemeleri seçilirken, şu hususlar göz önünde bulundurulmalıdır :

- Mevcut olan (bulunabilen) malzemeler,
- Bunların fiyatları,
- Bu amaçla ayrılan toplam para miktarı,
- Yerel inşaat teknikleri.

Her zaman, binanın betonarme olması gerekmez. Yerel malzemeler kullanılarak, ya da bir işyerinin sağlayacağı malzemeler ile yetinilerek de bina inşa ettirilebilir. Bina inşaatının çeşitli kademelerinde nasıl bir planlama ve düşünce içerisinde olunması gerektiği, aşağıda sırası ile işlenecektir :

Döşeme :

Depo ve mağaza zararlılarına karşı binanın korunması için, her zaman temiz tutulması gerekir. Bir mağazada, en çok kirlenen yer ise, taban, yani döşemedir. Bu bakımdan her gün süpürülmeli, ya da silinmelidir. Bunun için de, döşemenin kolay temizlenebilir, kuru muhafaza edilebilir şekilde olması bakımından, düz ve sağlam bir görünümde olması gerekir. Döşeme yıkandığında hiçbir yerde gölcükler oluşmamalıdır. İnşaatın diğer bölümlerinde beton kullanılamasa bile, döşemede mutlaka kullanılmalıdır.

Döşemenin daha sağlam olması isteniliyor ise, beton ile birlikte hasır demir kullanılmalıdır. Beton döküldükten sonra da, düzlenerek, şap ya da mozaik yapılmalıdır.

Duvarlar

Duvarlar, tuğla ile örülebilir. Ara bölmeler dışındaki dış duvarlarda, briket ya da benzeri malzeme kullanımının güvenlik açısından mahzurlu olduğu durumlarda (örneğin, mağaza işyeri dışında ise), en iyi malzemenin tuğla olduğu unutulmamalıdır. Tuğla kullanıldığında iç sıva, briket kullanıldığında da hem iç, hem de dış sıva yapılmalıdır.

Tüm pencereleri kapatılmış ve güneşin altına park edilmiş bir arabanın içerisinde oturabilir misiniz? Elbette, sıcaktan fazlaca ra-

hatsız olursunuz. Mağazanızın dış duvarlarını da saç ya da demir malzeme ile örerseniz, mağaza içindeki mallar da yaz aylarında bu aşırı sıcaktan dolayı çabukca bozulurlar. Bu bakımdan, saç ya da benzeri demir malzeme, duvar örgüsünde kullanılmamalıdır.

Çatı

Kiremit, arduvaz ve beton, çatı için ideal kaplama malzemeleridir. Parafinli plakalar veya saz kaplama çatı örtüsü için uygun malzemeler değildir.

Yukarıda da açıklandığı gibi, duvarlar ile birlikte çatıda da oluklu saç kullanımı mahzurludur. Mağaza ve deponun yazın çok sıcak, kışın ise çok soğuk olması sonucunu doğurur.

Fakat, çatı örtüsü için en yaygın olarak oluklu saç kullanıldığına tanık olunmaktadır. Bunun yaratacağı sıcak havanın, çatı aralığından dışarı atılabilmesi için, çatı aralığının karşılıklı yönlerine vantilatör görevi yapacak delikler (bacalar) konulmalıdır.

Bu deliklerin, yerden yüksekte bulunmasına, birbirine karşı olan duvarlarda açılmalarına, boyutlarının küçük tutulmasına ve mutlaka tel örgü ile kaplanmasına özen gösterilmelidir.

Çatıya konulacak yağmur oluklarının, binanın zeminini etkilememesi için, bina dışı en az bir metre genişliğinde şap ile kaplanmalı ve yağmur oluklarının bu alanlar dışında toprak ile bağlanması gerekir. Çevrenin çamur olmaması, ya da su birikintilerinin uzun süre çevrede kalmaması için uygun yerlerde üzeri taş ve çakıl kaplı drenajlar yapılmalıdır.

Tavan

İyi bir tavan, kooperatif mağazasının görünümünü olumlu yönde etkiler. Beyaz badana, kullanılacak en iyi malzemedir. Bununla beraber, aydınlatma ve raflarla ahenkli bir tavan düzenlemesi için yer yer ahşap malzeme ve alüminyum plakalar kullanılabilir.

Kapılar

Küçük -ya da orta- büyüklükteki mağazalar için iki dış kapı yeterlidir. Çok fazla kapı ya da giriş-çıkış yeri bırakarak, hırsızların rahat çalışmalarını temin etmeyiniz. Müşteri giriş-çıkışı için bir, mal girişi için de bir olmak üzere, iki kapı yeterli olmalıdır.

Müşterilerin giriş çıkışı için düşünülen kapı, diğerinden daha geniş ve rahat olmalıdır. Mağaza içinin çamur olmaması bakımından, giriş yolu beton kaplama ya da taş döşeli olmalıdır.

Mal girişi için düşünülen kapı önüne kadar nakil aracı yanasabilmelidir. Kapı, çuval ve kolilerin girişine müsait olmalıdır. Bu kapının, doğrudan depoya açılması ise en idealidir. Böylelikle mal naklinde daha çok zaman ve enerji harcanması önlenmiş olur.

Kilitleme

Kapılar sağlam kilitler ile kilitlenebilmeli ve kapı anahtarlarının kimlerde olacağı yazılı olarak kararlaştırılmalıdır.

Müşteri giriş-çıkış kapısı arkadan kapatılarak, sürgü ile güvenceye alınabilir. Dışardan kilitlenecek tek kapı da depo kapısı olabilir. Çalışma saatlerinde personel mağazanın satış alanında olacaklarından, depo kapısı arkadan kilitli tutulur.

Kapı anahtarı, mağaza sorumlusu tarafından muhafaza edilir. Yedek anahtar ise, bir yönetim kurulu üyesine teslim edilmelidir.

Pencereler

Mağazada doğal ışıklandırma için pencerelere gereksinme vardır. Ancak pencereler, hem duvarlarda raf konulmasını engellemek, hem de hırsızlığa mani olmak için küçük ve tavana yakın düşünülmelidir. Pencereler, fazla güneş ışığı alınmaması için, mağazanın kuzey ve güney cephelerinde olmalıdır.

Pencereler ayrıca, sivrisinek girmemesi için tel örgü ile kaplanmalı, hırsızlığa karşı ise demir parmaklıklar ile takviye edilmelidir.

Işıklandırma

Özellikle kış aylarında, pencerelerden gelen ışık yeterli olmaz. Akşamları hava erken karardığından, elektrik ile aydınlatmaya ihtiyaç duyulur. Elektrik donanımı, hem güvenli olmalı, hem de mağaza ve depoda kullanılan elektirikli malzemeler için yeterli güçte bulunmalıdır. Işıklandırma, mağazada karanlık bölge kalmayacak şekilde planlanmalı, mümkün ise floresan ampuller kullanılmalıdır.

Elektrik kesilmeleri halinde, güvenli bir lüks lambası kullanılabilir.

Su Tesisatı ve Tuvalet

Gıda maddeleri ile ilgilenenler hijyen konusunda çok dikkatli olmaları gerekir. Aksi halde hastalık yayarlar. Bu bakımdan, mağaza personeli sık sık ellerini yıkamak zorundadır.

Mağaza içindeki lavabo/duş ve tuvalet, satış alanı ile malardan tamamen ayrı bir yerde konumlandırılmış olmalıdır.

Küçük mağazalar için, civarda tuvalet var ise, mağaza içinde tuvalete gerek duyulmayabilir. Ancak, mağaza içinde mutlaka su tesisatı bulunmalı ve mağaza temizliği ve personelin temizliği için her an su, hizmete hazır bulundurulmalıdır.

Mağaza ve depodan kullanılmış suyun kanalizasyona bağlanması için kullanılacak borudan, mağaza zararlılarının içeri girmemeleri için gerekli önlemler alınmalıdır.

M O B İ L Y A

Izgaralar, raflar ve tezgah bankosu, mağazanın temel mobilyalarıdır. Masa, sandalye ve dolaplar da gereklidir.

Izgaralar

Doğrudan döşeme üzerine bırakılan mallar nemlenir veya mağaza zararlılarının hücumuna uğrarlar. Bunu önlemek için, ahşap izgaralar kullanılır.

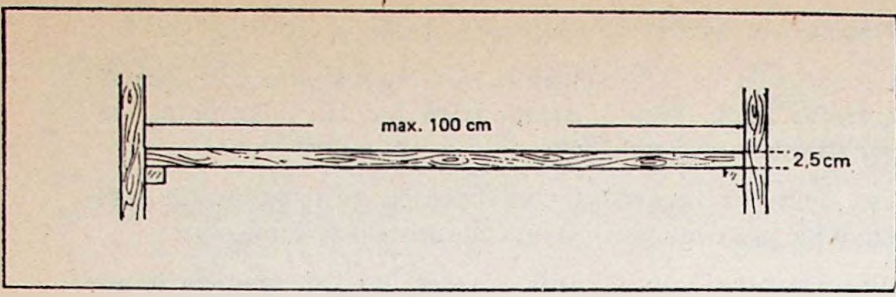
Döşemenin yıkanması ve temizlenmesi için, izgaralar makul bir yükseklikte olmalı. Bu yükseklik 10-15 cm. olarak düşünülebilir. Birkaç uzun izgara yerine, kare ya da dikdörtgen biçiminde muhtelif boyutlarda çok sayıda izgara bulunması halinde, değişik yerlerde kullanılmaları mümkün olur.

Geçici bir izgara için, tuğlalar üzerine birkaç kalas uzatılması yeterlidir.

Raflar

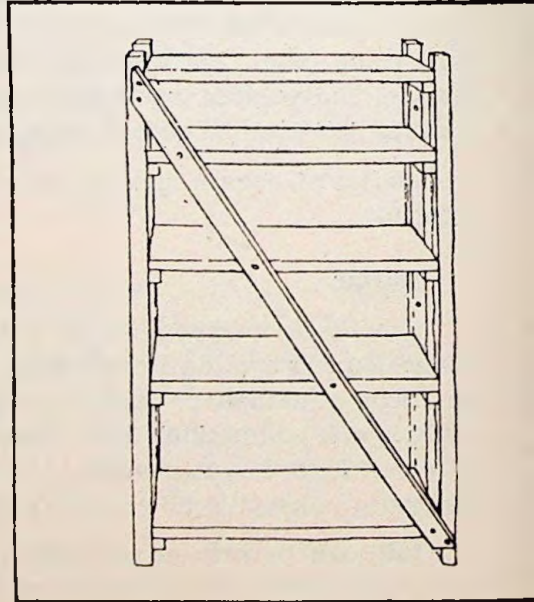
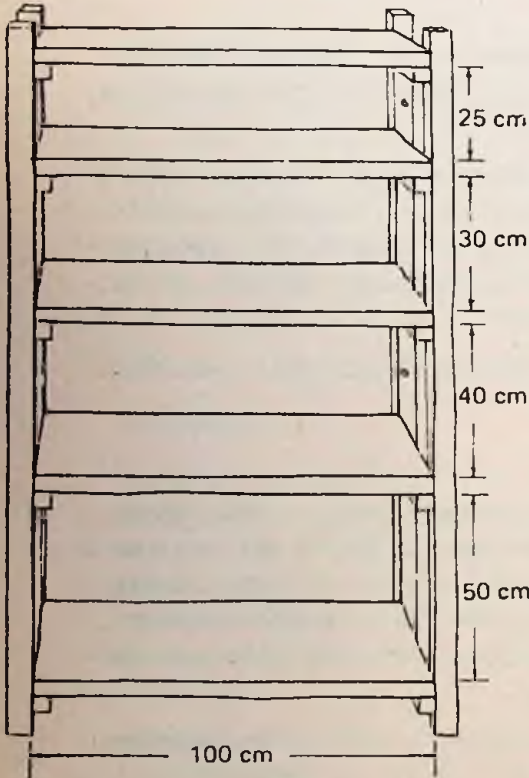
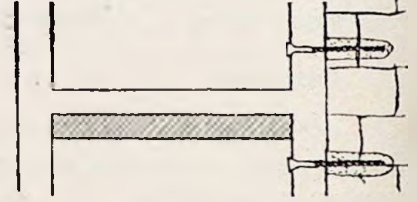
Küçük bir mağaza, 15-25 metre uzunluğunda raflara ihtiyaç duyar. Bu, dört ya da beş takım raf demektir. Herbir raf, beş kat fazla olmamalı ve katlar arasındaki mesafe de yukarı doğru çıkıldıkça küçülmelidir. Bu mesafe 25-50 cm. arasında olmalıdır. Ağır ve büyük boyutlu mallar alt raflara konulacağından, en alttaki rafın yüksekliği 50 cm. olmalıdır.

Rafların herbiri en çok 100 cm. genişliğinde olursa, istenilen yere yerleştirilebilir. Rafların derinliği ise 40 cm olmalıdır.



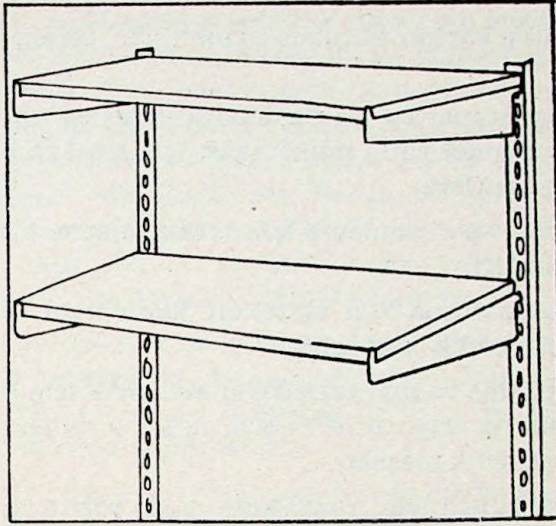
Raflar, sağlam ve esnemeyen ahşaptan yapılmalıdır. Kullanılan tahtaların kalınlığı en az 2,5 cm. olmalıdır. Destekler arasındaki mesafe, bir metreden fazla olmamalıdır. Daha uzun raf yapılması halinde, üzerlerine mal konulunca esneyeceklerdir.

Mümkün olursa, raflar duvara çakılmalı, bunun mümkün olmadığı durumlarda raflar birbirleri ile ilişkilendirilmelidir. Rafların, duvara bağlanmaması halinde, yanları ve arkaları sağlamlaştırmak için yukardan aşağıya çaprazlama olarak destek konulabilir.



Oldukça yüksek, hatta tavana kadar yükseklikte raflar yapmak yerine, tüm malların «göz hizasında» sergilenebilmeleri için, aşağıdaki örnekte görülen boyutlara uygun yükseklik tercih edilmelidir.

Büyük mağazalarda ahşap ve metalin birlikte kullanıldığı raflar vardır. Bunlara reyon denilmektedir. Daha sonraki bölümlerde, reyonlar üzerinde durulacaktır.



Tezgah Bankosu

Satış elemanı ile ortak ya da müşteri arasındaki masa yada rafa TEZGAH denir. Masa yerine, mağaza için özel olarak yaptırılmış bir banko olması kuşkusuz daha iyidir. Zira, hem alt bölmeleri raf olarak kullanılabilir, cam bölmesinin içine konulacak mallar, müşteriler tarafından görülebilecek ve bankonun üzeri de, tartım ve paketleme için, hatta bir hesap makinası konulması için kullanılabilir.

Tezgah bankosunun üstü, düz ve temiz olması için plastik bir malzeme ile kaplanabilir. Formika da bu amaçla kullanılabilir, ancak köşelerin kalkmaması için muntazam biçimde kaplanmalıdır.

Yüksekliği 80-90 cm olabilecek tezgah bankosu, duvardan duvara uzanacak kadar uzun da olabilir. Böyle durumda, tezgahın müşteriye dönük yanı, camekanlı bir vitrin haline getirilerek, mal sergilenmesi için de kullanılabilir. Hatta, hırsızlığa karşı korunmak istenilen küçük, fakat, pahalı mallar, bu bölümlerde hem muhafaza edilmiş, hem de sergilenmiş olurlar.

Tezgah bankosunun en altındaki çekmeceler ise, mağazada kullanılacak ambalaj malzemeleri ve ölçü-tartı aletleri ile etiket şeritlerinin muhafaza yeri olabilir. Hatta kilitli bir bölme, gün boyunca kasa olarak da kullanılabilir.

ALET VE MALZEMELER

Mağazada ve depoda yapılacak işlere göre, şu alet ve malzemelerin bulundurulması unutulmamalıdır :

1 — Koli ve karton kutuları açmak için, bıçak, testere, pense ve çekiç,

2 — Çuvalda mağaza ya da depoya getirilen toz şeker, un, pirinç gibi gıda maddelerinin muhafazası için kapaklı büyük kovalar ve tezgahtar kürekleri,

3 — Tartım ve ölçümleme için terazi, metre, kilogram, gram, litre ölçü birimleri,

4 — Fiyatlandırma için etiketler, kalın uçlu kalemler, fiyat duyuruları için renkli kartonlar,

5 — Sergileme ve mal satışlarını artırmak için özel olarak hazırlanmış afişler ve duyuru levhaları, geçici sergileme için kullanılacak sepet ve küçük masalar,

6 — Para tahsili için, yazar kasa ya da şeritli hesap makinesi ve rulo halinde bu makinanın şeritleri, bir para kasası.

7 — Sıvı yağlar ve gazyağı için huni ve pompa,

8 — Son olarak da, mağaza ve depoyu temiz tutmak için kova, tas, toz bezi, süpürge, pas pas ve temizlik malzemeleri bulundurmak gerekir.

Mağazanın, büro kısmında kullanılacak malzeme ve evraklar için ise, mağaza sorumlusunun, ihtiyacına göre ayrı bir liste yapması gerekiyor.

MAĞAZA İÇ VE DIŞ DEKORASYONU

Giriş

Kooperatif mağazaları genellikle, sınırlı bir ortaklık sermayesi ile işe başlarlar. Bu sınırlı sermayenin, ne kadarının mağaza iç ve dış dekorasyonu ile demirbaş malzemeye bağlanacağına ilişkin karar, oldukça önemli bir karardır. Kooperatifler, topladıkları sermayenin tamamını mağaza dekorasyonuna harcayarak, güzel görünümlü bir mağaza elde edebilirler. Ancak, bu güzel mağazayı dolduracak mal alımı için ellerinde işletme sermayesi kalmaz ise, satın alma gücü sıfır olan bir işletme ile yola çıkmanın rizikolarına ve güçlüklerine de katlanmak zorunda kalırlar.

Mağaza demirbaşları ile iç ve dış dekorasyon için harcama yapılmadan önce, sermayenin ne kadarının bu iş için kullanılacağına karar verilmelidir. Sonra da, demirbaş ile iç ve dış dekorasyon için bir öncelik sıralaması yapılmalıdır.

Mağazanın, kooperatif ortak sayısı ve iş hacmindeki gelişmelere paralel bir yaklaşım ile düzenlenmesi gerekir. Öncelik sıralamasında, hangi düzenlemeye ilk başta, hangi düzenlemelere de sonraki aşamalarda ihtiyaç duyulacağı belirlenebilmelidir.

İş hacmi ve ortak sayısı dengeli biçimde gelişen ve kendisini çağın teknolojik gelişmelerine uygun biçimde yenileyebilen bir kooperatif, ortalama **her beş yılda bir** demirbaş ve mağaza düzenlemelerini gözden geçirerek, bunları yenileyebilme, modernleştirme olanaklarını araştırmalıdır. Uzağı gören bir kooperatif yöneticisi, mağazanın on-onbeş yıl süre ile kullanmayı düşündüğü malzemelerin, hizmetin sunumunda yetersiz kalacağını bilmeli ve bunların bir süre sonra değiştirilebileceğini düşünerek planlama yapmalıdır.

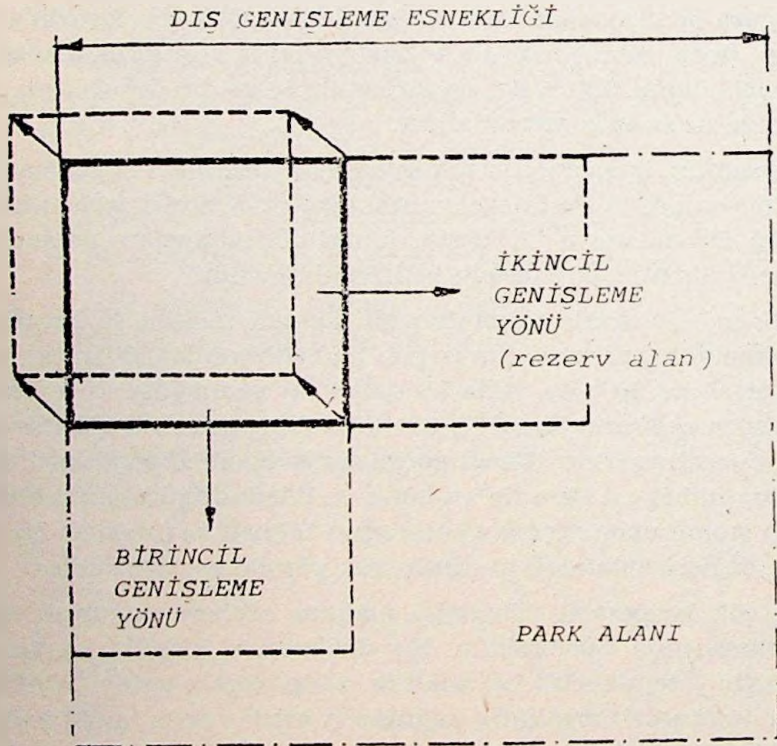
Pek çok kooperatif yöneticisi, mağaza dekorasyonunun fazla önemli olmadığını düşünebilir. Bu düşüncenin altında kuşkusuz, kooperatifin yetersiz mali kaynaklara sahip olması yatar. Unutmalıyız ki, kooperatif ortakları, çağımızda artık yalnız kırsal kesimde örnekler görülebilen «Sinekli Bakkal» tipi köhne ve izbe dükkanlara lâıyk değildirler. Üstelik, mağazanın düzen ve tertibi ile dekorasyonu, mağaza yönetiminin, ortaklara duydukları saygının da bir göstergesi olarak yorumlanır. Kısaca belirtmek gerekir ise, mağaza iç ve dış dekorasyonu, hizmet sunumunu tamamlayan bir

unsurdur ve kooperatifler, kaynakları ölçüsünde bu konuya da özel bir önem vermek zorundadırlar.

Bu bölümde üzerinde duracağımız bir kısım hususlar, işyeri tüketim kooperatifleri mağazaları için pratik bir yarar sağlamaya bilir. Ancak, böyle kooperatiflerin yöneticilerinin, bu konular üzerinde de bilgilendirilmelerinin işyerlerinin bir kısım olanaklarını zorlamalarında kendilerine yardımcı olacağı kanısındayız.

MAĞAZA KONUMU

Tüketim kooperatifleri, kendi arsaları üzerinde mağaza yaptırmak isterlerse, mağazanın bu arsa üzerinde konumlandırılması, belirli bir düşünceye göre yapılmalıdır. Aşağıdaki çizimde de işaret edildiği gibi, mağazanın birincil ve ikincil öncelik taşıyacak genişleme yönleri belirlenmeli, hatta bu alanlara ilişkin alt yapı inşaatları da mağaza inşaatı ile birlikte tamamlanmalıdır.



Mağaza konumlandırılır iken, daima genişleme durumu ve çevre ile uyumuna paralel olarak, arsanın bir köşesinden başlanılmalıdır. Böylece, geriye kalan alanın, genişleme konusundaki tasarımlara açık bir biçimde tutulması mümkün olur.

Birincil genişleme yönü, ilk fırsatta kullanılacak alan olarak düşünülürken, ikincil genişleme yönü, planlamanın başlangıcında bir «rezerv alan» olarak da dikkate alınabilir.

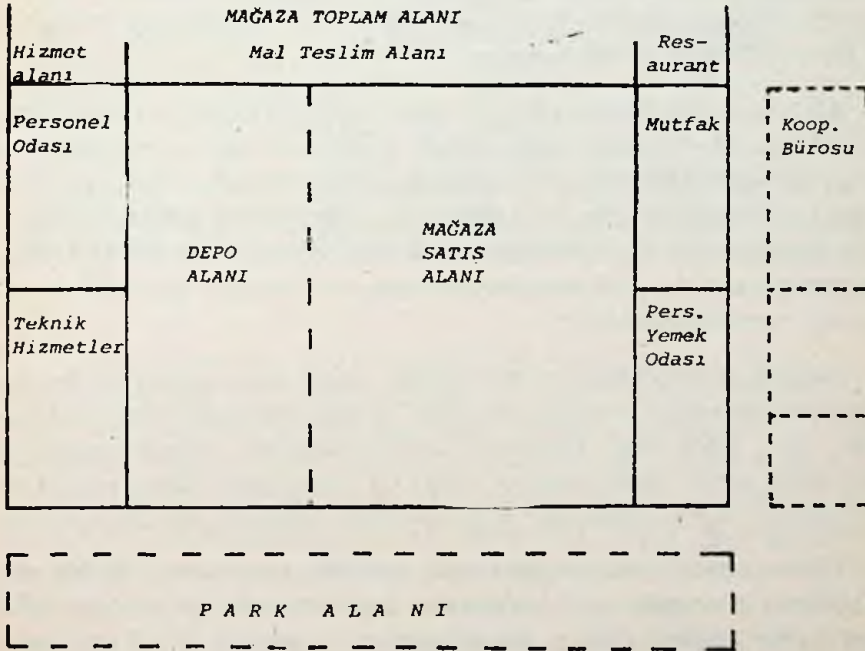
Bazı ortaklar için, araçlarına park yeri bulunması, büyük kentlerde sorun olmaktadır. Bu bakımdan, arsanın bir bölümünün her zaman park yeri olarak planlanmasında yarar vardır.

Dış düzenleme, mağazanın konumlandırılmasını bütünleyen bir etken olduğundan, mal giriş ile müşteri giriş-çıkışlarının ve doğal ışıklandırma ile havalandırma tesisatının da bu planlamada göz önünde bulundurulması gerekir.

KULLANIM ALANLARININ DAĞILIMI

Tek katlı kooperatif mağazalarında, kapalı alanın kooperatif amaçlarına uygun biçimde dağılımı daha sonra iç değişikliklere gerek duyulmaması bakımından önceden planlanmalıdır. Her fonksiyon için ne kadar faydalı alan ayrılacağı kararı çok önemlidir.

Kapalı alanın ne kadarı depo, ve ne kadarı da mağaza yeri olarak ayrılmalıdır? Batı ülkelerinde, tek katlı bir kooperatif mağazasında hem depo ve mağaza, hemde büro ve benzeri fonksiyonlar için şöyle bir dağılım öngörülmüştür :



Yukardaki şekilden de anlaşılabilceğı gibi, kapalı alanın en az yarısı mağaza satış yeri, dörtte biri depo yeri ve kalan dörtte biri de diğer hizmet ünitelerine ayrılmalıdır. Mağaza ve depo alanların

2

arasındaki oran, — olarak da düşünülebilir. Yani, mağaza alanının

3

üçte bir büyüklüğü kadar bir depolama alanı yeterli olmalıdır.

Mağaza kapalı alanı bünyesinde, başlangıçta restoran, ya da mutfak gibi hizmet ünitelerinin düşünülmesi gerekmeyebilir. Bu durumda, mağaza satış alanının başka fonksiyonlar için kullanılması planlanabilir.

MAĞAZA VE DEPO DIŞ DÜZENLEMESİ

Kooperatif mağazası, ortakların en kolay ve rahat alışveriş yapabilecekleri bir yerde olmalıdır. Mağazanın dış çevresi, binanın bir alışveriş merkezi olduğunu hissettirir biçimde düzenlenmelidir. Bu düzenleme içerisinde, öncelikle giriş ve çıkışların rahat kullanıma uygun ve yörenin alışveriş merkezine doğru açılmasına çalışılmalıdır. Mağaza çıkışında merdiven kullanılmamasına çaba gösterilmelidir.

Mağaza ve depo içerisinde yangın ve hırsızlığa karşı önlem alınmakla birlikte, mağaza ve depo konumlanırken, çevrede yangın ve benzeri afetlere neden olabilecek bir olasılığın bulunup bulunmadığı araştırılmalıdır. Hırsızlığa karşı, dış düzenleme sırasında da gerekli önlemler alınmalıdır.

Mağazanın mümkün olduğu kadar her cepheden görünebilecek büyüklükte bir tabelaya sahip olması gerekir. Akşam saatlerinde ışıklandırılabilir şekilde de düzenlenebilecek olan tabelanın, kooperatif amblemi, ya da mağazanın bir kooperatif mağazası olduğunu tanımlayan bir sembol ile takviye edilmesinde yarar vardır. Kooperatif adı ile ambleminin, ortaklar açısından ne denli önem taşıdığı unutulmamalıdır.

Depo için düşünülecek mal girişi, nakil araçlarının giriş-çıkış durumlarına ve şehir trafik akımına uygun olmalıdır. Depo ve mağaza, aynı anda mal teslimine uygun biçimde konumlanmalıdır. Yani, aynı anda hem depoya, hem de mağazaya nakil aracından mal ikmali yapılabilecek biçimde bir teslim mahalli düşünülmelidir.

Depoya nakil araçlarından mal naklinin yarı otomatik biçimde ve giderek otomatik mal nakline olanak verecek şekilde düşünülmesi yarar sağlayacaktır. Bu mümkün olmadığı takdirde, nakil

araçlarının depo içine kadar girebilmelerini sağlayan bir giriş düzeni planlanmalıdır.

Depo önünde ayrıca, mesai saatleri dışında mal getiren nakil araçlarının güvenle bekletilebilecekleri bir park ve manevra alanı bulundurulmalıdır.

MAĞAZA İÇİ DÜZENLEMENİN GENEL ESASLARI

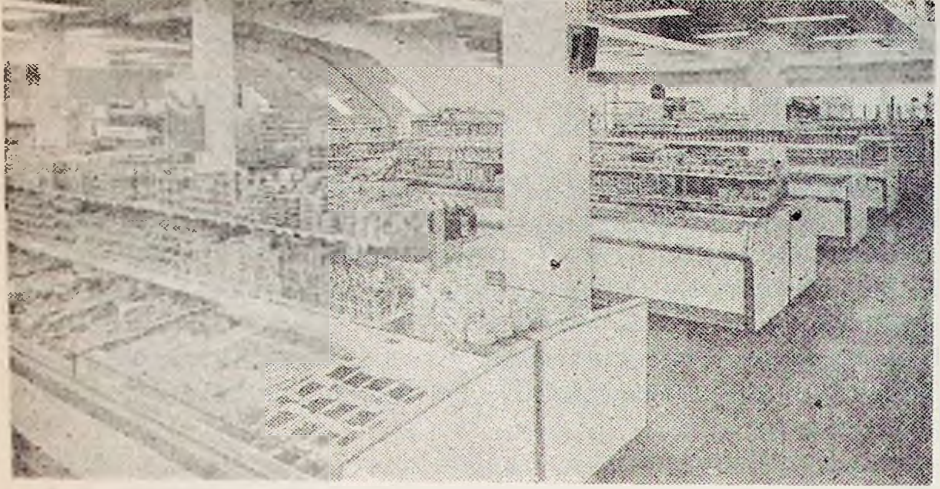
Müşteri Giriş-Çıkışı : Müşteri giriş kapısı ile çıkış kapısı ya birbirinden ayrılmalı, ya da aynı kapı kullanılacak ise, mağaza içinden giriş ve çıkış, turnike denilen ayraçlarla iki ayrı koridor haline getirilmelidir. Giriş koridoru, çıkış koridorundan daha geniş tutulmalı ve giriş, çıkış olarak, çıkış da giriş olarak kullanılmamalıdır. Çıkış koridoru, yazar kasa bankosu ile ilişkilendirilmelidir. Girişte ise, alışveriş sepet ve arabalarının bulundurulacağı bir alan bırakılmalıdır.



Isveç Tüketim Kooperatiflerinden Birinin Mağaza Çıkışından Bir Görünüm.

Gıda Reyonu : Kuru gıdalar, tenekeli gıdalar, soğutucuya gerek duyan süt mamulleri, yağlar ve diğer gıdalar, yaş meyve-sebze gibi alt gruplara ayrılabilen gıda reyonu, mağazanın en canlı ve hareketli bölümüdür. Bu bölüm, hem depoya, hem de kasaya yakın olmalıdır. Başka bir ifade ile, gıda reyonu, hem depo, hem de çıkış ile ilişkilendirilirken, bu arada bir başka mal grubu ya da reyon bulundurulmamasına özen gösterilmelidir. Gıda reyonunda kullanılan kapalı ve açık buzdolapları, raf sistemi ile uyumlu olmalıdır. Soğutucular, gıda reyonunun, çıkış kasasına en yakın bö-

lümde düşünölmeli ve buzdolabından alınacak malların, kasaya uğramadan önce en son alınacak mallar olarak müşteriye sunulması yoluna gidilmelidir.



İsveç Tüketim Kooperatifleri Birliği KF'ye bağı DOMUS Departman mağazalarından birinin gıda maddeleri katı...

Temizlik Maddeleri Reyonu : Mağazanın ikincil hareketli bölümüdür ve kıda reyonundan kesinlikle ayrı tutulması gereken bir reyondur. Bu reyonun konumlandırılmasında dikkate alınacak en önemli husus da budur.

Mutfak-Ev Aletleri Reyonu : Reyonun konumlandırılacağı en uygun bölme, gıda ve temizlik maddeleri reyonlarının arasındır. Bir kooperatif mağazasının sağ ve sol duvar reyonlarının gıda ve temizlik maddelerine ayrılmış olduğunu varsayar isek, mutfak ve ev aletleri reyonu, orta reyon olarak düşünölmelidir.

Giyim Reyonu : Tek katlı mağazalarda gıda, temizlik ve ev aletleri reyonları yanında bir de giyim reyonu düşünölmeli doğrudur değildir. Bu reyonun ya ayrı bir katta ,ya da bu mümkün olmadığı takdirde, mağaza alanının ayrı bir bölümünde konumlandırılması gerekir.

Reyon Araları : Reyonlar arasındaki geçiş yolları, mağazada müşteri dolaşımına elverişli genişlikte olmalıdır. İki müşterinin, ellerindeki alışveriş sepetleri ile yürüyebilecekleri genişlik, en ideal genişlik olmakla beraber, bu mesafe daha da geniş tutulabilir. Mağaza içerisindeki ana yollar ise, ara geçişlerin en az iki katı genişlikte olmalıdır.

Taban ve Tavan Kaplaması : Mağazanın gıda ve temizlik maddeleri reyonunun tabanı, kolay temizlenebilir ve yapılan temizliği

gösteren parlak mozaik kaplama, giyim reyonu ise, kalın olmayan, düz renk halı ile kaplanabilir.

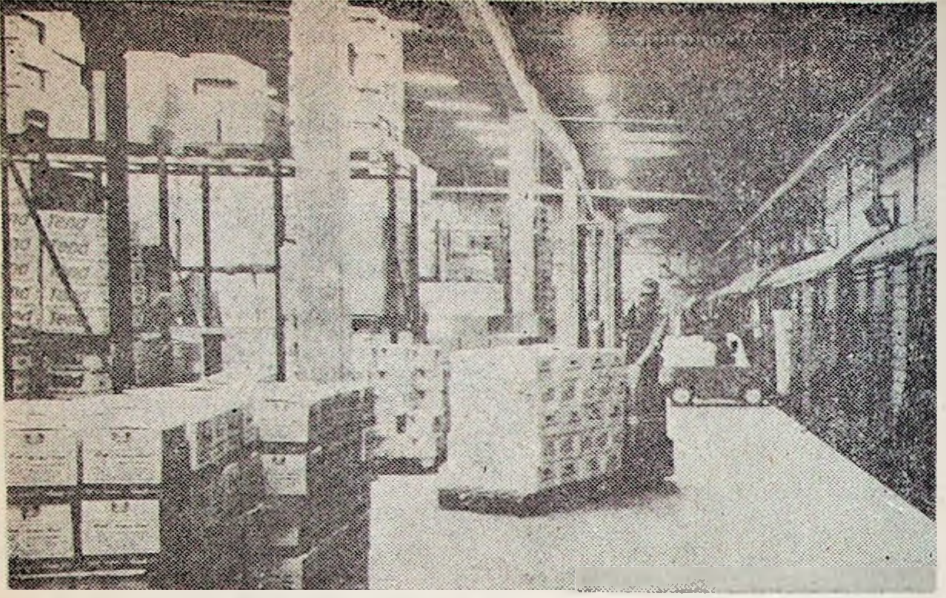
Tavan kaplamasının ise, doğal aydınlığın yeterli olmaması halinde, daha rahat bir aydınlatma ve görünüm için ince alüminyum çubuklar ile kaplanması düşünülebilir.



İsvç Tüketim Kooperatifleri Birliği Kf'ye bağlı DOMUS Departman mağazalarından birinin ev araçları katı. Döşeme ve tavan kaplamasına güzel bir örnek.

Yangın Tertibatı : Deponun mağazaya bitişik olması halinde yangın tertibatı depoda, deponun ayrı bir binada bulunması halinde ise her ikisinde ve özel olarak düzenlenmiş bölümlerde bulunmalıdır.

Depo Reyonları : Mağazada olduğu gibi, depoda da gıda ve temizlik maddeleri reyonları birbirinden ayrı olmalıdır. Ranza rafları, koli, çuval, v.b. toptan mal teslim büyüklüklerine uygun biçimde yaptırılmalıdır. Depo reyonlarının yükseklikleri, deponun tam kapasite ile ve günvenle kullanılabilmesini sağlayacak şekilde düşünülmelidir. Reyonlar arasındaki mesafe ise, taşıma araçlarının dolaşabileceği genişlikte olmalıdır. Depo tavanı sızdırmaz beton perde ve badanalı, tabanı ise, su ile yıkanmaya müsait şap kaplama olmalıdır. Taban üzerine, yüksekliği en az 10 cm. olan ızgaralar konularak, gıda maddeleri bu ızgaralar üzerinde muhafaza edilmeli, çuval içerisinde bulunan kuru gıda maddelerinin, beton döşeme ve duvar ile teması önlenmelidir.



Depo rafları resimde de görüldüğü gibi hem daha yüksek, hem de daha sağlam olmalıdır.

Depo ile mağaza arasındaki mal nakli için tekerlekli çekerciler kullanılması düşünülüyor ise, yükseklik farkı eğik bir düzlem ile geçilmelidir. Depo ile mağaza arasında birkaç kat var ise, yani çok katlı bir binada mağaza faaliyette bulunuyor ise, depo ile katlar arasında yük asansörü bulunmalıdır.

Depo raflarına mal yerleştirilmesi ve raflardan mal alınmasının zaman yitirmeden ve güvenli olarak yapılması için, mal taşıma düzlemi belirli yüksekliğe kadar çıkabilen özel araçlar kullanılabilir.

Depo ve mağaza düzenlenmesine ilişkin diğer ayrıntılar, ayrı bir bölümde tekrar ele alınmaktadır.

MAĞAZA İŞLETMECİLİĞİNİN PLANLANMASI VE DENETİMİ

Bir tüketim kooperatifi, kuruluş işlemlerini tamamladıktan ve zorunlu organlarını oluşturduktan hemen sonra faaliyetlerine başlayabilmeyi göze alarak kurulmalıdır. Faaliyete başlayabilme, belirli hazırlıkları gerektirir. Ortakların temel gereksinimlerinin en uygun koşullarla giderilmesinin planlanması ve gerçekleştirilmesi, amatörce değil, profesyonelce düşünmeyi ve uygulama yöntemleri geliştirmeyi zorunlu kılmaktadır. Bu kısa bölümde, tüketim kooperatifi mağazacılığı ile ilk kez ilgilenmek üzere görev almış ya da alacak olan kişilere temel işletmecilik bilgileri verilerek, onların yukarıda belirtilen şekilde düşünmeleri ve hareket etmelerine katkıda bulunulmaya çalışılacaktır.

Kooperatif işletmesi, temelde diğer ekonomik işletme türlerinden çok farklı değildir. O nedenle de, kooperatif yönetim ya da uygulama kademesinde bulunanlar, ekonomik kurallara uygun bir yaklaşım içinde bulunmalıdırlar.

BAZI TEMEL KAVRAMLAR

Mağaza işletmeciliği açısından önemli gördüğümüz bazı temel kavramlar üzerinde durduktan sonra işletmenin planlanması ve denetimi konusuna geçmenin yararlı olacağını tahmin ediyoruz :

Kuruluş Yerinin Seçimi :

Kooperatifin işletme giderleri açısından, mağaza ve deposunun düşünüleceği yer, önem taşır. Zira, mağaza ve depo, ortaklarının çalıştığı işyeri içerisinde düşünülüyor ise, başta kira olmak üzere, belki de personel giderlerine varıncaya kadar pek çok işletme gideri, işyeri idaresi tarafından karşılanabileceğinden, kooperatif pek az bir gider ile faaliyetlerini sürdürebilecek, dolayısıyla ortaklarına daha ucuz hizmet sunabilecek, ya da yıl sonunda fazla rısturn dağıtabilecektir. İşyeri dışında olması halinde ise, depo ve mağaza kirası yanı sıra, personele istihdam ederek ücret ödeyeceğinden, işletme giderleri çok daha fazla olacak, elde ettiği gelirin önemli bir bölümü ise, bu giderlerin karşılanmasında kullanılacaktır.

Kooperatif mağazası ve deposu işyeri içinde düşünüldüğünde, yalnız ortaklara, ya da en fazla o işyerinde çalışanlara satış yapılacaktır. Mağazanın işyeri dışında düşünülmesi halinde ise, tüm halka satış yapma olanağı doğacağından, satışların artması ile, işyeri dışında bulunmanın getireceği işletme masrafları karşılanabilecektir.

Bu bakımdan, kuruluş yeri seçimi yapılırken, bu hususların dikkatle gözden geçirilmesi unutulmamalıdır. Kuruluş yeri seçimi «Kooperatif mağazaları için Bina ve Malzemeler» bölümünde daha detaylı olarak incelenmektedir.

Ölçek Büyüklüğü

Tüketim Kooperatifi, mağaza açmadan önce, belirli bir ölçek büyüklüğüne, yani kaydedeceği ortak sayısı, toplayacağı sermaye ve yapacağı işin hacmi bakımından nasıl bir büyüklüğe ulaşabileceğini hesaba katmalı ve ona göre planlama yapmalıdır. Bir mağazanın, kooperatifin amaçlarına ulaşmasında en etkili araç olduğu unutulmamalıdır. Bir işletmenin rasyonel çalışabilmesi, yapacağı iş hacminin büyüklüğüne bağlıdır. Bugün gelişmiş ülkelerdeki kooperatifler, ekonomik hayatta belirli bir etkinliğe ulaşmışlarsa, bunu ortak sayıları ve ulaştıkları iş hacmine borçludurlar.

Kısaca belirtmek gerekir ise, kooperatif ortaklarına sağlanacak menfaatin cazip ve sürekli olması isteniliyor ise, hem daha çok ortak bulunmalıdır, hem de daha çok ciro (satış) yapılmalıdır. Ortak sayısı az, sermayesi ve iş hacmi yetersiz kooperatifler ile, kooperatifleşmeden beklenen yararın elde edilemeyeceği gerçeği, akıldan çıkarılmamalıdır.

Mağazayı İşletmeye Açacak Paranın Temini :

Paranın ne için öncelikle düşünülmesi gereken bir etken olduğunu söyleyelim :

- a) Mağaza yerinin satın alınması ya da kiralanması,
- b) Raf, tezgah, tartı aletleri, buzdolabı, vb. demirbaşların alımı,
- c) Yeterli stok (mal) alımı...

için para gereklidir. Bu paranın miktarı ne olmalıdır ve nereden temin edilmelidir? İşte üzerinde düşünülmesi ve hesaplama yapılması gereken önemli konu budur.

İhtiyaç duyulan paranın tamamının ortakların sermaye olarak yatırdıkları miktardan karşılanması en idealidir. Ancak, bu

çoğu kez mümkün olamaz. Zira, ortakların başlangıçta yatırılabilecekleri sermaye miktarı genellikle düşüktür, zamanla önemli meblağlara ulaşabilir. O halde, başlangıçta kooperatifin hem gerekli demirbaşlarını tam olarak alabilmesi, hem de açılış stoku kadar mal alabilmesi için, dış kaynaklara yönelmesi gerekir. Bankaların tüketim kooperatiflerine kredi vermedikleri ülkemizde, tek dış kaynak, sendikalar olmaktadır.

İşletme Sermayesi :

Yukarıda belirtildiği şekilde toplanan paranın tamamı, yine belirtildiği gibi mal alımında kullanılmaz. Demirbaşların alımı, mağaza ve deponun satın alınması ya da kiralanması, işletme masrafları, toplanan paranın bir bölümünün harcanmasını gerektirir. Geriye kalan para ,mal alımında kullanılır.

İşte, sermayenin demirbaşlara bağlanmamış kısmına işletme sermayesi denir.

Ticaret (kâr) Marjı :

Kooperatif, işletme masraflarının karşılanması, paranın değer kaybının önlenmesi ve yeni mal alımlarının desteklenmesi ile yıl sonunda ortakların yatırdıkları sermayelerine faiz ödenmesi vb. gibi nedenlerden dolayı, satın aldığı malları, maliyet fiyatı ile satmak yerine, maliyet fiyatının üzerine belirli bir miktar ekleme yapılır. Maliyet fiatı üzerine yapılan bu eklemeye, miktar ya da oran olarak Ticaret Marjı denir.

Ticaret Marjı, satış fiyatının belirli bir yüzdesi olarak hesaplanmalıdır. Maliyet fiyatının yüzdesi olarak dikkate alınması, yanlış sonuç elde edilmesi demektir.

Marj kullanılarak hesaplanacak Satış Fiyatında, aşağıdaki formül kullanılır :

$$\text{Satış Fiyatı} = \frac{\text{Maliyet Fiyatı} \times 100}{100 - \text{Marj yüzdesi}}$$

Kooperatif, faaliyete geçerken çeşitli mal gruplarına tatbik edeceği ticaret marjını da tesbit etmelidir. Örneğin, gıda maddelerinde % 5, temizlik maddelerinde % 10, giyim eşyalarında % 15 ... gibi.

İşletme Fazlası :

Satışlar toplamından, satılan malın maliyetini çıkardığımızda, bulunan rakkam, brüt işletme fazlasını verir. Bu miktardan koo-

peratifin işletme giderlerini çıkardığımızda da net işletme fazlasını elde ederiz. Eğer, kooperatifin elde ettiği brüt işletme fazlası, işletme giderlerinden az ise, yani kooperatif elde ettiği gelirden daha fazla masraf yapmış ise, bu durumda net işletme fazlası değil, zarar elde etmiş olacaktır.

«Net Fazla»nın Kullanılması :

Kooperatifin tüm işletme giderleri karşılandıktan sonra kalan net işletme fazlasının nasıl kullanılacağı, genel hatları ile kooperatif anasözleşmelerinin 67. maddesinde belirtilmiştir.

Net fazla, genellikle şu alanlarda kullanılır :

- Kooperatifi geliştirmek (yedek akçe ve fonlara belirli oranlarda ayırarak, bu paranın kooperatifin gelişmesi yolunda kullanımı),
- Stok miktarını muhafaza etmek (mal fiyatları sürekli artış gösterdiğinden, aynı miktarda malı sürekli alabilmek için, sermayenin bu yolla takviye edilmesi),
- Sermaye paylarına faiz verilmesi (Anasözleşmede mevcut ise, ortakların ödenmiş sermayelerine % 7'yi geçmemek üzere faiz verilmesi),
- Risturn ödenmesi (Ortakların alışverişlerine göre belirli bir miktarın geri ödenmesi),

«Net Fazla» Nasıl Artırılır?

Yukarıdaki açıklamadan da anlaşılabilceği gibi, «net fazla» olarak kısalttığımız net işletme fazlası elde edilmesi, kooperatifin gelişmesi için büyük önem taşır.

Net fazlanın artırılmasında, aşağıdaki yöntemlerin dikkatle incelenmesinde yarar vardır :

1) **Satış gelirlerini artırmak** : Bu da üç yolla sağlanabilir;

- a) Satışı fazlaştırmak (ciroyu artırmak),
- b) Stoktaki malların fiyatlarını yükseltmek,
- c) Stoktaki malların fiyatlarını düşürmek.

Bu son iki yöntem, bazen satış gelirlerini düşürebilir. Stoktaki malların fiyatları, ancak piyasada fiyatların arttığı zaman yükseltilebilir. Malların fiyatlarını düşürmek ise, sürümü artırmak yolu ile daha çok satış yapılmasının beklendiği zamanlarda düşünülür.

2) Malları daha ucuza almak : Malların toplu halde, kaynağından ve uygun zamanlarda alınması uzmanlık ister. Sağlıklı alım yapan kooperatifler için, bu yöntem ayrı bir değer taşır.

3) Mağazanın İşletme giderlerini azaltmak : Zorunlu olmayan işletme giderlerinin yapılmaması, zorunlularından da azami tasarrufta bulunulması, sonuçta net fazlanın artırılmasına olumlu katkıda bulunacaktır.

İŞLETMENİN PLANLANMASI VE DENETİMİ NE DEMEKTİR?

Genel anlamda «İşletmenin Plânlanması ve Denetimi» üç şey ifade eder :

- 1 — Satışların planlanması,
- 2 — Maliyetlerin planlanması,
- 3 — İşletmenin planlanan esaslara uygun biçimde yürütülmesinin izlenmesi ve denetimi...

Sizin kooperatifinizin de başarısı, gerçekçi planlamalar yaparak, bu planlamaya uygun olarak işlerin yürütülüp yürütülmediğini denetleme konusunda göstereceğiniz itinaya bağlıdır.

Şimdi, yukarda saydıklarımızın nasıl yapılacağı üzerinde kısaca duralım.

1 — SATIŞLARIN TAHMİNİ

- o Geçmiş yıllar ile bu yılın toplam satışları gözden geçirilir,
- o Gelecek yıl içerisinde daha çok ya da daha az satış yapılması hangi etkenlere bağlıdır?
- o Gelecek yıl yeni mal türlerine girilecek midir?
- o Ortak sayısında artış ya da azalma beklenebilir mi?
- o Herbir ortak, gelirin ne kadarını kooperatifte harcamaktadır, bu miktarın artırılması mümkün müdür?

Satışların tahmininde, gelecek yıl için beklenen fiyat artış yüzdesi de dikkate alınır...

Örnek :

Gelecek yıla ait satış tutarı tahmini	: 40.000.000.—
Beklenen % 20 fiyat artış değeri	: 8.000.000.—
Fiyat artışları dikkate alınarak hesaplanan gelecek yıla ait toplam tahmini satışlar	: 48.000.000.—

SATILAN MAL MALİYETLERİNİN TAHMİN EDİLMESİ

+ Teorik yöntem :

$$\begin{aligned} & \text{S a t ı ş l a r} \\ & - \text{Ticaret marjı} \\ & = \text{Satılan mal maliyeti} \end{aligned}$$

Her mal için, ya da değişik mal grupları için hazırlanan ticaret marjı, **ORTALAMA TİCARET MARJİ**'na dönüştürülür.

Örnek :

$$\begin{aligned} \text{Satışlar tahmini} & = 40.000.000.— \\ & 10 \\ \text{Ticaret marjı (\% 10)} & = \frac{—}{100} \times 40.000.000.— \\ \text{Ticaret marjı} & = 4.000.000.—) \% 10) \\ \text{Satılan mal maliyeti} & = 40.000.000.— - 4.000.000.— \\ & = 36.000.000.— \end{aligned}$$

% 11	—	% 1	=	% 10
Beklenen marj		Fire ve fiyat indirimi		Gerçek marj (Brüt fazla)

Geçmiş uygulamalar ışığında, eğer kooperatif firesi fazla olmayan mal satıyor ve tesbit edilen marja göre saptanmış satış fiyatlarında zaman zaman indirim yapmıyorsa, hesaplamada gerçek marj değeri dikkate alınabilir.

Ortalama marj oranı tesbit edilirken, akılda tutulması gerekli husus, yine geçmiş yılların uygulamaları göz önünde bulundurularak, bu marj ile elde edilecek brüt fazlanın, işletme giderlerini mutlak surette karşılaması ve ayrıca bir miktar da net fazla elde edilebilmesidir.

MAĞAZA İŞLETME GİDERLERİNİN TAHMİNİ

Bu giderleri dört temel başlık altında toplamak mümkündür :

- 1 — Personel giderleri,
- 2 — Bina ve araç-gereç giderleri,
- 3 — Faiz giderleri,
- 4 — Genel giderler...

Yukarıdaki gider grupları detaylandırılırsa;

- Personel giderleri, ücretler, ikramiyeler, sigorta primleri, sosyal yardımlar, fazla mesai vb. kapsar.
- Bina, araç-gereç giderleri içerisinde amortismanlar dikkate alınır .

- Kooperatif faizle borç para almış ise, faiz gideri burada mütalâa edilir.

TAHMİN HESAPLARININ TAMAMLANMASI

- 1 Brüt işletme fazlası gerçekleşecektir.

Satışlar	:	40.000.000.—
Satılan mal maliyeti	:	— 36.000.000.—
Brüt İşletme Fazlası	:	4.000.000.— (% 10)
- 2 Brüt İşletme fazlasının, işletme giderlerini karşılaması gerekir.

Personel giderleri	:	1.505.000.—
Bina ve gereçler	:	339.000.—
Faiz giderleri	:	50.000.—
Diğer giderler	:	+ 336.000.—
Mağaza İşletme Giderleri	:	2.260.000.— (% 5,7)
- 3 Net İşletme Fazlası bulunur.

Brüt işletme fazlası	:	4.000.000.—
Mağaza işletme giderleri	:	— — 2.260.000.—
Net İşletme fazlası	:	1.740.000.— (% 4,3)

DENETİM TABLOSU : 1 — TAHMİNLERİN KONTROLÜ

Tahmin hesaplarının tamamlanması sonucu;

Satışlar nasıl tahmin edildi?

- 1 Önce, içinde bulunulan yıla ait satışlar tutarı tahmin edilir :
 Şu ana kadarki satışlar tutarı
 + Yıl sonuna kadar kalan dönemde beklenen satışlar

 = Bu yılki satışlar toplamı
- 2 Bu yıl içerisinde satışları etkileyen olağan dışı-veya anormal-olaylar ya da değişiklikler olmuş ise, rakkam üzerinde gerekli düzeltme yapılır.
- 3 Gelecek yıl içerisinde olabilecek herhangi bir değişiklik düşünebiliyor musunuz? Aşağıda belirtilen konularla ilgili değişiklikleri dikkate alarak gerekli düzeltmeler yapılmıştır.
 - Mağaza ve stok seyri
 - Rakip mağazalar
 - Ortaklıkla ilgili değişimler
- 4 Satış tutarı, genel fiyat artışı beklentilerine paralel olarak düzeltilir.

- 5 Bu yolla, gelecek yıl için düşünülen satışlar beklentisine ulaşılabilir.

BİR UYARI : Satışları abartmayınız. Satışların beklenen düzeyde gerçekleşmemesi, elde edilecek net fazlayı da düşüreceğinden, tüm tahmin hesaplarını altüst eder.

DENETİM TABLOSU : 2 — MALİYETLERİN KONTROLÜ

1 Mal maliyetini şöyle tahmin ederiz :

Gelecek yıl için tahmini satış tutarı

— Kâr marjı

= Malların maliyeti

Bir Uyarı : Kâr marjı, fiyat indirimleri ve fireler nedeniyle, tahmin edilenin altında kalacaktır.

2 Ücretler ve Diğer personel giderlerinin tahmini :

Halihazır ücretler tutarı

+ Beklenen artışlar

= Gelecek yılki ücretler

+ Vergiler ve sigorta katılma payları

+ Diğer Personel giderleri

= Gelecek yılki toplam personel giderleri

3 Bina ve Araç-Gereç Giderleri Tahmini :

Binanın kirası veya amortismanı

+ Araç-gereç amortismanı

+ Tamir ve Bakım giderleri

+ Beş yıldan daha kısa kullanım ömrü olan araç ve gereçler alım tutarı

= Gelecek yıla ait toplam Bina ve Araç-gereç giderleri

Bina ile ilgili tüm maliyet rakamı, 20 senelik bir süre hesabı ile amortismanına tabi tutulur. Binanın bu kadar süre dayanmayacağı tahmin ediliyor ise, bu durumda amortisman süresi daha kısa tutulmalıdır.

Araç ve gereçler, mefruşat vb. gibi harcamalar toplamı da, 5 yıllık bir süre ile amortismanına tabi tutulur.

4 Faiz Giderlerinin Tahmini :

Alınan krediler karşılığında ödenecek yıllık faiz tutarı hesaplanır. (Bu ödemelere kredi taksitleri dahil edilmez.)

5 Diğer giderlerin Tahmini :

Geçen yıla ve içinde bulunulan yıla ait «diğer giderler»in bir ayrıntılı listesi hazırlanır.

Gerçekleşmesi olası görülen değişiklikleri ve beklentileri dikkate alarak, gelecek yıl için benzeri bir liste düzenlenebilir Kooperatiflerde genellikle maliyet kalemleri arasında bir de «Yönetim Giderleri» vardır. Biz bu kalemi, «Diğer Giderler» arasında mütalaa ediyoruz.

BİR UYARI!

Maliyetleri abartılmış biçimde küçük tutmayınız!

Aksi takdirde, maliyetleri beklenen düzeyin altında tutamaz ve net işleme fazlası sağlayamazsınız.

DENETİM TABLOSU : 3 — TAHMİNLERİN İZLENMESİ :

- 1 — Her ay sonunda bir işletme raporu düzenlenir,
- 2 — Satış ve giderlere ilişkin fiili rakamlarla tahmini rakamlar karşılaştırılır,
- 3 — Farkların nedenleri araştırılır,
- 4 — Herhangi bir farkın, tüm yıla ait çalışma sonuçlarını etkileme olasılığı incelenir,
- 5 — Yıllık net işletme fazlasını azaltabilecek nitelikte bir fark görülür ise, derhal önlemler alınır.

Aşağıda, bir kooperatif mağazası için örnek alınabilecek bir aylık işletme raporu verilmiştir :

AYLIK İŞLETME RAPORU/Örnek

	Tahmin edilen	Gerçekleşen	Fark
Satışlar	5.800.000.—	5.785.200.—	— 14.800.—
— Satılan mal maliyeti	— 5.220.000.—	— 5.209.500.—	+ 10.500.—
= Brüt işletme fazlası	580.000.—	575.700.—	— 4.300.—
Mağaza işletme giderleri			
— Personel giderleri	— 244.000.—	— 262.000.—	— 18.000.—
— Bina ve gereçler	— 57.000.—	— 67.100.—	— 10.100.—
— Ödenen faizler	0	0	0
— Genel giderler	— 65.000.—	— 64.800.—	— + 200.—
= Net işletme fazlası	214.000.—	181.000.—	— 32.200.—

MAĞAZADA İŞBÖLÜMÜ VE PERSONEL YÖNETİMİ

Bir tüketim kooperatifinin başarısı, kooperatif mağazasında işin düzenlenmesi ve personel arasındaki işbölümü ile sıkı sıkıya ilişkilidir. Mağazada hangi işlerin öncelikli olarak ve kimler tarafından, hangilerinin ortaklaşa yapılacağı, hangi bölüm ya da rayonlardan kimin ve nereye kadar sorumlu tutulacağı, kısaca mağazanın hizmet sunumunda hiçbir aksaklığa meydan verilmemesi bakımından, nasıl bir personel politikası izleneceğinin saptanması ve yürütülmesi çok önemlidir.

Kooperatif ve mağaza müdürlüğü görevinin aynı kişiye verilmesi halinde ki- genellikle öyledir-, kooperatif bürosu ve mağazasında çalışanlar arasında sürekli bir işbirliği ve işbölümü yapılabilmesi de her işin ayrı ayrı tanımlanması, kaç kişi ile yapılması gerektiği ve mağaza içi denetim ile sonuçların nasıl değerlendirileceğine bağlı bulunmaktadır.

Bu bölümde, mağaza yönetiminin önemli bir ögesi olan işin düzenlenmesi ve personel yönetimi üzerinde durulacaktır.

PERSONEL SAYISININ TESBİTİ

Mağazanın, mümkün olan en az sayıda personel ile çalıştırılması temel kural olmalıdır. Zira, mağaza işletme giderlerinin en yüksek kalemi, personel giderleridir. Bunun, en az düzeyde oluşması, personele az ücret vererek değil, az sayıda personel çalıştırarak olmalıdır.

Mümkün olan en az sayıda personelin de altında personel istihdamına yönelmek de sakıncalıdır. Bu durumda da, ortak ve müşteriler ile yeterince ilgilenilemez ve hizmette aksamalar meydana gelir. Bu bakımdan, «mümkün olan en az sayı»nın belirlenmesinde, mağaza müdürü bazı ölçüleri göz önünde bulundurmalıdır.

- 1 — Satılan mal miktar ve çeşitleri,
- 2 — Mal türleri
- 3 — Mağazanın açık bulunduğu süre,
- 4 — Satış yöntemi : Tezgah ya da Self-Servis

Satılan mal çeşitleri ile mal türlerinin, birbirinden ayrı düşülmesinin, istihdam edilecek personel sayısı açısından yarar sağlayacağını hemen belirtmeliyiz. Mağazada pek çok kalem, yani çeşitli mal bulundurulabilir ve bu mallar, pek fazla itina gerektirmeyecekleri için, ilave personele ihtiyaç duyulmayabilir. Ama, mal türlerinden et mamülleri ile meyva ve sebze satılması planlanmış ise, bu iki mal türü için en az iki yeni personelin istihdam edilmesinin gerekeceği, hesaba katılmalıdır.

Mağaza, günün belirli saatlerinde açık tutuluyor (işyeri kooperatif mağazalarının bir kısmı böyledir) ve ortakların mal siparişleri gün boyunca hazırlanıp, akşam kendilerine teslim ediliyor ise, mağazanın bu çalışma yöntemi de, istihdam edilecek personel sayısı açısından dikkate alınmalıdır.

Mağaza, gün boyunca açık bulundurulduğu halde, belirli saatlerdeki müşteri yoğunluğu, daha fazla personeli gerektiriyor ise, yeni personel istihdamına karar verilmeden önce, تنها saatlerde iş olmadığı halde mağazada bulunmaları zorunlu olan personelin, çalışma saatleri, hatta çalışma günleri değiştirilerek, yoğun saatlerin doldurulması yoluna gidilmelidir.

Tezgah tipi, ya da self-servis yöntemi de personel sayısı için bir ölçü olmalıdır. Ancak, bu iki satış yöntemi, iş hacmi ile de ilgili olduğundan, daha çok satış yapılabilmesi ve mal türlerinin artırılması, yeni personel istihdamını gerekli kılabilir. Bununla beraber, «self-servis» yönteminin, birincisine kıyasla daha az personel gerektirici bir yöntem olduğu unutulmamalıdır.

Bu ölçüler ışığında personel sayısı tesbit edilirken, aynı büyüklükteki kooperatif ve özel kesim mağazalarından ve kooperatif birliklerinden de bilgi alınmalıdır. Önemli olan, daha az sayıdaki personel ile daha çok iş yapabilecek ve hizmetin maliyetini yükseltmeyecek bir iş düzeninin kurulabilmesidir. Bu da ancak, satışlar ile ücretlerin belirli bir oranda seyretmesinin izlenmesiyle mümkündür. Zira mağaza, satışlardan elde edeceği gelirler ile ücretleri karşılayacaktır. Satış yapılmadığı halde, ya da satışlar belirli bir düzeye çıkılamadığı halde, çok sayıda personele ücret ödenebiliyor ise, bu, kooperatifin sermayesini tüketen bir politikadır.

PERSONEL ETKİNLİĞİNİN ÖLÇÜLMESİ

Personel etkinliğinin ölçülmesinde, satış gelirleri ile personel giderleri esas alınmalıdır.

Bir kooperatif mağazasında, personel giderleri hiçbir zaman satışların % 4-5'ini geçmemesi gerekir.

% 10 ortalama ticaret marjı ile satış yapan bir mağazanın, yıllık satışları toplamının 100 Milyon lira olduğunu varsayalım ve işletme sonucunu şöyle özetleyelim :

Satışlar	:	100.000.000.— TL. (% 100)
Satılan malın maliyeti	:	90.000.000.— TL. (% 90)
Brüt işletme fazlası	:	10.000.000.— TL. (% 10)

Personel giderleri de dahil olmak üzere, mağazanın tüm işletme giderlerinin toplamı, brüt işletme fazlasından daha az olmalıdır. Aksi halde, mağaza, bilançosunu zararla kapatmak zorunda kalacaktır.

Aynı mağazanın yıllık personel giderleri toplamının 4.000.000.— TL. olduğunu varsayalım. Bu miktar, satışlar toplamının % 4'üdür ve aşağıdaki formül ile bulunur :

$$\frac{\text{Personel Giderleri}}{\text{Toplam Satışlar}} \times 100 = \text{Personel giderlerinin Satışlar toplamına oranı}$$

$$\frac{4.000.000.—}{100.000.000.—} \times 100 = 4 (\% 4)$$

Mevcut personele, bir personel daha eklemek istiyoruz, ancak satışlarımız ile personel giderleri arasındaki bu oranının da muhafaza edilmesini istiyoruz. Bu oran, ancak satışların artırılması halinde muhafaza edilebilir.

Yeni bir personel alımı için, satışlarımızın ne kadar artması gerektiğini de aşağıdaki şekilde buluruz :

Mevcut Personel giderleri : 4.000.000.— TL.
Yeni Personel giderleri : 4.500.000.— TL.

$$\frac{\text{Yeni Personel Giderleri}}{\text{Yeni Satışlar Toplamı}} \times 100 = \% 4$$

$$\frac{\text{Yeni satışlar toplamı}}{4.500.000.—} \times 100 = \% 4$$

$$\text{Yeni satışlar toplamı} = \frac{4.500.000.—}{4} \times 100 = 112.500.000.— \text{ TL.}$$

Bu örnekten de anlaşılacağı gibi, mağazaya yıllık maliyeti 500.000.— Lira olan yeni bir personel alınabilmesi için, satışların 12.5 Milyon lira artırılarak, 112 milyon 500 Bin liraya çıkarılması gerekiyor.

Mevcut personel sayısını koruyarak satışlarımızın 112.5 Milyon liraya çıkartıldığını varsayalım. Bu durumda ise, satışlarımızın % 4'ü olan personel giderleri, aşağıda da hesaplandığı gibi, % 3.55'e düşmüş olacaktır.

$$\frac{4.000.000.—}{112.500.000.—} \times 100 = 3.55$$

Personel giderlerinin satışlara oranı, her ay gözden geçirilebilir. Ancak bu işlemin, yeni bir personel alımı Yönetim Kurulunun gündemine geldiği zaman, mutlaka yapılması gerekir. Her yıl sonunda, personel giderleri ve satışlar toplamı karşılaştırılır ise, yeni yıl için planlanan satışlar için, yeni personele ihtiyaç duyulup duyulmayacağına daha kolay karar verilebilir.

ÇALIŞMA SAATLERİNİN PLANLANMASI

Kooperatif mağazasında haftalık çalışma saatlerinin de planlanması gerekir. Haftada beş gün ve 45 saat çalışılacak bir mağazada, mağazanın açık kaldığı saatler toplamı 50 saat olabilir. Bir kısım personele fazla mesai ücreti ödememek için, personelin çalışma saatleri, mağazanın açık kaldığı süreye göre düzenlenebilir.

Mağazada tam gün (full time) ve kısmen (part time) çalışan iki ayrı statüye tabi personel de istihdam edilebilir. Part-time çalışacak personel, haftanın belirli gün ve saatlerinde çalıştırılmak üzere görevlendirilmiş olabilir.

İşyeri dışında ve halka açık olarak çalışan bir kooperatif mağazasının, haftanın altı günü çalışmak zorunda olduğu bilinir. Zira, Cumartesi günü, diğer alış-veriş merkezleri de açıktır ve işe gitmeyen kooperatif ortakları daha rahat alış-veriş için bugünü seçebilirler. Ayrıca, Cumartesi günü mağaza, daha geç açılıp, daha erken, ya da daha geç kapanabilir. Bu durumda da, mağaza çalışma saatlerine göre, personelin çalışma saatleri planlanmalıdır.

Haftada altı gün çalışan personele, hafta arasında sıra ile bir yada yarım gün izin verilmelidir.

Haftada altı gün ve toplam 48 saat çalışılan bir mağazanın, çalışma saatlerinin aşağıdaki şekilde düzenlendiğini varsayalım :

	Sabah	Öğ. Sonra
Pazartesi - Cuma :	9.00 — 12.30	13.30 — 18.00
Cumartesi :	10.00 — 13.00	14.00 — 19.00
Pazar :	K a p a l ı	

Mağazanın, hizmet saatleri dışında, sabah yarım saat önce açılıp akşam da bir saat sonra kapandığını kabul edersek, günlük birbuçuk saatten, haftada dokuz, ayda da 36 saat fazla çalışma gerekmektedir.

Fazla çalışma ücreti ödemeksizin bu sürenin doldurulması için, bir kısım personelin sabah erken gelip, akşam erken gitmeleri, bir kısmının da geç gelip, geç gitmeleri planlanabilir. Öğle yemeği arasında ayrıca, bir kısım personelin, tartım ve önpaketleme, mal sergilenmesi, mağaza temizliği ve düzenlenmesi gibi konularda yarım saat mağaza ya da depo içerisinde çalışmaları da planlanarak, bu gibi personelin yarım saat geç gelmeleri, ya da erken gitmeleri sağlanabilir.

Personel izinli olduğu ya da hasta olduğu sürede, kimlerin izin de bulunan ya da hasta olanların da işlerini yapacaklarının belirlenmiş olması gerekir. Böyle dönemlerde, işler beklenenden daha yoğun bir görünüm kazanır ise, part-time personel istihdamı, ya da yönetim kurulu üyelerinden yararlanılması düşünülmelidir.

MAĞAZADA İŞBÖLÜMÜ

Az sayıda personelin görevli olduğu mağazalarda, belirli işlerin yapımına öncelik tanınması gerekir. Eğer bu bir self-servis mağazası ise, bir eleman kasada, bir eleman et reyonunda, bir eleman konfeksiyon reyonunda ve bir eleman da şarküteri reyonunda çalışmak üzere en az dört elemana ihtiyaç duyulacaktır.

Ancak, mağazada yapılacak başka işler ve vardır : Deopdan mal alınması, mal yerleştirilmesi, tartım ve önpaketleme, etiketleme, fiyat yazımı, vb.

Mağazanın kalabalık olduğu saatlerde, ikinci bir kasa ve kasiyere ihtiyaç duyulabilir. Bu bakımdan, ikinci kasiyer, part-time çalışmak üzere görevlendirilebilir.

Müdür :

Eğer ortaklara etkin biçimde hizmet götürülmesi isteniliyor ise, her çalışanın, kendisinden nelerin beklendiğini çok iyi bilmesi gerekir. Mağaza müdürü, her zaman mağaza içinde dolaşarak, emirler yağdırmamalı. Müdürün görevi, bölüm ya da reyonların çalışmalarını denetlemek ve ortak ve müşterilerin dilek ve şikayetleri ile ilgilenmek olmalıdır. Müdür ayrıca, fiyat ve etiketleri kontrol etmeli, boşalan rafların doldurulması, malların önpaketlenmesi ve sergilenmesini kontrol etmelidir. Yerine göre, rafların doldurulması, fiyatlandırma ve etiketleme gibi işlemler, bizzat müdür tarafından da yapılabilmelidir.

Müdürün, mal siparişi, malların teslim alınması ve depolanması, satışlar sonucu kasanın teslim alınması, firmalara ödemenin yapılması, paranın bankaya yatırılması... gibi işlevleri de temel işlevlerdir. Ancak, tüm bu sayılan işler, müdür ile ilgili personelin işbirliği altında yürütülmelidir.

Kooperatif ve mağaza müdürlüğünün aynı kişi tarafından üstlenildiği kooperatiflerde müdür, kooperatif bürosunun da çalışmalarını denetlemek, yönetim kurulu toplantıları için rapor hazırlamak, toplantılara katılmak ve muhasebe işlemlerini denetlemek gibi işleri de yürüteceğinden, münhasıran mağaza ve depo çalışmalarında kendisine yardım edecek birinin bulunmasında yarar vardır. Bu yardımcı, mağaza sorumlusu, ya da mağaza şefi olarak adlandırılabilir. Müdürdan mağazada beklenen görevler, mağaza şefi tarafından yerine getirilebilir.

Kasiyer : Kasiyerin görevi, yalnız para tahsil etmek değildir. Kasa bankosunda satılan sigara, kibrit, ciklet, vb. küçük malların satışı da kasiyer tarafından yerine getirilir. Mağazanın تنها olduğu saatlerde paketlemeyi yapar, kasadan geçen maddeleri torbaya yerleştirir. Müşteri olmadığı zaman, oturduğu yerde fiyat etiketlerini yazar. Kasa bankosuna yakın yerde olması halinde, şeker, bakliyat, vb. gibi maddelerinin tartım ve paketlenmesine yardımcı olur.

Kasap : Et reponu, self-servis mağazalarında bile bir satış elemanı (Kasap) sorumluluğunda çalıştırılacak bir reyondur. Zira, ortak ve müşteriler için, taleplerine göre etin hazırlanması gerekir. Mağazanın تنها saatlerinde ise, reyonun temizliği, etlerin bakım ve temizliği, mal sipariş ve teslimatı, reyon sorumlusunun yapacağı işlerdir.

Kasapın izinli ya da hasta olduğu zamanlarda, eğer yardımcı bir personel yok ise, hizmet aksayacaktır. Bu bakımdan, şarküteri, ya da gıda reyonunda görevli bir satış elemanının, böyle durumlarda kasabın yerine geçebilmesi için yetiştirilmesi gerekir.

Satış Elemanları : Reyonlardan sorumlu satış elemanları, yalnız satışlardan değil, kendi reyonlarına ilişkin tüm işlemlerden sorumludurlar. Yukarda belirtildiği şekilde, bir reyondan sorumlu satış elemanı, izinli ya da hasta olduğu, veya o reyona ilişkin taleplerin yoğunluk kazandığı saatlerde, diğer reyon sorumlusunun yardımcı olması için, eğitimden geçirilmesi, işbölümünün verimli biçimde devamı açısından zorunludur.

Satış elemanları ile kasiyerlerin eğitimi, iki ayrı bölüm halinde ayrıca incelenecektir.

Depo Sorumlusu : Mağaza ve deposu aynı yerde bulunan kooperatiflerde, ayrı bir depo sorumlusu istihdam edilmesi yerine, bu görev de mağaza sorumlusuna verilebilir. Böylece mağaza sorumlusu, mal teslimlerinde malları sayarak ve kontrol ederek teslim alır, stok kayıtlarını yapar ve mağaza ile depo arasındaki mal akışını takip eder.

Tartım ve paketleme elemanları : Her reyonun sorumlusu, mağazanın تنها olduğu saatlerde, tartım ve paketleme işlerini yapmalıdır. Belirli günler için ve münhasıran bu işler için part-ti-me elemanlar görevlendirilebilir.

Temizlikçi : Mağazanın sürekli temiz ve tertipli bulundurulması temel kuraldır. Bu bakımdan, mağaza genel temizliği için bir eleman istihdam edilmelidir. Bu eleman, temizlik işleri dışında tartım ve paketlemede, mal boşaltılması ve depodan mağazaya mal taşınmasında çalıştırılmak üzere yetiştirilmelidir.

PERSONELİN İŞE ALINMASI VE İŞE HAZIRLANMASI

Kooperatif mağazasında istihdam edilmek üzere personel alınırken, adaylar arasından deneyimli olanların öncelikle dikkate alınmalarında ve bu adayların, daha önce çalıştıkları yerlerde gerekli incelemeler yapıldıktan sonra, bunlar hakkında karara varılmasında yarar vardır. Ancak, her zaman deneyimli personel bulunmayabilir. Personelin, ilk kez kooperatif mağazasında göreve başlaması halinde, işe alınması ve yapacağı işler konusunda hazırlanması, belirli bir programa göre yürütülür.

Öncelikle, işe alınacak personel hakkında detaylı bir inceleme yapılması zorunludur. Bu inceleme, personelin okul ve aile çevresini de kapsayacak biçimde geniş tutularak, kendisinin kötü alışkanlıklarının bulunup bulunmadığı, çevresinde güven ortamı oluşturup oluşturmadığı da öğrenilmeli ve hakkında ondan sonra bir karara varılmalıdır.

Bu incelemeden sonra işe alınan personele, kooperatifi ve kendi görevini tanıtan ve kooperatif başkanı ile müdürü tarafından imzalanmış bir yazı ile işe başlaması duyurulur.

İşe yeni alınan bir personele, nelerin öğretilceğinin bir listesi, kooperatif müdürü tarafından hazırlanmış olmalıdır.

Bu liste şu konuları kapsayabilir :

- Çalışma saatleri
- Yemek ve dinlenme araları
- Fazla mesai
- Personel devam çizelgesi
- Mazeret bildirme yöntemi
- İzin hakları
- Sağlık, ilk yardım
- Ücret sistemi
- İkramiyeler
- Sigorta, emeklilik
- Kıdem tazminatı
- Sosyal yardımlar
- Hediye alınıp-verilmesi
- Personelin alış-verişi
- Personelin giyim-kuşamı
- Disiplin kuralları
- Özlük hakları
- Sigara içme sınırlamaları
- İçki sınırlamaları
- Kooperatifin amacı
- Koop. örgüt yapısı
- Koop. İlkeleri
- Yönetim ve Denetim Kurulu Üyeleri
- İş arkadaşları ile tanışma
- Koop. birliğinin tanınması
- Rekabet edilecek mağazalar
- Mal alınan firmalar
- Koop. çalışanlarının sendikası
- Koop. dergi ya da gazeteleri
- Personel bültenleri
- Personel toplantıları
- Öneride bulunma yöntemleri
- Şikayet yöntemleri
- Mağaza ve depo hk. bilgiler
- Anahtarlar ve kilitleme işleri
- Telefon kullanımı
- Personel eğitim programı
- Personel terfi politikası

Kooperatif müdürü, bu listeden önce, **İLK GÜN BİLGİLERİ'** ni çıkararak, personele bu bilgileri vermekle yetinir. Daha sonra, **İLK HAFTA BİLGİLERİ** olarak ikinci bir seçme yaparak, ilk haftalarda neler öğretileceğini tesbit eder. Birinci haftadan sonra ise, **İLK AY BİLGİLERİ'**ni, saptayarak, personele verir. Özetle, yukardaki listenin, bu şekilde üç aşamalı olarak kullanılması, büyük yarar sağlar.

Bu arada yeni personel, mağazada deneyimli bir personelin nezaretinde çalıştırılarak, belirli bir sürede, kendisine verilen bilgileri özümlemesi yanısıra, kendisini yetiştirmeye ve işi benimsemeye hevesli olup olmadığı kontrol edilir.

Personelin hazırlık devresi, bir aydan başlamak üzere, üç aya kadar devam edebilir. Hazırlık devresinde, kendisinden yeterince yararlanılamayacağı anlaşılan personel, artık mağazada ya da depoda çalıştırılmaz.

Hazırlık devresinde işe intibak eden ve yetiştirilmeye müsait bulunan personel için mesleki eğitime başlanır.

PERSONELİN YETİŞTİRİLMESİ

Yukarıda belirtildiği şekilde deneme devresini tamamlayan personel için, beş aşamalı bir mesleki eğitim programına geçilmelidir.

- Aşama 1 : Hazırlık Eğitimi
- Aşama 2 : Temel Mesleki Eğitim
- Aşama 3 : Özel Mesleki Eğitim
- Aşama 4 : Yönetici Eğitimine Giriş
- Aşama 5 : Yönetici Eğitimi

Bu aşamalardan ilk ikisi, personelin çalışmakta olduğu kooperatif mağaza ve bürosunda geçirilebilir. Son üç aşama için ise, kooperatifin bağlı bulunduğu kooperatifler birliği, ya da kooperatif meslek okullarından yararlanılmalıdır.

Bu aşamalarda personele neler öğretilbileceğini kısaca açıklayalım :

Aşama 1 : Hazırlık Eğitimi

Bu aşamada, yapılan iş ve kooperatif hakkında genel bilgiler verilir. Mağazada raf yerleştirilmesi/doldurulması, tartım, paketlenme, fiyat yazımı, depolama ve temizlik gibi genel işler yaptırılır.

Aşama 1'in süresi, altı aydan başlayıp, bir yıla kadar sürebilir. Sürenin sonuna doğru, personelden kuru gıdalar, meşrubat ve süt mamulleri departmanları ile daha çok ilgilenmesi istenilebilir.

Aşama 2 : Temel Mesleki Eğitim

Bu aşama, işbaşında eğitimin ileri bir aşaması olarak mütalaa edilmeli ve personele, yapacağı işler konusunda yeterli miktarda basılı eğitim malzemeleri ve kaynak yayınlar temin edilmelidir. Personel, müşteriler ile doğrudan ilişkiye geçmeli, yani artık bir «satıcı» gibi düşünmeye ve davranmaya başlamalıdır. Mal sergilenmesi, firenin kontrolü, mal siparişi ve malların teslim alınması, stok ve nakit kontrol sistemleri konusunda da çalıştırılmalıdır.

Aşama 2'nin süresi bir yıldır. Bu sürenin tamamlanması halinde personel, artık yetişmiş bir satış elemanı olmalıdır.

Aşama 3 : Özel Mesleki Eğitim

Aşama 2'yi başarı ile tamamlayan personele, hangi konuda ya da konularda özel mesleki eğitim görmek istediği sorulmalıdır. Kooperatif mağazasının ve iş hacminin boyutlarına paralel olarak,

bu özel eğitim, şarküteri, et reyonu, meyva-sebze reyonu, süt mamulleri, mutfak ve ev aletleri veya konfeksiyon reyonuna ilişkin olabilir. Bu alanlardan birini, ya da ikisini seçen personel, artık zamanının büyük bölümünü, ihtisaslaşacağı reyonun mallarını tanıma, tüm teknik özelliklerini, üreticilerini ve benzeri özelliklerini öğrenmek, öğrendiklerini tatbik etmekle geçirir. Bu aşamada, mağaza sorumlusunun bir yardımcısı gibi çalışır. Mesleki yayınların takip edilmesi yanısıra, kooperatif birliğinin düzenleyeceği özel kurslara katılır, büyük imalatçı ve üretici firmaların fabrikalarını ziyaret ederek, üretim, imalat ve dağıtım/pazarlama faaliyetleri hakkında ayrıntılı bilgi sahibi olmaya çalışır.

Bu üçüncü aşama ile mağaza personelinin tam anlamı ile en az bir konuda, ya da birbirini tamamlayan en az iki konuda uzmanlaşması sağlanır. Uzmanlık alanları yanısıra, personele ayrıca nakit işlemleri ve satış sonuçlarının değerlendirilmesi konusunda da uygulamalı eğitim verilir.

Aşama 4 : Yönetci Eğitimine Giriş

Bu aşamada, kooperatif müdürü artık tüm görevler ve yaptığı işler konusunda personeli yetiştirmeye başlamalıdır. Zira artık, bu aşamaya kadar başarılı biçimde mesleki eğitimini tamamlamış bulunan personel, mağaza ve kooperatif müdürlüğüne aday olabilecek bir düzeye gelmiştir. Stok kontrol, nakit kontrol ve muhasebe işlemleri yanısıra, işletme ekonomisi, bütçe ve çalışma raporları hazırlanması, kooperatif meyzuatı ve anasözleşmesi konularında yakın bir gözlem altında yetiştirilmelidir.

Kooperatif ve mağaza müdürünün izin, hastalık, ya da kısa süreli seyahatleri süresince ona vekalet edebilecek personele, bu aşamada daha çok mesleki yayın temin edilmeli ve kendi kendisini yetiştirmesine fırsat tanınmalıdır. Kooperatif birliği ya da kooperatif enstitülerince düzenlenecek yönetici yetiştirme kurslarından da yararlanılmalıdır.

Aşama 4'ün sonunda personel, kadro müsait olması halinde müdür yardımcılığına getirilebilir.

Aşama 5 : Yönetici Eğitimi

İlk dört aşamayı tamamlayan ve artık kendisine müdür adayı olarak bakılan personel, kooperatifin satın alma, stok, satış, ileri muhasebe, fiyatlandırma ve personel politikası konularında kapsamlı biçimde çalışmaya başlar. Kooperatif müdürleri için açılan özel kurslara gönderilir, müdür ile birlikte yönetim kurulu toplantılarına iştirak ettirilir.

Bu beş aşamayı da tamamlayan herkesin, mutlaka kooperatif müdürü olacağı sonucu çıkarılmamalı. Kooperatif müdürlüğü, temsil ve yönetim becerilerinin, mesleki bilgi ve deneyim ile uyumlu biçimde birleştirilebildiği bir görevdir. Bu bakımdan personelin mesleki eğitim ile yönetim konularında yetişmiş olması, kooperatif için önemli bir kazanımdır. Böyle bir eğitimden geçmiş personele sahip bir kooperatifte, kooperatif müdürlüğü ya da mağaza müdürlüğü için artık yönetim kurulu dışardan eleman aramak zorunda kalmayacaktır.

Bcu aşamaya kadar mesleki ve yönetici eğitimlerini tamamlayanlar için, aynı kooperatifte olmasa bile, kooperatifin bağlı bulunduğu, ya da ilerde katılacağı kooperatifler birliğinde mutlaka daha üst düzeyde bir görev olacaktır.

PERSONEL POLİTİKASI

Kooperatif büro ve mağazasında çalışanların, sendikal örgütleri mevcut değil ise, çalışma koşulları ücret ve sosyal yardımlar ile özlük haklarının esaslarını belirleyen bir **Personel Yönetmeliği** bulunması gerekir.

Personel yönetmeliği, kooperatifin personel politikasına dayalı olarak hazırlanmalıdır. Kooperatif çalışanlarının bir sendikanın üyesi olmaları halinde, ise, hem personel politikasının, hem de personel yönetmeliğinin oluşturulması ve hazırlanmasında sendika yöneticileri ile birlikte çalışılmasında ve bu yolla sağlıklı bir sendika-kooperatif işbirliği ortamı oluşturulmasında büyük yarar vardır.

Personel politikası bir kez oluşturulduktan sonra, artık bu politikanın uygulanması kooperatif müdürüne bırakılmalı ve yönetim kurulu üyeleri, kooperatifin büro ve mağazasında çalışanlar ile her ne sebeple olursa olsun, temas kurmamaları gerekir.

Personel yönetmeliği yanısıra, ya da bu yönetmeliğin ayrı bir bölümü olarak bir **İç Hizmet Yönetmeliğinin** de hazırlanmasında yarar vardır. Bu yönetmelik, personelin yapacağı işleri tanımlayarak, görev ve yetkilerini belirleyeceğinden, yapılan işin değerlendirilmesi, personelin ödüllendirilmesi ya da cezalandırılmasında bu görev tanımlarına göre işlem yapılmasını sağlar.

Kooperatif anasözleşmesi ile personel ve iç hizmet yönetmelikleri küçük bir el kitabı halinde bastırılarak, personel ve yönetim-denetim kurulu üyelerine dağıtılmalıdır.



SATIŞ ELEMANLARININ EĞİTİMİ

Bir kooperatif mağazasında çalışan satış elemanı, kooperatif hizmetten yararlanacakların mağazaya gelişlerinde ilk tanışacakları kişidir. Yani kooperatifin ortaklara ve halka uzanan koludur. Bu nedenle, mağaza işletmeciliğinde satış görevlilerinin rolü çok büyük önem taşır.

Satış elemanları, eğer kooperatifin amacı ve çalışma konularını ortakların kendilerinden ne beklediklerini, nasıl bir davranış içerisinde bulunurlarsa kooperatifin gelişmesine katkıda bulunabileceklerini, yani satışları nasıl artıracabileceklerini bilirlerse, kooperatif mağazası, yönetim için sorun olmaktan önemli ölçüde kurtulur. Satış elemanlarının bu düzeye gelmesi ise, hem satıcılık konusunda, hem de mağaza işletmeciliğine ilişkin diğer konularda yetiştirilmelerine bağlıdır.

Burada satış elemanından, yalnızca «müşteri» ile yüz-yüze bulunan mağaza personelini kastedmiyoruz. Elbette, bunlar, diğer personelden daha çok eğitilmeleri ve tüm davranışları belirli bir disipline oturtulması gereken personeldir. Ancak, bir kooperatif mağazasında görevli mağaza müdüründen, hizmetli personele kadar herkes bir ölçüde satıcı gibi yetiştirilmek zorundadır. Özellikle personel sayısı sınırlı küçük kooperatiflerde, bu zorunluluk kendisini daha çok hissettirir.

«Bir kooperatif, en fazla içinde çalışanlar kadar dürüst bir işletmedir» sözü, kuşkusuz kooperatif mağazası için de geçerlidir. Mağazada çalıştırılacak personel için, «iyi bir satıcı» olarak yetiştirilmek isteği yanısıra, dürüst ve çevresindekilerde güven duygusu uyandıracak bir kişiliğe sahip olmak da aranması gereken nitelikler olmalıdır.

İYİ BİR SATICI NASIL OLUNUR?

Kooperatif mağazasında görev alan bir kişi, iyi bir satıcı olmak istiyor ise, şu konularda kendini yetiştirmeye çalışmalıdır.

- a) Kooperatifin ne olup, ne olmadığını ve kimlere hizmet götürdüğünü,
- b) Kooperatif ortakları ve müşterilerin belirgin alış-veriş davranışlarını,

- c) Satıcılık sanatına ilişkin bazı kuralları,
- d) Satış tekniklerini,
- e) Satılan mallara ilişkin teknik bilgileri...

MAGAZA KİMIN MALI?

Unutulmaması gereken husus, kooperatifin ve mağazanın, hizmet götürülen ortakların malı olduğudur. Bu bakımdan, kooperatif mağazasının gerçek sahipleri, aynı zamanda da onun müşterileridir. Bir kooperatif mağazası ile, özel bir mağazayı, ilk başta birbirinden ayıran fark da işte budur. Kooperatif mağazasında çalışanlar için ortaklar, hem müşteri, hem de «patron» olduklarından, onların memnun edilmesi, onlara karşı dürüst davranılması ve onların isteklerinin hoş görü ve güler yüzle karşılanarak yerine getirilmesi gerekir.

Mağaza personeli için unutulmaması gereken ikinci bir husus da, ortakların ve müşterilerin genellikle toplumun «sınırlı gelirli» kesiminden olduklarıdır. Bu bakımdan, ellerinde bulunan paranın, daha «hesaplı» olarak harcanması için kooperatif mağazasından alışveriş edilmesi yolu seçilmiştir. Alımlarının isabetli yapılması, onlar için çok önemlidir. Mağaza personeli, bunun bilincinde hareket etmek zorundadır.

Mağaza personeli açısından bir diğer önemli husus da, kooperatif mağazası için «iyi müşteri-kötü müşteri» ayırımının yapılamayacağıdır. Nasıl kooperatif genel kurulunda tüm ortaklar eşit haklara sahip iseler, mağazadan yararlanmada da farklı, ya da ayrıcalıklı davranış ve işlemlere tabi tutulamazlar. Mağazada satılmakta olan bir mal, var ise, tüm ortaklar için vardır, yok, ya da kalmamış ise, herkes için böyledir.

Her ortak ya da müşterinin kişilik özellikleri farklıdır. Bu özelliklerden belirgin olanların, zaman içerisinde mağaza personeli tarafından öğrenilmiş olması, onlar ile diyalog kurulması ve isteklerinin yerine getirilmesi bakımından yarar sağlar. Personelin, bu özelliklere göre davranışlarını düzenlemesi ve farklı kişilik özellikleri nedeni ile diyalog kopukluğuna meydan verilmemesi sağlanmış olur. Müşteriler, yani ortaklar ile personel arasındaki diyalog kopukluğunun ise, hem personel, hem de ortak açısından olumsuz sonuçlar doğurabileceği hiçbir zaman unutulmamalıdır. Mağaza personeli bu nedenle, müşteriler ile hiçbir konuda tartışmaya girmemeye ve böyle durumlarda mağaza, ya da kooperatif yönetimini bilgilendirmekle yetinmeye özen göstermelidir.

Kooperatif ortağı mağazaya her zaman bir ihtiyacını karşılayabilmek amacı ile gelir. Satış elemanının görevi, bu ihtiyacın ne olduğunu tesbit ederek, onu en iyi biçimde gidermeye çalışmaktır. Yani, hem kooperatifin malını satabilmektir ve hem de ortağın aldığı bu maldan hoşnut kalmasını sağlamaktır.

Ama bazen kooperatif ortağı, hangi malı, ya da hangi marka malı alacağına karar veremediğinde gelir mağazaya. Böyle durumlarda satıcının görevi daha zordur. Zira, onu hem alacağı mal konusunda bilgilendirecektir, hem de alacağı maldan hoşnut kalmasını sağlayacaktır.

KENDİNİZİ TANIYOR MUSUNUZ?

İyi bir satıcı olmak için, yalnız çalıştığı kuruluşu ve müşterilerini tanımak yeterli değildir. İyi bir satıcı, önce kendini tanımalıdır.

Satıcı, şu soruları sormalıdır kendisine;

- Hizmetimden kooperatif yönetimi ve müşteriler hoşnut kalmakta mıdır?
- Tüm ortaklara ve müşterilere adil ve eşit biçimde davranabilmekte miyim?
- Herkese karşı samimi ve güler yüzle karşılık verebiliyor muyum?
- Tutum ve davranışlarımdan, çalışma arkadaşlarım acaba rahatsız oluyorlar mı?
- Kıyafetim, acaba bu iş yerine ve yaptığım işe uygun düşüyor mu?

Bu tür sorular, kendi kendini denetlemek ve yetiştirmek isteyen satıcıların zaman zaman başvuracakları ve çalışmalarını bu sorular ışığında değerlendirmelerinde kendilerine rehberlik edecek sorulardır.

SATICI TIPLERİNİ TANIYALIM

Üç çeşit satıcı tipine rastlanır genellikle mağazalarda :

- 1 — Pasif satıcı,
- 2 — Baskı yapıcı satıcı,
- 3 — Müşteriye dönük satıcı.

Şimdi, bu tipleri sırası ile tanımaya çalışalım :

1 — **Pasif Satıcı** : Mağazaya gelen müşteri ile ilgilenmez yalnızca, müşteri ne isterse gönülsüzce onu vermekle yetinir,

müşterinin çoğu sorularını yanıtsız bırakır. Hatta, kayıtsızlığını göstermek için bir de ağzında ciklet bulundurur.

Bu davranış sahibinin, mağazada satış elemanı olarak çalıştırılmaması gerekir.

2 — Baskı Yapıcı Satıcı : Mağazaya gelen, hatta mağaza önünden geçmekte olan müşterilere zoraki mal satmak ister. Onun için mal hakkında doğru bilgi vermek önemli değildir. Önemli olan, ne pahasına olursa olsun mal satmaktır.

Baskı yapıcı tip de, pasif satıcı kadar, hatta ondan daha fazla mağaza için tehlikelidir. Satıcının bu davranışı, mağazanın müşteri kaybetmesine, kooperatif ortaklarının da haklı tepkilerine neden olur. Kooperatif mağazasında amaç, ne pahasına olursa olsun mal satmak olmadığına göre, böyle bir satıcı tipine de kooperatif kadrolarında yer verilmemesi gerekir.

3 — Müşteriye Dönük Satıcı : Çağdaş bir kooperatif mağazasında satıcı, çok ve çabuk konuşan bir kişi değil, iyi bir dinleyici olmak zorundadır. Zira, kooperatif mağazasında görevli satıcı, müşteriyi anlamayı, bu yolla bir güven ortamı oluşturmayı ve müşterinin gerçek gereksinimlerini karşılamayı hedef almalıdır.

Bu tip satıcıya, müşteriye dönük satıcı denir.

SATICI - MÜŞTERİ İLİŞKİLERİNE GİRİŞ

Satıcı ile müşteri arasındaki ilişki, müşterinin mağazaya girmesi ile başlar. Müşteri, daha önceden satıcı tarafından biliniyorsa, satıcı tarafından selamlanır. Tanınmıyorsa, tebessüm ile karşılanarak, mağazaya gelişinin hoşnutluk uyandırdığı hissettirilir.

Geleneksel tezgah tipi mağazalarda görevli satıcılar için, yukarıda belirtilen davranış, çok daha önemlidir. Zira, bu mağazalarda müşteri, almayı düşündüğü malı, satıcıdan istemek zorundadır.

Satıcı, bir müşteri ile ilgilenirken, bir diğer müşteri geldiğinde, birinci müşteriyi bırakıp, sonradan gelen ile ilgilenmeye başlamamalı, yalnız sonradan gelen müşteriyi, en azından başı ile selamlıyarak, geldiğinin farkında olduğunu kendisine hissettirmelidir. Böylelikle, ikinci müşteri ile de diyalog başlatılmış olur.

Malların sergilenme yöntemi sayesinde kendi kendilerini satıcıları self-servis mağazalarında görevli satıcıların sayısı az, müşterilerin sayısı fazla olduğundan, satıcıların tüm müşteriler ile tek tek ilgilenmeleri mümkün değildir. Kaldı ki, buna gerek de

yoktur. Birçok konuda müşteriler, kendi işlerini kendileri görürler. Ancak, belirli konularda satıcılara «danışma gereği duyarlar. Böyle durumlarda, müşterinin doğru bilgilendirilmesi ve mal seçimini isabetli yapmasına yardımcı olunur.

YARDIM SINYALLERİ

Bazı müşteriler, yardım isteklerini sözlü olarak dile getirmekte çekingen olabilirler. Muhtelif mal türleri ya da markalarının seçiminde kararsız olduklarını satıcı keşfedebilmeli ve yardım isteğini beklemeden müşteri ile ilgilenmeye yönelmelidir.

Bu tür yardım sinyalleri, satıcı tarafından algılanamaz ise, ya müşteri isabetsiz mal almaya yönelebilir, ya da mağazayı terk edebilir. Her iki durum da müşteri ve kooperatif için elbette arzu edilen bir sonuç değildir. Self-servis mağazasında çalışan satıcılar, hem müşterilerinin doğru seçim yapmalarına yardımcı olmalı, hem de mağazanın bu müşterileri kazanmasını sağlamaları gerekir.

Satıcının, yardım sinyalini farketmediği ve müşterinin mal seçimine yardımcı olduğunu varsayalım. Satıcı, eğer isabetsiz mal seçimine neden olmuş ise, sonuç değişmeyecektir ve mağaza büyük olasılık ile o müşterisini kaybedecektir. Şu halde, yardım sinyalini yakalamak kadar, bu sinyali iyi değerlendirmek de önemlidir.

Müşteriye dönük satıcı, işte bu sinyalleri farkedebilen ve en iyi şekilde değerlendirebilen satıcıdır.

Sonuç olarak, müşteriye dönük bir satıcı iseniz;

- Herbir müşteri ile **iyi ilişkiler** kurarsınız,
- Bir **güven ortamının** oluşumunu hedef alırsınız,
- Müşterinizin **önemsendiğini** hissetmesini sağlarsınız,
- Müşterinizin **hoşnutlukla** karşılandığına inanmasını sağlarsınız,
- Tebessüm ve selamlamadan yana cömert bir kişiniz,
- Yardım sinyalleri konusunda bir uzmansınız,
- Ve nihayet, bir kooperatif mağazasında satıcı olarak müşteri/ortağınızın, sizin işvereniniz ve mağazanızın da sahibi olduğunu asla hatırdan çıkarmazsınız.

SATIŞ İŞLEMLERİ

Müşteriye dönük satıcı tipini tanımlarken, iyi bir satıcının, çok konuşan değil, dikkatli ve iyi bir dinleyici olması gerektiğini

belirtmiştik. Müşteriye yardımcı almak ve ona mal satabilmek, neye ihtiyacının olduğunun bilinmesi ile mümkündür. Bu nedenle, müşteri ile ilişkilerinde satıcı, şu kurala göre hareket etmelidir.

- D i n l e,
- S o r,
- Öneride bulun.

Müşteriyi selamlama yolu ile ilk diyalog kurulduğuna göre, bundan sonra müşteri satıcıya ne almak istediğini bildirecektir. Bu bilgi yeterli bulunmaz ise, istenilen malın özelliklerine ilişkin sorular sorulması gerekir. Müşterinin tam olarak nasıl bir mala ihtiyaç duyduğu kesin olarak anlaşılincaya kadar soru sormaya devam edilebilir. Kesinlik kazanmamış bir mal isteği konusunda öneride bulunmak, bazen yanlış sonuçlar doğurabilir.

Müşterisini iyi dinlemeyen ve hem kendisinin, hem de müşterisinin zamanını boşa tüketecek sorular soran bir satıcıdan, elbette isabetli öneride bulunması beklenemez. O nedenle, iyi dinlemek ve isabetli sorular sormak, alınacak cevaba göre de mal ya da marka önerisinde bulunmak gerekir.

Satıcı, önerilerinde, müşteri tarafından istenilen özelliklerden kesin ve tercih olanları birbirinden ayırmalı, mağaza stokunda bu her iki özelliği taşıyan mal bulunmaması halinde, aranan kesin özellikleri taşımasına rağmen, müşterinin tercihlerini tam olarak yansıtmayan ancak bu tercihlerine yakın özellikler taşıyan malları satmaya çaba göstermelidir.

SATILAN MALLARIN TANINMASI

Mağazada bulunan mal türlerinin, satıcı tarafından bilinmesi çok önemlidir. Ancak, tüm malların tanınması, uzun süre alabilir. Bu sürenin kısaltılması için, deneyimli satıcılarla birlikte çalışılması yarar sağlar. Mallar hakkında bilgier, bu malların paketler üzerinde yazılmış olan açıklamalar okunarak ve bu mallar bizzat kullanılarak edinilebilir. Ayrıca, mağaza ya da kooperatif yöneticisi, satılan malları personele tanıtmak için hizmet içi eğitim programları düzenleyebilir.

Kooperatif mağazasında satışa sunulmuş olan malların, satış elemanları tarafından tanınması, müşteri ile arasında güven ortamının yaratılması ve bu ortamın sürekli kılınması için zorunludur.

Satılacak malların teknik özellikleri, müşterinin ilgi alanı dışında olabilir. Müşteri açısından alacağı malın, kendisine sağlayacağı yararlar daha önemlidir. Bu bakımdan, satılacak malın önce yararlarını, sonra da bu yararları sağlayan niteliklerini açıklamak gerekir. Unutulmamalıdır ki, her malın mutlaka bir özelliği, ya da diğer malardan farklı bir niteliği vardır. İşte bu niteliğin, ya da bu tür niteliklerin satıcı tarafından bilinmesi zorunludur. Bu nitelikler öğrenildikten sonra, bunların sağlayacağı yararlar öğrenilmeli ve malı satarken tersinden başlayarak önce yararları, sonra da gerekir ise nitelikleri sayılmalıdır.

Özetle, mağazada bulunan tüm mal kalemlerinin niteliklerini bilmelisiniz. Müşterilerinize, malın kendilerine sağlayacağı yararları anlatınız.

DAHA ÇOK MAL SATMAK MI?

İyi bir kooperatif satış elemanı, olağan bir satıcıya kıyasla daha yüksek düzeyde satış yapabilir. Bunun için, naslı bir kuruluştaki çalıştığını, kimlere satış yaptığını ve buraya kadar anlatılan satış tekniklerini öğrenmesi yeterli.

Ancak, kooperatifin amacı fazla mal satmak mıdır?

Bu soru, son yıllarda sıkça sorulmaya ve farklı karşılıklar verilmeye başlanılmıştır. Kooperatifin amacı, elbette ortaklarına gerekli -gereksiz, ya da kaliteli-kalitesiz ayırımı yapmadan, her önüne gelen malı alıp, ortaklarının satınalma güçlerini düşünmeden, dilediği fiyata ve satabileceği kadar fazla mal satmak değildir.

Kooperatif ortağına, ancak gereksinme duyduğu mallar ve kendi zevkine, beğenisine uygun mallar satılır. Ancak, eğer kooperatif ortağı, kooperatif mağazasında «gereksizdir» düşüncesi ile bulundurulmayan malları, başka özel mağazalardan, daha yüksek fiyatlarla satın almaya devam ediyor ise, kooperatif yönetimi, artık o mallara aynı gözle bakmamalı. Yani, ortakların istedikleri, bulamayınca da başka mağazalardan almaya yöneldikleri mallar da, mağazada bulundurulmalıdır.

Şu halde, kooperatif ortağının dışarda nasıl olsa bulup alacağı malları, kooperatif mağazasında satmaya yönelik bir politikanın, kooperatifin amacı ile çeliştiğini ya da ortaklarına bu yolla gerekmediği halde çok fazla mal satıldığını iddia etmek mümkün değildir. Kooperatif satıcısı, ortaklara ve müşterilere, mağazada bulunan tüm malları satmaya çalışmalıdır. Zira, kendisinin satmadığı malları, onlar başka yerlerden, yani satmayı becebilenlerden nasıl olsa alacaklardır.

HANGİ MALLAR ÖNCE SATILMALI?

Gerek kooperatifin genel satış politikası açısından, gerekse de bir kısım fire ve zayıfın önlenmesi, sezonluk malların elden çıkarılması ve nakte dönüştürülmesi gibi nedenlerden dolayı, iyi bir kooperatif satıcısı kooperatifin ve ortakların çıkarlarını korumak için, bazı malların, diğer mallardan «daha önce» satılması gereğini akılda tutmalıdır.

1 — **Tamamlayıcı Malları Satınız** : Biraz önce üzerinde durduğumuz «daha çok mal satışı», çoğu zaman ileriye düşünme ve müşterilere gereksinme duyabilecekleri tamamlayıcı nitelikteki malları anımsatma ve satma meselesidir. Çaydanlık satın alan bir müşteriye, çay bardağının, çay ve şekerin gerekli olup olmadığının sorulması gibi, bir diğerini tamamlayan malların satılmasına özen gösterilmesi, sonuçta satışları da artıracaktır.

2 — **Bir diğerinin yerine kullanılabilen malları satınız** : Bu bir alternatif (yerine geçeni seçme) satışdır. Müşterinin, aradığı marka malı bulamayınca, mağazayı terketmeye yönelmesinden önce, kendisine aynı malın mağazada mevcut başka markaları önerilmelidir. Bu önermenin inandırıcı olması için, satıcının, bir diğerinin yerine hangi malların kullanılabileceğini çok iyi bilmesi gerekir. Satılan tüm malların tanınması, zaten bu tür malların da bilinmesi demektir.

Yerine geçebilir mal satışını, abartmalı ölçülere vardırarak ve müşteri «hayır» dediği halde ısrarlı olmak doğru değildir. Bu takdirde, baskı yapıcı tip satıcı durumuna düşülebilir. Yapılacak iş, bir ya da iki benzer seçeneği terbiye ölçüleri içerisinde hatırlatmaktır.

3 — **Yeni mal türlerini satınız** : Mağazanızda mevcut mal türlerine, yeni bir mal kaleminin de dahil edilmesinin temel nedeni, var olan türlere kıyasla, bu yeni mal kaleminin farklı yararları olması, ya da reklam ve benzeri yollarla pazarda isim yapmaya başlamasıdır. Bu mallar, «yeni» olduklarından, ortaklar mağazaya geldiklerinde, bu mallarla karşılaşacaklarını önceden bilmezler. Bunun sonucu olarak da, bu malların bulunup bulunmadığını sormayabilirler.

Yeni mal kalemleri konusunda müşterilere bilgi verilmeli, ancak almaları konusunda ısrarlı olunmamalıdır. Bu bilgi, eğer mal birdiğerinin yerine kullanılabilen bir mal ise, müşteriye rahatlıkla takdim edilebilir. Malın böyle bir özelliği yok ise, müşteriye tanıtmanın en kolay ve çarpıcı yolu, mağaza içine asılacak pan-kartlardır.

4 — **İndirimli malları satınız** : Normal fiyatı ile gereksinme duyulmayan bir mala, fiyatı indirildiğinde gereksinme duyulabilir mi? Bu soruya, «evet» diyebiliriz. Zira, normal fiyatını «fazla» bulan ve bu nedenle önceliği başka mallara veren bir müşteri, indirimli fiyatı kendisi için «cazip» bulabilir.

Kooperatiflerin fiyatları zaten indirimlidir, yani piyasa fiyatlarının altındadır. Bu durumda, tekrar indirimli fiyat uygulanabilir mi? Bu soruya da yine «evet» diyebiliriz. Zira, fiyatı ne kadar düşük tesbit edilmiş olursa olsun, sezonluk mal, eğer sezon sonuna kadar satılamayacak durumda ise, bunların fiyatlarını daha da düşürerek elden çıkarmaya ve nakde dönüştürmeye çalışmaktan başka çare yoktur. Bekleyerek fireye uğrayan bir kısım mallar için de aynı şey söz konusudur.

Bu tür malların satışına öncelik tanınması da, kooperatif açısından önemli yararlar sağlar.

5 — **Büyük hacimli malları satınız** : Satışları artırmanın etkin bir yolu da, büyük hacimli malları satmaktır. Böylece, müşterinin istediği miktardan daha fazla mal satılmış olacaktır. Bunun müşteriye de yararı vardır. Zira, birçok mal, büyük miktarlarda satın alındıklarında daha ucuza mal olmaktadır. Eğer müşteriler, büyük miktarlardaki malı sağlıklı biçimde saklayabilecek iseler ve satın alma güçleri de müsait ise, bu yolla hem zaman, hem de paradan tasarruf edebileceklerdir.

SESSİZ SATICILIK

Satışların, önemli ölçüde kişisel beceri ve satış elemanının niteliğine bağlı olarak artabileceği, ya da azalabileceğini kabul edebiliriz.

Ancak, satışların artırılması ve özendirilmesi ile satış hizmetlerinin geliştirilmesi için başka yöntemlerin de bulunduğunu belirtmemiz gerekir. Örneğin, malları sergileme yönteminiz çok önemlidir. Gerçekten de, eğer malları uygun biçimde sergiler iseniz, böyle sergilemenin de başlıbaşına bir satış artırıcı işlevi olduğunu göreceksiniz. Bu bakımdan, iyi sergileme yolu ile yapılan satışa, «sessiz satıcılık» denilmektedir. Burada mal, satıcıya gerek kalmadan, kendi kendini satmaktadır.

Mal sergilenmesi konusu, ayrı bir bölüm halinde işlenecektir.

SATICININ KİŞİSEL GÖRÜNÜMÜ

Son olarak, şu hususu da belirtelim : Satış elemanları ile mağazanın genel sağlık koşullarına uygun olup olmadığı, müşteriler

açısından büyük önem taşır. Satış elemanı olarak giyiminiz ve kişisel görünümünüz de müşterilerin dikkat ettiği noktalardır.

Temizliğin, bir mağaza için **zorunluluk** olduğu gerçeği ile, görünümünüzün iyi olmayışı ve gıda maddeleri ile uğraşırken sağlık yönünden sakıncalı görülebilecek durumunuz, satıcılık konusundaki tüm beceri ve çabalarınızın boşa gitmesine neden olacaktır.

Kooperatif mağazasının temizliği ve düzeni ile, satış elemanlarının bir örnek giysiler içerisinde temiz ve bakımlı bir görünümle hizmet sunmaları birleştiğinde, elde olmayan nedenlerden kaynaklanan bir kısım yetersizliklerin, müşteriler tarafından da hoşgörü ile karşılanması mümkün olacaktır.

KASİYERLERİN EĞİTİMİ

Kasiyer, kooperatif mağazasından ayrılırken müşterinin en son uğrayacağı kişidir. Satılan malların bedellerinin doğru tahsil edilmesi ve kaydedilmesi, hem kooperatif, hem de müşteriler açısından son derece önemlidir. Müşterinin, kasiyerin tutum ve davranışlarına ilişkin izleniminin olumlu ya da olumsuz olması da, mağaza-müşteri ilişkilerini etkileyen önemli bir husustur. Satış elemanları ve mağaza yönetimi, mal satışı konusunda ne kadar başarılı olurlarsa olsunlar sıra paranın tahsiline geldiğinde yanlışlıklar yapılıyor, müşteriler gereğinden fazla kasa önünde bekletiliyor ve hele bir de fazla para alındığı izlenimi uyandırılıyor ise, bütün bu çabalar boşa gidecektir. Eksik para alınması ise, hem kasiyer, hem de kooperatif için önemli kayıplara yol açacaktır.

Bu olumsuzlukların önlenmesi, ya da en aza indirilmesi, kooperatiflerin iyi yetiştirilmiş kasiyerlere sahip olmaları ile mümkündür. Bu bölümde, kasiyerlerin eğitimine ilişkin bazı temel bilgiler verilmeye çalışılacaktır.

KASİYER İSTİHDAM EDERKEN...

Kooperatifler, mağazalarında görevlendirilmek üzere kasiyer istihdam etmeden önce, şu koşullara uygun adaylar üzerinde durmalıdırlar :

a) Adayın en az lise (tercihen Ticaret Lisesi) mezunu olması,

b) Herhangi bir görme kusurunun bulunmaması (bunun tesbiti için bedeli kooperatif tarafından ödenerek, adaylar bir göz doktoruna muayene ettirilebilirler),

c) Yazar kasa kullanılmayan kooperatif mağazalarında istihdam edileceklerin el yazıları düzgün ve okunaklı olmalıdır,

d) Daha önce yazar kasa kullanmış olanlar öncelikle dikkate alınmalıdır.

e) Haklarında güvenlik soruşturması yapılarak, ortaklar ya da müşteriler arasından. akraba olmamak koşulu ile taahhütname alınmalıdır.

Adaylar arasında, daha önce yazar kasa kullanmış olanların bulunmaması halinde, istihdam edilecek yeni kasiyerler, deneyimli bir kasiyer yanında makul bir süre (en az bir hafta) çalıştırılmalıdır. Yeni kasiyerler, müstakil çalışmaya başladıktan sonra da, günün sona ermesi ve mağazanın kapanmasını beklemeden, öğle aralarında belirli bir süre kontrol edilmelidirler.

Kasiyer Neden Hata Yapar?

Kasiyerler için hata kaynakları ve bu hataların giderilmesi için alınacak önlemleri şöyle sıralamak mümkündür :

1 — **Doğru okunamayan fiyatlar** : Mal paketleri üzerindeki fiyatlar, etiket makinası ile basılmak yerine el ile ve rahat okunamayacak biçimde yazılmış ise, kasiyer doğru fiyatı bulmakta güçlük çekebilir ve yanlış bedel tahsil edebilir

Bunu önlemenin yolu, paketler üzerine yazılacak, ya da yapıştırılacak fiyatların açık ve okunaklı olmasıdır.

2 — **Fiyat etiketlerinin düşmesi** : Fiyat etiketleri, paket üzerine iyi yapıştırılmaz ise düşebilir, ya da bazı kötü niyetli müşteriler tarafından sökülebilir veya değiştirilebilir. Böyle durumlarda kasiyer hafızasına güvenerek doğru fiyatı tahsil edebileceği gibi, yanlışlığa düşerek, ya da bir başka malın fiyatı ile karıştırarak, o mal ya da bir başka malın fiyatı ile karıştırarak, o mal için eksik veya fazla tahsilat yapabilir.

Bunu önlemenin yolu ise, etiketlerin iyice yapıştırılmasıdır. Etiket bulunmaması halinde ise, kasiyer, hafızasına güvenerek işlem yapmak yerine, doğru fiyatı tesbit ederek tahsil etmelidir. Bunun da iki yöntemi vardır : Ya aynı malın bir diğer paketine bakmalıdır, yada kendisinde bulunan **Fiyat Defterine** başvurmalıdır.

3 — **Fiyat değişiklikleri** : Mağazaya mal ikmal yaparken, rafların tamamen boşalması beklenmeyeceğinden, depodan yeni alınan malın farklı fiyatta olması halinde, raf kenarlarında ve malların üzerinde bulunan fiyatların değiştirilmesi unutulabilir. Bunların, kasiyerin fiyat defterine de işlenmemesi halinde, kasiyer eski fiyatı tahsil etmeye devam eder.

Bunun önlenmesi için, mağazaya her mal ikmalinde fiyatlar kontrol edilmeli, gerekli düzeltmeler yapılmalı ve kasiyer, tüm fiyat değişikliklerinden **mutlaka** ve **derhal** haberdar edilmelidir.

Fiyatları paket üzerine yazılamayan malların ayrı bir listesi çıkarılarak, bu liste de kasiyere verilebilir ve fiyat değişiklikleri halinde de yine kasiyer haberdar edilebilir.

4 — **Yanlış yazılmış fiyatlar** : Fiyat etiketlerini dolduran personel de yanlışlık yapabilir. Bir kısım malların fiyatları, olmaları gerektiğinden daha düşük, ya da daha fazla fiyatlandırılmış olabilir. Böyle durumların bazen müşteriler de farkına vararak, düzeltilmesini isterler.

Kasiyer, fiyatın yanlışlığından kuşku duyduğunda, fiyat okunaklı biçimde yazılmış olsa dahi bunu fiyat defteri ile karşılaştırmalıdır. Yani, «etikette böyle yazıyor» diye düşünerek, yanlış fiyatı kaydetmeye ve tahsil etmeye yönelmemelidir.

5 — **Farklı müşteriye farklı fiyat?** Kooperatif mağazasına alışverişe gelen müşterilerden, aynı mal için farklı fiyatlar istenemez. Kasiyer, akraba ve dostlarına özel fiyatlar uygulayamaz.

Kasiyerin böyle bir davranışta bulunmasının cezalandırılmasını gerektireceğini ve tekrarı halinde işini kaybedebileceği, işin başında hatırlatılmalıdır. Kooperatif veya mağaza yönetimi, yalnız kasiyerlerin değil, tüm personelin, müşterilere karşı farklı işlem ve davranışta bulunmamaları gerektiğini bildirmelidir.

TOPLAMIN BULUNMASI

Kasiyer için her kalem mal için doğru fiyatın kaydedilmesi, ya da istenilmesi yeterli değildir. Toplamın da doğru olması gerekir.

1 — **Doğru kaydetme** : Müşterinin aldığı tüm malların tek tek kaydedildiğinden emin olunmalıdır. Ancak, her kalem malın fiyatı yalnızca bir kez yazılmalıdır.

Her malın, birden fazla kereler yazılmasını önlemek ve herhangi bir malın unutulmasına mani olmak için, kasiyer tarafından şu yol izlenmelidir :

a) Bir self-servis mağazasının çıkışında, müşteri satın aldığı malları, tezgahın bir ucuna koyar. Mallar kasiyerin elinden birer birer geçer ve fiyatları da birer birer kaydedilir.

b) Tezgah tipi mağazada da aynı yol izlenebilir. Mallar, kasiyer tarafından fiyatları yazılırken, birer birer tezgahın bir tarafından öbür tarafına geçirilir.

c) Ya da, malları tezgaha getiren satış elemanı, fiyatları bir fiş üzerine yazabilir. Bir malı tezgaha koyar koymaz, fiyatını yazması gerekir. Sonra, diğer malları almak için tezgahdan ayrılabilir.

Hangi yöntem kullanılmış olursa olsun, kasiyer bir malın fiyatının yazılıp yazılmadığını her an söyleyebilmelidir :

- a) Kontrol noktasını geçen malların fiyatları yazılmıştır.
Veya
- b) Sağındaki malların fiyatları yazılmıştır.
Veya
- c) Tezgâhın üzerine koyduğum malların fiyatları yazılmıştır.

Anımsatma : Daima aynı şekilde çalışınız. Bir malı alınız, fiyatını yazınız, yana koyunuz. Bir sonraki malı alınız, fiyatını yazınız, yana koyunuz. Ne olursa olsun, bu yöntemi değiştirmeyiniz. Yanlışlık yapmamak için, elinize aldığınız bir malın fiyatını yazıp, öbür tarafa koymadan sorulan sorulara cevap vermeyiniz. Toplama işlemine geçmeden önce, kaç kalem mal yazıldığını, tezgâh üzerindeki mallarla yeniden kontrol ediniz.

2 — **Doğru toplama** : Doğru bir tutar elde etmek için ikinci koşul, kaydedilen fiyatları doğru olarak toplamaktır. Doğru toplama işlemi için, aşağıdaki kurallara uyulmalıdır.

- a) Yalnız kağıt ve kalan ile toplama yapılıyor ise;
 - Kasiyerin matematik bilgisinin yeterli olması gerekir.
 - Rakkamlar, herkesin okuyabileceği kadar açık yazılmalıdır.
 - Bütün rakkamlar aynı büyüklükte ve alt alta yazılmalıdır.

— Toplamanın kontrolü için yukarıdan aşağıya doğru yeniden toplamak yerine, aşağıdan yukarı doğru toplama yapılmalıdır.

- b) Bir hesap makinası kullanılıyor ise;
 - Şeritli hesap makinası tercih edilmelidir,
 - Yeni bir toplama işlemine başlamadan önce, bir önceki toplamının bitmiş olmasından emin olunması için toplama tuşuna basılmalıdır,

— Rakkamların doğruluğundan emin olunması için, her kayıttan sonra kağıt şerite (veya ekrana) bakılmalıdır.

- c) Yazar kasa kullanılıyor ise, tüm yazar kasalar aynı zamanda bir hesap makinası da olduklarından, hata genellikle yanlış tuşa basmaktan kaynaklanır. Bunun önlenmesi için ise, her kayıttan sonra ekrana bakılmalıdır.

Yapılan satışların kaydedildiği fişin bir nüshasının, ya da kasa fişinin müşteriye verilmesi gerekir..

PARANIN ALINMASI, ÜSTÜNÜN VERİLMESİ

Her şeyden önce, bir kasiyer aldığı paranın miktarını müşteriye söylemeli ve müşteri, paranın üstünü kontrol edinceye kadar, ondan aldığı parayı ayrı tutmalıdır. Bu yöntem ile, müşterinin daha fazla para verdiğini sandığı durumlarda, tartışma çıkması önlenmiş olur.

Müşteriden alınan para, üstü verilinceye ve yukarda belirtildiği şekilde müşteri tarafından kontrol edilinceye kadar, kasaya konulmamalıdır. Kasiyer, elinde de tutmamalıdır. Zira, yanlışlıkla para müşteriye geri ödenebilir. Yazar kasanın «para tutacağı» bölümü, bu amaçla kullanılmalı ve para bir sonraki müşterinin işlemlerine başlanılmadan önce kasaya alınmalıdır.

Kasa çekmecesinden paranın üstü çıkarılırken, bunları müşteriden alınan bütün paranın miktarına erişilinceye kadar satış tutarı üzerine eklemek gerekir. Paranın üstü müşteriye ödenirken de, aynı işlem tekrarlanmalıdır.

BOZUK PARA

Gün boyu yapılan satışlarda, her an alınan paranın üstünün verilebilmesi için, kasiyerin bir «bozuk para kasası», yani kasanın da belirli bir miktar bozuk paranın olması gerekir. Kasiyere her sabah, ya da haftanın belirli günlerinde teslim edilecek bozuk para miktarı, mağaza yönetimi tarafından tesbit edilmelidir. Kasiyere ödenen bozuk para için, mutlaka makbuz düzenlenmeli ve kasiyerin imzasının alınması gerekir.

Bozuk paranın, tedavüldeki cinslerine göre tesbit edilmesinde ve bunlar arasında en çok ihtiyaç duyulan madeni ya da kağıt paraların yeterli miktarda bulunmalarına özen gösterilmelidir.

Belirli günlerde, yani müşterilerin aybaşı ya da hafta sonlarında toplu mal alımı için daha yüksek değerde para verip, üstünü alacakları zamanlarda, kasiyer, ihtiyaç duyduğunda kooperatif ya da mağaza ana kasasından ek bozukluk talep etmelidir.

Müşteriden hiçbir zaman, parasının kendisi tarafından başka bir yerde bozdurulması istenilmemeli veya, «bozuk para yok» gerekçesi ile müşteri geri çevirilmemelidir.

ÇEK KABUL EDİLİRSE!

Kooperatif mağazaları genellikle nakit para kabul ederler. Ancak, güvenilir olması koşulu ile çek karşılığı da alışveriş yapılmasına yönetim kurulları karar verebilirler.

Böyle durumlarda, çeki alacak olan kasiyerler, şu hususlara dikkat etmelidirler :

- a) Çekler, dolmakalem, ya da tükenmez kalem ile doldurulmalıdır.
- b) Çek üzerinde silinti ya da kazıntı bulunmamalıdır.
- c) Çekin tarihine dikkat edilmeli ve önceki bir tarihi taşımadığından emin olunmalıdır
- d) Ödemenin yapılacağı yere, kooperatifin tam adının, ya da ticari kısaltılmış adının yazılması gerekir.
- e) Çekin meblağ, ya da tutar bölümüne, alışveriş tutarının tam olarak yazılması gerekir.
- f) Çekin, sahibi tarafından imzalanması, kurum ya da benzeri tüzel kişilerin çeki ise, imzaların imza sirküleri ile karşılaştırılması gerekir.

KREDİLİ SATIŞLAR

Kooperatif mağazasında veresiye, ya da kredili mal satılıp satılmayacağı hususu, kasiyerleri ilgilendiren bir husus değildir. Bu konuda karar vermeye yönetim kurulu yetkilidir. Ancak, verilen bu kararın uygulanmasında, mağaza yönetimi ile birlikte kasiyerler de sorumludur.

Kooperatif yönetimi, yalnızca ortaklarına kredili satış, ortak olmayan müşterilerine de peşin satış yapılmasını kararlaştırabilir. Böyle durumlarda, kasiyerler, ortaklardan «ortaklık kimlik kartı»nı göstermelerini istemek zorundadırlar.

Bu tür mal satışları, kredili satış fişlerine yazılarak, ya da yazar kasanın «kredi» tuşuna basılarak kaydedilmelidir.

Bazı kooperatiflerde, ortakların ödeme güçlerini aşan miktarlarda kredili mal almalarını önlemek, ya da bu yolla ortak dışına mal gitmesini önlemek için, ortaklara yapılan satışlar için belirli limitler konulmaktadır. Bir ay içerisinde ortakların alımlarının bu limitler içerisinde kalıp kalmadığının kontrolü de kasiyerlerden istenilebilir.

Kredili satışların karşılığı verilen fişlerin, mağazada kalan nüshalarının, ortaklara imzalatılması, ya da bu miktar karşılığında ortaklardan imzalı borç senedi alınması gerekir. Bu tür borç senetleri bir örnek olarak kooperatif tarafından bastırılarak «çek karnesi» halinde ortaklara imza karşılığı dağıtılabilir.

PARANIN MUHAFAZASI

Tahsil edilen para, mağaza kapanıp ana kasaya teslim edilinceye kadar kasiyerin sorumluluğundadır. Bu bakımdan, gün boyunca paranın muhafazasına kasiyerlerin özel bir önem vermeleri gerekir.

Yazar kasa bulunmayan mağazalarda, tahsil edilen para, çekmecelerde muhafaza edilir. Böyle durumlarda çekmecelerin kilitli tutulmasında yarar vardır.

Paranın üstünün verilmesi sırasında yanlışlık yapılmaması için, farklı değerdeki paralar, yazar kasanın, ya da çekmecenin farklı bölmelerinde muhafaza edilmelidir. Bu bölümlerden kağıt paraların uçmaması, ya da çekmece arkasından kayarak düşmesi bakımından, yaylı kışkaçlar kullanılmalıdır. Madeni ve kağıt paraların da ayrı bölmelerde muhafaza edilmeleri gerekir.

Kasiyer, kısa bir süre için dahi kasanın başından ayrılacak olursa, mutlaka kasayı ya da çekmeceyi kilitleyerek, anahtarı yanına almalıdır.

Kasada fazla para biriktiğinde, mağazanın kapanmasını beklemekten kasiyer bu parayı imzalı bir belge karşılığı mağazanın ana kasasına teslim ederek, kendi kasasında fazla miktarda para bulunmasının doğurabileceği bazı olası risklerden kendisini korumalıdır.

Akşamları yazar kasa ve çekmecelerde toplanmış bulunan tüm para, çek ve senetler, alındı belgesi karşılığı mağazanın anakasasına teslim edildikten sonra, yazar kasa ve çekmeceler, hırsızlık olasılığı durumunda tahrip edilmemek için sabaha kadar açık bırakılmalıdır.

Mağaza anakasasında toplanan para, günlük kullanım için ayrılacak meblağ dışında, ertesi gün bankaya yatırılmalıdır.

KASA AÇIKLARI

Kasa açığı genellikle iki nedenle meydana gelir :

— Müşteriler ya az para vermişler, ya da paralarının üstünü fazla olarak almışlardır.

— Veya, kasadan para çalınmıştır.

Bundardan ilk neden, kasiyerin hatasından kaynaklanır. Para alıp, üstünü verme konusunda yeterince eğitilmemiş bir kasiyer, bu tür kasa açıklarını sık sık yapar. Kasiyerin, kişisel bir

takım sorunlarından dolayı da unutkanlık sonucu müşteriden daha az para alması ya da para üstünü fazla vermesinden de, yani nadiren, fakat unutkanlıkla da kasa açıklarına neden olduğu uygulamada karşımıza çıkmaktadır.

İkinci neden ise, kesinlikle affedilemeyecek bir hatadır. Ancak, bu paranın kasiyer tarafından mı, diğer mağaza personeli tarafından mı, yoksa müşteriler tarafından mı alındığının ortaya çıkarılması gerekir. Kasiyer, kasasını terkeder iken, kasayı kilitler ise, genellikle bu tür hırsızlık olayları meydana gelmez. Kasiyerin, kasasını açık bırakması, bir ihmaldir. Tüm önlemlere karşın kasa açıkları devam ediyor ise, kasiyerin değiştirilmesi yoluna gidilmelidir.

KASA FAZLALIKLARI

Kasa fazlalıkları da şu iki nedenden meydana gelebilirler :

— Müşteriler ya fazla para ödemişler, veya paralarının üstünü eksik almışlardır.

— Veya bütün satışlar kasaya kaydedilmemiştir.

Birinci nedenden meydana gelen fazlalıklar, müşteri-mağaza ilişkilerini uzun vadede koparabilecek ölçüde önemli bir nedendir. Müşteriden fazla para alınması, onun aldatılması anlamına gelir. Bilmeyerek yapılan bir fazla tahsilat bile, müşteri tarafından «bilinerek» yapıldığı biçiminde yorumlanabilir ve bu fazlalığın kasiyer tarafından haksız biçimde kendisinden alındığını düşünerek, kasiyerin mağaza yönetimine şikayeti yoluna gidebilir. Müşteriden alınan paranın üstü tam olarak ödenmelidir.

İkinci neden de önemli bir nedendir. Bir kısım satışlar kasaya kaydedilmiyor ise, ne kadar satış yapıldığı ya da gerçekte kasa açığı mı, yoksa kasa fazlalığı mı meydana geldiği anlaşılmaz. Kasiyerin farkına varmadan kaydetmediği mallar, «bilerek kaydedilmedi» biçiminde yorumlanabilir.

Kasa açıkları, ya da fazlalıkları konusunda yapılacak işlemin ne olacağına yönetim kurulu karar vermelidir.

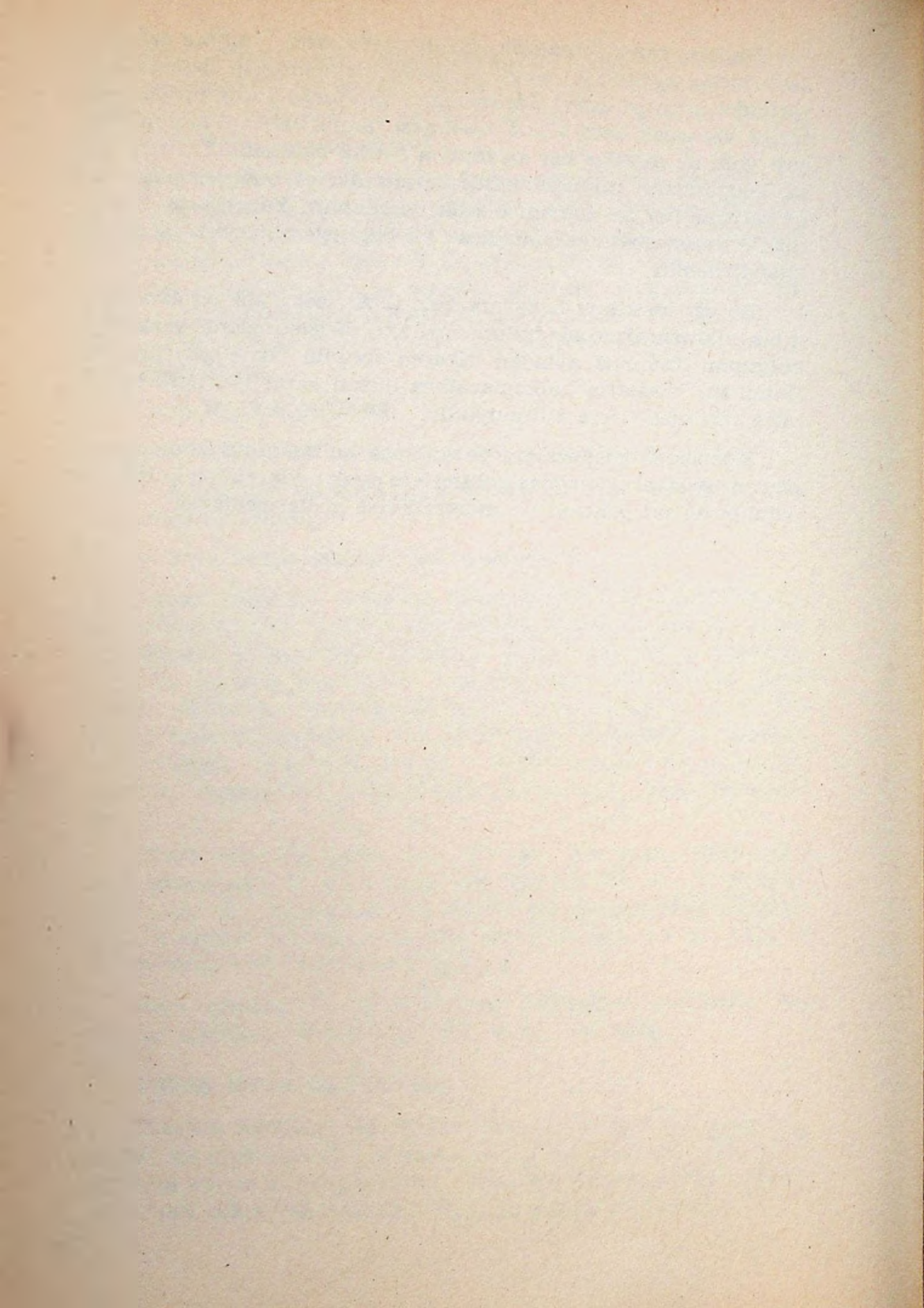
YAZAR KASA KULLANIMI

Tüketim Kooperatifleri mağazaları için yazar kasa kullanımı, çağdaş bir gereksinmedir. Yazar kasanın, eğitilmiş bir kasiyer tarafından kullanıldığı mağazalarda, satışlar ve tahsilattan kaynaklanan pek çok sorun önemli ölçüde kolaylıkla çözülebilir.

Modern yazar kasalarla, farklı reyonlarda yapılan satışların birbirinden ayrılması, vergi ve benzeri eklentilerin kaydedilmesi yanında, ortak/müşteri numarasının ve günün tarihinin de müşteriye verilecek kasa fişine basılması mümkündür. Kasanın hafızası yolu ile satışlar her an toplam olarak bulunabilir. Yazar kasa, kooperatifin muhasebesinde bulunacak bir bilgi işlem merkezi ile satışlar her an toplam olarak bulunabilir. Yazar kasa, kooperatifin muhasebesinde bulunacak bir bilgi işlem merkezi ile de ilişkilendirilebilir.

Bu eğitim kitabı hazırlanırken, ülkemizde yıllık ciroları belirli bir miktarın üzerinde bulunan perakende işletmelerde yazar kasa kullanımı Temmuz ayından itibaren zorunlu hale getiriliyordu. Hangi tür kasaların kullanılacağına ilişkin karar ise, ilgili bakanlıkça verilmek üzere bulunuyordu.

Kooperatif mağazaları, yazar kasa kullanımına zaman geçirmeden başlayarak, çağdaş gelişmelere ayak uydurabilen kuruluşlar olduklarını ortaklarına ve müşterilerine göstermelidirler.



DEPO DÜZENLEMESİ VE DEPOLAMA İŞLEMLERİ

A. DEPOLAMA YERİNİN SEÇİMİNDE GÖZÖNÜNDE TUTULACAK ESASLAR :

Depolama Yerinin Genişliği

Malların depolanmaları amacı ile kullanılacak kapalı yerlerin genişliklerinin;

- a) Depolanacak mal gruplarının, birbirlerini ezmesine, çürütmesine ve kokutmasına meydan vermeyecek,
- b) Mal istifleme ve istiflerden mal çıkarılması işlemlerinde yaklaşma zorluğu yaratmayacak,
- c) Ortalama olarak, 20-30 günlük mal gereksiniminin depolanmasına olanak sağlayacak,
- d) Yükleme-boşaltma işleri için bir mal teslim alma-teslim etme alanı ayrılabilir,

ölçüde olmasına ve depolama yerinin taban-tavan yüksekliğinin 4-5 m. nin altına düşmemesine özen gösterilir.

Depolama Yerinin Sağlıklı Mal Saklama Koşullarına Uygunluğu

Kapalı depolama yerlerinin sağlıklı mal saklanmasına uygunluğu açısından, aşağıdaki şartları taşımaları sağlanır :

- a) Depo zemini, tercihen mozaik, olarak bulunmadığı durumlarda şap kaplama olması ve belirli aralıklarla su ile temizlenebilmesi,
- b) Depo, rutubete karşı korunmuş olması, rutubet oranının sıkça denetlenmesi,
- c) Depo içerisinde, hava dolaşımının düzenli biçimde gerçekleşebilmesi amacı ile pencereler yapılarak dolaşımın denetlenebilmesi,
- d) Depoya sızabilecek olan, özellikle kemirgen nitelikteki zararlı hayvanlara karşı gerekli önlemlerin sürekli olarak alınması.

Depolama Yerinin Güvenilirliği

Depolama yerinin pencereleri, depo içine açılır şekilde yapılır ve pencerelerin dışına, dikey aralıkları 15 cm.yi geçmeyecek biçimde demir parmaklık konulur.

Demir parmaklık çerçeveleri, dış duvarlara ankraj yöntemi ile monte edilir.

Depo, sağlam bir kasa kilit beraberinde yine sağlam bir asma kilit ile kilitli olarak muhafaza altında tutulur.

Depo sorumlusunun bilgi ve onayı dışında kimsenin, özellikle görevli olmayan kişilerin depo yerine giriş ve ıkışları yasaklanır.

Depolama Yerinin Mal Taşıma ve Depolama İşlerine Uyum ve Elverişliliği

Depolama yerine mal girişleri ve buradan mal ıkışları esnasında, taşıma araçlarının kolayca yanaşabilmeleri ve gerekli manevra alanını bulabilmeleri için gerekli düzenlemeler yapılır.

Bu amaçla, depolama yerinin girişi önünde, en az 7-10 m². genişliğinde bir boş alan bırakılır.

Yine malların, depo içerisinde taşınmaları ve istiflenmelerinde gerekli kolaylığın sağlanabilmesi amacı ile istif bölümleri arasında en az 100-120 cm. genişliğe sahip koridorlar oluşturulur.

B. MALLARIN DEPOLARA ALINMASI SÜRESİNDE GÖZÖNÜNDE TUTULACAK ESASLAR :

Malların Depolama Yerinde Teslim Alınmasında Sorumluluk

Depolama yerine ulaştırılan malların teslim alınması konusunda asıl sorumluluk Depo Sorumlusundur. Depo sorumlusu olan görevlinin teslim anında hazır bulunamaması durumunda, bu sorumluluk, yine depo sorumlusu tarafından görev ve yetkilendirilen bir diğer depo görevlisi tarafından yerine getirilir.

Malların teslim alınmaları süresinde, en az bir Kooperatif görevlisinin hazır bulunması temel ilkedir.

Depo İçerisinde Bir Teslim Alma Sahasının Belirlenmesi

Teslim alınan malların, sipariş esaslarına, sağlık kurallarına ve genel niteliklerine uygunluğunun kolaylıkla denetlenebilmeleri ve depoda mevcut bulunan aynı cins mallarla karışmalarının n-

lenmesi ile sağlıklı biçimde sayılmalarının sağlanabilmesi amacı ile, depo yeri içerisinde 10-12 m² genişliğinde bir teslim alma sahası belirlenir.

Bu sahanın, depo girişine mümkün olan en yakın yerde bulunmasına zen gösterilir.

Malların Teslim Alma ncesinde Kontrol Edilmesi

Malların teslim alma sürecinde kontrolleri şu esaslar çerçevesinde yapılır :

- a) Malların teslim alma sahasına boşaltılmasına geçilmeden önce, taşıyıcının getirdiği Taşıma Senedi kontrol edilir.
- b) Mallar, herhangi bir hasara yol açılmayacak biçimde, özenle boşaltılır ve koliler ile diğer ambalajların kolaylıkla kontrol edilebileceği bir şekilde teslim alma sahasına istif edilir.

Istifleme esnasında :

1. Kırılabilir nitelikteki malların, hasar görmeyecekleri bir yere konulmalarına,
 2. Aynı malları içeren koli ve ambalajların biraraya konulmalarına,
 3. Tartılması gerekli malların ayrı bir yere konulmalarına,
 4. Küçük ambalajların kolaylıkla görülebilecekleri bir yere konulmalarına
- zen gösterilir.

- c) Boşaltma işinin ardından; malların sipariş edilmiş bulunan mallar olup olmadıkları, sipariş ve teslim miktarlarının tutarlılığı, hasarlı olup olmadıkları kontrol edilir ve bu kontrol işlemi Taşıma Belgesi (irsaliye) zerinde de puante edilmek suretiyle belirtilir.
- d) Noksan, hasarlı ya da ilgili teamüllere göre kooperatife gönderilmemesi gereken malların ortaya çıkmaları durumunda, bu hal taşıyıcının da imza koyacağı bir tutanakla saptanır. Söz konusu mallar, gerekli iade işleminin yapılmasına kadar, ayrı bir yerde muhafaza edilir.

Malların Depo İçerisindeki Yerlerine Taşınmaları (Yerleştir-me Düzeni)

Teslim alınan ve gerekli kontrolden geçirilen mallar, el arabaları ile taşınarak, depo içerisinde kendi türündeki mal grubunun bulunduğu yerde istif edilirler.

Depo içerisinde, malların istif edileceği alanların zemini 5x5 ölçüsünde am kerestesinden yapılmış 1 m² alanlı taban ızgaraları yerleştirilerek rutubete karşı korunur. Mallar, bu ızgaraların üzerine istif edilirler.

Malların istiflenmesinde, istif yüksekliğinin altta kalan mal koli ve ambalajlarının basınç altında ezilmeleri ve havaleli istif nedeni ile devrilme tehlikesi ile karşı karşıya kalmaları önlenecek biçimde hareket edilir.

Çuvallar içerisinde teslim alınan ve depolanan maddeler ise çuvallar dik duracak şekilde yerleştirilirler.

Malların depo yerinde yerleştirilmelerinde, herhangi bir mal istifinin bir diğer mala ait istifin önünü kapatmamasına özen gösterilir.

C. DEPODA BULUNAN MALLARIN KORUNMALARI KONUSUNDA GÖZÖNÜNDE TUTULACAK ESASLAR :

Depo Zemininin Düzenlenmesi

Depo zemini, depolanacak malların temiz şekilde ve evsaf kaybına uğratılmadan korunabilmelerini sağlamak üzere, özel biçimde düzenlenir.

Depo zemininde, sık aralıklarla ve su kullanımı ile temizlemeye uygun biçimde akıntı meyil ve kanalı bulundurulur.

Isı ve Rutubet Denetimi

Depo yerinin özellikle yaz ayları içerisinde havasız bırakılmaması ve bu aylarda daha sık olmak üzere düzenli şekilde havalandırılması zorunludur.

Havalandırma, bu işlem ile ilgili özel bir ekipmanın bulunmadığı durumlarda, belirli zamanlarda depo pencerelerinin karşılıklı olarak açılması ve depo içerisinde etkili bir hava dolaşımının sağlanması yöntemi ile yapılır.

Depo yerinin, i ve dış duvarlarının su sızıntılarına karşı yalıtılmış olmaları gereklidir.

Depo temizliği çalışmalarının ardından, yeterli bir süre havalandırma sağlanarak rutubet oluşması önlenir.

Depoda bulunan malların, sağlıklı ve güvenli biçimde korunuyor olmaları, aşağıda belirtilen yöntemlerle denetlenir :

- a) Pirinç, bulgur gibi küçük taneli kuru gıda maddelerinin çuvalları, belirli aralıklarla açılarak havalandırılması sağlanır. Bu işlem sürecinde sözkonusu maddelerin, küf kokma, birbirine yapışma gibi doğal sayılmayacak durumlarının olup olmadığı kontrol edilir.

Danelerin belirgin şekilde birbirine yapışır durum göstermeleri halinde, uygun bir alanda yeterli genişlikte bir düzlem üzerine temiz bir örtü serilerek, çuvallar sırası ile boşaltılır. Bu suretle havalandırılan danelerdeki yapışmanın giderildiği görüldüğünde, çuvallar tartılarak yeniden doldurulurlar.

- b) Kuru fasulye, nohut, yeşil ve kırmızı mercimek çuvalları da yukarıda belirtildiği şekilde belirli aralıklarla denetlenirler. Bu maddelerin, gerek görüldüğünde böceklenmeye karşı ilaçlanması durumunda, yörede bulunan Zirai Mücadele ve Karantina Bölge Müdürlüğü'ne danışılarak, insan sağlığını tehlikeye sokmayacak ilaç ve yöntemler kullanılır.

- c) Kapalı paket ve koliler içinde depolanan margarin türü gıda maddelerinin, belirli aralıklarla rastgele birkaç kolisi açılır. Açılacak koliler, istiflerin farklı yerlerinden alınmalıdır. Koliler içinde bulunan margarin paketlerinin en üst ve en alt sırada bulunanlarından birer örnek incelenerek, bunlarda yeşerme, sararma, yüzeyde şeffalaşma gibi durumların oluşup oluşmadığı kontrol edilir. Hava sıcaklığının, 18-20° C ve üzerinde bulunduğu dönemlerde, margarin türü gıda maddelerinin soğuk depoda saklanmaları gerekir.

- d) Her türlü konserve gıda maddelerinin kolileri, margarin kolileri ile ilgili olarak belirtildiği yöntem ile kontrol edilir. Üst ve alt kapakların dışı doğru şişkinlik yaptığı saptanan kutular ayrılarak, süresi içinde iade edilir. Konserve gıda maddelerinin depolanması konusunda genel kural, bu maddeleri kısa süreler içerisinde elden çıkarılabilecek miktarlarda alıp depolamaktır.

Depo Zararlılarına Karşı İlaçlı ve İlaçsız Koruma Önlemleri

Uçan ve yürüyen haşerelere karşı, depo yerlerinin özellikle yaz mevsimine girilirken yılda bir kez tümüyle ilaçlanması gereklidir

Uygun nitelikteki tarım ilaçlarının kullanımı yolu ile yapılacak ya da yaptırılacak olan bu ilaçlama işleminden önce, depo yerindeki gıda maddeleri, depo dışında korunmalı ve temiz bir yere alınır ve ilaçlama ve ilaçlama sonrası havalandırma bitiminden sonra eski yerlerine yerleştirilirler.

İlaçlama esnasında, depoda unutulmuş olduğu ya da ilaç ile temas ettiği anlaşılan gıda maddeleri, bir tutanak ile saptanarak imha edilirler.

Kemirici nitelikteki, fare, sıçan ve tarla faresi gibi depo zararlılarına karşı ise şu önlemler alınır :

- a) Hertürlü gıda maddeleri ile sabunların çevresi, her fırsatta kontrol edilerek, bu zararlılara ait pisliklerin bulunup bulunmadığı araştırılır.
- b) Depo sorumlusu tarafından saptanan belirli noktalara, Arsenik bileşiği zehirli yemler konulur ve bu noktalar, insanların kolaylıkla farkedebilecekleri şekilde işaret levhaları ile belirtilir.
- c) Depo sorumlusu tarafından belirlenecek noktalara, tırnaklı kapanlar kurularak, bu kapanlar iki üç günü geçmeyecek sıklıkta kontrol edilir.

D. SOĞUK DEPOLAMA İŞLERİNDE GÖZÖNÜNDE TUTULACAK ESASLAR :

Soğuk Depo Sorumlusunun Belirlenmesi

Kooperatifin sahip bulunduğu soğuk depo, belirli bir görevlinin sorumluluğunda kullanılır. Soğuk deponun çalıştırılması, dönemsel bakımı, ortaya çıkabilecek arızaların kooperatif yöneticilerine bildirilmesi ile soğuk depoya mal konulması ve mal alınması işlemleri, bu görevlinin sorumluluğunda yürütülür.

Soğuk Depoya Mal Giriş ve Çıkışlarının Düzenlenmesi

Nitelikleri itibariyle soğuk depoda muhafaza edilmeleri gerekli mal türleri :

- a) Süt ürünleri,
- b) Et ve şarküteri maddeleri,
- c) Margarin türü katı yağlardır.

Bunlar ve kooperatif yöneticileri tarafından soğuk depoda saklanmaları uygun bulunabilecek türde diğer bazı maddeler di-

şında mal türleri, ne sebeple olursa olsun —normal depolama yerinde boş yer olmaması, vb.— soğuk depo içerisine konulamazlar.

Soğuk depoya alınacak mallar, teslim işleminin ardından bekletilmeksizin, soğuk depoya alınır ve yerleştirilirler.

Soğuk depodan mal çıkışları, bu mallara ilişkin günlük gereksinim belirlenerek —çok zorunlu durumlar dışında— günde bir kez yapılır.

B a k ı m

Soğuk depoyu imal ve monte ederek kullanıma hazır hale getiren firmadan, sözkonusu tesise ilişkin işletme ve bakım talimatları alınır. Bu talimatlardan bir nüshası, düzgün şekilde camlı çerçeveye konularak, Soğuk Depo yakınında bir duvara asılır.

Soğuk Depo sorumlusu, gerek işletme, gerekse bakım ile ilgili bu talimat esaslarına uymakla sorumludur.

Onarım gerektiren durumlar, zaman kaybedilmeksizin kooperatif müdürüne bildirilir.

E. MALLARIN DEPOLARDAN ÇIKIŞLARI SÜRECİNDE GÖZÖNÜNDE TUTULACAK ESASLAR :

Depoya Yönelik Mal İstemlerinin İncelenmesi

Depoya yönelik mal istemleri, kooperatif mağaza ya da şubelerinin düzenleyecekleri Mal Sevk Talimatları ile yapılır.

Sevk Talimatında, cinsleri ve miktarları belirtilmiş bulunan mallar, depo yerindeki istiflerinden düzenli biçimde alınarak, mal teslim yerine getirilirler. Buraya getirilmiş bulunan mallar, Depo sorumlusu ya da görevlendireceği bir depo görevlisi tarafından puante edilmek suretiyle taşıyıcıya teslim edilir.

Çıkışı Yapılacak Malların Kontrol ve Sayımı

Depodan çıkışı sözkonusu olan mallar, koliler halinde ise sayım, çuvallar halinde iseler tartım suretiyle miktar kontrolünden geçirilirler ve Sevk Talimatı ile tam uyum gösterecek miktarda teslim edilirler.

Kontrol esnasında, malların teslim anında sağlam ve tüm nitelik standartlarına uygun oldukları saptanır.

Depo Çıkış Belgelerinin Düzenlenmesi

Depodan çıkışı yapılan mallara ilişkin düzenlenecek Taşıma Senetlerine, şu bilgiler konulur :

- a) Çıkışı yapılan malın cinsi,
- b) Çıkışı yapılan malın var ise markası,
- c) Koli ve diğer ambalajlar içerisindeki standart miktarı,
- d) Çıkışı yapılan mal miktarı (adet, kg., ton, vb.),
- e) Sevk Talimatının tarih ve sayısı,
- f) Mal çıkışının tarihi,
- g) Malın sevkedildiği yer adı ve adresi,
- h) Taşıyıcının Adı ve Adresi, Taşıma Aracının Plaka No. su,
- i) Teslim eden ve teslim alan taşıyıcının imzaları.

Üç nüsha halinde düzenlenen bu taşıma senedinin; bir nüshası taşıyıcıya, bir nüshası kooperatif muhasebesine verilir. Bir nüshası da Depo Sorumlusunca saklanır.

Depo Sorumlusunda kalan taşıma senedi nüshası esas alınarak, depoda bulunan mal stok kartlarından gerekli çıkış yapılır.

Stok kartları üzerinde yapılacak işlemlerin, çıkış işinin bitimini müteakip derhal yerine getirilmesi zorunludur.

MAĞAZA DÜZENLEMESİ

A. MAĞAZA YERİ BELİRLENMESİ İÇİN ESASLAR

Mağaza Alanının Genişliği

Kooperatif mağazasının iç hacmi, mağazanın hizmet alanına giren tüm üyelerin, malların sergilenme yerleri, tezgahlar ve kasa arasında rahatça hareket edebilecekleri ve satışa sunulan tüm mal türlerinin alıcılar tarafından kolaylıkla görülebileceği ve rahatça yerleştirilebileceği büyüklükte olmalıdır.

Mağaza Yerinin Sağlıklı Mal Sergilenmesi Koşullarına Uygunluğu :

Kooperatif mağazasının, sürekli biçimde temiz bulundurulması, tüm mağaza personelinin ortak sorumluluğundadır.

Kooperatif mağazasında, her sayım çalışmasının ardından geniş kapsamlı bir temizlik yapılır. Bunun dışında, gereken durumlarda ve en az iki yılda bir kere, badana yapılır.

Genel temizlik çalışmaları yanında, kooperatif mağazası her sabah bir kere ıslak paspas ile silinir ve reyonların tozları alınır.

Gündelik ve ani temizlik gereksinimlerini karşılayabilmek üzere, mağazanın uygun bir kesiminde paspas, talaş ve temizlik bezleri bulundurulur ve bunların yeri tüm personele duyurulur.

Mağaza içerisinde, haşere ve kemirici zararlılara karşı savaş, depo için öngörüldüğü şekilde sürdürülür, ancak bu önlemlerin, üyelerin rahatsız olmalarını önleyecek biçimde uygulanmasına özen gösterilir.

Mağaza Yerinin Düzenli ve Rahat Hizmet Sunumuna Elverişliliği

Kooperatif mağazasının düzenlenmesinde, dört temel ölçü üzerinde durulur :

- a) Reyonların aralarındaki geçitler, en az iki kişinin yan yana yürüyebileceği ve gerektiğinde durup malları inceleyebilecekleri genişlikte ve yaklaşık 120-140 cm. genişliğinde bırakılır.

- b) Mağazanın giriş ve çıkış noktalarına isabet eden kesimlerde, en az 16-20 m² genişliğinde boş alanlar bırakılır.
- c) Tezgahtarlar tarafından hizmet sunulacak olan; tezgah, banko ve soğutma dolaplarının gerisinde, bu yerlere rahatça mal getirilebilmesini ve görevlilerin rahat çalışabilmelerini sağlamak üzere, en az 1 metre genişliğinde geçitler bırakılır.
- d) Mağaza içerisinde bulunan duvar reyonları ile orta reyonların yerleştirilmelerinde, bunların mağaza içerisinde gerekli hava dolaşımını engellememelerine özen gösterilir.

Mağaza Yerinin Güvenli Hizmet Sunumuna Uygunluğu

Mağaza yerinin penceleri, mağaza içine açılır şekilde yapılır ve pencerelerin dışına, dikey aralıkları 15 cm. yi geçmeyecek biçimde demir parmaklık konulur.

Demir parmaklık çerçeveleri, dış duvarlara ankraj yöntemi ile monte edilirler.

Mağaza yerinin kapısı, sağlam bir kasa kilit beraberinde yine sağlam bir asma kilit ile kilitlenir.

Mağazanın iç güvenliğinden, Mağaza Yöneticisi başta olmak üzere tüm mağaza personeli ortaklaşa sorumludurlar.

B. MAĞAZANIN HİZMETE ALINIŞ ESASLARI

Mağazanın Hizmet Sunumuna Tam Hazır Olduğunun Belirlenmesi

Kooperatif mağazası, her türlü düzenleme çalışmaları sonuçlandırılıp, programlanan hizmetleri tam olarak sunacak duruma getirilmeden hizmete sokulmaz.

Mağazanın hizmete alınışı öncesinde, aşağıda belirtilen çalışmaların tamamlanmış olmaları şarttır :

- a) Tezgah, reyon, raf ve diğer türdeki sergileme yerlerinin kurulmuş olmaları,
- b) Yeter miktarda önpaketleme malzemesi ile gerekli ölçü ve tartı aletlerinin çalışır durumda hazır bulunmaları,
- c) Mevcut mal stoklarından yeterli miktarların, bu sergileme yerlerinde ve sergilemeye ilişkin kurallara uygun biçimde yerleştirilmiş olmaları,
- d) Sergileme yerlerine yerleştirilen mal türlerinin, satış fiyatlarının belirlenmiş ve malların etiketlenmiş olmaları,

- e) Soğuk depoların tam kapasite ile çalışabilmelerini sağlayacak şekilde, elektrik bağlantılarının ve kontrollerinin tamamlanmış bulunması,
- f) Kasa bankosunun hizmete tam hazır duruma getirilmiş olması ve kasada, para üstlerinin ödenmesinde sorun yaratmayacak tutarda bozuk para bulundurulması.

Kooperatif mağazasının hizmete ilk girişi öncesinde, mağaza yöneticisinin gözetiminde ve mağaza personelinin katılımı ile bir alış-veriş provası yapılır. Bu prova süresince görülebilecek aksaklık ya da eksiklikler giderilmeden, mağaza hizmete açılmaz.

Mağaza Sabit Tesislerinin Yapım ve Yerleştirme Esasları

Mağaza için gerekli her türlü sabit tesislerin yapılmaları ve yerleştirilmelerinde temel ilke; Mağaza personelinin düzenli ve etkin hizmet sunumunu ve kooperatif üyelerinin rahat alışveriş yapabilmelerini sağlayabilmektir.

Bu amaçla, kooperatif ve mağaza yöneticileri, bu bölüm kapsamında belirtilen «Malların Sergilenmesi Kuralları»na uygun olarak, sabit tesislerin yerleştirilmelerini sağlarlar.

Mağaza Görevlilerinin Görev ve Sorumluluk Alanlarının Belirlenmiş Olması

Mağazanın hizmet sunumunda görev alacak tüm personelin, bu kitabın ilgili bölümlerinde belirtilen görev tanımlamalarına uygun biçimde görevlendirilmeleri esastır.

Mağazanın hizmete ilk açılışlarında personelin tamamı, yeni personel alımında ise alınan yeni personel için, Kooperatif Müdürünün gözetiminde kısa süreli ve uygulamaya dönük bir eğitim çalışması yapılır.

Bu eğitim çalışması kapsamında, herbir mağaza görevlisine özel görev alanı ile ilgili bilgiler verilerek, sorumluluk ve yetkileri anlatılır. Mağaza personelinin bilgi ve becerilerini görevleri süresinde pekiştirmelerini sağlamak konusunda, Kooperatif Müdürü sorumludur.

SATILACAK MAL TÜRLERİ

KOOPERATİFİN STOK POLİTİKASI

Bir tüketim kooperatifi, sınırlı işletme sermayesini kullanırken, ortaklarının toplu gereksinmelerini öncelikle, zevk ve beğeniye dayalı zorunlu olmayan gereksinmelerini de ikincil mal grupları olarak karşılamaya yönelik bir stok politikası tesbit etmelidir.

Böyle bir politika tesbit edilirken, kooperatifin amacı göz önünde bulundurularak, bir yandan ortakların temel gereksinmelerinin en iyi koşullarla sağlanması, diğer yandan da sınırlı parasal kaynakların en hızlı biçimde dönüşümünün gerçekleştirilmesi esas alınmalıdır. Böylelikle kooperatif mağazası, neyi nereden, ne zaman, ne miktarda alabileceğini, bu malları ne kadar sürede satıp, parayı yeniden hangi malların alımında kullanabileceğini planlı biçimde hesaplayabilir.

Kooperatifin, sokaktan geçen satıcıdan ve küçük bir mahalle bakkalından farklı bir stok politikası olması gerekir. Stok politikasının tesbitinde kooperatif müdürü ile yönetim kurulunun ve mümkün olması halinde ortaklar arasından seçilecek bayanlar grubunun birlikte çalışmalarında yarar vardır.

Stok politikası oluşturulurken, aşağıdaki hususların göz önünde bulundurulması gerekir :

- Ortaklarımız/müşterilerimiz, hangi mal gruplarına topluca ihtiyaç duymaktadırlar?
- Bu mal grupları içerisinde, ortakların en çok beğenisini kazanan markalar hangileridir?
- Ortaklarımızın satın alma güçleri nedir ve gelirlerinin yaklaşık ne kadarlık bölümünü temel malların alımında kullanmaktadırlar?
- Yöerdeki diğer mağazaların mal çeşitleri nasıl, bu mağazalar en çok hangi malları ve markaları satmaktadırlar?
- Tesbit edilen mallardan hangileri peşin, hangileri vadeli temin edilebilir, peşin ve vadeli fiyatları arasındaki fark nedir?

- Alım kaynakları nerelerdir? Bu kaynaklara kolaylıkla ulaşmanın sermaye ve örgütlenme açısından yolları denenebilir mi?
- İşletme sermayemiz ne kadardır? Mal çeşitlerindeki farklılaşmaya paralel olarak sermayemizin de artırılması sağlanabilir mi?
- Kooperatifimizin mağazası ve deposu, bu yöntemle tesbit edeceğimiz malları, ideal miktarlarda ve satılincaya kadar stokta tutmaya/depolamaya yeterli midir?

STOK POLİTİKASININ UNSURLARI

Stok politikası oluşturulurken, her mal grubundan ne ölçülerde bulundurulması konusu üzerinde önemle durulmalıdır. Yani, mağazada bulundurulacak her mal grubunun **genişliği ve derinliği** tesbit edilmelidir.

Genişlik, satışa sunulacak mal grupları içerisindeki farklı malların tür adedini, derinlik de marka ve ebat/ölçü farklılıklarını tanımlar. Bir örnek vermek gerekirse, temizlik maddeleri grubu içerisindeki deterjanlar, sabunlar, temizleme tozları, şampuanlar, ... genişlik kavramı içerisinde, bunların herbirinin farklı marka veya kullanım alanları da derinlik kavramına girer (tuvalet sabunu, banyo sabunu, ... marka çocuk sabunu gibi).

Stok politikası tartışılırken, her mal grubunun genişlik ve derinliğinin kesin rakamlar verilerek belirtilmesine gerek olmayabilir. Üç grupta yapılacak bir sınıflandırma yeterli olabilir. Bu üç gruba, küçük, normal, büyük gruplar diyebiliriz.

Küçük genişlik : Yalnızca en çok gereksinme duyulan mallar,

Normal genişlik : Ortak gereksinme duyulan mallar,

Büyük genişlik : Alıcı bulabilecek hemen her türlü mal,

Normal derinlik : Bilinen markalarda, belirli ölçü ve renkte mallar,

Küçük derinlik : Herbir mal kaleminden, bir ya da iki marka,

Büyük derinlik : Alıcı bulabilecek her marka, ölçü ve renkte mallar.

MALLARIN SEÇİMİ

Malların uzun süre depoda ya da raflarda beklememesi bakımından, mal seçimi yapılırken tüketici tercihleri öncelikle göz

önünde bulundurulmalıdır. Mal alımında kullanılan paranın daha hızlı biçimde dönüştürülmesi, yani aynı para ile belirli bir sürede daha çok mal alınabilmesi için, seçilen malların sınırlı sayıdaki kooperatif ortaklarının ihtiyaçlarından ziyade, ortak çoğunluğunun ihtiyacı olması dikkate alınmalıdır. Bir-iki ortağın ihtiyacının giderilmesi için, gereğinden fazla miktarda mal alımı, paranın uzun süre bu mallara bağlanıp kalması sonucunu doğurur.

Malların seçiminde şu hususların göz önünde bulundurulmasında yarar vardır :

a) **Malın Satış Süresi** : Mağazadaki malları, satış süreleri açısından iki gruba ayırmak mümkündür :

- Yüksek stok devir hızı bulunan mallar,
- Düşük stok devir hızı bulunan mallar.

Yüksek stok devir hızına sahip mallar taze yiyecekler, gıda ve temizlik maddeleri, yani bakkaliye, ya da şarküteri maddeleridir. Düşük stok devir hızına sahip mallar ise, mutfak ve ev aletleri ile giyim ve konfeksiyon türü mallardır.

Yüksek stok devir hızlı mallar, birkaç günden, birkaç haftaya kadar satılan mallardır. Yani, bu gruba giren mallar, mağazaya geldikten sonra en çok iki-üç hafta içerisinde satılmalıdır. Daha uzun süre, özellikle de bir aydan fazla süre satılamayan mallar, ortaklar tarafından yeterince cazip bulunmuyor demektir. Bir başka ifade ile, bu malların alımında, marka ve miktar tesbitinde yani mal seçiminde isabetsiz davranılmış demektir.

Düşük stok devirli mallar ise, mağazada satışa sunulduktan itibaren, türlerine göre en çok bir sezon içerisinde, yani üç aylık bir sürede satılmış olmaları gerekir. Bu sürenin uzaması halinde, biraz önce açıklandığı şekilde alımda isabetsiz davranıldığı ortaya çıkacağından, sezon sonunda satılamamış mallar, indirimli fiyatlar ile elden çıkarılarak, paraya dönüştürülmeleri sağlanır.

b) **Satılacak Mal Miktarı** : Kooperatif ortaklarının her mal grubundan ne ölçüde alabilecekleri, yani ortalama bir ortak ailesinin tüketim kalıbı yaklaşık olarak bulunabilir. Gıda ve temizlik maddeleri gruplarında bu kalıbın çıkarılması mümkündür. Buradan hareketle ve geçmiş aylardaki ve yıllardaki satış miktarlarından yararlanarak, mağazada haftalık ve aylık mal satışlarının ne miktarda seyredebileceği çıkarılabilir. Önemli olan, bu tahminin, mal türlerine ve markalarına göre dağılımının sağlıklı yapılabilmesidir.

Alımına karar verilecek bir malın, önce hangi markada ya da markalarda yoğunluk kazanacağı bilinmelidir. İşte bu aşamada tüketici tercihleri önem taşır. Piyasaya yeni sürülmüş bir marka, tüketici tercihleri bu marka üzerinde belirginleşmeden, bu markanın alımına yönelinmemesi yerine, beklenen satış hacminin altında bir alım ile işe başlanması düşünülebilir.

Satılacak mal miktarının tesbitinde bir diğer husus da, kooperatif ortaklarının satın alma güçlerindeki değişimlerin ve ücret-ikramiye ödentilerinin yapıldığı tarihlerin akılda tutulmasıdır. Böyle günlerde ya da haftalarda, normalin biraz üzerinde satış yapılabileceği unutulmamalıdır.

c) **Satın Alınacak Enaz Miktar** : Çeşitli tür ve markalarından en az miktarda alınacak mallar da belirlenmelidir. İmalatçı ya da toptancıların, en az ne kadar mal verirlerse fiyatı değiştirmeyecekleri önceden öğrenilmelidir. Böylece, malı alıp bekletmek yerine, satıp yeniden almak yoluna gidilerek, oluşacak fiyat farkınının da alımlarda destekleyici bir para olarak kullanımı olanağı doğmuş olur. Ancak, miktar azalınca, alış fiyatı yükseliyor ise, mal miktarındaki azalma, fiyat değişimine fırsat vermeden sınırdan tutulmalıdır.

Temel tüketim malları dışında kalan ve sınırlı sayıdaki ortakların satın aldıkları malların, satın alınacak en az miktarlarının tesbiti önemlidir. Temel mallar açısından, bunların planlanan sürede bütünü ile satılamamaları halinde, fire olmadıkça sorun da olmayacaktır. Ancak, belirli müşterilerin aldıkları malların en az sipariş miktarlarının tesbiti önemlidir.

d) **Mal Çeşitlendirmesi** : Stok derinliğinin tesbiti olarak da niteleyebileceğimiz bu işlem, bizim tesbit edilen mal ve markaların paket boyutları arasında yapacağımız tercihi belirler. Bir marka malın, aynı işlevi gören dört değişik boyutu var ise, bu dört boyutunun tamamının mı, yalnız birkaç boyutunun mu, yoksa herbir boyuttan değişen miktarlarda mı alım yapmamız gerektiğine karar vermemiz gerekir. Bu kararımız, yine tüketici eğilimlerine göre olmalıdır.

Aslında, aynı maldan çok çeşitli boyutta olanların tamamının stokta bulundurulması, ekonomik olmayan bir yöntemdir. Ancak, kooperatif yöneticileri, ortakları arasında, satın alma düzeyleri farklı olanların da bulunacağı, ya da ayın belirli günlerinde ortakların ekonomik zorluklar nedeni ile daha küçük boyutlu mallara yönelmek zorunda kalabileceklerini bildiklerinden,

ekonomik olmasa da çeşitli boyutların mağazada bulundurulmasını istemektedirler. Önemli olan, bunların, stok devir hızını fazla azaltmayacak ölçüde tutulabilmesidir.

Aynı malın, muhtelif markalar halinde ve aynı ya da farklı firmalar tarafından piyasaya sürülmesi nedeni ile, tüketim kooperatifleri, mal çeşitlerine ilişkin tercihlerini yaparken, hem bunlar arasından en çok tercih edilen markaya göre bir miktar tesbiti yapacaklar, hem de aynı marka malın farklı boyutları arasında bir miktar sıralaması yapacaklar. Bunun kolay olmadığı düşünülebilir. İyi bir mağaza yöneticisi, en çok satılan malın, genellikle en iyi markanın orta boy ambalajlı olan boyutu olduğunu bilir.

e) **Yapay Farklılıklar** : Aynı mal, hiçbir özelliği farklı olmadığı halde birden fazla marka ile piyasaya sürülmüş olduğundan, kooperatif yöneticisi, gerçekte bunlar arasında nitelik bakımından bir fark bulunmadığından hareketle, bu markalardan yalnız birini, ya da ikisini mağazada bulundurmak isteyebilir. Ancak, kooperatif ortakları, aralarında hiçbir fark olmadığını bilse dahi, kendi tercih ettikleri markayı almak isterler. Bu marka kooperatif mağazasında bulunmuyor ise, başka mağazalardan almaya yönelirler.

Mal çeşitlerimiz arasında bulunan, aynı nitelikte, fakat aynı markalı iki malın birini, bu nedenle terketmemiz doğru olmaz. Özellikle, rakip mağazaların popüler malları sattığı bir ortamda, ortakların ve müşterilerin o mağazaları bırakıp kooperatif mağazasına alışverişe gelmeleri, olsa olsa bir kısım fiyatı çok düşük malları almak için olabilir.

Kooperatif ortaklarının büyük çoğunluğunun belirli bir anlayış ve bilinç düzeyine gelmeleri halinde, piyasadaki aynı türden farklı marka mallar arasında bazı tercihler yapılarak, bu tercihlerin nedenleri ortaklara anlatılabilir. Ancak bu düzeye gelinceye kadar, mevcut markalardan belirli miktarlarda bulundurulmasına devam edilmesinde yarar vardır.

MAL ÇEŞİTLERİ ARASINDAN SEÇME YAPMAK

Buraya kadar, mal çeşitlerinin seçiminde üç aşama üzerinde durduk;

a) İlk olarak, bir stok politikası tesbit ettik, hangi mal grupları ile ilgileneceğimizi ve herbir grubun genişlik ve derinliğini belirledik.

b) Daha sonra, herbir gruba dahil edilecek mal türlerini seçtik,

c) En sonunda da çeşitli marka, ölçü ve diğer özelliklerin seçimini yaptık.

Kooperatifimizin sermayesi, bir malın birkaç çeşidini birden stoklarımızda bulundurmaya yeterli değilse, aynı malın, bulundurmamız gereken çeşitlerinin seçilmesi gerekir.

Seçim işleminde, mağaza ve müşteriler arasından, malın ekonomik boyutlu olanına dikkat edilmesinde yarar vardır. Mal farklılıkları arasında, ortak ve müşteriler açısından hangi farklılığın daha çok arandığını da göz önünde bulundurmak gerekir.

Bu aşamadan sonra, şu iki soruyu da sormamız gerekiyor :

1 — Seçtiğimiz malları alabilecek yeterli mali kaynaklara sahip miyiz?

2 — Seçtiğimiz mallar, kooperatifimizin amaçları ile uyuyor mu?

Satın almayı planladığımız malların bir listesini yapıp, alış fiyatlarından hareketle maliyetini ve ödeme koşullarını tesbit ettikten sonra, bunu kooperatifimizin işletme sermayesi ile karşılaştırmalıyız. Mali kaynaklarımızı artırabileceğimiz olasılıkları değerlendirebiliriz. Para açığının fazla olması halinde, stok politikamızı ve satmayı planladığımız mal çeşitlerini buna göre yeniden gözden geçirmemiz gerekir.

Doğal olarak, mağazada hangi mal kalemlerini bulundurmamız gerektiğini düşünürken, sürekli olarak kooperatifimizin ne amaçla kurulduğunu akılda tutmamız gerekir. Ortakların temel ihtiyaçlarının, alım güçleri oranında ve adil fiyatlarla karşılanması, ulaşılabilecek ilk hedef olmalıdır.

Bununla beraber, rekabet koşulları ve kooperatif ortaklarının dışarıdan tüketim kalıplarının geliştirilmesi çabaları karşısında eğer kooperatif kendi ortaklarını belirli bir eğitimden geçiremiyor ise, ortakların tüm isteklerini parasal gücü ölçüsünde ve belirli bir ortak katılımı ve program dahilinde karşılamayı da düşünebilir. Özel mağazalar ile eşit düzeyde mal çeşitlendirmesine gidebilir. Düşük kaliteli malların mağazaya sokulmaması nedenlerini ortaklarına etkili bir biçimde anlatabilir. Kooperatif fiyatlarının ve mal kalitesinin özel mağazalardan farklı olduğunu anlatarak, ortakların parasal katılımları artırılmaya çalışılabilir.

MAL ÇEŞİTLERİNİ NASIL GELİŞTİRİRİZ?

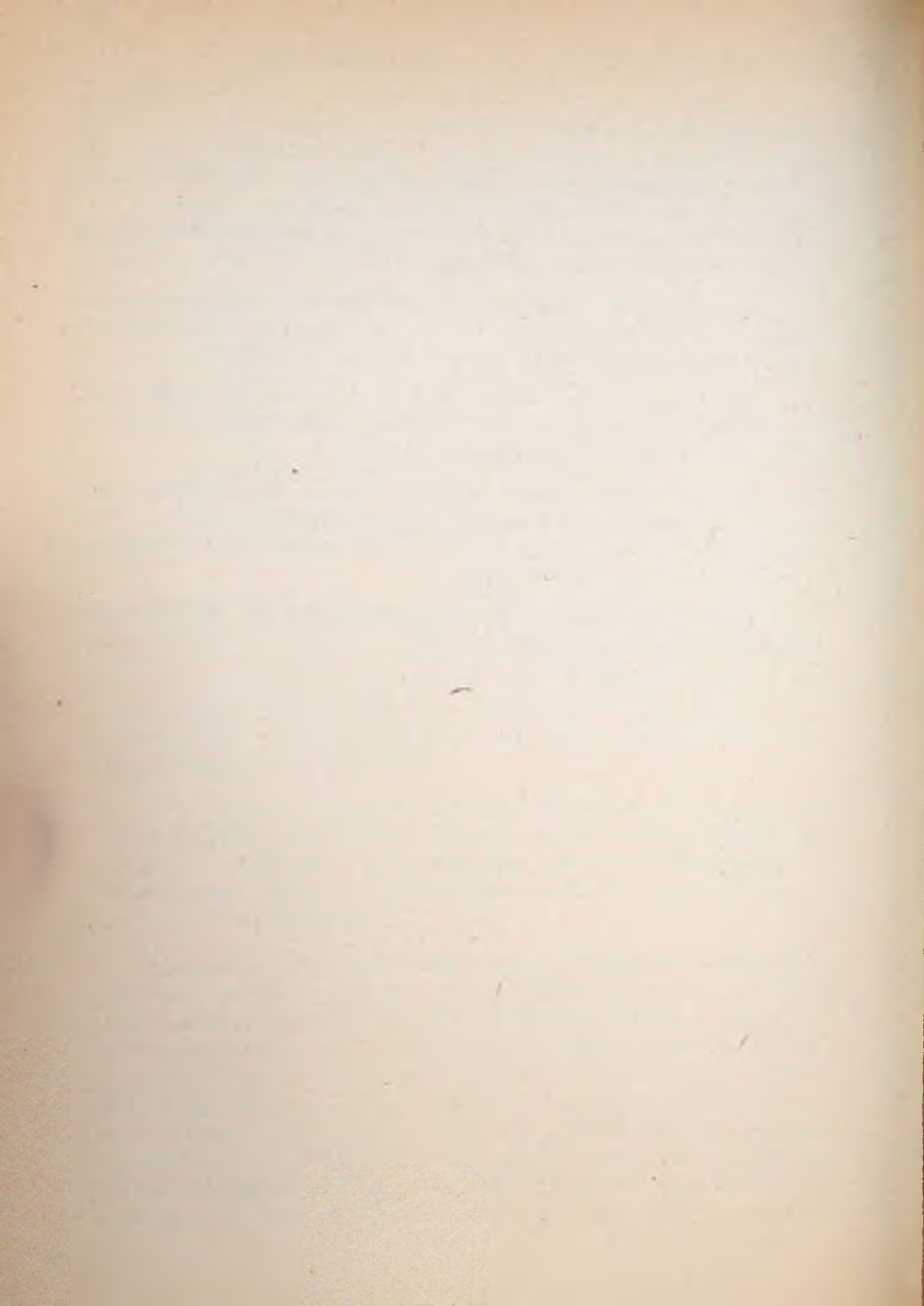
Eğer stok politikamızın değiştirilmesini gerektirir, ciddi piyasa değişimleri ve ortaklarımızın tüketim alışkanlıkları ile satın alma güçlerinde gelişmeler var ise, zaman geçirmeden bunu yapmalıyız. Mağazanın, yeni malları, ortaklarının hizmetine sunmada özel mağazalardan geri kalmaması gerekir. O nedenle de kooperatif stok politikasının, koşullara göre değişebilen esnek bir stok politikası olmasında yarar vardır.

Mağazamızda, yavaş satılan mal türleri fazla ise, bunları azaltarak, bunların yerine hızlı satılan mal türlerini koyup koymayacağımızı da zaman zaman tartışmamız gerekir.

Bir diğer önemli kontrol unsuru, hızlı satılan ve çok talep edilen malların miktar ve çeşit olarak mağazamızda yeterli ölçüde bulundurulup bulundurulamadığıdır.

Ortaklarımızın düzenli olmayan, belirli zamanlarda ortaya çıkan arızı taleplerini karşılayabiliyor muyuz? Her zaman bulundurmasak da belirli dönemlerde bu tür malların da bulundurulmasına özen gösterilmesi gerekir

Bundan sonraki aşamayı teşkil eden işlemler, «Mal Siparişi» bölümünde açıklanacaktır.



MAL SİPARİŞİ

Kooperatifin Birlik'ten ve piyasadan satın alacağı mallar için vereceği siparişlerin, üyelerin gereksinmelerine uygun biçimde saptanarak, stokların sağlıklı devri ve mal yığılmalarının önlenmesi amaçlanır.

FİRMALARIN SEÇİMİ

Kooperatifin mal alımlarında Birliği tercih etmesi esastır. Ancak, Birlik'te bulunmayan veya acilen gereksinme duyulan mallar, mahalli firmalardan, pazarlama şirketlerinden ve öncelikle üretici kuruluşlardan temin edilir. Kooperatifin dış alımları olarak nitelendirilen bu tür alımlar için, bölgede bulunan firmalar arasından fiyat, kalite, iskonto, ödeme koşulları, nakliye ve benzeri konularda diğerlerine üstünlük sağlayan firmalar tercih edilir.

Kooperatif Yönetim Kurulu ya da alım komisyonu, firmaların seçimi konusunda karar verirken, şu hususları dikkate alır :

- a) Firma, çevrede güvenilir bir kuruluş olduğu izlenimini uyandırmış mıdır?
- b) Kooperatifin gereksinme duyduğu malları her zaman stokunda bulundurabilmekte midir?
- c) Devamlı müşterilerine ayrıcalıklı işlem yapmakta mıdır?
- d) Mal tesliminde aksaklık ve gecikmeler olmakta mıdır?
- e) Sattığı mallar ile ilgili şikayetlerin giderilmesine yapıcı katkıda bulunmakta mıdır?
- f) Kooperatifçilik ve Birliğin aleyhinde propaganda yapmakta mıdır?

Karar aşamasında gözönünde bulundurulan bu hususlar, sipariş verildikten ve mal alımına başlandıktan sonraki aşamalarda da sık sık kontrol edilir.

SİPARİŞTE ZAMANLAMA

Siparişte zamanlamanın amacı, sipariş-teslimat sürecinde mal sunumunun aksamamasıdır.

Haftalık gereksinimler hafta sonunda tesbit edilerek, yeni haftanın başında siparişler verilir ve mağazada mal sunumunun kesintiye uğraması önlenir.

Ozellikleri nedeni ile günlük olarak sipariş edilecek malların tesbiti yapılarak, bunlara ilişkin siparişler, bir gün öncesinden verilir.

Mal türlerinin stok devirleri dikkate alınarak ,en hızlı biçimde devir sağlayabileceği tahmin edilen malların öncelikle alımı planlanır. Stokta uzun süre kalma olasılığı bulunan malların alınlarına az miktarda verilecek siparişlerle başlanılır.

Sipariş verme zamanının saptanmasında stok hareketleri dikkatle incelenerek, sipariş yineleninceye kadar mal türlerinin ekilmemesine özen gösterilir.

Verilecek siparişlerin zamanlamasında, mal siparişi ile teslimat arasında geçecek süre içinde satılabilecek miktar sağlıklı şekilde saptanır ve sipariş-teslimat süreleri arasında mal sunumunun aksamaması sağlanır.

Yeni sipariş verme zamanlamasında, sipariş-teslimat süresi arasında mal sunumunun aksamaması için tahmin edilen satış miktarına bir miktar ekleme yapılabilir.

YENİDEN SİPARİŞ DÜZEYİ

Yeniden sipariş düzeyi, sipariş tarihi ile mal teslimatı tarihi arasında tüketilebilecek miktar olup, mal sipariş etme ya da etmeme kararlarının alınmasında gözönünde bulundurulur.

Yeniden sipariş verme günü dikkat edilecek hususlar :

- a) Sipariş günündeki stok durumu
- b) Teslim günü
- c) Teslim gününe kadar mevcut stokta azalma miktarı
- d) Sonraki sipariş ve teslim gününe kadar tüketilebilecek miktar.

Yukarıda belirtilen hususlara dikkat edilerek tüm mal çeşitleri için bir «yeniden sipariş düzeyi» tesbit edilir ve liste halinde özel bir deftere işlenir.

SİPARİŞ MİKTARI

Sipariş miktarı, daha önce belirlenmiş «Yeniden Sipariş Düzeyi»nden, mevcut stok miktarı çıkarılarak bulunur. Eğer, mev-

cut stok miktarı, yeniden sipariş düzeyinden fazla ise, sipariş verilemez.

Sipariş miktarları tesbit edilirken, stok hareketleri devamlı takip edilir. Tüm üyelerce kullanılan temel mallar ile piyasada darlığı duyulan ve fiyatlarında yükselme olasılığı bulunan malların siparişinde daha esnek karar verilebilir.

Sipariş miktarının tesbitinde, mal türlerinin koli adetleri ve diğer ambalajlardaki kg. miktarları göz önünde tutularak, gereksinmeye yakın olan koli veya kg. ambalajında sipariş verilir.

Verilecek siparişlerde, ihtiyaçlar malın ambalajına göre saptanacaktır.

SİPARİŞ TEKNİKLERİ

Malların siparişi için yapılacak işlemler aşağıdadır;

- a) Mevcut stok kontrol düzeyleri tesbit edilir
- b) Sabit yeniden sipariş düzeyleri tesbit edilir
- c) Ne kadar sipariş verileceği hesaplanır
- d) Sipariş edilecek miktar koli, çuval veya standart ambalaj miktarlarına göre hesaplanır
- e) Mal türlerine göre sipariş günleri tesbit edilir.

Mal stok hareketini izlemek amacıyla stok listeleri düzenlenir. Stok listelerinde malın cinsi, kolideki veya ambalajdaki birim adedi, yeniden sipariş düzeyi, ticaret marjı, koli birim maliyeti, toplam koli satış fiyatı ve birim satış fiyatı bölümleri bulunur.

Verilecek siparişlerde dikkate alınacak mevcut stokun kontrolü yapılırken, düzenli ve sağlıklı sonuç elde etmek için tüm malların düzenli bir şekilde sergilenmiş ve depolanmış olmaları gerekir.

Sipariş sırasında düzenlenen sipariş listesinin bir sureti kooperatifte kalır ve mal teslimatı sırasında kontrol bu listeye göre yapılır.

DÜZENSİZ TALEP

Kooperatifte satılan mal türlerinin bazılarında belirli dönemlerde normal dönemlerden daha yoğun talepte bulunulur.

Okulların açılma tarihinden önce kırtasiyeye, sonbaharda kışlık çorap ve iç çamaşırına, bayram önceleri şekere, kış için sobaya ilkbaharda buzdolabı, vb. gibi mallara düzensiz olarak duyuru

lan gereksinme miktarının saptanmasında, önceki yılların aynı dönemlerindeki satış hacmi ile üye sayısındaki artışlar dikkate alınır.

Zaman zaman talep edilen ve belirli tarihlerde satışı yoğunlaşan mallar için verilecek siparişler, tüketilebilecek miktara yakın biçimde saptanarak, işletme sermayesinin bu tür mallara bağlı kalması önlenir.

Bu tür mallar, bir önceki yıl tüketilen miktarlara ve kooperatifin üye sayısındaki artış veya eksilişe göre tesbit edilerek, satış devresi öncesinden stoklanır.

Bu tür malların alımından önce, üyelerin istedikleri miktarlar tesbit edilerek de alım ve stoklama yapılabilir.

Düzensiz talep edilen mallarla ilgili olarak bir takvim düzenlenir ve stoklama bu takvime göre yapılır.

İKAME MAL SİPARİŞLERİ

Kooperatifte, biraz önce belirtildiği üzere özellik aranan mal türlerinde yeniden sipariş düzeyleri üstünde stoklama yapılabilir.

Ancak, bu tür mallarda alım kaynaklarında da mal bulunmaması halinde, bunların yerine sunulabilecek mal türlerinin saptanması ve ona göre sunumun sağlanması gerekir.

Bulunamayan ve çok talep edilen malın yerine konulacak ikame malın kalite ve markası özenle tesbit edilerek, ölü stok oluşmamasına çaba gösterilir.

Bulunmayan malların yerine konulabilecek mallarda, kısa süreli bulunmama halinde beklenilir, uzun süreli temin edilememesi halinde ise, ikame mal daha az bir stok miktarı ile çalışılır.

MALLARIN TESLİM ALINMASI

A. TESLİM ALMA HAZIRLIKLARI :

Boşaltım Öncesi Hazırlık Çalışmaları

Kooperatif mağazalarında satılmak üzere alınan ve depo ya da doğrudan mağazaya getirilen malların, taşıma aracından indirilmeleri öncesinde şu hazırlıklar yapılır :

- a) Malların taşıma aracından indirileceği yerde (depo ya da mağaza), girişe en yakın bir yerde, bir teslim alma sahası ayrılır. Yeni gelen mallarla, mevcut malların birbirine karıştırılmaması amacı ile ayrılacak bu alan, en az 20-24 m³ hacmindeki malın güvenli istiflenebileceği genişlikte tutulur.
- b) Gerektiğinde malların tartımı için baskül, koli ve diğer ambalajların açılabilmesi için el aletleri, depo taşıma araçları ile işaretleme kalemleri gibi yardımcı malzemeler, teslim alma yerinde hazır bulundurulur.
- c) Boşaltım işi başlamadan önce, Depo Sorumlusu ya da Mağaza Müdürü, bulunamadıkları hallerde görevlendirecekleri bir kooperatif personeli işin başında bulunur.

Malın Boşaltılması

Öncelikle, taşıyıcının doğru irsaliye ya da taşıma belgesini getirip getirmediği kontrol edilir. Belge üzerinde, varış adresinin doğruluğu saptanır.

Mallar, herhangi bir hasara yol açmayacak biçimde özenle boşaltılır ve teslim alma sahasına düzenli olarak istif edilir. İstifedede, malların türler itibarıyla birarada bulunmalarına ve kolaylıkla kontrol edilebilecek durumda konulmuş olmalarına dikkat edilir.

İstifleme sürecinde şu noktalar önem taşır :

- a) Kırılabilir nitelikteki mallar, kolayca hasar görmeyebilecekleri bir yere konulurlar.
- b) Tartılmaları gereken mal türleri ayrı bir yere alınır.

- c) Küçük ambalajların kolaylıkla görülebilecekleri ve bulunabilecekleri yerlere konulmalarına dikkat edilir.
- d) Taze ve dondurulmuş durumdaki mal türleri, öncelikle ele alınabilmeleri amacı ile ayrı bir yere alınırlar.
- e) Stokta kalmamış olabilecek kalemler ile öncelikle gereksinme duyulan mal türleri, derhal açılıp satışa sunulabilecekleri biçimde, yine ayrı bir yere konulur.

B. TESLİM ALINAN MALIN KONTROLÜ :

Malların Cinslerinin Kontrolü

Malların cinsleri, markaları, ölçüleri ve koli içindeki miktarları gibi bilgiler, ticari ambalajların üzerlerinde belirtilse de, gerekli durumlarda bunlar açılarak kontrol edilir.

Malların Miktarlarının Kontrolü

Ticari ambalajların içindeki miktar konusunda bir tereddüt olduğunda, bunlar açılır ve içindeki malların sayım ya da tartımları yapılır

Tereddütü doğrulayan bir durumun varlığı halinde, noksanlık bir tutanakla saptanır ve taşıyıcının da imzası alınarak kooperatif yönetimine duyurulur.

Görünen ve Görünmeyen Hasarların Kontrolü

Hasarlı bir ticari ambalaja rastlanıldığında, bu ambalaj açılır ve içindeki malın ne kadarının bundan etkilendiği saptanır.

Genel ilke hasarlı durumdaki kolilerin tümü ile iadesidir. Ancak kooperatif yönetimince uygun bulunması halinde, hasarlı olan malların iadesi, diğerlerinin tesellümünün yapılması mümkündür.

Dışarıdan bir hasar görülmemesine karşın, malın kolayca kırılabilir, ezilebilir nitelikte olması durumunda, 1/10 oranında koli örneği ayrılarak açılır ve herhangi bir hasarın var olup olmadığı kontrol edilir.

Hasarlı malın bulunması durumunda, hasarlı mal miktarı bir tutanakla saptanır, taşıyıcının da imzası alınarak kooperatif yönetimine duyurulur.

Fiziki kontrol işleminin, tüm malların gözden geçirilip, irsaliye ya da taşıma belgesinde bu mala ilişkin satırın puante edilmesi suretiyle bitirilmesinden sonra, tesellümü tamamlanan mallar, depo veya mağaza içinde kendilerine ayrılan yerlere taşınır ve yerleştirilirler.

Teslim Belgesinin İnzalanması

Gelen mallar, teslim belgesinde yer alan liste ile tam bir uyum gösteriyor ise, bu takdirde teslim belgesi imzalanır.

Teslim belgesinin bir sureti alıkonur ve saklanır.

Ödemenin Kontrolü

Satın alınan mal bedellerinin, ödenmesi aşamasında aşağıda belirtilen kurallara uyulur :

- a) Teslim belgesi ya da irsaliye ile, teslim esnasında saptanan iadeyi gerektirir durumlar da dahil olmak üzere, bu teslimata ilişkin faturada yer alan değerler karşılaştırılır.
- b) Bu amaçla, teslim almaya ilişkin tüm belgeler ve diğer notlar faturanın gelmesinin beklendiği süre içerisinde aynı bir dosya içerisinde saklanır.
- c) Fatura edilen mallara ait cari bir fiyat listesi var ise, faturada yer alan birim fiyatların doğru olup olmadıkları buradan kontrol edilir. Böyle bir liste yok ise, satıcı ile mutabık kalınmış bulunan fiyatlar ya da satıcının sunmuş olduğu teklif fiyatları ile kıyaslama yapılır.

Bu kıyaslama ile; farklı bir fiyat uygulanıp uygulanmadığı, özel bir indirim konusunda anlaşma olmasına karşın indirimsiz bir fiyatın sözkonusu olup olmadığı araştırılır.

- d) Satıcı kişi ya da kuruluşlar tarafından, kooperatife tanınmış olan tüm ayrıcalık ve avantajlardan yararlanılıp yararlanılmadığı kontrol edilir.
- e) Hesap işlemlerinin doğruluğu kontrol edilir. Faturada bir yanlışlığın varlığı saptandığında, satıcı bundan haberdar edilir. Satıcı ile hangi şekilde mutabık kalınmış ise, yanlışlık aşağıda belirtilen yöntemlerden biri ile düzeltilir :

- Fatura üzerinde gerekli düzeltme bizzat yapılır ve buna göre mal bedeli ödenir.
- Yeni ve doğru bir fatura ya da dekont gönderilinceye kadar ödeme bekletilir.
- Faturada belirtilen tutar ödenir ve satıcı bundan sonraki fatura tutarından farkı düşer.
- Satıcı noksan ya da hasarlı malın yerine yeni mal vermeyi kabul eder.

TARTIM VE ÖNPAKETLEME

A. TARTIM KURALLARI

Kooperatif Mağazasında Bulunması Gerekli Tartım Araçları

Kooperatif Mağazasında bulunması gereken tartım ve ölçüm araçları şunlardır :

- a) Ağırlık Ölçü Araçları : Kefeli ya da Sarkaçlı Terazi, yeterli miktarda kefeli terazi dirhemi ile büyük tartım işlemlerinde kullanılmak üzere en az 200-250 Kg. çekerli baskül.
- b) Hacim Ölçü Araçları : Sıvı maddelerin ölçümünde kullanılmak üzere; 1, 1/2 ve 1/4 Lt. hacminde ölçekler.
- c) Uzunluk Ölçüm Aletleri : Metre ya da santim ile satılması sözkonusu olan mal türlerinin ölçümünde kullanılmak üzere 1 metre ve 50 santimlik birer cetvel.
- d) Yardımcı Araçlar : Ağırlık ölçümlerine yardımcı olmak üzere çeşitli boylarda birkaç kürek ve bir spatula.

Tartı ve Ölçü Aletlerinin Kontrolü

Tartı ve ölçü aletlerinin tümü, iki yılda bir yöredeki Belediye Ölçü ve Ayarlar Müdürlüğü'ne götürülerek kontrol ettirilir.

Ancak, bu dönem ile bağımlı kalınmaksızın, gerekli görülebilecek zaman aralıkları ile bunların kontrol ettirilmesi gereklidir.

Sarkaçlı teraziler, dönemsel kontrollerin ve diğer ayarların dışında, her gün tartıma başlanılmadan önce ayarlanması gereklidir. Bu ayarlama, sarkaçlı terazinin alt-önünde bulunan su terazisinin kabarcığının, halkanın tam ortasına getirilmek üzere, terazi ayaklarının çevrilmesi yolu ile yapılır.

Daralı ve Darasız Tartım İşlemleri

Kooperatif mağazalarında, üyelerin kendi kaplarını getirmeleri ya da durumun gereği ağır bir kap içerisinde tartılarak satılması sözkonusu mallar bulunduğu, tartım işleminin kabın darası alınarak yapılması zorunludur.

Bunun dışında, kağıt torba, polietilen torba gibi ambalaj malzemelerine konulup tartılan mallar, darasız olarak tartılırlar.

Doğru Tartım ve Ölçüm Teknikleri

Kooperatif mağazalarında, üyelerce satın alınan malların tam ve doğru olarak tartım ve ölçümleri esastır. Bu amaçla, aşağıdaki noktalara özen gösterilir :

- a) Daneli ya da öğütölmüş maddelerin tartımında, kesekâğdı veya polietilen torba içine istenilen miktardan biraz azı konularak, kısmen doldurulmuş torba terazi üzerine konulur. Bunun ardından, istenilen miktara tam olarak ulaşılan kadar ekleme yapılır.
- b) Sıvıların ölçölmesinde, hacim ölçü aletlerinin silme dolmuş olmalarına özen gösterilir.
- c) Çeşitli maddelerin uzunluklarının ölçölmesinde, bunların esnetilmemeleri ya da gereğinden fazla bol bırakılmamalarına özen gösterilir.

Metre, ya da santimetre ile satılan çeşitli maddelerin topları üzerine iliştirilecek bir kartın üzerine, ilk miktar yazılır ve herbir ölçüm ve satımın ardından, verilen miktar kalandan düşürölür. Böylece, her an ne miktarda mal bulunduğı yeni bir ölçölmemeye gerek duyulmadan bulunabilir.

B. ÖNPAKETLEME KURALLARI

Önpaketleme Sahasında Bulunması Gerekli Önpaketleme Araç ve Malzemeleri

Kooperatif mağaza ya da deposunun belirli bir bölümünde, yalnızca önpaketleme ile ilgili çalışmaların yapılacağı yeterli genişlikte bir yer ayrılır.

Önpaketleme işlerinde kullanılacak olan, yeterli büyüklükte ve uygun yapı ve yükseklikte bir masa buraya yerleştirilir. Bu masanın yüzeyi tercihen mermer ya da formika gibi sert bir malzeme ile kaplı olmalı, çok sık temizlenebilecek ve kolayca zedelenmeyecek nitelikte bulunmalıdır.

Önpaketleme sahasında bulundurulacak diğ er araç ve malzemeler ş unlardır :

- a) Tercihen 10 Kg. çek erli bir Sarkaçlı Terazi.
- b) Madde A'da belirtilen nitelikte hacim ölç me araçları.
- c) Yeterli sayı ve büyüklükte doldurma küreğı.
- d) 5, 2, 1 ve 1/2 Kg. lık Kağıt ya da Polietilen torbalar.
- e) Çeşitli notların alınabileceğı bir defter ve kalem.
- f) Fiyat etiketleri ve keçe uçlu kalemler.

- g) Kapatmada kullanılacak lastik halkalar, tel zımba ve telleri.
- h) Elektrikli polietilen torba kapama makinesi ve yedek rezistansları,
- i) İşyerinin özelliklerine göre bulundurulmasında yarar görülen diğer malzemeler ile gerekli temizlik malzemeleri.

Önpaketlemede Temizlik Kuralları

Kooperatif çalışmalarının tümünde olduğu gibi, önpaketleme işlemleri öncesinde ,bu işlemler süresinde ve sonrasında aşağıdaki kurallara uyulması zorunludur;

- a) Önpaketlemenin yapıldığı bölüm, her çalışma öncesinde yeniden temizlenir, paketleme masası, terazi ve diğer araçlar iyice silinir.
- b) Ambalaj malzemeleri, işin bitiminin ardından kapalı dolap ya da yine kapalı kutular içersinde saklanır ve kirlenmeleri önlenir.
- c) Doldurma küreklerinin temiz olmalarına özen gösterilir ve önceki dolumlardan izler kalmamış olmasına dikkat edilir.
- d) Önpaketleme ile görevli personelin, her paketleme öncesinde ellerini su ve sabun ile yıkamaları, ardından alkol ile dezenfekte etmeleri temel kuraldır.

Önpaketlemede Tutumluluk Kuralları

Önpaketleme işlemlerinin, Kooperatife en az parasal yükü getirmesi amacı ile, aşağıdaki kurallara dikkat edilir :

- a) Önpaketleme; yöresel iklim koşulları, gelenekler, tüketim alışkanlıkları, malın özel nitelikleri, sağalanabilecek sergileme ve satış kolaylıkları, vs. gibi akılcı amaçlar doğrultusunda yapılır. Yalnızca gösteriş niteliğinde önpaketleme uygulamalarına gidilemez.
- b) Önpaketlenmiş olarak sunulacak mal miktarlarının saptanmasında, her mal türü için belirli ve tercihen sınırlı zaman sürelerinde elden çıkarılabilinecek miktarlar gözönüne alınır.
- c) Çizik, yırtık, patlak ya da bu kusurların oluşumuna hazır görünümlü ambalaj malzemeleri kullanılmaz, hiçbir mal önpaketleme nedeni ile rizikoya sokulamaz.

- d) Önpaketlemede ölçü alınacak her ağırlık birimi için (5,2, 1 ve 1/2 Kg. gibi) kalından inceye doğru farklı dayanıklılıkta ambalaj mazemesi hazırlanır ve kullanılır.
- e) Doldurulan kâğıt torbalar, içerisindeki maddenin en üst hizasına kadar sıkıca katlanarak kapatılır. Polietilen torbalarda ise, torba içindeki maddenin üst hizasının biraz üzerinden kapatma yapılır.
- f) Torba, çuval gibi ilk ambalajların sonuna yaklaşıldığında, bunların içinde kalan mal miktarları temiz ve geniş plastik kaplara boşaltılarak çuval diplerinde kalıntı mal bırakılmamış olması sağlanır.

Önpaketleme Teknikleri

Satışa sunulacak çeşitli malların önpaketleme işlemleri, aşağıda belirtilen teknikler ile ve açıklanan düzen içerisinde sürdürülür :

- a) Önpaketlemesi yapılacak malın konulacağı ambalaj malzemesi saptanır. Bunlardan tahmini olarak yeterli miktarda ayrılır.
- b) Önpaketleme masası (Ya da Tezgahı) düzeltilir, son bir kez silinir ve gereksiz görülen tüm eşya üzerinden kaldırılır. Terazî, ve diğer tartım gereçleri temizlenir.
- c) Önpaketleme süresince gereksinme duyulacak tüm araç ve malzemelerin el altında bulunduğu son bir kez kontrol edilir.
- d) Kefeli terazî kullanımında istenen ağırlık dirhemi kefe-lerden birine konularak, sarkaçlı terazide ise su terazisinin doğru konuma getirilmesi yolu ile terazî ayarlanır.
- e) Ambalaj malzemelerinin üzerine, içine konulacak malın; cinsi, miktarı ve satış fiyatı yazılır veya bunları belirtir etiket yapıştırır.
Yeterli genişlikte bir yerin varlığı durumunda, hazırlanan ambalajların olabildiğince çoğu, bu şekilde «kısmen» doldurulur ve dik durumda dizilir.
- g) Paketler, teker teker terazî üzerine konularak, tam tartım ağırlığına ulaşana kadar yavaşça doldurulur ve terazî üzerinden alınır.
- h) Hazırlanmış bulunan ambalajlar; karton kutular içerisinde konulup saklanacakları yere alınırlar. Hemen sergilenenler ise, mağazaya alınarak, kurallar gereğince sergilenirler.

FİYATLANDIRMA

Fiyatlandırma, kooperatif ve satış şubelerinde hizmete sunulan tüm malların satış fiyatlarının Yönetim Kurulunun tesbit ettiği bir politika çerçevesinde saptanması ve buna ilişkin uygulama ile ilgili işlemleri kapsar.

FİYAT FARKI HESAPLANMASINA İLİŞKİN FORMÜLLER

Fiyat farkı maliyet fiyatına onun belirli bir yüzdesi eklenerek satış fiyatının bulunması işlemindedir, maliyet fiyatı üzerine eklenen farka denir.

Fiyat farkı kullanılarak satış fiyatının bulunmasına ilişkin formül şöyledir :

$$\text{MALİYET FİYATI} + \text{FİYAT FARKI} = \text{SATIŞ FİYATI}$$

Fiyat Farkı Çarpanı : Fiyat farkının maliyet fiyatına eklenerek satış fiyatının bulunmasında ikinci bir yöntem olarak, maliyet fiyatının belli bir yüzde eklenerek bulunacak sayının, yine maliyet fiyatı ile çarpılması işlemindedir kullanılan bu çarpana, fiyat farkı çarpanı denilir. (Örnek : maliyet fiyatına % 25 ekleme yapmak için, maliyet fiyatını 1,25 ile çarparak doğrudan satış fiyatı bulunur).

Fiyat farkı çarpanı kullanılarak satış fiyatının bulunmasına ilişkin formül ise şöyledir :

$$\text{FİYAT FARKI ÇARPANI} \times \text{MALİYET FİYATI} = \text{SATIŞ FİYATI}$$

Fiyat farkı, aşağıdaki formülle miktar olarak da bulunur.

$$\text{FİYAT FARKI} = \frac{\text{FİYAT FARKI \% 'si} \times \text{MALİYET FİYATI}}{100}$$

MALİYET FİYATI

Malın satış fiyatını gösterir fatura bedeli üzerine o malın depoya veya mağazaya getirilmesi için yapılan nakliye, sigorta, ham-maliye, v.b. tüm harcamaların eklenmesi ile bulunan fiyata maliyet fiyatı denir.

Mal yerinde teslim koşulu ile kooperatife getiriliyor ise, fatura bedeli maliyet fiyatını gösterir.

MARJ HESAPLANMASI

Marj : Gerçek satış fiyatı ile maliyet fiyatı arasındaki fark olup, satış fiyatı üzerinden hesaplanır. Marj satış fiyatının belirli bir yüzdesi olarak da gösterilebilir.

Fiyat farkı, maliyet fiyatı üzerinden hesaplanırken, marj satış fiyatı üzerinden hesaplandığından, belirli bir marj oranını elde etmek için daha yüksek bir fiyat farkı oranı kullanılması gerekir. (% 25 fiyat farkı, % 20 marj'a eşittir.)

Tanımdan da anlaşılabilceği gibi;

MARJ = GERÇEK SATIŞ FİYATI — MALİYET FİYATI
formülü ile gösterilir. Burada marj brüt fazla (brüt kâr) anlamındadır. Buna brüt işletme fazlası da denilebilir.

Marj, aşağıdaki formül ile hesaplanır :

$$\text{MARJ} = \frac{\text{MARJ \% si} \times \text{SATIŞ FİYATI}}{100}$$

Fiyat farkına tekabül eden marj oranları hesaplanmış olup bu bölümün sonuna Marj ve Fiyat Farkı Çizelgesi eklenmiştir. Bu çizelgeden marj oranı alınarak fiyat farkı yüzdesi aşağıdaki formülle çıkarılabilir.

$$\text{GEREKLİ FİYAT FARKI \% si} = \frac{\text{İSTENEN MARJ \% si} \times 100}{100 - \text{İSTENEN MARJ \% si}}$$

SATIŞ FİYATININ DOĞRUDAN HESAPLANMASI

Satış fiyatının doğrudan hesaplanmasında aşağıdaki formül kullanılır.

$$\text{SATIŞ FİYATI} = \frac{\text{MALİYET FİYATI} \times 100}{100 - \text{MARJ \% si}}$$

Bu formül ile bulunan satış fiyatı ile maliyet fiyatı arasındaki fark, kooperatifin o malın satışından elde edeceği brüt işletme fazlasını gösterir.

Fiyatlandırma Politikası

Kooperatif Yönetim Kurulu, Müdürün yaptığı değerlendirme çalışması ışığında bir fiyatlandırma politikası tesbit eder. Bu politikanın tesbitinde, satışlardan elde edilecek gelir ile mağaza işletme giderlerinin karşılanması ve yıl sonunda makul ölçüde bir net

fazla (kar) elde edilmesini sağlayacak oranda bir marj uygulanmasını gözetir. Kooperatifin yıl içerisinde beklenmedik kayıplarının karşılanması, mağazanın ve götürülen hizmetin geliştirilmesi, yeni mağazalar açılması, üyelerin sermayelerine faiz ödenmesi, alış-verişlerine göre üyelere risturn ödenmesi gibi alanlarda kullanılmak üzere bir miktar net fazlaya (olumlu gelir-gider farkı) gereksinme duyulacağından, saptanacak marj büyük önem taşır.

Kooperatif Yönetim Kurulu, fiyat politikası oluştururken aşağıda belirtilen seçeneklerden birini tercih eder.

a) **Piyasa Fiyatına Satış** : Yıl sonunda daha fazla risturn ödenmesi amacıyla satış fiyatları yerel piyasa fiyatlarına denk veya onlara çok yakın bir düzeyde tesbit edilir.

b) **Aktif Fiyat Politikası** : Üyenin alış-veriş anında düşük fiyat ile mal almasını özendirmek amacıyla yerel piyasa fiyatlarından belirgin ölçüde düşük fiyat saptanarak, yıl sonunda ödenecek risturn en az düzeye indirilir.

Yukarıda açıklanan iki seçenekten birincisi, üyelere yıl sonunda daha fazla risturn ödenmesini, ikincisi de satış anında peşin risturn ödenmesini amaçlar.

Yıllık bütçe hazırlanırken gelecek yılın satışları ile giderleri tahmin edilir. Bu tahmin, ne oranda marj'a (brüt fazla) gereksinme duyulacağını gösterir. Yönetim Kurulu, Bütçe hazırlarken fiyatlandırma politikasını şu şekilde tesbit eder :

Satışlar Toplamı — Satılan malın maliyeti = Brüt fazla (marj)
Brüt fazla (marj) — Mağaza işletme giderleri = Net fazla (olumlu fark)

Böyle bir tesbitte fiyatların düşük tutulması, elde edilecek brüt işletme fazlasının miktarını da azaltacaktır. Bu miktar, mağaza işletme giderleri miktarından fazla ise, net fazla oluşacak, az ise, zarar edilmiş olacaktır. Bu bakımdan, fiyat politikası tesbit edilirken, yıl sonunda ödenecek risturn yanısıra, kooperatifin ve mağazanın tüm işletme giderlerinin karşılanması hususu da gözönünde bulundurulur.

ORTALAMA MARJ

Kooperatif mağazalarında satışa sunulan tüm mallar için aynı marj'ı kullanmak mümkün olmadığından gıda maddesi, temizlik maddesi ve benzerleri gibi sürümü fazla olan mallar için daha düşük, konfeksiyon ve ev eşyaları gibi fiyatı yüksek fakat sürümü az olan mal grupları için daha yüksek marj uygulanır.

Çeşitli mal grupları için değişik marj uygulamakla birlikte, bu mal gruplarının yıllık tahmini satış miktarları ile elde edilecek brüt fazla dikkate alınarak bir ortalama marj tesbit edilir. Bu marj, kooperatifin fiyatlandırma politikasını gösterir ve bütçe değerleri ile uygulamanın belirli aralıklarla denetlenmesinde klavuzluk eder. Hesap tahminlerinde muhtelif mallara uygulanacak marjlar toplamının, planlanan toplam brüt işletme fazlasını verip vermediği kontrol edilir.

KONTROLLÜ FİYATLAR

Perakende satış fiyatları hükümet tarafından tesbit ve ilan edilen tekel maddeleri, bu fiyatların üzerinde satılamazlar. Bu tür maddelerin satış fiyatları «kontrollü fiyatlar» olarak adlandırılırlar.

Kooperatif Yönetim Kurulu tekel maddeleri satış fiyatlarını, fiyat politikası açısından belirlenen fiyatların altında saptanmasını uygun bulursa, kontrollü fiyatın altında yapılacak bu satışlar üyelere mağazaya asılacak ilanlar ile duyurulur.

STOK DEVİR HIZI

Stok devir hızı, malların ne kadar çabuk bir sürede satıldığıнын bir ölçüsü olup, yüksek bir «Stok Devir Hızı», malların uzun süre bekletilmeden satıldığını gösterir. Kooperatifin işletme sermayesini (mal alımı için kullandığı nakit para) belirli bir süre içerisinde kaç kez dönüştürdüğü, stok devir hızı ile anlaşılır.

SATIŞLAR (12 AYLIK)

$$\text{STOK DEVİR HIZI} = \frac{\text{ORTALAMA STOK DEĞERİ (AYLIK)}}{\text{STOK DEVİR HIZI}}$$

Yukarıdaki formül ile bulunacak stok devir hızı, kooperatifin 1 yıl içerisinde mal alımına bağladığı parasını kaç kez dönüştürdüğünü gösterir.

Kooperatifte hızlı satılan yani sürümü fazla olan mallar için düşük marj, yavaş satılan, yani sürümü az olan mallar için ise yüksek marj uygulanır. Yüksek stok devir hızı düşük marj ile, düşük devir hızı ise yüksek marj ile gerçekleşir. Bu tanımlamaya baş parmak kuralı denir.

İSKONTO UYGULAMASI

Kooperatifte satışları artırmak, stokta mal yığılmasını önlemek ve malın kullanım sezonunun sonuna yaklaşmış olmakla meydana gelebilecek fire ve zayıfın önlenmesi gibi nedenlerle iskonto uygulaması yapılır. Uygulanacak iskonto, başlangıçta sap-

tanan marj'ı düşüreceğinden, düşük fiyat ile daha fazla mal satılmasının öngörülmesi gerekir.

İskontolu satışlar ya da «özel sunum» yolu ile satışlarda artış sağlanamaması halinde, fire vermeye ya da bozulmaya müsait olan mallar dışındakiler için uygulanan iskonto, Yönetim Kurulu kararı ile durdurulabilir.

OLASI ZARARLARA KARŞI ÖNLEM

Nakliye sırasında, depo veya mağazada bekleme süresinde ya da planlanan süre içerisinde satılamaması halinde fire vermesi ya da bozulması olasılığı fazla olan malların satış fiyatları tesbit edilirken, marj'ları yüksek tutulur. Bu malların tamamı, saptanan fiyatlar ile satılamadığı takdirde fiyatlar düşürülür.

Kooperatif mağaza ve deposunda, yukarıda sayılan nedenlerden dolayı zarar etme riski bulunan malların bir listesi çıkarılarak bunlar için uygulanacak marj oranı ayrıca belirlenir.

İŞÇİLİK MASRAFLARI

Maliyet fiyatlarına depo ve mağazada muhafazası sırasında kaçınılmaz olarak eklenen muhafaza masrafları ile satışa hazır duruma getirmek için gerekli işçilik masrafı yapılan malların satış fiyatlarının hesaplanmasında tüm bu giderler dikkate alınır. Mağazada bulundurulması zorunlu olan temel gıda maddelerinin işçilik masrafları eklendikten sonra belli bir marj uygulanması halinde fiyatlarının piyasa fiyatları üzerine çıkması durumunda bu tür mallar, en az maliyetini kurtaracak bir fiyatla satılırlar.

REKABET

Yerel piyasadaki perakende fiyatlar, fiyat politikası tesbit edilirken gözönünde bulundurulmakla beraber, zaman zaman piyasa fiyatları ile kooperatif fiyatları karşılaştırılır. Temel gıda ve ihtiyaç malları fiyatlarının diğer özel kesim mağazalarının fiyatlarından yüksek olmamasına özen gösterilir. Bu dengeyi sağlayabilmek için, periyodik aralıklarla piyasa araştırması yapılarak sonuçları bütçede öngörülen marj ile karşılaştırılır ve çok düşük fiyatlar belirli bir düzeye getirilirken, piyasadan yüksek fiyatlar ise piyasa fiyatına ya da piyasa fiyatının altına indirilir.

Fiyatı, piyasa fiyatına ya da bunun altına indirilen maldan dolayı zarara uğranılması söz konusu olan malların alış fiyatı ve alım kaynakları gözden geçirilir.

ÜRETİCİ TARAFINDAN SAPTANAN FİYATLAR

Hem toptan, hem de perakende fiyatları üretici ya da imalatçılar tarafından saptanan mallara uygulanacak marj, üretici ta-

rafından saptanan fiyatı aşmayacak ölçüde tesbit edilir. Kooperatif ortağının korunması ve bu tür mallara olan talebin artması açısından, fiyat politikası gözönünde bulundurularak üreticinin saptadığı fiyatın altına düşmesi tercih edilebilir.

Üretici ya da imalatçı firmaların fatura altı ya da yıl sonu iskontosu uygulamasıyla mal satışı yapmaları halinde kooperatif fatura altı ya da yıl sonu iskontosuyla yetinerek aldığı fiyat ile malı satması yoluna gidebilir. Bu durumda üretici ya da imalatçının tanıdığı iskonto oranının marj oranı ile karşılaştırılması gerekir. Sağlanan iskonto oranı marj oranından yüksek ise aradaki fark fiyatlara yansıtılır ve maliyet fiyatının altında da satış yapılabilir.

SONUÇLARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

Başlangıçta saptanan ortalama marjın ne oranda gerçekleştiğini tesbit etmek için her ay sonunda bütçe ile işletme raporlarını karşılaştırmak gerekir. Bu karşılaştırmada ortalama marj'ın uygulanıp uygulanmadığı ortaya çıkar. Aylık işletme raporu, yani satışlar ile giderlerin karşılaştırılması, yüzde kaç oranında bir marjın gerçekleştirildiğini gösterir. Marj'ın uygulamada çok yüksek ya da çok düşük olarak gerçekleşmiş olması, oranı konusunda yeni bir ayarlama yapılmasını sağlar.

Elde edilen marj, yüzde oranı olarak planlanandan düşük bir oranda gerçekleşmiş, ancak satışlar planlanandan daha yüksek miktarda gerçekleştiğinden elde edilen işletme fazlası da yeterli düzeyin üzerinde gerçekleşmiş ise, bu durumda satışlar aynı düzeyde seyrettiği sürece marj oranı yükseltilemez.

Marj'a yalnız yüzde oranı olarak değil, onun ne kadar paraya tekabül ettiğine de bakılması gerekir. Eğer marj planlandığı oranda ve miktarda gerçekleşmiş, ancak elde edilen para mağaza işletme giderlerini karşılamada yetersiz kalmış ise, ya satışlar düşmüş, ya da işletme giderleri planlananın üstüne çıkmış demektir. Bu durumda, yerel piyasa fiyatları dikkate alınarak marj bir miktar yükseltilir, mağaza işletme giderlerinin düşürülmesi ve satışların artırılması çareleri üzerinde durulur.

FİYAT DEFTERİ

Kooperatifin depo ve mağazasında bulunan tüm mallarla ilgili bir fiyat defteri hazırlanır. Bu defter ile hem mağazadaki tüm malların fiyatlarının personel tarafından öğrenilmesi, hem de fiyatların zaman zaman kontrol edilmesi sağlanmış olur.

Fiyat defteri olarak, açılıp kapanabilir kelepçeli bir klasör de kullanılabilir. Bu yöntemle sayfaların gerektiğinde değiştirilmesi

sağlanır. Kayıt yaparken kurşun kalem kullanılır. Sayfalarda, yeniden sipariş verilecek malların seviyesi ile ilgili ayrı bir kolon da bulunursa, bu amaçla ayrı bir defter tutulmasına gerek kalmaz.

Fiyat defterinde malın cinsi, kolideki adet, yeniden sipariş seviyesi, marj yüzdesi koli maliyeti, toplam satış fiyatı ve birim satış fiyatı kolonları bulunur. Yapılacak etiketleme çalışmasında bu defterin birim satış fiyatı kolonundan yararlanılır. Satış fiyatları değişen malların eski fiyatları silinerek yerlerine yeni fiyatlar yazılır. Defterin yeniden sipariş seviyesi kolonu, hangi malın stokta ne kadar kalınca tekrar sipariş verilmesi konusunda bilgi sahibi olunmasına yardımcı olur.

MARJ VE FİYAT FARKI ÇİZELGESİ

SATIŞ FİYATI Üzerinden gerekli olan MARJ	MALİYET Fİ- YATINA ekle- necek FİYAT FARKI	veya MALİYET FİYATININ çarpılacağı sayı	SATIŞ FİYATI Üzerinden gerekli olan MARJ	MALİYET Fİ- YATINA ekle- necek FİYAT FARKI	veya MALİYET FİYATININ çarpılacağı sayı
₺ 1	₺ 1.01	1.01	₺ 26	₺ 35.0	1.35
₺ 2	₺ 2.05	1.02	₺ 27	₺ 37.0	1.37
₺ 3	₺ 3.1	1.03	₺ 28	₺ 39.0	1.39
₺ 4	₺ 4.2	1.04	₺ 29	₺ 41.0	1.41
₺ 5	₺ 5.3	1.05	₺ 30	₺ 43.0	1.43
₺ 6	₺ 6.4	1.06	₺ 31	₺ 45.0	1.45
₺ 7	₺ 7.5	1.08	₺ 32	₺ 47.0	1.47
₺ 8	₺ 8.6	1.09	₺ 33	₺ 49.5	1.495
₺ 9	₺ 10.0	1.1	₺ 34	₺ 51.5	1.515
₺ 10	₺ 11.0	1.11	₺ 35	₺ 54.0	1.54
₺ 11	₺ 12.5	1.125	₺ 36	₺ 56.5	1.565
₺ 12	₺ 13.5	1.135	₺ 37	₺ 59.0	1.59
₺ 13	₺ 15.0	1.15	₺ 38	₺ 61.5	1.615
₺ 14	₺ 16.5	1.165	₺ 39	₺ 64.0	1.64
₺ 15	₺ 17.5	1.175	₺ 40	₺ 66.5	1.665
₺ 16	₺ 19.0	1.19	₺ 41	₺ 69.5	1.695
₺ 17	₺ 20.5	1.205	₺ 42	₺ 72.5	1.725
₺ 18	₺ 22.0	1.22	₺ 43	₺ 75.5	1.755
₺ 19	₺ 23.5	1.235	₺ 44	₺ 78.5	1.785
₺ 20	₺ 25.0	1.25	₺ 45	₺ 81.5	1.815
₺ 21	₺ 26.5	1.265	₺ 46	₺ 85.0	1.85
₺ 22	₺ 28.0	1.28	₺ 47	₺ 88.5	1.885
₺ 23	₺ 30.0	1.3	₺ 48	₺ 92.5	1.925
₺ 24	₺ 31.5	1.315	₺ 49	₺ 96.0	1.96
₺ 25	₺ 33.5	1.335	₺ 50	₺ 100.0	2

KOOPERATİF MAĞAZALARINDA MALLARIN SERGİLENMESİ KURALLARI

A. SUNULAN MAL GRUPLARININ SAPTANMASINDA TEMEL KURALLAR :

Mal Gruplarının Tutarlı ve Kesin Biçimde Saptanması

Kooperatif mağazasında satışa sunulacak olan malların saptanmasında temel ilke, bunların kooperatif üyelerinin ortak gereksinimlerine yönelik mallar olmalarıdır.

Satışa sunulacak malların saptanmaları ve çalışma süreci içerisinde yeni mal türlerinin belirlenmesinde, «Ortak Gereksinim» ilkesi esas alınır.

Kooperatif mağazası tarafından mal çeşitlendirilmesini gerçekleştirebilecek düzeyde parasal olanakların sağlanması halinde, mevcut mal gruplarına ait farklı markalar yerine, ortak gereksinim konusu olup da o güne dek satışa sunulamamış bulunan mal türleri tercih edilirler.

Mal gruplarının tesbitinde, «Satılacak mal türleri» başlıklı bölümde belirtilen esaslar gözönünde bulundurulur.

Mal Sergilenmesinde Gruplara ve Grupların Karşılıklı Durumlarına Dikkat Edilmesi

Satışa sunulan malların, mağaza bölümlerinde sergilenmesinde, aşağıda belirtilen esaslar gözönünde bulundurulur.

- a) Herhangi bir gruba dahil bulunan tüm mal çeşitleri, aynı bölümde sergilenir.
- b) Sergilenecek mal grupları, içinde bulundukları ana mal grupları ile aynı bölümde sergilenir.
- c) Gruplar ve bu gruplara dahil bulunan mal türleri arasında, yekdiğerini-kokutma, zehirleme, kirletme, boyama gibi -değer kaybına uğratacak, ya da sağlık yönünden sakıncalı duruma sokabilecek şekilde yerleştirme yapılmaz.
- d) Yalnızca belirli durumlarda ve mağaza yöneticisinin onayı ile, aynı mal grubunda bulunmasalar da, birbirini tamamlayıcı nitelikte bulunan bir ya da birden fazla mal türleri, aynı kesimde sergilenebilirler.

- e) Gıda maddelerinden oluşan mal grupları, mağazanın en çok havalandırılabilen kesim ya da kesimlerinde sergilenirler.

B. GELENEKSEL TEZGAH TİPİ MAĞAZALARDA MALLARIN SERGİLENMESİ ESASLARI :

Malların Düzenli ve Cazip Biçimde Sergilenmesi

Geleneksel tezgâh tipi mağazalarda satışa sunulan mal türlerinin, düzenli ve cazip biçimde sergilenmesi amacı ile uyulacak kurallar aşağıda belirtilmiştir :

- a) Satışa sunulan mal grupları, belirli bir kesimde ve bir arada sergilenirler. Herhangi bir mal çeşidi, dahil bulunduğu grup dışında ve mağazanın farklı yerlerinde bulundurulamaz.
- b) Sergileme yerleri mümkün olduğu ölçüde dolu olarak bulundurulur. Mal mevcudu azalan ya da tamamen boşalan sergi bölümleri, en kısa zamanda doldurulur.
- c) Yerleştirme esnasında rafların ön kenarlarının iyice doldurulmalarına özen gösterilir ve mal ambalajlarının ön yüzlerinin öne dönük olarak yerleştirilmeleri sağlanır.
- d) Mallar, sergileme yerlerine daima temiz olarak ve karşıdan bakıldığında kolayca görülebilecek şekilde yerleştirilir.

Sergi yerleri, görevliler tarafından sıkça denetlenerek, tozlanma ve benzeri nedenlerle oluşabilecek görünüş bozuklukları önlenir ve giderilir.

- e) Satışa sunulan mallara ait satış fiyatları, mümkün olduğu ölçüde mal üzerine konulacak etiketler ile, diğer durumlarda ise kolaylıkla görülebilecek ve okunabilecek fiyat kartları konulması yolu ile açıkça belirtilir.
- f) Mağaza yönetimince belirlenecek özel nitelikteki mallar için, «Özel Sergiler» düzenlenerek, üyelerin sözkonusu malların varlığından ve sağlanan avantajlardan bilgi sahibi olabilmeleri sağlanır.

Malların Pratik Biçimde Sergilenmesi

Geleneksel tezgâh tipi mağazalarda satışa sunulan mal türlerinin pratik biçimde sergilenmesi amacı ile uyulacak kurallar aşağıda belirtilmiştir :

- a) Satışa sunulan mallar, tezgâh ve reyon görevlilerince kolaylıkla alınabilecek ve bu işlem sırasında diğer malların konumlarını bozmayacak biçimde sergilenirler.

Üyeler tarafından sıkça istenilen mal türlerinin daha kolay alınabilecekleri yer ve biçimlerde sergilenmelerine özen gösterilir.

- b) Tartılarak satılmaları sözkonusu olan mal türleri, teraziye yakın olarak yerleştirilirler.
- c) Üyelerin incelemeleri sözkonusu olabilecek mal türlerinin, tekrar yerlerine konulmaları gerektiğinde, düzgün ve sergileme yerinden alındıkları biçimde kaldırılmaları gereklidir.
- d) Ağır mallar, sergileme yerlerinin zemine en yakın bölümlerine yerleştirilirler.

Malların Güvenli Biçimde Sergilenmesi

Geleneksel tezgah tipi mağazalarda satışa sunulan mal türlerinin güvenli biçimde sergilenmesi amacı ile uyulacak kurallar aşağıda belirtilmiştir :

- a) Kırılabilir ve ezilebilir mal ambalajlarının, çeşitli şekillerde yere düşmeleri önlenerek biçimde yapılmış sergileme yerlerine yerleştirilmeleri gerekir.

Bu amaçla sözkonusu mal türleri, rafların dış kenar ve köşelerine, zorlukla ulaşılacak ölçüde yüksek raflara ve ayakla çarplabilecek noktalara yerleştirilmezler.

- b) Satışa sunulan mallar, yalnızca bir tezgah görevlisinin yardımı ile alınıp bakılabileceği bir düzen içerisinde sergilenir.

Gerektiğinde, bu amaçla nazik uyarı levhaları konulur.

- c) Özellikle, zaman içerisinde tazeliğini yitirme olasılığı bulunan mal türlerinin sergilenmelerinde, sergi yerine önceden konulmuş bulunan malların, daha sonra yerleştirilen mallardan önce satılabilmesi için gerekli önlemler alınır.

Bu amaçla, bu tür malların yerleştirildiği raflara, getirilen yeni mallar rafın arka tarafına konulmak suretiyle yerleştirilir ve mevcut mallar öne alınarak, öncelikle satışları sağlanır.

- d) Kötü niyetli kimselerin ilgisini çekebilecek mal türlerinin, kolaylıkla ulaşılacak yerlerde sergilenmemelerine özen gösterilir.

C. SELF SERVİS MAĞAZALARINDA MALLARIN SERGİLENMESİ ESASLARI :

Mal Sergilerinin Kendi Kendilerini Tanıtır Biçimde Düzenlenmesi

Self Servis mağazalarında satışa sunulan mal türlerinin büyük bir bölümünün, üyelerin kendileri tarafından sergilenme yerlerinden bulunup alınmaları suretiyle satılmaları esas ilkedir. Mağaza görevlileri, yalnızca yardım isteminde bulunan ya da bu izlenimi uyandıran üyeler ile doğrudan ilgilenirler.

Self Servis mağazalarında, malların kendi kendilerini tanıtır ve satar biçimde sergilenmesi için gerekli kurallar aşağıda belirtilmiştir :

- a) Duvar reyonları, orta reyonlar ve diğer sergileme bölümlerinin üzerlerine, mağazanın herhangi bir yerindeki bir alıcı tarafından kolaylıkla görülebilecek büyüklükte levhalar yerleştirilerek, ilgili sergi yerinde bulunan «mal Grupları» belirtilir.
- b) Self Servis mağazalarında, çeşitli sergileme bölümleri arasındaki koridorların üyelerin yalnızca geçiş için değil, çok zaman durup malları inceleyebilecekleri biçimde yeterli genişliğe sahip olması sağlanır.
- c) Gerektiğinde, herhangi bir mal grubuna dahil bir malın ayırıcı nitelikleri, özel fiyat indirimleri ve diğer bilgiler uyarıcı pankartlar kullanımı ile üyelerin dikkatine sunulur.
- d) Bir kısım hazır giyim ile tartımı gerekli et ve süt maddeleri dışında, tüm mal türleri ambalajlanmış ve üzerlerine fiyat etiketleri konulmuş olarak sergilenir. Ek bir kolaylık sağlamak üzere, mal çeşitlerinin sergilendiği rafların ön yüzlerine, ayrıca fiyat etiketleri konulur.

Tüm Malların Görünebilmelerinin Sağlanması

Self Servis mağazalarında, üyelerin mağazaya her bir gelişinde mağazanın olabildiğince geniş bir kesimini dolaşmalarını sağlamak ana ilkedir.

Bu amaçla, üyeler tarafından en çok istem konusu edilen mal türleri saptanarak, bu tür mal grupları mağazanın çeşitli kesimlerine sergileme kurallarına uygun olarak serpiştirilerek yerleştirilir.



Self servis mağazalarında malların sergilenmesine ilişkin bir örnek...

Üyelerin Mal Alımlarının Kolaylaştırılması

Üyelerin, Self Servis Mağazasında kolaylıkla alış veriş yapabilmelerini sağlamak üzere, aşağıdaki önlemler alınır.

a) Mağaza girişinde yeterli genişlikte bir alan ayrılarak, burada mağazanın satış kapasitesi ile orantılı sayıda müşteri el arabası ve müşteri el sepeti bulundurulur.

Kasa bankosunun hemen yanında ayrılacak olan benzeri büyüklükteki bir diğer kesimde bırakılacak olan bu araçlar, görevliler tarafından belirli aralıklarla tekrar girişteki yerlerine geri getirilirler.

- b) Reyonlar üzerine konulan, mal gruplarını belirtir levhaların tam olarak görülmediği bölümlerde, bu grupların sergilendiği yeri belirtir ok işaretleri konulur.
- c) Üyelerin, malları doğrudan bulup alabilmelerini kolaylaştırmak üzere, geleneksel tezgah tipi mağazalara uygun yerleştirme yapılmasına özen gösterilir.
- d) Herhangi bir nedenle, yardım isteyen ya da davranışı ile bu izlenimi veren üyelere, mağaza görevlilerince gerekli yardım yapılır, kendilerine malın yeri, nitelikleri ve diğer özellikleri konusunda gerekli bilgiler verilir.

ÖZEL SERGİLERİN DÜZENLENMESİ

Kooperatif yönetimi tarafından belirlenecek zamanlarda, aşağıda belirtilen amaçlarla özel sergiler düzenlenir :

- a) Kimi mal ve türlerinin normalin altında fiyatlarla satılması sözkonusu olduğu zamanlarda,
- b) Eski ve hasarlı bir kısım malların elden çıkartılması gerektiği durumlarda,
- c) Daha önce mağazada satışa sunulmamış bulunan yeni malların tanıtımı amaçlandığında ,
- d) Tatil, Bayram öncesinde satışları yoğunlaşan bazı malların sergilenmesi amacı ile,
- e) Üyelerin fazlaca dikkatini çekmeyen ve sürümlerinde yavaşlık görülen malların varlığı halinde

Özel sergilerin düzenlenebileceği yerler olarak; Mağaza girişinde uygun bir yer, çokça gereksinim duyulan mal gruplarının sergilendiği kesimler arasındaki pasajlar, orta rafların sonlarındaki dış yüzeyler, kasa bankosunun bulunduğu boş alanın uygun kesimleri, düşünülür.

Özel sergilerin düzenlenmesinde, sergileme tekniği açısından belirtilen kurallara uyulmasına özen gösterilir.

- a) Özel sergilerin görünümleri, diğer sergilere kıyasla belirgin bir farklılık ve çekicilik taşır.
- b) Mümkün olduğu hallerde, özel sergileme yapılan mal türlerinin bir kesiminin ticari ambalajları da sergi yerine konulur.
- c) Ancak, o mala ait yeterli stok var ise, bu tür sergilemeye yönelinir.
- d) Geçici sergiler, çok düzenli ve dengeli olarak düzenlenir.
- e) Üyelerin ilgilerini canlı tutabilmek üzere, özel sergiler daha sık değiştirilirler.

SELF SERVİS MAĞAZALARINDA SATICILIK HİZMETLERİ

Self Servis Mağazalarında, Et ve süt ürünlerinin satışının yapıldığı reyonlar ile dayanıklı tüketim maddeleri ve giyim eşyaları reyonlarında, üyelere dönük müşteri hizmetleri görevlendirilecek personel eliyle yürütülür.

Söz konusu hizmetler, aşağıdaki ana konuları kapsar :

- a) Tezgah tipi hizmetin sürdürüldüğü bölüme ait malların, tartım ve paketleme işlerinin yapılması,
- b) Satışlara ilişkin «Tutar Fişlerinin» düzenlenerek üyelere verilmesi,
- c) Üye istemleri ve mal gereksinimi konularında Mağaza Müdürlüğüne bilgi verilmesi.

Anılan kesimler dışındaki sergileme bölümlerinde, malların tamamlanmaları, yerleştirilmeleri ve her türlü temizlik, düzenleme, gereksinimlerin saptanması ve bildirilmesi hizmetleri konularında, mağaza görevlileri ortak sorumluluk taşırlar.

ETİKETLEME

ETİKETLEMEDE AMAÇ

Mağazadan alış-veriş yapan kooperatif üyeleri ile müşterilere satılan malların fiyatları ile kalitelerini karşılaştırma, mağazanın fiyatlarının başka mağazalarla kıyaslanması ve ellerindeki mevcut para ile ne kadar mal alabileceklerine karar vermelerine olanak sağlanması ve mağaza personelinin satılan malların fiyatlarını öğrenmeleri amacıyla etiketleme yapılır.

ETİKETLEMEDE TEMEL KURAL

Etiketlemede temel kural mağazada satışa sunulan tüm malların fiyatlarının üyelere ve müşterilere açık ve net bir biçimde gösterilmesidir. Bazı istisnalar dışında, satışa sunulan tüm mallar farklı yöntem ve malzemeler kullanılarak etiketlenirler.

ETİKETLEMENİN İSTİSNALARI

Tek tek etiketlenmelerine gerek kalmayan, ancak fiyatları konusunda üyelere ve müşterilere bilgi verilmesi gereken mal grupları şunlardır :

a) **Çabuk satılan mallar** : Meşrubat, tekel maddeleri, bisküi ve benzeri mallar, çok çabuk satılabileceklerinden, bunların adet olarak ayrı ayrı etiketlenmesi hem gerekmez, hem de personelin çok fazla zamanını alır. Bu tür malların fiyatları, satıldıkları reyon ya da buzdolaplarının yanına yerleştirilecek tabelalarda gösterilir.

b) **Dondurulmuş gıdalar** : Dondurulmuş gıdaların ambalajları üzerine yazı yazılamayacağı gibi, etiket de kolaylıkla yapıştırılamaz. Bu malların da fiyatları, satıldıkları buzdolabı yanına yerleştirilecek tabelada gösterilir.

c) **Paketlenmemiş gıda maddeleri** : Önceden paketlenerek servise sunulmasının mahzurlu bulunduğu ve alış-veriş anında tartılarak ağırlığına göre fiyatı değişebilecek gıda maddelerinin birim fiyatları da tabelâ üzerine yazılarak üyelerin bilgilenmeleri sağlanır.

KASİYERLERİN FİYAT LİSTESİ

Tabelâ ile üyelere gösterilen malların fiyatlarının bilinmesi, etiketli malların da fiyatlarının para alınması sırasında son bir kez kasiyer tarafından kontrol edilmesi bakımından, kasa yanında mağazada satışa sunulmuş tüm malların fiyatlarını gösterir bir liste bulundurulur. Etiketler ve tabelâlardaki fiyatlar değiştikçe, kasiyerin listesindeki fiyatlar da öncelikle değiştirilir.

RAFLARA ETİKET YERLEŞTİRİLMESİ

Herbir malın ayrı ayrı etiketlenmiş olmasından ayrı olarak, özellikle fiyatların belirli bir mesafeden görülebilmesi bakımından, raflara da büyük boyutlu etiketler yerleştirilir. Malların üzerlerindeki fiyatlar değiştikçe, raf kenarlarındaki etiketler de yenilenir. Raf kenarında gösterilen fiyat ile mal üzerindeki fiyatın aynı olmasına itina gösterilir.

ETİKETLEME YÖNTEM VE MALZEMELERİ ;

Etiketleme yöntem ve malzemelerinin seçiminde, malın ambalajına uygunluk, alıcının fiyatı görebilmesini sağlayıcı biçimde ve etiketlerin düşmemesi ile kötü niyetli kişilerin değiştirmelerinin önüne geçilebilecek şekilde hareket edilmelidir.

Malların ambalajlarına göre seçilebilecek etiketleme yöntem ve malzemeleri şunlardır :

- a) Fiyatın malların üzerine doğrudan yazılması : En basit yöntem olup, genellikle kalın uçlu ispirotlu kalemle kullanılır. Rakkamların okunaklı ve malın paketinin açık renkli bir yerine yazılması gerekir.
- b) Lastik damga kullanılması : Fiyatlandırılacak malın çok sayıda bulunması, fiyat basılacak sathın düz olması hallerinde kullanılır. Lastik damganın fiyatı değişik mallar için kullanılırken ayarlanması ve fazla mürekkep bırakarak fiyatın rahat okunmasını engellememesine özen gösterilir. Plastik ambalajlı ve yumuşak mallar için lastik damga kullanılmaz. Lastik damga, kullanılmadan önce ve sonra temizlenir.
- c) Fiyat şeritleri : Rulo halinde sarılmış olarak baskı makineleri ile kullanılabilir fiyat şeritleri, kumaş hariç her çeşit mala yapıştırılabilir. Makineler otomatik ve ayarlanabilir fiyatları kendileri basarlar ve malın ambalajı üzerine kendileri vururlar.

- d) Fiyat etiketleri : Diğer yöntemlerin kullanılamaması halinde, ip yada toplu iğne kullanılarak malın üzerine tutturulacak olan etiketlerin üzerine fiyatlar yazılmış ya da fiyat şeritleri yapıştırılmış olmalıdır.

FİYATIN KONULACAĞI YERLER

Çeşitli mal gruplarına göre fiyatın yazılacağı ya da fiyat etiketinin yapıştırılacağı yerler, aşağıdaki ilkelere göre belirlenir :

- a) Tepeleri yukarı gelecek şekilde sergilenen şişe, bidon, kavanoz, vb. gibi malların tepelerine, ya da kapakları üzerine etiket yerleştirilir.
- b) Yemek takımları, cam mamulleri, vb. gibi muntazam şekilde olmayan malların fiyat etiketleri, malın tabanına vurulur.
- c) Malın üzerinde üretici ya da imalatçı tarafından fiyat yazılması ya da yapıştırılması için kare veya daire biçiminde özel yerler hazırlanmış olursa, buralar kullanılır.
- d) Muntazam şekilli olan malların fiyat etiketi, zarf üzerine pul yapıştırır gibi, paketin sağ üst köşesine yapıştırılır.
- e) Fiyat etiketi ile yapıştırılan yüzeyin rengi aynı ya da benzer renkler olmamalı, tercihan koyu zemine açık renk etiketler yapıştırılmalı ve fiyatın belirgin biçimde görülmesi sağlanmalıdır.
- f) Mallar üzerinde fiyat etiketi konulabilecek uygun yer bulunduğunda her zaman aynı yöntem, aynı mallar için kullanılır.
- g) Etiketlerin malı tahrip edebilecek, ya da ambalaj üzerindeki yararlı bilgileri kapatacak biçimde yerleştirilmesine özen gösterilir.

ETİKETLEME İŞLEMİ

Etiketleme işlemi, aşağıdaki ilkelere göre gerçekleştirilir :

a) Koli ya da çuval halinde depoya yerleştirilmek üzere teslim alınan malın birim fiyatı, Fiyat Defterine bakılarak koli üzerine yazılır.

b) Mağazanın satış alanı, teslim alınan tüm malların tamamının sergilenmesine yeterli olmadığından, malların bir bölümü depoda muhafaza edilir. Kolilerin üzerine, birim satış fiyatları yanısıra, teslim alındıkları tarih de kaydedilir. Böylece, depoya ilk giren mal, mağazaya çıkışı yapılacak olan ilk mal olarak

işlem görür ve önce gelmiş olan malların bayatlaması ya da fire vermesi önlenmiş olur. Bu yöntemle, eski mal depodan daha önce çıkar ve mağazada da ilk önce satılır.

c) Teslim alınan ve depoya yerleştirilen mallar, uzun süre depoda bırakılmayarak, satış mahalline alınırlar. Etiketleme, koli üzerindeki birim satış fiyatlarına göre depoda yapılabileceği gibi, koli halinde bir el arabası ile mağazaya getirilerek malların raf ve reyonlara yerleştirilmesi sırasında da yapılabilir.

d) Bu yöntemle etiketlenen mallar, sergilenmek üzere raflara yerleştirilir. Ancak, raflarda bulunan eski mallar rafların ön tarafına çekilerek yeni mallar arkaya alınır ve ilk giren ilk çıkar kuralına uyulmasına özen gösterilir.

e) Kolide bulunan tüm malların bir defada etiketlenmiş olmasına dikkat edilerek, etiketlenmemiş malın sergilenmesi önlenmiş olur.

f) Rafların doldurulması ile etiketlemenin aynı anda yapılması, hem fiyatların kontrolü, hem de aynı zamanda mağazada alış-veriş yapan üyelerle ilgilenme olanağı vereceğinden, zorunlu haller dışında tercih edilir.

ETİKETLEME VE ÖNPAKETLEME

Mağazada sergilenmeden önce, depo veya mağazada önpaketlemeye tabi tutulacak mallar için genel kural «paketle-tart-etiketle» kuralıdır. Ancak, kesekâğıdı ya da benzeri bir malzeme ile yapılacak paketlemede, eğer fiyat paketin üzerine kalem ile yazılacak ise, bu işlem paket ya da kese kâğıdı boş iken yapılır.

YENİDEN FİYATLANDIRMA

Depo ve mağazada bulunan malların alış fiyatları arttığında, mevcut malı aynı para ile yerine koyabilmek, dolayısıyla sermayenin değer kaybını önlemek bakımından, stokta bulunan mallar yeniden değerlendirmeye tabi tutularak, fiyatları yeni alım fiyatlarına uygun olarak yükseltilir. Rafların eski mal satılıncaya kadar kısmen boş bırakılması, ya da eski malların eski fiyatlarla, yeni malların da yeni fiyatlarla aynı rafta satışa sunulması mümkün olmadığından, yeniden fiyatlandırma kaçınılmaz olarak yapılır.

Üzerine eski fiyat etiketi konulmuş olan mallardan, bu etiketler çıkarılarak, yeni fiyatı taşıyan etiketler yapıştırılır. Eski etiketler çıkarılmadığı takdirde, yeni etiket, eskisini tam olarak kapatacak şekilde onun üzerine yapıştırılır. Malın farklı yerine

yeni etiketin yapıştırılması, eski etiketin de unutularak yerinde bırakılması gibi olaylara meydan vermemek bakımından en iyi yöntem, eski etiketin üzerine yenisinin yapıştırılmasıdır.

Fiyatları kalem ile yazılmış ya da lastik damga ile basılmış malların eski fiyatları aseton ya da benzeri bir sıvı kullanılarak iyice çıkarıldıktan sonra yeni fiyatlar yazılır.

Fiyatları değişmiş malların sergilendiği raf kenarlarında ve tabelalarda bulunan fiyat etiketleri ile kasiyerin fiyat listesinin de bu değişime uygun olarak değiştirilmiş olmasına dikkat edilir.

FİYAT DEĞİŞİMLERİNİN KAYDEDİLMESİ

Etiketleme işleminden önce, fiyatı değişen malların depo ve mağazada sayımı yapılarak, yeni fiyatların belirlenmiş olması gerekir.

Kooperatif Müdürü, Yönetim Kurulu kararları doğrultusunda yeni fiyatları belirleyerek, özel bir deftere kaydeder ve etiketleme bu defterdeki fiyatlara göre yapılır.

STOK KONTROLÜ

Mağazanın en önemli varlığı, satılmakta olan mallardır. Bunlara mağaza stoku denilir. Mağaza işletmeciliğinde stokun iyi muhafaza edilmesi ve değerinin bilinmesi çok önemlidir. Ancak, stokun değeri her gün değiştiğinden, bazı kayıtlar tutulmadıkça, stok kontrolü mümkün olmaz.

STOK KAYITLARI NİÇİN TUTULUR?

a) **Firenin Kontrolü** : Mağazamızdan bazı mallar çalınmış olabilir, dikkatsiz işçilik yüzünden bozulmuş, kırılmış olabilir. Mallar ,çeşitli yollarla kaybolmuş olabilir. Stok kaydı tutularak, mağazada hangi maların ne miktarda bulunduğu öğrenilir ve bu kayıtlar bizim herhangi bir mal kaybımızın bulunup bulunmadığını ortaya çıkarmamıza yardımcı olur.

b) **İşletme Sonuçlarının Kontrolü** : Mağaza yönetimi, işletme raporu hazırlarken, stok kontrol kayıtlarına ihtiyaç duyar. Yani, stok değeri bilinmeden bu raporlar çıkarılamaz. Mal sayımı yapılarak aynı sonuç elde edilebilir. Ancak, her ay sayım yapılması mümkün olmadığından, bu kayıtlar, yönetici için gerekli bilgileri daha kolay sağlayabilir.

MİKTAR YÖNÜNDEN STOK KONTROLÜ

Kooperatif mağazasında bulunan malların kaç adet veya parçadan meydana geldiğini gösteren sisteme, miktar yönünden stok kontrol sistemi denir.

Miktar yönünden stok kontrolü detaylı bilgi verebilir. Ayrıca, ne zaman yeni mal siparişinde bulunulacağı da bu yolla öğrenilebilir. Hangi malların hızlı, hangi malların yavaş satıldığı konusunda da bilgi sahibi olunabilir.

Ancak, kooperatif mağazaları genellikle yüzlerce çeşit mal bulundururlar. Mağaza personelinin, zaman ayırıp tüm bu malların kayıtlarını tutmaları mümkün değildir. Kayıt tutulurken hata yapılması ise, elde edilecek bilginin kullanışlı olmasını olanaksızlaştırır.

Bu nedenle, miktar yönünden stok kontrol sistemi, genellikle kooperatif mağazaları için önerilmez. Bununla beraber, dayanıklı tüketim malları ve bir kısım değerli malların stok kontrolü bu sistemle yapılabilir.

DEĞER YÖNÜNDEN STOK KONTROLÜ

Miktar yönünden stok kontrol sistemi yerine, pek çok kooperatif mağazası, stoktaki malların miktarını değil, toplam değerini gösteren bir sistem kullanırlar. Bu sistem, miktar yönünden stok kontrol sistemine kıyasla daha pratik bir sistemdir.

Değer yönünden stok kontrolü, ya satış, ya da maliyet fiyatı üzerinden yapılır. Satış fiyatı üzerinden stok değeri hesaplanması halinde, firenin hesaplanması daha kolaydır.

Satış fiyatı, mallar üzerine etiketlenirken, stok değeri bu fiyat üzerinden deftere işlenerek, sayım yapılırken bu değer üzerinden yapılır.

K A Y I T

Stok kontrol kayıt defterindeki sayfalar stok kartlarına çok benzer. Aradaki en önemli fark, malların miktarı yerine, satış fiyatları üzerinden değerlerinin kaydedilmesidir.

Örnek bir stok kontrol kayıt kontrol defteri sayfası aşağıya çıkarılmıştır :

Sayfa No :

STOK KONTROL DEFTERİ

Sayfa No :

Tarih	Açıklama	Stok Değerindeki Artış GİREN	Stok Değerindeki Azalma ÇIKAN	Stoktaki mal Değeri KALAN

Şimdi stok kontrol kayıtlarının nasıl yapıldığını sıra ile öğrenelim :

1 — Açılış Stoku : Stok kontrol kayıt defterine yapılacak ilk kayıt, açılış stok değeridir. Örneğin, 1.1.1985 tarihinde mağazanın satış fiyatı üzerinden 5.000.000.— TL. mal ile hizmete açıldığını varsayalım. Açılış stoku olarak bu miktar, stok kayıt defterinin KALAN hanesine işlenerek işe başlanır.

2 — Satışlar : Mal satışı, stok değerindeki azalma demektir. Bu durumda da, satılan mal değeri, defterin ÇIKAN hanesine işlenecek ve stoktaki mal değerinden, yani açılış stokundan çıkarılarak kalan bulunacaktır.

Her bir kalem malın, her satışında deftere işlenmesi mümkün değildir. Satış değerlerinin günlük toplamı tek kalem olarak ertesi gün deftere işlenmelidir.

Her gün sonunda mağazamızda kalan malın değeri, teorik, yani kaydı bir değerdir. Gerçek stok değerini bulmak için, sayımı yapılarak, sonucunun kaydı stok değeri ile karşılaştırılması gerekir.

Kredili satış değerleri de, peşin satışlara eklenerek toplam satış değeri bulunmalıdır. Kredili satışların, toplam satışlara eklenmesinin unutulmaması gerekir.

3 — Alımlar : Alımlar daima bir belge ile tevsik edilmelidir. Bu belge ya faturadır, ya da irsaliye (teslimat belgesi) veya ödeme makbuzudur. Peşin veya kredili alımların, mutlaka bu belgelerden birine dayandırılması gerekir. Böylelikle, malın maliyeti bulunur.

Malların teslim alınması bölümünde de açıklandığı gibi, gerekli kontroller yapıldıktan sonra, maliyet fiyatlarından hareketle tüm malların satış fiyatları bulunur ve bu fiyatlar üzerinden stok kontrol defterine kayıtları yapılır.

Kayıt yapılırken, alınan mal satış fiyatı üzerinden «Stok değerindeki artış, GİREN» hanesine işlenir. Kayıt yapmak için, malın faturasının gelmesinin beklenmesi gerekmez. Zira, mal hemen satışa sunulacağından, teslimat belgesi ya da ödeme makbuzunda bulunan maliyet fiyatlarından hareketle, hemen satış fiyatlarının bulunması ve stok kaydının yapılması gerekir.

4 — Müşterilerin Mal İadeleri : Mağazadan satın alınan mallar, ortaklar veya müşteriler tarafından iade edildiğinde, mal satış fiyatı üzerinden stok defterinin GİREN hanesine işlenerek, malı iade eden ortak ya da müşteriye, ödediği bedel, bir tediye makbuzu ile geri ödenir.

5 — Malların Toptancıya İadesi : Bozuk, ya da hasarlı çıkan, veya belirli bir sürede satılamaması halinde iade edilmesi koşulu ile alınan malların toptancıya iadesinde, bu malların stok kayıt defterine işlenmelerinde «Stok değerindeki azalma ÇIKAN» hanesi kullanılır. Ancak, böyle bir mal müşteriye satılmak yerine toptancıya ya da üreticiye iade edilerek mağazadan çıktığından, «giriş» ya da «maliyet» fiyatı ile çıkması gerekir. Yani, böyle bir çıkış, satış fiyatı ile değil, alış fiyatı ile yapılacaktır.

Oysa, böyle bir mal, satış fiyatı ile stok defterine kaydedildiğinden ve iadesinde de alış fiyatı üzerinden çıkış yapıldığından,

arada bir «fark» meydana gelmektedir. Yani, mal iade edildiği için, satıştan elde etmeyi planladığımız gelir, bu «fark» kadar azalmaktadır. Şu halde, satış gelirlerimizden, bir mahsup ile bu miktarın tenzil edilmesi gerekir.

6 — Boş Kaplar : Mağazada satılacak meşrubat, içki, v.b. malların şişeleri, kasa ve diğer depozito ödenmiş kapları, stok değerine dahil edilir. Bu yüzden, kapların stokunda herhangi bir değişiklik olduğu zaman, bu, stok defterine kaydedilmelidir.

Aslında bu kaplar ne satın alınır, ne de satılır. Sadece boşlarla değiştirilirler. Böyle durumlarda, boş kaplar değiştirilmeden mağazada muhafaza edildiğinden, kaydedilmelerine gerek kalmaz.

Bu bakımdan, stok değeri sadece nakit depozito devreye girince değişir. Olaya şöyle bakmak, sorunun çözümünü kolaylaştırır :

— Müşteri, depozito ödediğinde hem meşrubatı, hem de şişesini satın almaktadır.

— Şişeyi geri getirdiğinde, mağaza depozitoyu geri ödemektedir, yani boş şişeyi geri satın almaktadır.

Birinci durumda, mağaza bu satışı, meşrubat ve şişe satışı olarak kaydetmekte, ikinci durumda ise, mağaza geri satın aldığı şişeler için bir tediye makbuzu kesmekte ve bu miktar günün sonunda stok kontrol kaydına alınmaktadır.

Kooperatif mağazalarında, münhasıran boş kaplar ile ilgili daha pratik çözümler getirilebileceği kanısındayız.

7 — Fiyat Değişimleri : Mallar mağazada satılmakta iken, fiyatları değiştiğinde, bu değişimlerin aşağıda örneği verilen bir «FİYAT Değişim Formu» ile tesbit edilmesi gerekir.

FİYAT DEĞİŞİM FORMU

Tarih : **No :**

Madde Adı	Miktar	Birim Fiyat			Stok Değeri	
		Eski	Yeni	Değişim	Artış	Azalış

Bu form ile tesbit edilen fiyat artışı, stok kontrol defterinin «GİREN» hanesine, fiyat düşmesi de «ÇIKAN» hanesine işlenir. Böylelikle, hareket halindeki malların, durdukları yerde de kazandıkları değer artışı, kayıtlarımıza girmiş olur.

8 — Mağazada Kullanılan Mallar : Kooperatif mağazası ve bürosunun intiyacı olan temizleme maddeleri ve kırtasiye gibi mallar, yine mağaza sorumlusunun onaylayacağı bir belge karşılığı, bedelleri ödenmeden mağazadan çıkarılabilirler. Böyle mallar da, yine satış fiyatları üzerinden, stok kontrol defterinin «ÇIKAN» hanesine kaydedilir. Bunların çıkışları, gelir getirici bir çıkış, yani satış olmadığından, konu, satış gelirlerinin muhasebesinde, bu düşünce doğrultusunda işlem yapılır.

9 — Bozulmuş Mallar : Mağazadaki bazı mallar bozulabilir, ya da kırılabilir. Bunlara ilişkin kooperatif yönetim kurulunun kararına dayalı olarak, stok kontrol defterine yine satış fiyatları üzerinden ve «ÇIKAN» hanesine kayıtları yapılır. Daha sonra da, satışlar ve satış gelirlerinde de gerekli düzeltmeler yapılır.

10 — Mal Olarak Ödemeler : Kooperatif mağazası, bir kısım hizmetler karşılığını mal olarak ödemeyi kabul etmiş ise, buna ilişkin mal çıkışları da stok defterine işlenir. Ya da yönetim kurulu mal bağışı yapmayı kararlaştırmış ise, buna ilişkin mal çıkışları da satış fiyatı üzerinden bulunacak toplam bedel üzerinden yine defterin «ÇIKAN» hanesine kaydedilir. Satış gelirlerinde oluşacak fark da, toplam satış gelirlerinden tenzil edilir.

11 — Ambalaj Malzemeleri : Ortak ve müşterilerin satın aldığı malların ambalajlanması için kullanılan, yani bunlara karşılık bir «bedel» alınmayan malzemeler, stok kontrol defterine kaydedilmezler. Ancak, adet ya da miktar olarak, mağaza yönetimi tarafından ayrıca kayda alınması ve takip edilmesi yarar sağlar. Bedeli karşılığı satılmak üzere mağazada bulundurulmuş sepet, ya da alışveriş torbalarının, satış fiyatları üzerinden deftere kaydedilmeleri gerekir.

Özetlemek gerekir ise, mağazada görevli tüm personelin, hangi malların mağaza veya büroda kullanılmak üzere ve nasıl bir işlem ile mağazadan çıkarılacağını, bozulan mallara ilişkin nasıl bir işlem yapılacağını çok iyi bilmeli, böylece stok kontrol defterimiz, bedelli, ya da bedelsiz tüm mal çıkışlarını kaydedebilmelidir.

FİRENİN KONTROLÜ

Stok kontrol kaydındaki bakiye, stokun teorik satış değerini gösterir. Sayım ise, mağazada satış fiyatları üzerinden ne kadar mal kaldığını gösterir. Bu nedenle, Kooperatif Yönetimi, fire olup olmadığını, ya da fire miktarını öğrenmek için sayım yap-

tırabilir. Kooperatif mağazaları, her ay sonunda, ya da hiç değilse en çok üç ayda bir fiili mal sayımı yapmaları gerekir.

Sayımdan sonra, mağazadaki malların satış fiyatları üzerinden gerçek değeri kaydedilir. Bu rakam, stok kontrol kaydındaki teorik stok değeri ile karşılaştırılır. Böylece, o ay içinde, satışların yüzde kaçını oranda fire ve zayıt olduğu ortaya çıkmış olur.

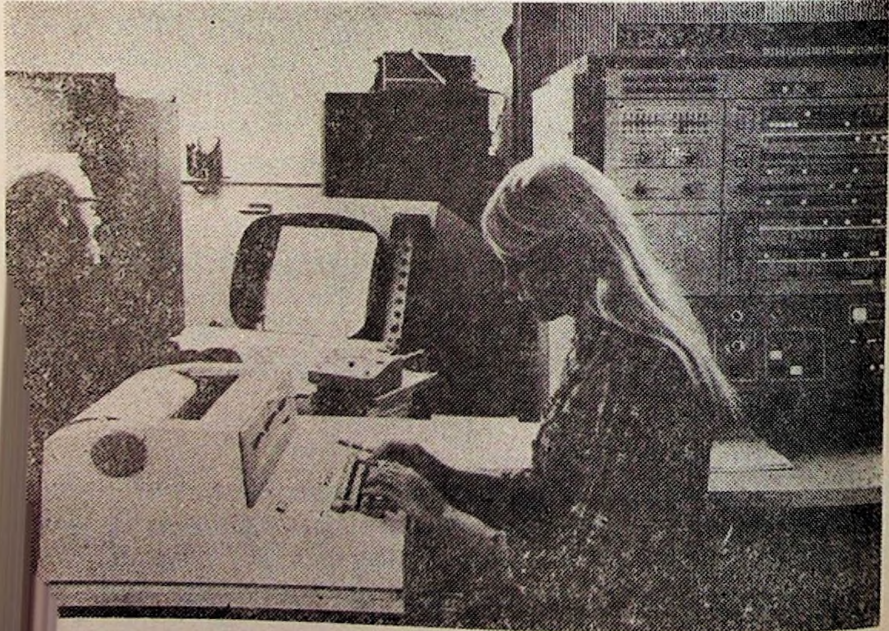
Fireye ilişkin ayrıntılı bilgi ayrı bir bölümde verilecektir.

STOK KAYITLARININ KAPANMASI

Ayda bir yapılan sayımlar ile, kaydi stok değerinin karşılaştırılması sonucu, satışlar üzerinden fire miktar ve oranının bulunacağını söylemiştik. Sonraki ayın açılış stok değeri de, yine teorik değer üzerinden kaydedilir. Yıl sonunda yapılan sayım ile, teorik kayıt bakiyesi karşılaştırılır ve böylece, yıllık fire miktarı ve oranı bulunmuş olur. Yeni yılın açılış stoku ise artık gerçek değeri üzerinden yapılır.

KOMPÜTER İLE STOK KONTROLÜ

Günümüzde büyük mağazalar ve «chain store» adı verilen zincirleme mağazalar, stok kontrolünü kompüter ile yapmaya başlamışlardır. İş hacmindeki gelişmelere paralel olarak, stok değerindeki çeşitlenmenin ve büyümenin de önemli boyutlara varması, stok kontrolünün el ile (manuel) olarak yapılmasını olanaksız hale getirmiştir. Gelişmiş ülkelerde yaygın biçimde kullanılan kompüter, ülkemizde bazı tüketim kooperatiflerinde de son yıllarda kullanılmaya başlanılmıştır.



Tüketim kooperatiflerimiz açısından kompüter ile stok kontrolüne geöiş, ölçek sorununun çözümüne bağılıdır. İş hacmi ve ortak sayısı, Avrupa'daki birim kooperatifler düzeyine çıkabilirse, elbette yalnız stok kontrol sisteminin değıl, diğler sistemlerinde de makinalaşmaya gitme gereğini duyacaklardır.

Stok kontrolünün kompüter yolu ile gerçekleştirilmesinde akılda tutulması gereken husus, kooperatifin gelişmesine uyarlanabilecek bir sistemin seçilmesidir. Bu sistem, yazar kasalar ve kooperatif muhasebe bürosu ile ilişkilendirilerek hizmete alınmalıdır.

Türk-İş Kooperatifler Bürosu'nun çalışmaları arasında, tüketim kooperatifleri için model bir sistem oluşturmaya dönük çalışmalar da bulunmaktadır. Yakın bir gelecekte, işçi kooperatiflerinin muhasebe ve mağaza işlemlerinin kompüterize edilmesinde yararlanılabilecek bir kitabın yayınlanması beklenmektedir.

tırabilir. Kooperatif mağazaları, her ay sonunda, ya da hiç değilse en çok üç ayda bir fiili mal sayımı yapmaları gerekir.

Sayımdan sonra, mağazadaki malların satış fiyatları üzerinden gerçek değeri kaydedilir. Bu rakam, stok kontrol kaydındaki teorik stok değeri ile karşılaştırılır. Böylece, o ay içinde, satışların yüzde kaçını oranında fire ve zayıt olduğu ortaya çıkmış olur.

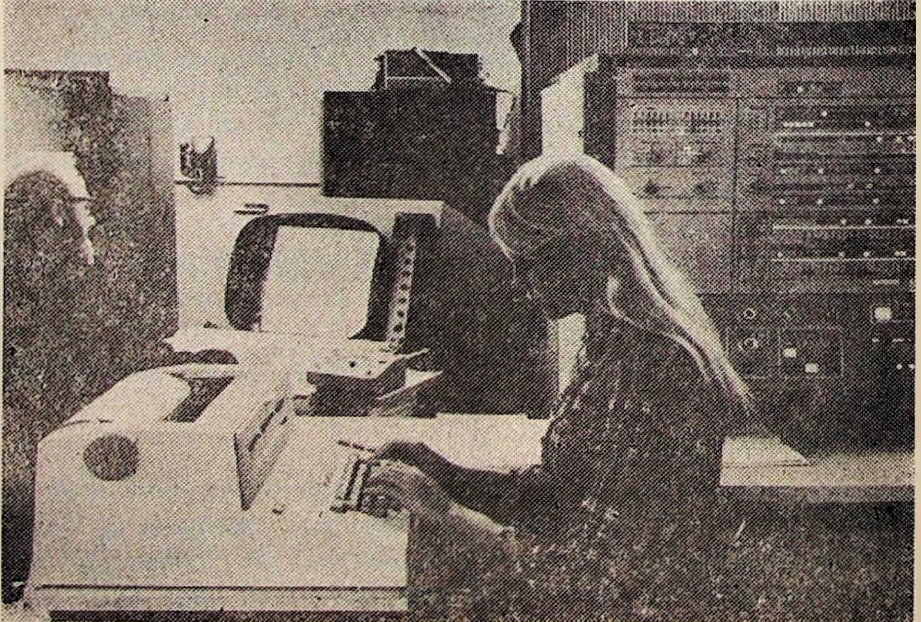
Fireye ilişkin ayrıntılı bilgi ayrı bir bölümde verilecektir.

STOK KAYITLARININ KAPANMASI

Ayda bir yapılan sayımlar ile, kaydi stok değerinin karşılaştırılması sonucu, satışlar üzerinden fire miktar ve oranının bulunacağını söylemiştik. Sonraki ayın açılış stok değeri de, yine teorik değer üzerinden kaydedilir. Yıl sonunda yapılan sayım ile, teorik kayıt bakiyesi karşılaştırılır ve böylece, yıllık fire miktarı ve oranı bulunmuş olur. Yeni yılın açılış stoku ise artık gerçek değeri üzerinden yapılır.

KOMPÜTER İLE STOK KONTROLÜ

Günümüzde büyük mağazalar ve «chain store» adı verilen zincirleme mağazalar, stok kontrolünü kompüter ile yapmaya başlamışlardır. İş hacmindeki gelişmelere paralel olarak, stok değerindeki çeşitlenmenin ve büyümenin de önemli boyutlara varması, stok kontrolünün el ile (manuel) olarak yapılmasını olanaksız hale getirmiştir. Gelişmiş ülkelerde yaygın biçimde kullanılan kompüter, ülkemizde bazı tüketim kooperatiflerinde de son yıllarda kullanılmaya başlanılmıştır.



Tüketim kooperatiflerimiz açısından kompüter ile stok kontrolüne geçiş, ölçek sorununun çözümüne bağlıdır. İş hacmi ve ortak sayısı, Avrupa'daki birim kooperatifler düzeyine çıkabilirse, elbette yalnız stok kontrol sisteminin değil, diğer sistemlerinde de makinalaşmaya gitme gereğini duyacaklardır.

Stok kontrolünün kompüter yolu ile gerçekleştirilmesinde akılda tutulması gereken husus, kooperatifin gelişmesine uyarlanabilecek bir sistemin seçilmesidir. Bu sistem, yazar kasalar ve kooperatif muhasebe bürosu ile ilişkilendirilerek hizmete alınmalıdır.

Türk-İş Kooperatifler Bürosu'nun çalışmaları arasında, tüketim kooperatifleri için model bir sistem oluşturmaya dönük çalışmalar da bulunmaktadır. Yakın bir gelecekte, işçi kooperatiflerinin muhasebe ve mağaza işlemlerinin kompüterize edilmesinde yararlanılabilecek bir kitabın yayınlanması beklenmektedir.

FİRE ZAYİAT VE MAĞAZA HİRSİZLİĞİNİN ÖNLENMESİ

A. FİRE VE ZAYİATA KARŞI TEMEL ÖNLEMLER :

Malların Teslim Alınması Sırasında Alınacak Önlemler

Mağazada satışa sunulmak üzere satın alınan her türlü mal, depolama yerlerine ya da doğrudan mağazaya geldiğinde, teslim alma öncesinde :

- a) Sipariş ve teslimat arasında ağırlık, adet ve diğer ölçü farkları bulunup bulunmadığı,
- b) Gelen mallar arasında, kırık, çatlak, ezik, yırtık ve diğer biçimlerde hasarlı olup, mağazada satışı uygun olmayacak durumdaki malların bulunup bulunmadığı sayılır. Teslim alma işlemi bundan sonra tamamlanır.

Malların Depolanmaları Sırasında Alınacak Önlemler

İleri tarihlerde mağazalara gönderilmek üzere depolarda saklanan çeşitli malların :

- a) Söz konusu mal türüne ilişkin güvenli depolama kurallarına uyulmasına,
- b) Çeşitli depo çalışmaları esnasında, çarpma, ezme, kuma ya da yırtma gibi hasarlara uğratılmamalarına,
- c) Isı, nem ve soğuk gibi dış etkenlerle nitelik kayıplarına uğramamaları amacı ile, malların dönemsel denetim ve bakım işlemlerinin eksiksiz yapılmasına

özen gösterilir.

Malların, depolama yerlerinde verecekleri fire ve uğrayacakları miktar ve değer kayıplarından Depo Sorumlusu sorumlu tutulur.

Malların Tartımları Sırasında Alınacak Önlemler

Çeşitli malların fire vermeleri ya da diğer şekillerde miktar kayıplarına uğramalarının önlenmesi amacı ile, tartım işlemlerinde aşağıdaki kurallar uygulanır:

- a) Ön paketleme işlemleri süresince yapılacak tartımlar öncesinde, malın içinde bulunduğu kaplar (torba, çuval, varil, teneke, v.b.) brüt olarak özenle tartılır.

FİRE ZAYİAT VE MAĞAZA HİRSİZLİĞİNİN ÖNLENMESİ

A. FİRE VE ZAYİATA KARŞI TEMEL ÖNLEMLER :

Malların Teslim Alınması Sırasında Alınacak Önlemler

Mağazada satışa sunulmak üzere satın alınan her türlü mal, depolama yerlerine ya da doğrudan mağazaya geldiğinde, teslim alma öncesinde :

- a) Sipariş ve teslimat arasında ağırlık, adet ve diğer ölçü farkları bulunup bulunmadığı,
- b) Gelen mallar arasında, kırık, çatlak, ezik, yırtık ve diğer biçimlerde hasarlı olup, mağazada satışı uygun olmayacak durumdaki malların bulunup bulunmadığı saptanır. Teslim alma işlemi bundan sonra tamamlanır.

Malların Depolanmaları Sırasında Alınacak Önlemler

İleri tarihlerde mağazalara gönderilmek üzere depolarda saklanan çeşitli malların :

- a) Söz konusu mal türüne ilişkin güvenli depolama kurallarına uyulmasına,
- b) Çeşitli depo çalışmaları esnasında, çarpma, ezme, kırma ya da yırtma gibi hasarlara uğratılmamalarına,
- c) Isı, nem ve soğuk gibi dış etkenlerle nitelik kayıplarına uğramamaları amacı ile, malların dönemsel denetim ve bakım işlemlerinin eksiksiz yapılmasına

özen gösterilir.

Malların, depolama yerlerinde verecekleri fire ve uğrayacakları miktar ve değer kayıplarından Depo Sorumlusu sorumlu tutulur.

Malların Tartımları Sırasında Alınacak Önlemler

Çeşitli malların fire vermeleri ya da diğer şekillerde miktar kayıplarına uğramalarının önlenmesi amacı ile, tartım işlemlerinde aşağıdaki kurallar uygulanır:

- a) Ön paketleme işlemleri süresince yapılacak tartımlar öncesinde, malın içinde bulunduğu kaplar (torba, çuval, varil, teneke, v.b.) brüt olarak özenle tartılır.

Tartımı yapılarak, içlerindeki net mal miktarları saptanarak kaydedilen ambalajlar, bu amaçla kullanılacak olan geniş bir leğen içerisine yerleştirilir ve daha sonra açılırlar.

El ile yapılan paketleme işlemlerinde, kullanılacak kesekâğıdı ya da polietilen torbalar, yine temiz bir geniş leğen içerisine dizilerek özenle doldurulurlar. Doldurma işleminde, paketlerin içine istenilen ağırlık ölçüsünün biraz daha azının konulması, terazi üzerine konulduğunda noksan miktarın burada tamamlanması gerekir.

Tartım ve paketleme sonrasında arta kalan az miktardaki malın da yine tartılarak paketlenmesi ve miktarının üzerine not edilerek, daha sonraki tartımlarda değerlendirilmesi gerekir.

- b) Mağazalarda, üyelerin istemiş oldukları ve tartılıp paketlenerek satılmaları söz konusu olan malların tartımlarında da, tartım sürecinde dökülme, akma, vb. nedenler ile kayıpların oluşmamasına özen gösterilir.

Bu işlemlerde de, ön paketlemede olduğu gibi, ambalaja önce biraz eksik mal konulup, ardından terazi üzerinde tamamlanır.

Her iki tartımda da kullanılacak olan, çeşitli kapasitedeki teraziler, iki yılda bir kez Belediye Ölçü ve Ayarlar Müdürlüğü'ne götürülerek ayarlatılır.

Ancak, ek bir önlem almak üzere, belirli sıklıkta özel kontroller yapılarak, ölçme aletlerinin düzgün çalışıp çalışmadıkları gözden geçirilir.

İbrelî terazilerin, yine sıkça kontrol edilerek, tabla dibinde bulunan su terazisinin, hava kabarcığı çember ortasına gelecek düzlem ayarına getirilmesi gerekir.

Malların Paketlenmeleri Sırasında Alınacak Önlemler

Çeşitli malların paketlenmeleri sürecinde ya da paketleme işlemlerine ilişkin zayıt önleyici işlemlerin başında, mala uygun ambalaj malzemesinin seçilmesi gelir.

Gerek ön paketleme, gerekse mağazada yapılacak münferit paketlemelerde, çeşitli mal türleri için aşağıda belirtilmiş bulunan ambalaj malzemeleri kullanılır :

- a) Un ve diğer taneli kuru gıda maddeleri için :
- Tercihan kâğıt torbalar,
 - 2-3 aydan daha kısa süreli korumalar için polietilen torbalar.

- b) Zeytin ve benzeri nemli--taneli mallar için :
— Polietilen torbalar.
- c) Peynir türleri, açık tereyağ ve diğer süt ürünleri için :
— Polietilen torbalar.
- d) Et ve et ürünleri için :
— Önce iç kısmı polietilen kaplı kâğıt ambalaja sarılarak, polietilen torbalara konulabilir.

Kural olarak, süt ve et ürünlerinin çok kısa süreli saklamaları için ön paketleme yapılması gereklidir. Bu gibi mal türlerinin, tercihan istem anında tartım ve paketlenmesi gerekir.

Geleneksel tezgâh tipi mağazalar ile self servis mağazalarında, önceden paketlenmiş olarak sergilenen mal çeşitlerinin, sık aralıklarla gözden geçirilerek, yırtılma, ek yerlerinde açılma, patlama gibi zayıf yaratıcı durumların oluşmamış olmasına dikkat edilir.

Böylesi bir durum saptandığında, sözkonusu paket yeni bir ambalaj içine alınır ve yerine konulur.

Malların Sergilenmeleri Sırasında Alınacak Önlemler

Fire ve diğer zayıfın önlenmesi amacı ile, sergileme aşamasında aşağıda belirtilen önlemler alınır :

- a) Önceden paketlenmiş ya da paketlenmiş olarak satın alınmış bulunan mal türlerinin, kolilerden çıkartılarak sergi yerlerine yerleştirilmeleri esnasında, kırılma, yırtılma, patlama gibi dikkatsizlik sonucu kazaların önlenmesine özen gösterilir.
- b) Kolilerden bozuk, patlak çıkan mallar, ayrı bir yerde saklanarak, iadesi gerçekleştirilir.
- c) Yerleştirme esnasında, mal ambalajlarının dayanıklılık ve üzerlerine konulacak ağırlığı taşıyabilme güçleri gözönünde bulundurulur.
- d) Özellikle, çarpma ve düşme sonucu kırılabilecek nitelikteki mal ambalajları, rafların ön kenarları ve köşe noktalarına konulmazlar.
- e) Standart ve özel nitelikteki sergi düzenlemelerinde, mal paketlerinin dengeli olarak yerleştirilmelerine, istiflerin gereğinden yüksek yapılmamasına dikkat edilir.

Malların Etiketlenmeleri Sırasında Alınacak Önlemler

Mağazalarda, etiket uygulamalarından doğabilecek parasal kayıplara uğranılmaması amacı ile şu önlemler alınır :

- a) Fiyat etiketleri ya da bantlarının kötü niyetli müşteriler tarafından değiştirilmesini önlemek amacı ile muntazam biçimde yapıştırılmaları ya da yerleştirilmelerine özen gösterilir. Bu amaçla uygun ip ve zambak kullanılır.
- b) El ile yazılacak fiyatlar, okunaklı ve mürekkepli, kalın uçlu kalemlerle yazılarak, müşterilerin ve kasiyerin bu fiyatları yanlış okumaları önlenir.
- c) Malların paketleri üzerindeki fiyatlar ile, reyon kenarlarında bulunan etiketlere yazılı fiyatlar ve kasiyerin «Fiyat Defteri»ne kayıtlı fiyatların aynı olmasına dikkat edilir. Fiyat değişimi halinde, aynı malın her üç yerdeki fiyatı da aynı anda değiştirilir.

Mal Bedellerinin Tahsili Sırasında Alınacak Önlemler

Satılan mal bedellerinin tahsili sırasında, parasal kayıplara uğranılmaması amacı ile şu önlemler alınır :

- a) Kredili satışları belirtir satış fişleri, tam ve doğru olarak toplanabilmeleri ve tahsile konulabilmeleri için, her ayın en geç 20'sinde Kooperatif Muhasebesine intikal ettirilir.
- b) Peşin satış bedellerinin, doğru ve noksansız olarak tahsil edilebilmeleri için, mağaza kasa bankosu önünde sıkışıklık yaratmayacak genişlikte bir alan boş bırakılır.
- c) Satış görevlileri tarafından düzenlenecek satış fişleri dahil olmak üzere, tahsil işlemleri ile ilgili tüm yazışmalar, düzgün ve okunaklı olarak hazırlanır.

Kasa görevlisi tarafından, nakit işlemlerinde en üst düzeyde dikkat gösterilir.

B. MAĞAZA HIRSIZLIĞINA KARŞI TEMEL ÖNLEMLER :

Mağaza Düzenlenmesi İle İlgili Önlemler

Mağaza hırsızlığının önlenmesi amacı ile, mağaza düzenlenmesi yolu ile uygulanacak önlemler aşağıda belirtilmiştir;

- a) Mağazanın, giriş ve çıkış kapıları ayrı olmalıdır. Bunun mümkün olmadığı durumlarda, mevcut tek kapı genişletilerek, orta hatta konulacak bir metal parmaklık aracılığı ile giriş ve çıkış koridorları oluşturulur. Alış-verişlerin çok yoğun olduğu zamanlarda, bir görevli çıkış noktasını gözetim altında bulundurmak üzere görevlendirilir.

- b) Mağaza içerisinde, çeşitli reyon, tezgâh ve diğer sergi bölümlerinin yerleştirilmesi esnasında, bunlar görevlilerin görüş açılarını daraltmayacak ve kötü niyetli kişilerin gizlenmelerine olanak vermeyecek biçimde planlanır.

Bunun yanında, satış görevlilerinin sabit hizmet verecekleri tezgâh, buzdolapları gibi bölümler, mağazanın hemen tüm bölümlerini gözaltında bulundurabilecek biçimde düzenlenir.

- c) Mağaza girişinde, uygun büyüklükte gözlü raflardan oluşan bir dolap bulundurularak, üzerine konulacak bir levha aracılığı ile üyelerin beraberlerinde getirdikleri sepet, çanta, file gibi eşyalarını buraya bırakmaları istenir. Üyeler, alış-verişlerini müşteri el sepetleri ya da mağaza el arabaları ile yapmaya yönlendirilirler.
- d) Boyutları küçük, ancak değerleri yüksek olan çeşitli mallar, daima satış görevlilerince alınıp üyelere gösterilenecekleri, kapalı sergilerde teşhir edilirler. Mümkün olabildiği ölçüde, bu tür malların satıldığı reyonlarda para tahsilinin anında yapılabileceği, «Küçük Kasa» uygulaması yapılır.
- e) Fiyat etiketleri, malların üzerlerine kolay sökülemeyecek biçimde yapıştırılır, el ile yazılan fiyatlar ise tercihen keçe uçlu kalemler ile ve yine kolay silinemeyecek şekilde yazılırlar.

Mağaza Görevlilerinin Alacakları Önlemler

Mağazanın açık bulunduğu süre içerisinde, satış alanında bulunan tüm personelin, mağazanın güvenliği konusunda sorumlu bulunmaları esastır.

Sabit görev yerindeki personel, şüphe uyandıran bir hareket gördüğünde civarda dolaşmaya başlar.

Genel olarak, yoğun bir sabit görev yükümlülüğü bulunmayan görevlinin, güvenlik gözetimi konusunda da görevlendirilmesi yoluna gidilir.

Mağaza Hırsızlığı Olayı İle Karşılaşıldığında Yapılacak Uygulamalar

Mağaza hırsızlığı ile karşılaşılması durumunda, tüm mağaza görevlilerinin gözönünde bulundurmaları gereken temel kural, tam olarak emin olmadıkça, hiçbir kişinin hırsızlıkla suçlanmaması gerektiğidir.

Herhangi bir girişimde bulunmadan önce, müşterinin girişiminin tam olarak görülmüş olması gereklidir. Müşteri, herhangi bir malı gizlemiş görünüyorsa, bunun bedelini ödemek niyetinde olmadığından emin olmak gerekir.

Bir kimsenin, bedelini ödemeksizin mağazadan bir malı dışarı çıkardığı farkedildiğinde yanına gidilir. Kendisine, kooperatif bürosuna kadar gelmesi nazik bir dille söylenir. Bu uygulamayı, iki mağaza görevlisinin birlikte yapmaları, herhangi bir taşkınlığın önlenmesi açısından gereklidir.

Böyle bir durumda, sözkonusu kişi açık bir yerde ya da satış yerinde soğuya çekilemez.

Hırsızlık yaptığı saptanan kişi, büroya götürülürken dikkatle izlenir ve suç konusu malı giderken bir yere bırakması girişiminde bulunup bulunmadığı tesbit edilir.

İlgili kişiye, büroya neden davet edilmiş olduğu ancak büroya gelindiğinde söylenir. Malı nereden aldığını, nereye gizlediğini söyleyerek, suçu kabullenmesi istenir.

Kesinlikle emin olunmasına karşın, ilgilinin inkâr etmesi halinde, üzerinin ya da eşyalarının aranmasına kalkışılmaz. Durum, güvenlik makamlarına intikal ettirilir.

Böylesi durumlarda, yasaların gösterdiği yönde hareket edilmesi ana kuraldır.

S A Y I M

SAYIM NEDİR?

Kooperatif mağazasının ne miktar ve tutarda mala sahip olduğunu anlamak için malların tek tek kontrol edilmesi, miktar ve değer açısından sayılmasına, sayım işlemi denir.

Sayılan mal değerlendirilirken, satış fiyatları esas alınır. Böylece, malların satımı sonrasında elde edilmesi beklenen para miktarı anlaşılmış olur. Sayım sırasında hasarlı mallar, daha düşük fiyatla değerlendirilirler.

SAYIM NEDEN GEREKLİDİR?

Sayımın gerekli olduğu halleri şöyle sıralamak mümkündür :

1 — **Firenin Kontrolü** : Sayım işleminde, mağazadaki toplam mal stoku hesaplanır. Bu toplam, stokta **bulunması gereken** toplam ile karşılaştırılır. Saptanacak herhangi bir eksiklik, fire anlamındadır.

Dikkatsiz, ya da dürüst olmayan mağaza personeli, fireye neden olur. Fire, kooperatif ve ortaklar açısından bir zarar demektir. «Mağaza hırsızları» da kayıplara neden olurlar. İşte, sayım işlemi, firelerin ölçülmesine olanak verir. Böylece yöneticiler, yüksek fire tutarları ile karşılaşarlarsa, mağazada bir şeylerin düzenli gitmediğini anlarlar ve gerekli önlemleri alabilirler.

2 — **İşletme Sonucunun Öğrenilmesi** : Kooperatif mağazası, bir işletme fazlası sağlamakta mıdır, yoksa zarar mı etmektedir? Bu sorunun cevabının açık ve net olarak, yöneticiler tarafından bilinmesinde zorunluluk vardır. Sorunun cevabı ise, ancak sayım sonucu elde edilen bilgilerin, satış raporları ve masrafları ile birlikte değerlendirilmesine bağlıdır. Her ayın başındaki ve sonundaki stok değerlerinin bilinmesi, işletmenin genel iş hacmi yanında, bir sonraki ay ve aylarda nasıl bir mal alım-stok politikasının izleneceği konusunda da yöneticilere bilgi verir.

3 — **Bilanço Hazırlanması** : Kooperatifler Kanunu ve kooperatif ana sözleşmesine göre, her yılın sonunda bir bilanço hazırlanması gerekir.

Bilançoda bütün aktif değerlerin gösterilmesi zorunludur. Stoklar, belki de kooperatifin en değerli aktif kalemidir. Bu nedenle, bilançonun hazırlanmasından önce, sayım işlemi yapılmalıdır ki stok değeri hesaplanabilsin.

Sayımın, satış fiyatları üzerinden kıymetlendirileceğini belirtmiştik. Firelerin hesaplanmasında satış fiyatları esas alınır. Ancak, işletme fazlası ya da zararın hesaplanması ile Bilançonun düzenlenmesinde, maliyet fiyatları itibarıyla stok değerinin bilinmesi zorunludur. Bunun için, ortalama ticaret (kâr) marjını bildiğimize göre, satış fiyatından ticaret marjı oranını çıkardığımızda, maliyet fiyatını bulabiliriz.

Ozetle, mal sayımı, stoklarımızın genel durumunu gözden geçirme ve denetleme olanağını da sağlar. Stoklarda hasarlı mal kalemlerinin bulunup bulunmadığı, sürümü yavaş mal türlerinin bulunup bulunmadığı ve doğru bir mal çeşitlendirmesi yapıp yapmadığımız konularında da sağlıklı bilgi sahibi olmamıza ve hatalı uygulamaları düzeltebilecek girişimlerde bulunmamıza olanak sağlar.

SAYIM NE ZAMAN YAPILMALI?

- a) Yasa gereğince yapılması gerektiğinde,
- b) İşletme sonuçlarının saptanması gerektiğinde,
- c) Fire ve kayıpların sorun olması halinde yapılmalıdır.

Bunlara dayalı olarak, şu süre ve koşulların sonucunda da sayım yapılmalıdır :

1 — Sayım genellikle her ay yapılmalıdır : Bunun amacı, özellikle yeni hizmete açılan mağazalarda fire ve mal zayıflarının ölçülmesidir. Bu ölçümleme, kuşkusuz mal kayıplarını önleyemez. Ancak, yöneticilerin sayım sonucu çıkan fire oranına göre önlem almasına ışık tutar. Aylık sayımlar, ayın sonunda ve hafta sonu yapılabilir.

2 — Belirli bir süre, örneğin ilk dört ya da altı aylık dönemde, aylık olarak yapılan sayımlarda fire, çok düşük oranlarda seyretmiş ise, artık sayımın her ay yapılmasına gerek duyulmayabilir.

Bu durumda, sayımın her üç aylık dönemde bir kez yapılması düşünülebilir. Giderek bu sürenin daha da uzatılması mümkün olabilir ise de, yıl sonunu beklemeksizin, yıl içerisinde birkaç kez sayım yapılmasının, yöneticilere büyük yararı vardır.

3 — Müdür değişince sayım yapılmalıdır : Mağaza ya da kooperatif müdürü ayrıldığı takdirde, yeni müdür göreve başlama-
dan sayım yapılması zorunludur.

4 — **Fire Oranı Yüksek mi?** : Mağazada fire oranının yüksekliği konusunda bir izlenim edinilmiş ise. bunun kontrolü için de aıra sayımları yapılmalıdır.

5 — **Denetim Kurulu Toplantısında** : Kooperatifin denetim kurulu. kaydi stok değerlerini yeterli bulmayıp, mağaza ve depo- da sayım yapılmasını istediğinde de sayım yapılması zorunludur.

6 — **Kamu Denetim Elemanlarıncı Sayım** : İlgili Bakanlık ve kamu kuruluşlarının kooperatif denetlemeleri sırasında, gerek duyulduğunda, bunların talimatları gereğince de sayım yapılmalıdır

SAYIMA HAZIRLIK

Herhangi bir kooperatif mağazasında sayım işlemleri bütün bir günü almakta ise, bu durum. işlemlerin düzenli biçimde yürütülmediğinin bir belirtisidir. Sayımın, mağazanın normalden belki birkaç saat önce kapatılması suretiyle, bir akşam üzeri tamamlanması mümkün olmalıdır. Ancak bunun için, sayım hazırlıklarının tamamlanmış olması gerekir Aksi halde, hızlı bir şekilde yapılan sayımdan elde edilen sonuçlara güvenmek doğru olmaz.

1 — Mağazanın deposunda mümkün olduğunca bütün malları kapalı koliler, çuvallar ve kutular içinde muhafaza etmeliyiz. Açık olarak muhafaza edilmeleri gerekenler ise, depo raflarına muntazaman yerleştirilmiş olmalıdır.

2 — Henüz açılmamış bütün karton kutuların, kolilerin ve çuvalların üzerlerine, içlerindeki mal miktarı ve birim satış fiyatları yazılmış olmalıdır.

3 — Mağazada ise tüm mal çeşitleri gruplar halinde yerleştirilmiş olmalıdır.

4 — Mağazadaki tüm malların üzerlerinde birim satış fiyatları bulunmalı, fiyat değişikliğine tabi tutulacak mallar ise işaretlelenmiş, ya da fiyatları düzeltilmiş olmalıdır.

5 — Diğerleri tarafından önü kapatılmış, ya da gözden uzak köşelerde kalmış mallar var ise, bunlar görünür bir yere alınmalı ve kolaylıkla sayılabilecek biçimde yerleştirilmelidir.

6 — Sayım öncesi hasarlı malları tesbit edip, bunların tutanağa bağlanması, satılamayacak ölçüde fazla hasarı bulunan malların ise yine tutanakla imha edilmiş olması gerekir.

7 — Malların sergilendiği rafların bölmeleri, çekmeceleri, buzdolapları, vitrinler ve geçici sergileme standları önceden

numaralanmış olmalıdır. Böylelikle, sayım sırasında, bu numaralamaya göre işlem yapılacağından, bir kısım bölmelerde bulunan malların unutulmalarının önüne geçilmiş olur.

8 — Sayım işini yapacak heyetin belirlenmiş olması gerekir. Bu belirlemede, kooperatif ve/veya mağaza müdürü ile yardımcısı yanında, görevli personel ve en az bir yönetim ya da denetim kurulu üyesinin de bulunmasına ve sayımı kontrol etmesine dikkat edilmelidir.

9 — Sayım heyeti kendi arasında görev bölümü yapılmış olmalıdır. Malların sayımı, tartımı ve ölçülmesi, bu malları iyi tanıyan biri tarafından yapılmalıdır. Miktar ve birim fiyatların kaydedilmesi işi ise, yazısı düzgün ve okunaklı olan kişiye bırakılmalıdır. Kayıtların doğruluğu ise, kurul üyesi tarafından kontrol edilmelidir.

10 — Sayımın kısa sürede tamamlanması için, birden fazla heyet oluşturulmuş olması halinde, yönetim kurulu üyeleri birer birer heyetlerde görev almalı ve mağaza reyon ya da bölmelere ayrılarak sayım gerçekleştirilmelidir.

11 — Sayım için gerekli mallar ve araçlar da hazır bulunmalıdır. Her bir ekip için tükenmez kalem ve numaralanmış stok sayım formları bulunmalı, ayrıca tartı ve ölçü aletleri de ayarlı olmalıdır.

12 — Mağazada sayıma geçmeden önce, depoda bulunan mallar sayılmalı, stok kontrol kayıtları ile kontrol edilmeli ve mağazada sayım tamamlanınca kadar depodan mal çıkışları durdurulmalıdır.

13 — Ve nihayet, sayıma katılacak tüm görevliler, sayım ve kayıt yöntemi konusunda bilgilendirilmiş olmalıdırlar. Böylece, her bir heyetin farklı yöntem izlemesi önlenerek, hem sayımın daha kısa sürede bitirilmesi, hem de sağlıklı sonuçlar elde edilmesi sağlanmış olur.

SAYIMIN YAPILMASI

Buraya kadar saydığımız hazırlıklar tamamlanmış ise, mağaza kapatılarak sayım işlemine geçilebilir.

1 — **Sayım İşleri** : Sayım ekipleri, kendilerine ayrılan bölümde, numaralanan raflardaki malları saymaya başlarlar. Bir görevli, raflardaki malların cinsi, markası, miktarı ve birim satış fiyatını söylerken, diğer bir görevli de bu bilgileri sayım formlarına işler. Heyette görevli yönetim kurulu üyesi de, yapılan sayım ve kayıt işleminin eksiksiz ve doğru olarak yapıp yapılmadığını kontrol eder.

Sayım işleni devam ederken, tartılacak ve ölçülecek mallar da sağlıklı biçimde değerlendirilirler.

2 — Kayıt İşleri : Yukarıda belirtildiği şekilde yapılan sayım ve kayıt işleri, birbirini tamamlayan bir tempoda yapılmalıdır. Kayıtlar, sayfaları numaralanmış bir Stok Kayıt Formuna yapılır. Formda, sayım yapılan mağazanın bölümüne verilen numara, malın cinsi, marka ve boyutu, miktarı ve birim satış fiyatı ile, sonradan doldurulacak bir tutar hanesi bulunmalıdır. Kayıt işlemi yapılırken, sayılan mala ilişkin bilgiler bu bölümlere muntazam ve okunaklı olarak işlenir.

3 — Kontrol İşleri : Sayım ve kayıt sırasında hata yapılır ise, sayımdan beklenen fayda sağlanamaz. Bu bakımdan, Yönetim Kurulu Üyeleri, sayım sırasında **mutlaka** gözlemci ve denetçi olarak hazır bulunmalı ve sayımın sağlıklı yapıldığına tanık olmalıdır.

Sayım sonucunda, örnekleme yöntemi ile bazı bölümler yeniden sayılarak, kayıtlar ile kontrol edilir.

4 — Çuval ve Boş Kaplar : Kâğıt ve plastik ambalaj torbalar, ortaklara bedel karşılığı verilmekte ise, sayım esnasında bunlar da sayılmalı ve kayda alınmalıdır. Depozito ödemek suretiyle alınmış bulunan şişeler, kasalar ya da sandıklar var ise, boş ya da dolu olduklarına bakılmaksızın sayıma dahil edilmelidirler.

5 — Geciken Teslimat : Mal sayımı işlemleri tamamlandığında, gerçek stok değeri, stok hesabındaki değerle karşılaştırılacaktır. Sayım tarihine kadar mağazaya girmiş tüm malların, ~~xxx~~ hesabında kaydedilmiş bulunması gerekir.

Herhangi bir mal, sayım işlemleri sırasında mağazaya teslim edilir ise, bu durumda bu mala ait bilgilerin, sayım tamamlanincaya kadar sayım formlarına da, stok hesabına da kaydedilmemesi gerekir.

6 — Sayımın Tamamlanması : Sayma, ölçme, tartma, kayıt ve kontrol işlemlerinin bitirilmesinden sonra, heyet üyeleri, kendi stok sayım formlarının altını imzalayarak kooperatif müdürüne teslim ederler. Müdür, formları, ekiplere teslim ettiği sayfa numaralarına göre kontrole tabi tuttuktan sonra teslim alır. Eksik form çıkması halinde, sayım heyetinden ilgili bölümün yeniden sayılması istenilmelidir.

Kooperatif ya da mağaza müdürü, stok sayım formlarını kontrol ederek teslim aldıktan sonra, eğer sayım akşam yapılmış ise, ertesi gün hemen değerlendirmeye tabi tutmalıdır.

STOK DEĞERİNİN HESAPLANMASI

Kooperatif Müdürü, stok sayım formlarında kayıtlı bulunan mal kalemlerinin toplam satış bedellerini hesaplar. Mağazada çok sayıda mal türünün bulunduğu durumlarda, her bir form üzerindeki değerlerin hesaplanması sırasında da hata yapılabilir. Bu bakımdan, tutarlar bulunurken ve toplamalar alınırken, hesap makinası kullanılması gerekir.

Mağazada ve depoda bulunan tüm mal kalemlerine ait satış fiyat tutarının, genel toplamının elde edilmesi için bir çalışmanın daha yapılması gerekir. Stok sayım formlarının herbirine ait toplamaları bir liste halinde dökülerek, bunların da toplamaları bulunur.

Böylece, stokumuzun satış fiyatları üzerinden gerçek değeri bulunmuş olur. Artık bunu, stok kontrol kayıtlarımızda bulunan teorik değer ile karşılaştırarak fire oranımızı tesbit edebiliriz ve bu değere göre, gerekiyor ise bilançomuzu tanzim edebiliriz.

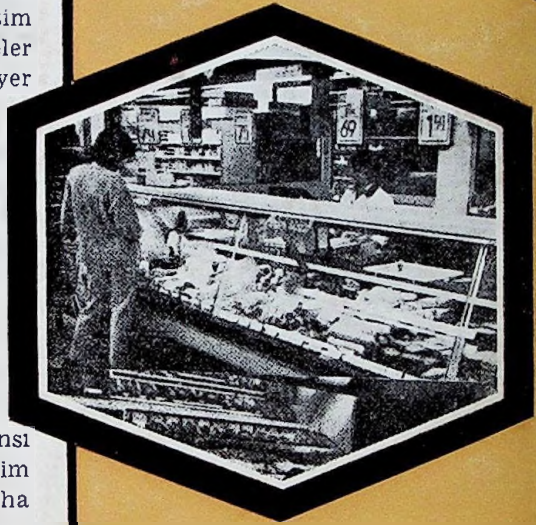
YARARLANILAN KAYNAKLAR

- 1 — Cooperative Management and Administration (ILO yayını, Cenevre 1975)
- 2 — KF Department Store Interiors, Stockholm, 1969
- 3 — KF Buying, Assortment and Price Policy, Stockholm 1969
- 4 — KF Stock Control by Computer, Stockholm 1969
- 5 — The Coop Group KF/KONSUM, Stockholm, 1984
- 6 — Building and Equipment for Small Shops, ILO/MATCOM, Torino, 1979
- 7 — Work Organisation and Staff Management, ILO/MATCOM, Viyena, 1982
- 8 — A Learning Element for Staff of Consumer Cooperatives, ILO/MATCOM yayınları, toplam 18 cilt, Torino, 1979-82.
- 9 — Bütün Yönleri ile Tüketim Kooperatifi İşletmeciliği, Yol-Koop Yayınları No : 8 ve 12, Çev. : Hüseyin Polat, Yüksel Altuğ, Ankara 1982-83.
- 10 — Tüketim Kooperatifi İşletme Yönetmeliği Taslağı, Yol-Koop Yayınları No : 14, Hazırlayanlar : Hüseyin Polat, Yüksel Altuğ, Ankara 1983.
- 11 — Türk-İş Kooperatif Yöneticileri Bülteni, 1984-85 yılı sayıları
- 12 — Tüketim Kooperatifleri ve Sorunları, Hüseyin Polat - Tunç Tayanç, Türk Koop. Kurumu Yayını, Ankara 1973.
- 13 — Tarımsal Ürünlerin Pazarlanması, Çeviren : Hüseyin Polat, ILO Yayını, Ankara, 1984.
- 14 — A Manuel on Co-op Depots, Cooperative League of the USA, Yazan : Art Danforth, Washington 1970.

KITAP HAKKINDA...

«Tüketim Kooperatifleri için Mağaza Yönetim Kılavuzu» adlı bu kitap, büyük çoğunluğu halen işyerleri bünyesinde bulunan, ancak son yıllarda bir bölümü işyerleri dışına çıkarak, hizmetlerinden ortakları dışında halkın da yararlanmasını sağlayacak ölçüde faaliyetlerini yoğunlaştırmaya başlamış bulunan işçi tüketim kooperatifleri ve üst kuruluşlarının yöneticileri ve personeline yardımcı olunması amacıyla hazırlandı. Kitap hazırlanırken, pek çok yerli ve yabancı yayından yararlanıldı. Bu arada, Avrupa ile Amerika Birleşik Devletlerinde bulunan tüketim kooperatiflerinde yaptığımız incelemeler sonucu elde edilen bilgiler de yer yer kullanıldı.

Kitabın bir bütün olarak yeni kurulmuş ve kurulacak olan işçi kooperatifleri tarafından kullanılmasında izlenecek yönetime göre hazırlanmasına ve konuların bu düşünceye göre sıralanmasına özen gösterildi. Bu bakımdan, yeni kurulan kooperatiflerin yöneticileri, kitaptan yararlanırken bu sırayı takip etmeleri halinde, kooperatif mağazalarını daha kolay hizmete açmalarına kitabın kılavuzluk etme şansı artmış olacak. Bunun yanında, tüketim kooperatifçiliği ve mağazacılığında daha ileri bir düzeyde bulunanlar ise, yalnız ilgilendikleri bölümleri seçerek, kooperatif ve mağaza personelinin bu konulara ilişkin yetiştirilmelerinde ilgili bölümleri hizmet içi eğitim çalışmalarında kullanabilirler.



TÜRK-İŞ Bilgi Merkezi



334.5 POL 1985