

Ministarstvo znanosti,  
obrazovanja i sporta

**STANDARD ZANIMANJA**  
**KOMERCIJALIST**

## Sadržaj

1. Razina, ključna svrha i opis zanimanja .....	3
2. Ključne funkcije, ključni poslovi i aktivnosti .....	4
3. Uobičajeni/poželjni stavovi i obrasci ponašanja .....	9
4. Ostale informacije.....	10
4.1. Zakonska regulativa povezana sa zanimanjem .....	10
4.2. Perspektive u zanimanju – nastavak obrazovanja, karijera .....	10
4.3. Zanimanja s kojima se često i usko surađuje .....	11
4.4. Zdravstveni rizici u zanimanju.....	11
4.5. Tipično radno okruženje i uvjeti rada .....	11
5. Reference dokumenta .....	12

### *Napomena:*

*imenice korištene u ovom dokumentu kao što su, primjerice, polaznik, tehničar, student, korisnik, poslodavac, investitor, stručni suradnik i referent, podrazumijevaju rodnu razliku.*

## 1. Razina, ključna svrha i opis zanimanja

<b>Razina:</b>	
<b>Ključna svrha:</b>	Samostalno organiziranje i izvršavanje nabave i prodaje robe u tuzemstvu i inozemstvu uz poslovno komuniciranje na materinskom i stranom jeziku te ažuriranje i analiziranje poslovnih informacija uz napredno korištenje informacijske tehnologije, u skladu s etičkim načelima poslovanja i zakonskim propisima.
<b>Opis zanimanja:</b>	
<p>Komercijalist nabavlja i prodaje robu trgovačkim i proizvodnim gospodarskim subjektima, organizira skladištenje i isporuku (transport, špediciju i osiguranje). Glavni zadatak komercijalista je odabrati odgovarajuću robu tijekom procesa nabave, zainteresirati kupca za robu koju nudi tijekom prodajnog procesa, realizirati prodaju i naplatiti prodano.</p> <p>Na redovitim putovanjima posjećuje poslovne partnere, istražuje i analizira ponudu u procesu nabave te potrebe u procesu prodaje. Prilikom prodajne prezentacije komercijalist se koristi uzorcima ili katalogima s detaljnim opisom ponuđene robe, cijenom te informacijama o dostupnosti i uporabnim svojstvima. Zbog brojnih konkurenata i niza sličnih roba na tržištu, komercijalist treba imati razvijene prezentacijske i pregovaračke prodajne vještine da bi mogao istaknuti prednosti (kvalitetu, cijenu, uvjete prodaje, uporabna svojstva i dr.) robe koju prodaje. Treba detaljno poznavati svojstva robe da bi mogao preporučiti i/ili odabrati bolju i kvalitetniju robu, održavanje robe te procijeniti optimalne troškove kupoprodajnog posla.</p> <p>Nakon sklapanja kupoprodajnog ugovora, komercijalist ostaje u stalnom kontaktu s poslovnim partnerima radi obnavljanja ugovora. Istražuje potrebe/primjedbe poslovnih partnera i tržišna kretanja u svrhu prilagođavanja roba potrošačevim potrebama i pruža povratnu informaciju proizvođačima.</p> <p>Nakon završene prodaje komercijalist posjećuje poslovne partnere kako bi provjerio zadovoljava li roba potrebe, a katkada sudjeluje u poučavanju onih koji koriste novu robu.</p> <p>Komercijalist koji prodaje proizvode široke potrošnje predlaže gdje izložiti i kako prezentirati robu, pomaže u pripremi promotivnog materijala i organizaciji promotivnih aktivnosti.</p> <p>U pronalaženju novih poslovnih partnera, služi se informacijama iz različitih izvora, koristi informacijske tehnologije, kontinuirano istražuje potencijalno tržište i kontinuirano se usavršava.</p>	

## 2. Ključne funkcije, ključni poslovi i aktivnosti

Grupa poslova	Ključni poslovi	Aktivnosti
Analiza, planiranje i organizacija rada	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ prikupljanje potrebnih poslovnih informacija i planiranje poslovnih aktivnosti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ poznavati metode istraživanja tržišta nabave /prodaje</li> <li>▪ prikupiti i obraditi podatke za potrebe planiranja svojih aktivnosti</li> <li>▪ organizirati svoje aktivnosti u skladu s dobivenim poslovnim planovima (plan obilazaka poslovnih partnera, plan nabave/prodaje, plan resursa za rad)</li> <li>▪ analizirati izvršenja vlastitih aktivnosti i izraditi plan korektivnih aktivnosti</li> <li>▪ interpretirati poslovne podatke</li> </ul>
Priprema radnog mjesta	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ pripremanje radnog mjesta za učinkovitu interakciju s poslovnim partnerima i kolegama</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ provjeriti ispravnost i spremnost uređaja za rad</li> <li>▪ pripremiti poslovnu dokumentaciju i ažurirati baze podataka</li> </ul>
Operativni poslovi	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ pripremanje procesa nabave</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ poznavati postupke i faze planiranja nabave</li> <li>▪ planirati i provoditi istraživanje tržišta nabave</li> <li>▪ predložiti politiku nabave</li> <li>▪ predložiti plan nabave</li> <li>▪ prikupiti podatke o dosadašnjem poslovanju s dobavljačima</li> <li>▪ uspostaviti kontakt s postojećim/potencijalnim dobavljačima u tuzemstvu i inozemstvu (upit)</li> </ul>

Grupa poslova	Ključni poslovi	Aktivnosti
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ uspoređivati ponude (kataloge, uzorke, cjenike)</li> <li>▪ voditi pregovore oko uvjeta kupnje</li> <li>▪ pripremiti narudžbu</li> <li>▪ zaključiti ugovor o kupnji</li> <li>▪ pripremiti uvozni postupak i carinske dokumente</li> <li>▪ izraditi reklamaciju i informirati dobavljača</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ pripremanje procesa prodaje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ istraživati tržište prodaje (utvrditi potrebe, buduće tržište, ponašanje potrošača, vlastiti tržišni potencijal, segmentirati tržište i dr.)</li> <li>▪ predložiti politiku prodaje: politiku asortimana, cijena, kakvoće, izbora načina prodaje, usluga</li> <li>▪ predložiti plan prodaje, odgovarajuće kanale distribucije, promotivne aktivnosti i promotivne materijale</li> <li>▪ predložiti asortiman roba</li> <li>▪ predvidjeti ponašanje kupaca u procesu kupnje</li> <li>▪ ispitivati bonitet kupaca</li> <li>▪ prikupiti podatke o dosadašnjem poslovanju s potencijalnim kupcima</li> <li>▪ osigurati uzorke, modele, prospekte, kataloge i cjenike</li> <li>▪ prikupiti upite od kupaca</li> <li>▪ izraditi ponude</li> </ul>

Grupa poslova	Ključni poslovi	Aktivnosti
		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ pregovarati s kupcima o uvjetima prodaje</li> <li>▪ prezentirati/demonstrirati robu</li> <li>▪ zaključiti ugovore o prodaji</li> <li>▪ primati narudžbe od kupaca</li> <li>▪ izraditi naloge za isporuku</li> <li>▪ izraditi svu pripadajuću prodajno/izvozna dokumentaciju i dokumentaciju za prijevoznika</li> <li>▪ pripremiti podatke za izračun pokazatelja uspješnosti prodaje</li> <li>▪ ponuditi poslijekupovne usluge kupcu (servis, održavanje i dr.)</li> </ul>
Administrativni poslovi	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ vođenje evidencije i arhiviranje poslovne dokumentacije</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ voditi i ažurirati poslovnu bazu podataka</li> <li>▪ voditi i evidentirati arhivu kupoprodajne dokumentacije</li> </ul>
Komerrijalni poslovi	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ provođenje procesa nabave</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ koordinirati realizaciju nabavnog procesa s dobavljačem, transportom, špedicijom i osiguranjem</li> <li>▪ sudjelovati u preuzimanju i kontroliranju naručene i prispjele robe</li> <li>▪ pratiti plaćanja prema dobavljačima</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ provođenje procesa prodaje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ organizirati otpremu robe (proces prodaje s kupcem, transportom, špedicijom i osiguranjem)</li> <li>▪ zaprimati reklamacije od kupaca i rješavati sporove u skladu s pravnom praksom u zemlji i</li> </ul>

Grupa poslova	Ključni poslovi	Aktivnosti
		inozemstvu
Komunikacija i suradnja s drugima	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ pisano i usmeno komuniciranje u poslovnom okruženju, prenošenje informacija, usklađivanje mišljenja i sporazumijevanje s ciljem obavljanja nabave i prodaje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ formalno i neformalno komunicirati s kolegama i poslovnim partnerima</li> <li>▪ razvijati timski rad i visoku razinu odgovornosti</li> <li>▪ primijeniti osnovna pravila psihologije prodaje i razviti komunikaciju koja će biti usmjerena na kupca</li> <li>▪ kombinirati različite čimbenike uspješne komunikacije kako bi se uspostavljene poslovne veze održale i učvrstile</li> </ul>
Osiguranje kvalitete	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ sudjelovanje u svakodnevnom nadzoru provedbi operativnih i drugih poslova u svom području/djelokrugu rada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ pridržavati se jezičnih i komunikacijskih pravila – precizno, jasno i stručno se izražavati na hrvatskom i stranom jeziku</li> <li>▪ izvoditi poslovne procese nabave i prodaje u skladu s zakonskim propisima, pravilima, i standardima</li> <li>▪ provoditi preventivne kontrolne postupke u procesu nabave i prodaje – poštivati parametre za kontrolu ispravnosti dokumentacije</li> <li>▪ redovito uspoređivati izvršavanje poslovnih aktivnosti s planovima i standardima kako bi se pravodobno otkrila odstupanja i otklonili problemi</li> <li>▪ pratiti razvoj struke i kontinuirano brinuti o profesionalnom, poslovnom i osobnom razvoju</li> </ul>

Grupa poslova	Ključni poslovi	Aktivnosti
Zaštita zdravlja i okoliša	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ djelovanje u skladu sa zakonskim propisima o sigurnosti i zaštiti okoliša</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ pridonositi čistijem okolišu racionalnim korištenjem uredskog materijala i energenata</li> <li>▪ ponašati se u skladu s propisima o zaštiti na radu i zaštiti okoliša</li> </ul>



### 3. Uobičajeni/poželjni stavovi i obrasci ponašanja

Nužno je da komercijalist ima pozitivan stav prema robi koju nabavlja i prodaje te da pri nabavi i prodaji komunicira s različitim tipovima poslovnih partnera, kada karakterno „teškog“ poslovnog partnera treba odgovarajućom poslovnom strategijom uspješno zainteresirati za kupoprodaju.

Važna osobina komercijalista je usmjerenost na ciljeve, uvjerljivost i spremnost na individualni i timski rad. Potrebne su vještine, iskustvo i poznavanje financijskih kategorija, primjerice čitanja kartice salda konti kupaca, poznavanja pojmova kompenzacije, cesije i sl., te pravnih poslova zbog rješavanja raznih sudskih sporova. Poželjno je da komercijalist stvori poslovni stil i način odijevanja koji će sugerirati uspješan imidž poslovnog subjekta. Osobe koje se bave ovim poslom moraju imati siguran nastup te istodobno biti strpljivi i uporni, jer put do sklapanja posla može trajati i nekoliko mjeseci. Sigurnosti i uvjerljivosti komercijalista uvelike će pridonijeti široka naobrazba i upućenost u društveno-ekonomska zbivanja kojima može sugestivno djelovati na poslovne partnere. Potrebna je i određena količina fizičke izdržljivosti (katkad komercijalisti prenose teške kutije s uzorcima proizvoda ili dulje vrijeme provode na nogama). Dobro je da komercijalisti uživaju u putovanju, jer velik dio svoga radnog vremena provode obilazeći poslovne partnere.

## 4. Ostale informacije

### 4.1. Zakonska regulativa povezana sa zanimanjem

- Zakon o radu (NN 149/09, 61/11 i 82/12)
- Zakon o trgovini (NN 87/08, 96/08, 116/08, 76/09 i 114/11)
- Zakon o obrtu (NN 73/93, 90/96, 102/98, 64/01, 71/01, 49/03, 68/07, 79/07 i 40/10)
- Zakon o računovodstvu (NN 90/92, 109/07 i 146/05)
- Međunarodni računovodstveni standardi (NN 47/95, 65/96, 39/97, 105/97, 3/99, 148/99 i 2/00)
- Zakon o obveznim odnosima (NN 35/05, 41/08 i 125/11)
- Zakon o platnom prometu (NN 133/09 i 136/12)
- Zakon o porezu na dodanu vrijednost (NN 47/95 i 76/07)
- Zakon o posebnim porezima (NN 137/97, 105/99, 55/00, 127/00, 107/01, 136/02, 44/03, 95/04, 94/09, 21/10 i 78/12)
- Zakon o carini (NN 78/99, 94/99, 117/99, 73/00, 92/01, 47/03, 140/05, 138/06, 60/08, 45/09 i 56/10)
- Zakon o trgovačkim društvima (NN 152/11)
- Zakon o tržištu vrijednosnih papira (NN 84/02)
- Zakon o osiguranju (NN 151/05, 87/08 i 82/09)
- Zakon o zdravstvenoj ispravnosti i zdravstvenom nadzoru nad namirnicama i predmetima opće uporabe (NN 60/92, 26/93, 29/94 i 55/96)
- Zakon o zaštiti potrošača (NN 79/07, 125/07, 79/09, 89/09, 133/09 i 78/12)
- Zakon o zaštiti okoliša (NN 110/07)
- Zakon o zaštiti na radu (NN 59/96, 94/96, 114/03, 100/04, 86/08, 116/08, 75/09 i 143/12)
- Posebne uzance o trgovini na malo (NN 20/95)
- ostala pozitivna zakonska regulativa.

### 4.2. Perspektive u zanimanju-nastavak obrazovanja, karijera

Komercijalisti se tijekom školovanja, ili kasnije, dodatno specijaliziraju za nabavu i prodaju različite robe. Nabava i prodaja podrazumijeva detaljno poznavanje svih značajki i načina uporabe robe. To je posebice važno kada se na tržištu pojavi nova roba te se komercijalisti tada usavršavaju na organiziranim stručnim usavršavanjima gdje se upoznaju sa svojstvima i inovacijama robe. Uspješni pojedinci koji pokazuju snalažljivost i ambiciju u poslu mogu napredovati na rukovodeće položaje, npr. na mjesto komercijalnog rukovoditelja, menadžera prodaje i sl.

Osigurana je horizontalna prohodnost u smislu proširenja stručnih kompetencija za potrebe radnog mjesta iste razine složenosti. Vertikalna prohodnost postoji kroz mogućnost stjecanja kvalifikacije na nižoj ili višoj razini.

#### **4.3. Zanimanja s kojima se često i usko surađuje**

Komercijalist surađuje s tehnolozima u procesu proizvodnje, ekonomistima, skladištarima, prodavačima, menadžerima prodaje, pravnicima te rukovoditeljima i drugim zanimanjima u zavisnosti od vrste roba koja se nabavlja ili prodaje.

#### **4.4. Zdravstveni rizici u zanimanju**

Pri rukovanju opremom mogu se pojaviti ozljede na radnome mjestu te bolesti respiratornih i reproduktivnih organa. Prisutna je veća izloženost stresu te zračenju kompjutera i mobitela. Dulje bavljenje tim poslom može dovesti do različitih iskrivljenja kralježnice i bolesti nogu. Česta putovanja ponekad mogu rezultirati prometnim nesrećama.

#### **4.5. Tipično radno okruženje i uvjeti rada**

Zbog prirode posla komercijalisti trebaju imati vozačku dozvolu. Često izbivaju iz ureda i po nekoliko dana. Njihov posao može biti koncentriran u velikim gradovima i u tom slučaju putovanja ima mnogo manje. Iako radno vrijeme u ovom poslu nije fiksno, a može biti i dosta dugo, prednost je mogućnost samostalnog određivanja rasporeda rada. Suradnja s različitim vrstama ljudi može djelovati poticajno, ali je i zahtjevna. Komercijalisti često rade u vrlo kompetitivnoj atmosferi. Konkurencija je jaka – među poslovnim partnerima i među samim kolegama. U nekim organizacijama zadane su kvote ili ciljevi koji se moraju ispuniti. Budući da njihov dohodak ovisi o provizijama, komercijalisti su pod dodatnim pritiskom održavanja i proširivanja kruga svojih poslovnih partnera.

## 5. Reference dokumenta

<b>Broj reference:</b>	SZ-0902/11-02
<b>Naziv obrazovnog sektora:</b>	Ekonomija, trgovina i poslovna administracija
<b>Šifra obrazovnog sektora:</b>	09
<b>Popis članova radne skupine koja je izradila standard zanimanja:</b>	Damir Bošnjak, dipl. oec., Konzum d.d., Zagreb mr. sc. Areta Čuturaš, Hrvatska Lutrija d.o.o., Zagreb Elisabetta Fortunato, dipl. oec., Agencija za strukovno obrazovanje i obrazovanje odraslih, Zagreb Dubravka Hržica, dipl. oec., Srednja škola Zabok, Zabok mr. sc. Darija Krstić, Centar za poduzetništvo Osijek, Osijek Jasenska Rašetina, dipl. oec., Komercijalno-trgovačka škola Split, Split Tamara Sapanjoš, dipl. oec., Gospodarska škola Buje–Istituto professionale Buie, Buje Dejan Tomić, dipl. oec., Konzum d.d., Zagreb
<b>Predlagatelj standarda zanimanja:</b>	Agencija za strukovno obrazovanje i obrazovanje odraslih, uz prethodnu suglasnost nadležnog sektorskog vijeća od 3. 4. 2012.