



Stágel Imréné

Az értékesítéshez kapcsolódó tervezési és szervezési feladatok

NSZFI
NEMZETI SZAKKÉPZÉSI
ÉS FELNŐTTKÉPZÉSI INTÉZET

A követelménymodul megnevezése:

Az áruforgalmi tevékenység tervezése, irányítása, elemzése

A követelménymodul száma: 0003-06 A tartalomelem azonosító száma és célcsoportja: SzT-002-50



A FORGALOM ELŐREJELZÉSÉNÉL FIGYELEMBE VEENDŐ SZEMPONTOK

ESETFELVETÉS–MUNKAHELYZET

Ön egy boltot üzemeltet. Az egység eredményes működtetéséhez elengedhetetlen, hogy időről időre megfogalmazza az elérendő célokat, és végiggondolja, milyen módon szeretné ezeket a célokat megvalósítani. A bolt tevékenységét a célokat szem előtt tartva célszerű megszerveznie.

Meg kell terveznie, hogy

- mit, milyen mennyiségben, milyen áron szeretne értékesíteni,
- mekkora készletet kell tartania ahhoz, hogy az értékesítés zavartalan legyen,
- mennyi árut, honnan, milyen gyakorisággal kell beszereznie.

Melyik elvet követné a tervezés során az alábbiak közül?

- Az elérni kívánt forgalom alapján tervezné meg a beszerzés nagyságrendjét, ütemezését, valamint a készletek nagyságát és összetételét.
- A beszerzési lehetőségek alapján tervezné meg a forgalmat és a készletek nagyságát, összetételét.
- A raktározási, készletezési lehetőségek alapján tervezné meg a forgalmat és a beszerzés nagyságrendjét, ütemezését.

Választását indokolja meg!

AZ ÉRTÉKESÍTÉSHEZ KAPCSOLÓDÓ TERVEZÉSI ÉS SZERVEZÉSI FELADATOK

Célszerű meghatározni, hogy mely vevőréteget célozza meg a boltja a kínálatával. Miért fontos tudni, hogy milyen életkorú, milyen jövedelmű, milyen foglalkozású, milyen ízlésű, milyen életmódot folytató vevők igényeit szeretné kielégíteni?

SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

A vezetőknek tervezési és szervezési feladataik is vannak.

A **tervezés**: az elérendő célok, valamint az ezek megvalósítását szolgáló módszerek meghatározása.

A **szervezés**: a feladatok és az elvégzésükhöz szükséges erőforrások egymáshoz rendelése.

Miért fontos, és mire terjed ki az értékesítés tervezése és szervezése?

A kereskedelmi egységek vezetőinek az áruforgalom mindhárom szakaszára – a beszerzésre, készletezésre, értékesítésre – vonatkozóan meg kell határozniuk az elérendő célokat, és mindegyik szakaszhoz tartozó feladatokat meg kell szervezniük ahhoz, hogy zökkenőmentes és eredményes legyen a bolti tevékenység.

AZ ÉRTÉKESÍTÉS KIEMELT SZEREPE AZ ÁRUFORGALMI FOLYAMATBAN

Az áruforgalom részfolyamatai időbeli sorrendben:

- beszerzés,
- készletezés,
- értékesítés.

Az áruforgalom tervezésénél, szervezésénél az értékesítési folyamatnak van elsődlegessége.

Mi indokolja ezt?

A vállalkozás áruforgalmi tevékenységének célja a lehető legnagyobb nyereség elérése. **A beszerzett, készletezett áruk csak akkor hoznak nyereséget, ha sikerül értékesíteni azokat.** Ezért van kiemelt jelentősége annak, hogy jól határozzuk meg az értékesítési célokat, a kitűzött célok elérésének módszereit, majd eredményesen szervezzük meg az értékesítési folyamatot.

A beszerzést az értékesítési célok alapján kell megtervezni és lebonyolítani: olyan mennyiségben és választékban, olyan ütemezésben kell árukat beszerezni, hogy vevőink igényeit a legteljesebb mértékben és folyamatosan ki tudjuk elégíteni.

A célcsoport igényei alapján megbecsült várható forgalom elérésének akadályaként lehet, ha nem akkor, nem annyi árut, és nem olyan választékban szerzünk be, amikor és amire kereslet van.

A készletezés, raktározás tervezésénél és megszervezésénél szintén az értékesítési szempontokat kell alapul venni: a raktári kapacitást, a raktározási körülményeket, a készletek nyilvántartási módját a várható forgalom nagyságának, összetételének figyelembe vételével kell kialakítani.

Az áruk szakosított, áttekinthető, biztonságos elhelyezésével és bemutatásával segíteni tudjuk az értékesítés zavartalan lebonyolítását. A szükségletek zökkenőmentes kielégítésének az is egyik feltétele, hogy a kereskedőnek mindenkor pontos információi legyenek a rendelkezésre álló készletekről.

A beszerzési és a készletezési lehetőségek ugyanakkor visszahatnak az értékesítési tevékenységre, a lebonyolítható forgalomra. A raktári és eladótéri kapacitás, az egyes áruk speciális tárolási igénye (pl. hűtőtárolás) korlátozza, hogy az egyes áruféleségekből mekkora lehet adott időszakban az értékesíthető mennyiség. Ilyenkor természetesen mérlegelendő akár bérelt raktárhelyiségek igénybevétele is, különösen akkor, ha a termékeket kedvező feltételekkel lehet beszerezni, és olyan áron értékesíteni, mely fedezi a többletköltségeket, vagy a vevőkör megtartása érdekében érdemes vállalni a bérleti költséget is. A beszerzési lehetőségek hiányosságai szintén akadályt jelenthetnek az értékesítési célok megvalósulásának. Előfordulhat, hogy a vásárlók elvárásainak megfelelő mennyiségű, minőségű, árfekvésű termékek beszerzéséhez tartósan vagy átmenetileg nem talál a kereskedő beszerzési forrást. Ez értelemszerűen csökkentően hat az árbevételre.

Az értékesítési célok meghatározásánál az alábbiakra mindenképpen választ kell adnia a vállalkozásnak:

- **Mely vevőréteget kívánja megcélolni kínálatával?**
- **Mekkora forgalmat (árbevételt) szeretne elérni az adott időszakban?**

- A megcélzott vevőkör jellemzőinek, valamint az értékesítés nagyságrendjének, összetételének figyelembe vételével **milyen árpolitikát kíván folytatni?**

A MEGCÉLZOTT VEVŐKÖR JELLEMZŐINEK HATÁSA AZ ÉRTÉKESÍTÉSRE

Ugyanazt a fogyasztói szükségletet különböző jellegű, különböző minőségű áruval lehet kielégíteni. **A vásárlók jövedelmük, ízlésük, életkoruk, életmódjuk függvényében eltérő igényt támasztanak egy-egy termékkel, szolgáltatással szemben.** A fogyasztói igények sokfélesége elkerülhetetlenné teszi annak meghatározását, hogy mely vásárlói réteg(ek) igényeit szeretné a vállalkozás kielégíteni, illetve felkelteni.

A különböző vevőcsoportokban eltérőek ugyanis a vásárlási indítékai és a vásárlási szokások.

A vásárlás indítéka azt jelenti, hogy mi váltja ki a vevő vásárlási szándékát, és milyen előnyöket keres, illetve vár el a termék megvásárlásától vagy a szolgáltatás igénybevételétől.

A **vásárlás indítéka** többnyire valós szükséglet, és ehhez kapcsolódó racionális előny. A háztartási gépek iránti keresletet például a házimunka minél rövidebb idő alatt, minél könnyebben és eredményesebben történő elvégzésének igénye váltja ki. A terméktől várt előnyök általában az alábbiak: termék tartóssága, teljesítménye, egyszerű kezelhetősége. Lehet azonban érzelmi, esetenként irracionális indítéka is a vásárlásnak. A vevők sokszor tetszetős külseje, formája miatt veszik meg az adott terméket, vagy a szűkebb társadalmi környezetbe való könnyebb beilleszkedést remélik egy-egy termék megvásárlásától.

A **vásárlási szokások** is jellegzetes eltéréseket mutatnak a különböző vásárlói csoportokban. Eltérő a vásárlás gyakorisága, tétel nagysága, az eladótól a vásárlás folyamatában elvárt segítség, eltérőek a vásárlási környezettel szembeni elvárások.

Ezért el kell döntenie a vállalkozónak, hogy melyik vevőréteget célozza meg kínálatával. Az egyes szegmensek (a vevők valamely, meghatározó szempontból homogén csoportjai) jellemzőinek figyelembevételével kell kialakítani

- az áruválasztékot,
- az árakat,
- az üzlet külső és belső képét,
- az üzlet berendezését,
- az értékesítési módot,
- a vásárlási körülményeket.

A megcélzott vevőkör ismeretében tudja a vállalkozás megtervezni, hogy milyen árukat, milyen nagyságrendben, milyen választékban, milyen árakon kíván értékesíteni, és ehhez milyen feltételeket alakít ki.

A megalapozott tervezéshez tisztában kell lennie azzal, hogy az adott vevőkör keresletére hogyan hat:

- a jövedelmük, illetve annak változása,
- az eladási ár, illetve annak alakulása,
- a fogyasztói szokások és a divat, illetve annak változása.

a) A vevőkör jövedelmének hatása a keresletre

A lakosság jövedelmének nagy részét áruvásárlásra fordítja.

A jövedelemnek az áruvásárlásra fordított részét vásárlási alapnak nevezzük.

A vevők vásárlási alapjának változása döntő hatást gyakorol az eladható árumennyiségre és annak összetételére.

Általában

- a vásárlási alap növekedése növeli az eladható árumennyiséget,
- a vásárlási alap csökkenése csökkenti az eladható árumennyiséget.

Az áruvásárlásra elkölthető jövedelem változása azonban nem azonos módon hat az egyes áruféleségek keresletére. A hatás függ attól, hogy

- az adott áruféleségből telített-e vagy sem a vevőkör fogyasztása, és
- az adott termék a vevők szükségleti rangsorában hol helyezkedik el.

Ha adott áruféleségből a vevőkör eddigi jövedelméből teljes mértékben ki tudta elégíteni az igényeit (tehát fogyasztása telített volt), akkor ebből az áruféleségből valószínűleg nem növekszik az eladható mennyiség a jövedelemnövekedés hatására. Azokból az áruféleségekből azonban, melyekből a vevőkör korábbi jövedelemszintnél nem engedhette meg magának szükségletei teljes mértékű kielégítését, jövedelemnövekedés esetén az eladható mennyiség növekedése várható. Ez főként a magasabb rendű szükségleteket kielégítő termékeknél figyelhető meg.

A vevők a szükségleteiket általában rangsorolják, és a rangsor szerint egyes termékek, szolgáltatások megvásárlásáról nehezebben, másokéról könnyebben lemondanak. Azon termékek iránti keresletük, amelyeknek fogyasztásáról könnyebben lemondanak, jelentősen csökkenhet a jövedelmük csökkenése következtében. Az életmód, a kialakult fogyasztási szokások függvénye, hogy a vevők mely termékek és szolgáltatások vásárlásához ragaszkodnak jövedelmük csökkenése esetén is. A jövedelemváltozásnak az eladható mennyiségre gyakorolt hatása csak akkor prognosztizálható, ha jól ismerjük vevőkörünket, tudjuk, hogy az általunk forgalmazott termékek iránti keresletük hogyan alakul a jövedelmük változásának hatására.

Ha a kereslet nem, vagy csak kismértékben változik meg a jövedelem, illetve a vásárlási alap változása következtében, akkor az adott áruféleség iránt a vevőréteg **kereslete merev**.

Ha a kereslet jelentősen (a jövedelemnövekedéssel azonos, vagy nagyobb mértékben) megváltozik a jövedelem, illetve a vásárlási alap változása következtében, akkor az adott áruféleség iránt a vevőréteg **kereslete rugalmas**.

b) Az eladási árak alakulásának hatása a keresletre

A jövedelem mellett a forgalmazott áruféleségek eladási árai is befolyásolják az eladható árumennyiséget és annak összetételét.

Általában

- **áremelkedés hatására csökken az adott áruféleségből eladható mennyiség,**
- **árcsökkenés hatására növekszik az adott áruféleségből eladható mennyiség.**

A különböző termékek keresletére azonban eltérően hat az árak változása. Azt, hogy az árváltozás milyen mértékű mennyiségváltozást von maga után, befolyásolja, hogy

- az adott termék a vevők szükségleti rangsorában hol helyezkedik el,
- milyen a vevőkör jövedelemszintje, és ezáltal érzékenysége,
- milyen a termék piaci helyzete,
- az adott áruféleségekből telített vagy sem a vevőkör fogyasztása,
- van-e, és ha igen, hány helyettesítő terméke az adott árunak.

Ha olyan termék vagy szolgáltatás árát emeljük, amely **vevőkörünk szükségleteinek rangsorában** előkelő helyet foglal el, akkor az áremelkedés nem jár együtt jelentősebb mennyiségi csökkenéssel.

Ugyanakkor vannak olyan termékek, amelyek fogyasztásáról vevőink könnyebben lemondanak, s ezeknél az áremelkedés jelentősen csökkentheti az eladható mennyiséget. Az áremelkedésnek az eladható mennyiségre gyakorolt hatása csak akkor jelezhető előre, ha jól ismerjük vevőkörünk igényeit.

A vevők egy-egy termékkel kapcsolatos **érzékenységét** alapvetően jövedelemszintjük határozza meg.

Az áremelkedésnek az eladott mennyiségre gyakorolt hatását az előzőeken kívül befolyásolja **az adott termék piaci helyzete** is.

Ha a vevők szükségleti rangsorában a termék előkelő helyen áll, s a forgalmazó monopolhelyzetben van a piacon, akkor a termékből eladható mennyiség az áremelkedés bizonyos mértékéig várhatóan nem csökken.

Természetesen van az áremelkedésnek egy olyan mértéke, melyet a vevők már nem fogadnak el, és vagy helyettesítik fogyasztásukban más termékkel az adott árut, vagy lemondanak a fogyasztásáról.

Az árcsökkenés hatására általában növekszik az eladható mennyiség. A fogyasztás növekedésének mértéke azonban ez esetben is eltérő a vevőkör jövedelemszintjétől és a termék jellegétől függően. Azok a vevők, akiknek jövedelme eddig lehetővé tette szükségleteik teljes mértékű kielégítését az adott termékből, fogyasztásukat nem növelik az árcsökkenés hatására.

Az, hogy ez a „telítettség” a termék fogyasztásában milyen mennyiségnél jön létre, alapvetően a termék jellegétől függ. Néhány alapvető cikkből (pl. só, liszt, burgonya) nem növekszik jelentősen az eladott mennyiség az árcsökkenés hatására, hiszen fogyasztásuk szinte minden rétegnél telített.

Azon termékeknél, amelyekből a vevők fogyasztása nem telített, az árcsökkenés hatására megnő az eladott mennyiség.

Adott vevőréteg **kereslete rugalmasnak tekinthető** bizonyos termék vagy szolgáltatás iránt, ha az jelentősen megváltozik az árváltozás hatására.

Adott vevőréteg **kereslete merevnek tekinthető** bizonyos termék vagy szolgáltatás iránt, ha az nem változik meg jelentősen az árváltozás hatására.

c) A fogyasztói szokások és a divat hatása a vevőkör keresletére

Fogyasztói szokásoknak egy meghatározott vásárlóréteg fogyasztásában, s így vásárlásaiban is megnyilvánuló jellegzetességeket nevezünk.

A fogyasztói szokások kialakulásában szerepük van a sokszor nemzedékeken keresztül átörökített hagyományoknak, az adott területen élő népesség életkörülményeinek, életmódjának, társadalmi helyzetének. A fogyasztói szokások változásában jelentős szerepe van az áruválaszték bővülésének és a reklámnak is.

Összegezve:

A forgalom megbízható előrejelzéséhez tudnunk kell, hogy

- kiknek szeretnénk értékesíteni,
- mi jellemzi ezt a megcélzott vevőkört (vásárlás indítékai, vásárlási szokások),
- hogyan hat a megcélzott vevőkör keresletére a jövedelem változása, az árak változása, a divat.

Ezek ismeretében tudjuk a következő időszak forgalmát előre jelezni a tervezéshez alkalmas módszerekkel.

TANULÁSIRÁNYÍTÓ

1. feladat

Az információtartalom feldolgozását követően újra válaszolja meg az Esetfelvetésben feltett alábbi kérdéseket!

a) Melyik elvet követné a tervezéskor?

- Az elérni kívánt forgalom alapján tervezné meg a beszerzés nagyságrendjét, ütemezését, valamint a készletek nagyságát és összetételét.
- A beszerzési lehetőségek alapján tervezné meg a forgalmat és a készletek nagyságát, összetételét.
- A raktározási, készletezési lehetőségek alapján tervezné meg a forgalmat és a beszerzés nagyságrendjét, ütemezését.

Válaszát indokolja meg!

MUNKANYELV

b) Miért fontos tudni, hogy milyen életkorú, milyen jövedelmű, milyen foglalkozású, milyen ízlésű, milyen életmódot folytató vevők igényeit szeretné kielégíteni?

2. feladat

Látogasson meg lakóhelyén néhány kiválasztott kereskedelmi egységet! Próbálja meghatározni, hogy milyen vevőréteget céloznak meg kínálatukkal! Miből következett erre?

3. feladat

Ön lakberendezési cikket (bútorokat, lakástextíliákat, dísz tárgyakat) értékesítő üzletet szeretne nyitni. Döntésének megalapozásához adjon választ az alábbi kérdésekre!

a) Kik lehetnek az üzlet lehetséges vásárlói (életkor, családi állapot, jövedelem-kategória, foglalkozás, egyéb szempontok alapján)? Képezzen célcsoportokat a fenti jellemzők figyelembe vételével! Ezek közül válasszon ki egy célcsoportot!

Blank lined area for writing the answer to question a).

b) Véleménye szerint az Ön által kiválasztott vásárlói réteg hogyan rangsorolja a termékek alábbi tulajdonságait? Állítsa az alábbi tulajdonságokat a megfelelő fontossági sorrendbe!

- kedvező árfekvés,
- kiemelkedő minőség,
- megfelelés a legújabb trendeknek (divatirányzatoknak),
- egyediség,
- érték-és divatállóság,
- sokoldalú hasznosíthatóság.

Blank lined area for writing the answer to question b).

c) A feltételezett rangsor alapján jellemezze az értékesíteni kívánt áruféleségeket, a kialakítandó választékot!

d) A termékek értékesítéséhez milyen nyitvatartási időt tartana célszerűnek? Hogyan alakítaná ki a vásárlási környezetet, milyen értékesítési módot alkalmazna?

e) Ön szerint lakóhelye környékén hol lenne eredményes egy ilyen egység nyitása? Miért?

Válaszainak helyességét ellenőrizni tudja az alábbiak alapján:

1. feladat

a) Az elérni kívánt forgalom alapján tervezném meg a beszerzés nagyságrendjét, ütemezését, valamint a készletek nagyságát és összetételét. Indoklás: A vállalkozás működésének célja a minél nagyobb nyereség elérése. Nyereség azonban csak az értékesítésből származó árbevételből származik. Ezért mindenképp először azt kell megtervezni, hogy milyen termékeket, milyen mennyiségben, milyen választékban, milyen áron kell forgalmazni a minél nagyobb bevétel, illetve nyereség érdekében. Ehhez kell igazítani a beszerzési és készletezési tevékenységet. A vevőkör igényeinek megfelelő mennyiségben és választékban kell a forgalmazandó árukat beszerezni, és a készletek tartásának is a forgalom zavartalanságát kell biztosítani.

b) A vevők vásárlási szokásait, vásárlási indítékait nagyban befolyásolják a nevezett jellemzők: életkoruk, foglalkozásuk, családi állapotuk, jövedelmük. Ezek a jellemzők befolyásolják, hogy milyen árukat, milyen minőségben keresnek, milyen előnyöket várnak el a termék megvásárlásától, illetve használatától, milyen áron hajlandók megvenni a terméket, milyen tétel nagyságban, milyen gyakorisággal vásárolnak, melyek a kereskedelmi egység külső-belső képével, az eladókkal szembeni elvárásai. Az értékesítés tervezésénél és megszervezésénél ezeket a szempontokat figyelembe kell venni.

2. feladat

A személyes megfigyelésen alapuló feladat megoldása egyéni. Minden, érvekkel alátámasztott megállapítás elfogadható.

3. feladat

a) Az üzlet lehetséges vásárlói lehetnek például: életkor szerint fiatalok, középkorúak, idősek; családi állapot szerint: egyedülállók, házaspárok, gyerekeket nevelő családok; foglalkozás szerint: fizikai dolgozók, értelmiségiek; jövedelem szerint alacsony jövedelműek, átlagjövedelműek, magas jövedelműek. Lehetséges célcsoportok például: fiatal, egyedülálló, értelmiségi foglalkozású, magas jövedelmű vevők; vagy: középkorú, gyerekeket nevelő, átlagjövedelmű, fizikai dolgozók. Kiválasztható bármelyik célcsoport.

b) Ha az a) feladatban említett 1. célcsoportot választjuk ki (fiatal, egyedülálló, értelmiségi foglalkozású, magas jövedelmű vevők), akkor az ő feltételezhető rangsoruk: megfelelés a legújabb trendeknek (divatirányzatoknak), egyediség, kiemelkedő minőség, kedvező árfekvés, sokoldalú hasznosíthatóság, érték- és divatállóság.

c) A fenti, feltételezett rangsor alapján a forgalmazni kívánt árufeleségeknek az alábbi jellemzőkkel kell rendelkezniük: feleljenek meg a legújabb lakberendezési irányoknak, legyenek minél egyedibb, jó minőségűek. A kedvező árfekvés nem elengedhetetlen feltétele a vásárlási kedv felkeltésének, csakúgy mint a sokoldalú hasznosíthatóság és az értékállóság.

d) A termékek forgalmazásához kialakított nyitvatartási idő meghatározásánál figyelembe kell venni, hogy a vevőkörre jellemző az átlagosnál hosszabb, esetleg a kötetlen munkaidő. Ezért este nyolcig, és szombaton is célszerű lenne nyitva tartani. A fenti példában bemutatott vevőkör számára kialakított vásárlási környezet jellemzői lehetnek: barátságos, de akár szokatlan formákat, megoldásokat alkalmazó belső térkialakítás; a termékek közötti szabad közlekedés, minta utáni vagy preszelekciós értékesítés; a termékek "életszerű elrendezése", például teljes szobabelső kialakítása a választékból. Mindenképpen célszerű honlapon is közzétenni az üzletről, a választékról minél több információt. Személyi feltételek: fiatal, a lakberendezéshez, a termékek alapanyagaihoz, annak tulajdonságaihoz értő, jó ízléssel rendelkező, megnyerő eladók, akik meggyőzően, de nem "lehengerlően" tudnak árut ajánlani.

e) A feladat megoldása egyéni. Minden, érvekkel alátámasztott megállapítás elfogadható.

MUNKKAMINTA

ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK

1. feladat

Az alábbi kijelentésekről állapítsa meg, hogy melyek igazak, és melyek hamisak ! Választását minden esetben indokolja meg!

a) A vevőkör keresletének legteljesebb kielégítése a jövedelmező (nyereséges) működés alapvető feltétele.

Indoklás:

IGAZ	HAMIS
------	-------

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

b) Az áruforgalom tervezésénél a beszerzésnek van elsődlegessége, mivel ez az áruforgalom első szakasza.

Indoklás:

IGAZ	HAMIS
------	-------

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

c) A raktározást és a készletek nyilvántartását úgy kell megszervezni, hogy az értékesítés zavartalan és zökkenőmentes legyen.

Indoklás:

IGAZ	HAMIS
------	-------

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

d) A kereskedőnek folyamatosan figyelnie kell a beszállítók által kínált kedvezményeket, az akciósan kínált – akár minőségi hibás – termékekből érdemes nagy mennyiséget beszereznie.

Indoklás:

IGAZ	HAMIS
------	-------

2. feladat

Párosítsa össze az alábbi meghatározásokat a megfelelő fogalmakkal!

1. az elérendő célok, valamint az ezek megvalósítását szolgáló módszerek meghatározása
2. a vevő vásárlási szándékát kiváltó tényező, a termék megvásárlásától elvárt előnyök
3. a feladatok és az elvégzésükhöz szükségesek erőforrások egymáshoz rendelése
4. a jövedelemváltozás hatására nem vagy elhanyagolható mértékben változó kereslet

- A) tervezés
- B) vásárlási indíték
- C) merev kereslet
- D) szervezés

3. feladat

Az alábbi kijelentésekről állapítsa meg, hogy melyek igazak (I), és melyek hamisak (H)! Választását minden esetben indokolja meg!

a) A vevők jövedelmének változásával mindig azonos mértékben változik a vásárlási alapjuk, ezért a jövedelemrugalmasság számításánál mindegy, hogy a jövedelem vagy a vásárlási alap változását vesszük figyelembe.

Indoklás:

IGAZ	HAMIS
------	-------

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

b) A vásárlási alap növekedésének hatására minden terméknél számíthatunk a kereslet növekedésére.

Indoklás:

IGAZ	HAMIS
------	-------

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

c) Merev egy adott vevőréteg kereslete, ha az árak emelkedése ellenére nem változik számottevően a termék vagy szolgáltatás iránti kereslet.

Indoklás:

IGAZ	HAMIS
------	-------

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

d) A kereskedőnek minden esetben mérlegelnie kell, ha az eladási ár növelését határozza el, hogy ez várhatóan milyen hatással lesz vevőkörének keresletére.

Indoklás:

IGAZ	HAMIS
------	-------

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

e) Az áruforgalmi folyamatok tervezését a készletezés tervezésével kell kezdeni, hiszen a tárolási lehetőségek alapvetően befolyásolják a beszerzési és értékesítési lehetőségeket.

Indoklás:

IGAZ	HAMIS
------	-------

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

f) Ha egy kereskedő növeli a termékek eladási árait, akkor mindig nő az árbevétele is.

Indoklás:

IGAZ	HAMIS
------	-------

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

MEGOLDÁSOK

1. feladat

a) A vevőkör keresletének legteljesebb kielégítése a jövedelmező (nyereséges) működés alapvető feltétele.

Indoklás:

IGAZ	HAMIS
------	-------

Ahhoz, hogy nyereséget realizáljon a kereskedő, értékesítenie kell a beszerzett árukat. Azok az áruk adhatók el gyorsan és kedvező áron, amelyek a vevők igényeinek megfelelnek.

b) Az áruforgalom tervezésénél a beszerzésnek van elsődlegessége, mivel ez az áruforgalom első szakasza.

Indoklás:

IGAZ	HAMIS
------	-------

Az áruforgalom tervezésénél az értékesítésnek van elsődlegessége, hiszen csak akkor tud nyereséget realizálni a kereskedő, ha a beszerzett árukat sikerül értékesítenie. Értékesíteni pedig csak a vevőkör igényeinek megfelelő árukat tudja. Ezért a beszerzést a vevőkör igényeinek, várható keresletének ismeretében tervezhető forgalomnak kell alárendelni.

c) A raktározást és a készletek nyilvántartását úgy kell megszervezni, hogy az értékesítés zavartalan és zökkenőmentes legyen.

Indoklás:

IGAZ	HAMIS
------	-------

Az áruk szakosított, áttekinthető, biztonságos tárolásával segíteni tudjuk az értékesítés zavartalan lebonyolítását. A vevői igények zökkenőmentes kielégítésének az is egyik feltétele, hogy a kereskedőnek mindenkor pontos információi legyenek a rendelkezésre álló készletekről, ezért fontos a pontos készletnyilvántartás.

d) A kereskedőnek folyamatosan figyelnie kell a beszállítók által kínált kedvezményeket, az akciósan kínált – akár minőségi hibás – termékekből érdemes nagy mennyiséget beszereznie.

Indoklás:

IGAZ	HAMIS
------	-------

A beszerzést mindig a vevőkör igényeinek kell alárendelni. Hiába kínálnak kedvezményes áron a szállítók termékeket, azokból nagyobb mennyiség beszerzése kockázatos, ha ezt nem tudja a kereskedő értékesíteni. A vevőkör jellemzőitől függ az is, hogy kisebb minőségi hibával hajlandók-e – még jelentős árengedménnyel is – megvenni a terméket.

2. feladat

1 – A; 2 – B; 3 – D; 4 – C

3. feladat

Az alábbi kijelentésekről állapítsa meg, hogy melyek igazak, és melyek hamisak! Választását minden esetben indokolja meg!

a) A vevők jövedelmének változásával mindig azonos mértékben változik a vásárlási alapjuk, ezért a jövedelemrugalmasság számításánál mindegy, hogy a jövedelem vagy a vásárlási alap változását vesszük figyelembe.

Indoklás:

IGAZ	HAMIS
------	-------

A vásárlási alap a jövedelemnek az áruvásárlásra fordítható része. Alakulása függ attól, hogy hogyan alakulnak az állandó jellegű kiadások (pl. lakásrezszi, utazási költség, tandíj, stb.), és milyen a vevőkör megtakarítási hajlandósága. Hiába emelkedik például a jövedelem, ha a lakásfenntartáshoz kapcsolódó költségek jelentősen nőnek, vagy a jövedelem egy részét különböző megtakarítási célból "félreteszi" a lakosság, akkor a vásárlásra fordítható összeg a jövedelemből csökkenni fog.

b) A vásárlási alap növekedésének hatására minden terméknél számíthatunk a kereslet növekedésére.

Indoklás:

IGAZ	HAMIS
------	-------

Vannak olyan termékek, amelyeknek merev a kereslete az adott vevőrétegben, mivel már telített a fogyasztása. Ezekből akkor sem vásárolnak többet, ha növekszik a vásárlásra fordítható jövedelmük.

c) Merev egy adott vevőréteg kereslete, ha az árak emelkedése ellenére nem változik számottevően a termék vagy szolgáltatás iránti kereslet.

Indoklás:

IGAZ	HAMIS
------	-------

Ha a vevők szükségleti rangsorában a termék előkelő helyen áll, és jövedelmük eddig is lehetővé tette szükségleteik teljes mértékű kielégítését az adott termékből, továbbá a forgalmazó monopolhelyzetben van a piacon, akkor a termékből eladható mennyiség az áremelkedés bizonyos mértékéig várhatóan nem csökken.

d) A kereskedőnek minden esetben mérlegelnie kell, ha az eladási ár növelését határozza el, hogy ez várhatóan milyen hatással lesz vevőkörének keresletére.

IGAZ	HAMIS
------	-------

Indoklás:

A különböző termékek keresletére eltérően hat az árak változása. Azt, hogy az árváltozás milyen mértékű mennyiségváltozást von maga után, befolyásolja, hogy az adott termék a vevők szükségleti rangsorában hol helyezkedik el, milyen a vevőkör jövedelemszintje, és ezáltal érzékenysége, milyen a termék piaci helyzete, és az adott áruféleségekből telített vagy sem a vevőkör fogyasztása. Egyes termékek és szolgáltatások megvásárlásáról a vevők könnyen lemondanak, s ezeknél az áremelkedés jelentősen csökkentheti az eladható mennyiséget.

e) Az áruforgalmi folyamatok tervezését a készletezés tervezésével kell kezdeni, hiszen a tárolási lehetőségek alapvetően befolyásolják a beszerzési és értékesítési lehetőségeket.

Indoklás:

IGAZ	HAMIS
------	-------

Az áruforgalmi folyamatok tervezését az értékesítés tervezésével célszerű kezdeni, hiszen az értékesítési lehetőségek határozzák meg a további folyamatokat.

f) Ha egy kereskedő növeli a termékek eladási árait, akkor mindig nő az árbevétele is.

IGAZ	HAMIS
------	-------

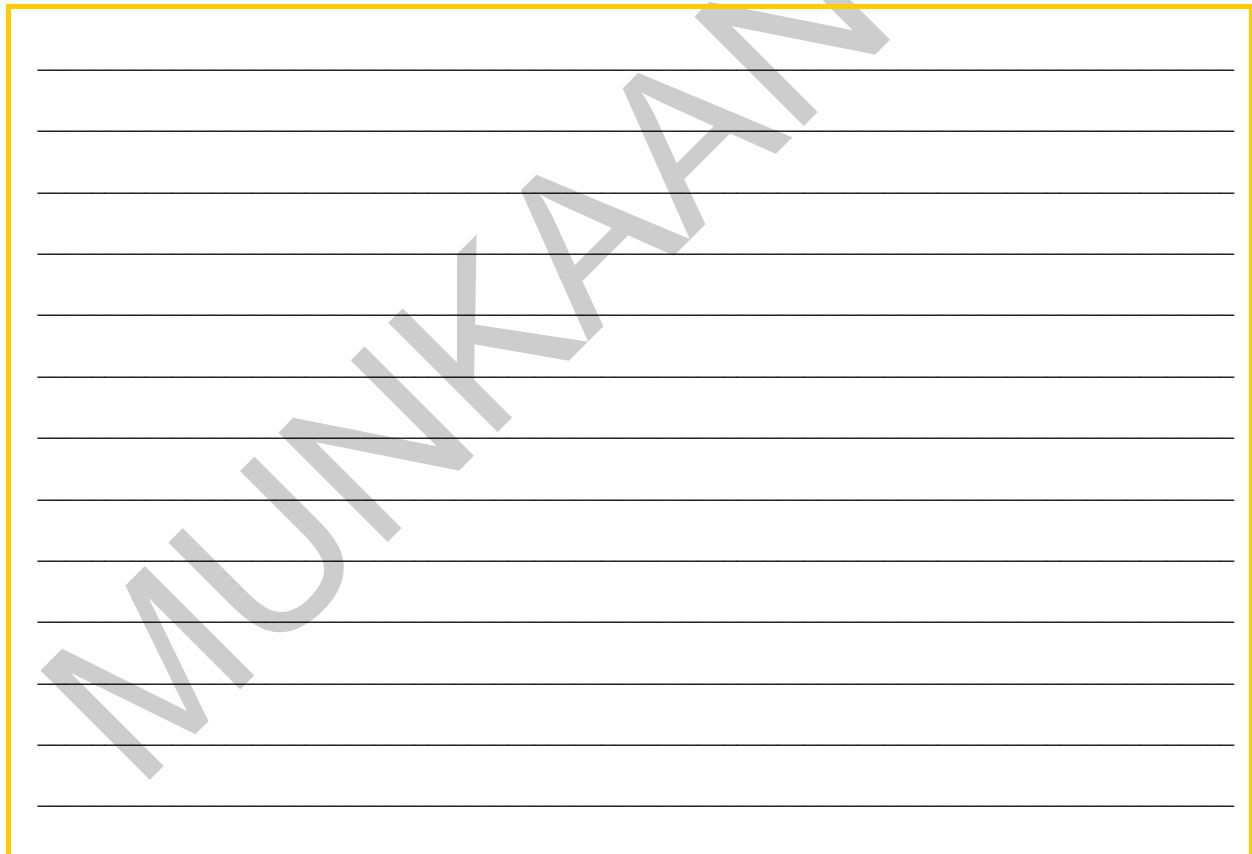
Az ár növekedése a keresett mennyiség csökkenését vonja maga után. Az áremelkedés ellenére csökkenhet is az árbevétel akkor, ha az eladott mennyiség csökkenésének mértéke nagyobb, mint az áremelkedés.

A FORGALOM ELŐREJELZÉSÉNEK MÓDSZEREI

ESETFELVETÉS–MUNKAHELYZET

Ön egy élelmiszerboltot működtet három éve egy kisvárosban. A következő negyedév (október, november, december hó) forgalmát szeretné megtervezni havi és árucsoportonkénti bontásban.

Milyen információkra támaszkodna a minél realisabb forgalmi terv elkészítésénél? Melyek azok, a korábbi évekről rendelkezésre álló adatok, amelyeket felhasználna? Milyen külső feltételekről tájékozódna, amelyek hatással lehetnek boltjának forgalmára a következő hónapokban?



MUNKANYAG

SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

A forgalom előrejelzésénél általában az elmúlt időszak folyamatainak irányát vesszük szemügyre, abból következtetünk a jövőbeni folyamatokra. Az előrejelzésnél figyelembe vesszük azokat a külső és belső tényezőket, amelyek "eltéríthetik" a folyamatokat a korábbi jellemző irányoktól.

Az értékesítés tervezéséhez használhatunk forgalmi és árbevétel-adatokat egyaránt. Forgalom alatt a bruttó bevételt értjük.

Forgalom = Nettó árbevétel + Vevőknek felszámított ÁFA összege

Ha az egység olyan termékeket forgalmaz, amelyek azonos áfa-kulcsúak, akkor a forgalom és az árbevétel változásának mértéke, üteme, összetételének alakulása azonos, hiszen minden adat között ugyanaz az Áfa-kulcsnak megfelelő százalékos eltérés van.

A forgalom (árbevétel) korábbi alakulásának elemzése történhet:

- az időbeli alakulás vizsgálatával,
- a forgalom (árbevétel) meghatározott szempontok szerinti összetételének vizsgálatával.

Bármely összehasonlításnál minden adat forgalom, vagy minden adat árbevétel legyen!

A FORGALOM (ÁRBEVÉTEL) ELŐREJELZÉSE A KORÁBBI ADATOK IDŐBELI VÁLTOZÁSÁNAK ELEMZÉSE ALAPJÁN

A forgalmi adatok időbeli összehasonlításához legalább két időszak adatát kell egymáshoz viszonyítani. A viszonyítás történhet:

- a két adat különbségének meghatározásával,
- a két adat hányadosának megállapításával.

Ha például egy bolt forgalma 2008. évben 85 millió Ft, 2009. évben 93,5 millió Ft volt, megállapíthatjuk a két adat különbségét:

$$93,5 \text{ millió Ft} - 85 \text{ millió Ft} = 8,5 \text{ millió Ft}$$

A forgalom tehát 2008. évről 2009. évre 8,5 millió Ft-tal nőtt.

Az így kapott eredmény azonban nem mindig felel meg az elemzés céljainak. Nem mellékes, hogy a növekedés milyen nagyságú adathoz képest következett be. Nem azonos mértékű forgalmváltozást jelent pl., ha 10 millió Ft-ról nőtt 8,5 millió Ft-tal a forgalom, vagy ha 85 millió Ft-ról nőtt 8,5 millió Ft-tal. Ezért a forgalom alakulását célszerű viszonyszámok segítségével elemezni.

A viszonyszám egy adatnak a másik adathoz mért arányát fejezi ki, számszerűen két adat hányadosa.

A dinamikus (időben összehasonlítható) viszonyszám ugyanazon jelenség két különböző időpontra vagy időszakra vonatkozó adatának egymáshoz mért arányát fejezi ki.

A két időszak közül azt, amelyikhez viszonyítunk, bázisidőszaknak nevezzük, azt pedig, amelyiknek adatát a bázisidőszakhoz viszonyítjuk, beszámolási vagy tárgyidőszaknak nevezzük.

Képlete: $V_d = a_1 / a_0$

A tárgyidőszak adata

Dinamikus viszonyszám = $\frac{\text{A tárgyidőszak adata}}{\text{A bázisidőszak adata}}$

Ha például egy bolt forgalma 2008-ban 85 millió Ft volt, 2009-ben pedig 93,5 millió Ft, akkor a viszonyszám: $V_d = 93,5 / 85 = 1,1 = 110,0\%$

A bolt forgalma 10%-kal nőtt 2008-ról 2009-re.

A viszonyszám kifejezhető ún. együtthatós formában (ez példánkban 1,1). Az együtthatós forma értelmezése a fenti példánál: a forgalom 1,1-szeresére nőtt.

Az eredmény közlésénél többnyire százalékos formát használunk (a kapott eredményt százzal szorozva). A százalékos formában kifejezett eredmény értelmezése során a 100-tól független részt vizsgáljuk, azaz a 100 feletti értéket vagy azt, amennyivel a mutató elmarad 100-tól.: a 2009. évi forgalom a 2008. évinek 110%-a, annál 10%-kal magasabb, a forgalom 10%-kal emelkedett. Ezek mind ugyanazt a változást fejezik ki, eltérően megfogalmazva.

A 100-nál nagyobb dinamikus viszonyszám az adott jelenség növekedését fejezi ki, a 100 alatti dinamikus viszonyszám pedig csökkenést jelez.

Amennyiben nemcsak két időszak adatát kívánjuk összehasonlítani, hanem több időszak, időpont (ún. idősor) adatai állnak rendelkezésünkre, akkor általában minden időszak adatát a közvetlenül megelőző időszak adatához viszonyítjuk, ha az előző időszakokban tapasztalható irányokat (tendenciákat) szeretnénk kimutatni.

Azokat a dinamikus viszonyszámokat, amelyeknél az idősor minden adatát a közvetlenül megelőzőhöz viszonyítjuk, láncviszonyszámoknak nevezzük.

Az időbeli összehasonlítást mindig azonos időszakokra vonatkozóan lehet elvégezni, évek, negyedévek, hónapok, esetleg azonos szezonok összehasonlításával. A tevékenységi kör megváltoztatása, pl. új árucsoportok árusításának bevezetése, egyes árucsoportok forgalmazásának megszüntetése esetén az időbeli összehasonlítás csak akkor ad hasznosítható eredményt, ha azt azokra az áruféleségekre vonatkozóan végezzük el, melyeket mindkét időszakban forgalmaztunk.

Ha például egy kis élelmiszerboltban éveken keresztül a május havi forgalom 6–8 %-kal haladta meg a megelőző év május havi forgalmát, akkor reálisan ilyen mértékű forgalom-emelkedést tervezhetünk a következő év május hónapra is. Ha a választékot bővítette háztartási vegyiárukkal és kozmetikai termékekkel, akkor a forgalom tervezésénél az élelmiszerek esetében jelezhetjük előre a 6–8%-os növekedést, az újonnan bevezetett árucsoport várható forgalmát ezen felül meg kell becsülnünk. A forgalom tervezésénél természetesen figyelembe kell venni a keresletre ható tényezőket, amelyeknek jelentős megváltozása eltérítheti a forgalom alakulását az eddigi tendenciától. Ilyen tényező lehet például a vevőkör vásárlási alapjának várható erőteljes csökkenése vagy növekedése, a beszerzési áraknak és ezáltal az eladási áraknak a várható jelentékeny növekedése vagy csökkenése, a bolt társadalmi-gazdasági környezetének jelentős változása.

A FORGALOM (ÁRBEVÉTEL) ÖSSZETÉTELÉNEK ELŐREJELZÉSE A KORÁBBI ADATOK ELEMZÉSE ALAPJÁN

A forgalom tervezéséhez, egyéb áruforgalmi döntések megalapozásához szükség lehet annak előrejelzésére is, hogy a vállalkozás összforgalma hogyan oszlik majd meg az egyes boltok között, az egyes időszakok között, vagy mekkora lesz az egyes árucsoportok részesedése a vállalkozás (kereskedelmi egység) teljes forgalmából. Ehhez is célszerű megvizsgálni az elmúlt időszakok forgalmának (árbevételének) összetételét.

1. A forgalom (árbevétel) összetétele vizsgálható aszerint, hogy egy adott vállalkozás összes forgalmából (árbevételéből) **mekkora részarányt képviselnek az egyes boltok, áruházak.**

2. Adott időszakon, pl. egy éven belül érdemes elemezni, hogy **a forgalom (árbevétel) hogyan oszlik meg az egyes hónapok között.** Ez segítséget nyújt a beszerzés tervezéséhez, és a forgalom ingadozásaihoz való rugalmas alkalmazkodást tesz lehetővé kisegítő dolgozók felvételével, átgondolt munkaszervezési megoldásokkal.

3. Több árucsoport forgalmazása esetén célszerű azt is megvizsgálni, hogy **az egyes árucsoportok az egyes időszakokban milyen arányt képviseltek az összforgalomból.** Ez segítséget nyújt a következő időszak forgalmának tervezésében, a beszerzési döntésekben, és jelzi, hogy mely árucsoportok forgalmazása igényel kiemelt figyelmet.

Ha például az üdítőitalok forgalmából a rostos gyümölcslevek aránya a megelőző időszakokban az alábbi módon alakult:

- 2008. július 25%
- 2009. július 30%
- 2010. július 34%,

akkor a 2011. év július havi forgalom tervezésénél figyelembe lehet venni ezt a tendenciát, nevezetesen a rostos gyümölcslevek részarányának növekedését.

A forgalom (árbevétel) összetételének elemzéséhez megoszlási viszonzyszámokat használunk.

A megoszlási viszonzyszám kifejezi a vizsgált jelenség (sokaság) egyes részeinek arányát a sokaság egészéhez képest.

részadat

$$\text{Megoszlási viszonzyszám} = \frac{\text{részadat}}{\text{a sokaság egészére vonatkozó adat}}$$

$V_m = ar/ae$

ar = részadat (például a vizsgált árucsoport forgalma vagy árbevétele)

ae = a sokaság egészére vonatkozó adat (például az egység teljes forgalma vagy árbevétele)

AZ ELADOTT MENNYISÉGEK ÉS AZ ELADÁSI ÁRAK VÁLTOZÁSÁNAK SZEREPE A FORGALOM VÁRHATÓ ALAKULÁSÁBAN

A forgalom (árbevétel) értékben két tényező hatására változik. Ez a két tényező:

- az eladott mennyiség (jele:q),
- az eladási árak (jele:p).

A forgalom (árbevétel) pénzértékben ugyanis nem egyéb, mint **az egyes termékekből eladott mennyiségek és bruttó (nettó) eladási árak szorzatainak összege**. A forgalom (árbevétel) értékben növekedhet például az alábbi esetekben:

- változatlan mennyiséget magasabb eladási árakon értékesítünk,
- a korábbinál nagyobb mennyiségű árut értékesítünk változatlan árakon,
- a korábbinál kisebb mennyiségű árut értékesítünk, de lényegesen magasabb árakon,
- a korábbinál nagyobb mennyiségű árut értékesítünk a korábbinál magasabb árakon,
- a korábbinál lényegesen nagyobb mennyiségű árut értékesítünk valamivel alacsonyabb árakon.

Statisztikai indexekkel vizsgálhatjuk a forgalom (árbevétel) értékbeni változását, és megállapíthatjuk, hogy az értékbeni változásban mekkora szerepe van az eladott mennyiségek változásának, és mekkora szerepe van az eladási árak változásának. Megkülönböztetünk értékindexet (az értékbeni változást mutatja), volumenindexet (az eladott mennyiségek együttes átlagos változását mutatja), és árindexet (az árak átlagos változását mutatja). A három index közötti összefüggés:

$$\text{Értékindex} = \text{Volumenindex} \times \text{Árindex}$$

A fenti összefüggés alapján, **ha megbecsüljük az eladási árak átlagos változását, és tudjuk, hogy mekkora forgalmat (árbevételt) szeretnénk elérni, akkor meg tudjuk állapítani, hogy ehhez hogyan kell változnia az értékesítés volumenének (mennyiségének).** Ennek előrejelzése fontos a dolgozók foglalkoztatása, az eladótér és a raktár kapacitása szempontjából. A dolgozók leterheltségét ugyanis alapvetően nem a forgalom értéke, hanem az eladási volumen befolyásolja. Az adott forgalom lebonyolításához szükséges alapterület változtatásának szükségessége is az eladott árumennyiség alakulásától függ.

A FORGALOM (ÁRBEVÉTEL) TERVEZÉSÉNÉL FIGYELEMBE VEENDŐ KÜLSŐ FELTÉTELEK

A korábbi időszakok adataiból következtethetünk a forgalom (árbevétel) várható alakulására, összetételére.

A reális tervezéshez azonban mindenképpen figyelembe kell venni azt is, hogy milyen változások lesznek azokban a külső tényezőkben, amelyek hatással vannak a vállalkozás működésére. A kereskedelmi vállalkozások forgalmát ugyanis jelentősen érintheti a piaci környezet, valamint a jogszabályok megváltozása.

A vállalkozás forgalmára hatással van a versenytársak száma, szerepe az adott termék vagy szolgáltatás piacán. A fogyasztói szokásoknak, a vevőkör összetételének, jövedelmének, életszínvonalának változása is eltérítheti a forgalom alakulását, összetételét a korábbi adatok alapján megállapított irányoktól. A beszállítók körének, kínálatának alakulása szintén hatással van az elérhető forgalom nagyságára és összetételére.

A **piaci helyzetről** elsődleges (primer) és másodlagos (szekunder) piackutatási módszerrel lehet tájékozódni. Az **elsődleges adatgyűjtésnél** közvetlenül szerzünk információkat a piacról megfigyeléssel, szóbeli vagy írásbeli megkérdezéssel. A **másodlagos adatszerzés** esetén a mások által gyűjtött, már meglévő adatokból, ismeretekből vonunk le következtetéseket. A piaci helyzet előrejelzéséhez használható külső információkat szerezhetünk többek között a piackutató intézetek nyilvánosságra hozott adataiból, a minisztériumok, önkormányzatok tájékoztatóiból, a szakmai szervezetek, gazdasági kamarák kiadványaiból, honlapjáról.

2. feladat

Ön a "Technika", háztartási gépeket, elektronikai cikket árusító műszaki bolt vezetője. Elemzi, hogyan alakult boltjának forgalma az elmúlt években. A forgalom alakulásának tendenciája alapján, a forgalom alakulását befolyásoló tényezők hatását is értékelve próbálja a 2010. évben elérhető forgalmat megtervezni. Annak érdekében, hogy minél reálisabb legyen a forgalomra vonatkozó terve, informálódik a piaci helyzet várható alakulásáról és a gazdasági szabályozó rendszer változásáról is.

2.1.) Elemezze a forgalom alakulását láncviszonszámok segítségével (láncviszonszám jelentése: időszakról időszakra hogyan alakult a forgalom százalékban)! Tüntesse fel a viszonszámokat a táblázatban! Értelmezze a kapott mutatókat! Fogalmazzon meg néhány lehetséges okot, amelyek a forgalom alakulását befolyásolhatták!

A "Technika" műszaki bolt forgalmi adatai 2005 és 2009 között

Év	Forgalom (ezer Ft)	Forgalom változása Előző év = 100%
2005	166 640	
2006	178 410	
2007	189 620	
2008	168 440	
2009	152 200	

A mutatókat 1 tizedesre kerekítse!

A forgalom évről évre történő változásának értelmezése, értékelése:

A forgalom alakulását feltételezhetően befolyásoló tényezők:

2.2.) Ön az alábbi információkat gyűjtötte össze a piaci helyzet és a gazdasági szabályozás várható változásáról: Elemezze röviden mindegyik információt abból a szempontból, hogy várhatóan kedvező vagy kedvezőtlen hatást jelent-e boltjának forgalmára! Véleményét indokolja meg!

A) Az élelmiszerek és közüzemi szolgáltatások általános forgalmi adójának kulcsát jelentősen emelik.

B) Az üzemanyagárak jelentősen emelkednek.

c) Sétálóutcává alakítják át a belvárosnak azt az utcáját, amelyben az üzlete elhelyezkedik.

D) Egy új, 1000–1200 főt foglalkoztató üzem adnak át az adott városban.

E) A város szélén egy bevásárlóközpontot adnak át, amelyben egy nagy alapterületű hipermarket, és sok kisebb, különböző profilú üzlet, valamint étterem, kávézó, mozi is lesz.

F) A helyi önkormányzat a munkahelyteremtő vállalkozások számára jelentős adókedvezményt biztosít a helyi adókból.

G) A bankok által nyújtott hitelek kamata várhatóan emelkedni fog.

H) A város főterén, nem messze az Ön boltjától a korábbi általános áruház bezár, még bizonytalan, hogy értékesítik az épületet vagy felújítják, és milyen módon fogják hasznosítani.

l) A műszaki cikkekre vonatkozó környezetvédelmi előírások szigorítása várható.

2.3.) Ön az előző évekhez képest milyen irányú és mértékű forgalomváltozással számolna a 2010. évre? Válaszát indokolja meg!

3. feladat

Egy újságcikkben olvasható az alábbi tartalmú megállapítás:

"Magyarországgal együtt kilenc fejlett európai országban csökkent az élelmiszer-kiskereskedelem mennyiségben mért forgalma a harmadik negyedévben, tavaly július-szeptemberhez képest. Ugyanakkor hazánkban, értéket tekintve 1,2 százalékkal nőtt a bolti forgalom a harmadik negyedévben, a múlt évi hasonló időszakokkal szemben. Viszont mennyiségben 2,9 százalékkal csökkent."

Mely hónapokra vonatkozik a megállapítás? Melyik időszakhoz viszonyítja ezen hónapok forgalmát?

Mi lehet az oka annak, hogy értékben 1,2%-kal nőtt a forgalom, miközben mennyiségben 2,9%-kal csökkent?

4. feladat

Elemesse a tanultak alapján az alább leírt esetet! Mutasson rá külső és belső tényezőkre, amelyek befolyásolták a kereskedelmi egység bevételét! Fogalmazzon meg javaslatokat, amelyekkel mérsékelni lehetne a külső és belső feltételek kedvezőtlen hatását!

Egy községben egy vállalkozó élelmiszerboltot üzemeltet 1990 óta. A bolt egy olyan buszmegálló mellett helyezkedett el, ahol a környező kistelepülésekről érkező valamennyi busz folyamatosan tett le és vett fel utasokat. Mellette volt a posta és a takarékszövetkezet is, mely a többi közeli faluban nem volt. A vállalkozó látványpékséget is kezdett üzemeltetni, amelynek termékeit szívesen vásárolták a falubeliek és a környező településekről a község központjába érkezők egyaránt. Az üzletet nemrég felújította, új berendezés került a régi, kopott állványok helyére. Összesen négy eladót foglalkoztatott, két műszakban. Hosszú éveken keresztül eredményesen működött. Az elmúlt évben azonban a bevétele annyira visszaesett, hogy a vállalkozó a bolt bezárásán gondolkodik. A vevők száma és az értékesítés volumene ugyanis jelentősen csökkent a korábbi évekhez képest. A legközelebbi városban több szupermarket és diszkontáruház vonzza a vásárlókat. A posta és a pénzügyintézet megszűnt. A falu lakossága egyre korosabbá válik, ami ugyan a helyi vásárlást erősíti, de jövedelmük sajnos meglehetősen alacsony. Alkalmazottai közül már csak kettőt foglalkoztat, a nyitvatartási időt is kénytelen volt rövidíteni, már csak 7-től 17 óráig tart nyitva hétköznapokon, szombaton 7-től 12-ig, a vasárnapi nyitvatartást pedig megszüntette. Az árakat emelnie kellett, hogy a költségeit a bevételből fedezni tudja. A látványpékséget nem működteti, a friss pékárut már egy nemrég létesített közeli pékségből rendeli, ami a környező falvak valamennyi élelmiszerüzletét ellátja, illetve a fogyasztókat is közvetlenül kiszolgálja.

4.1.) Melyek voltak azok a tényezők, melyek hozzájárultak a bolt forgalmának (bevételének) csökkenéséhez?

4.2.) Ön milyen intézkedéseket hozna a vállalkozó helyében, amelyekkel mérsékelhető lenne a fenti tényezők kedvezőtlen hatása, és megállítható lenne a bevétel további csökkenése?

Válaszainak helyességét ellenőrizni tudja az alábbiak alapján:

1. feladat

A forgalmi terv elkészítésénél belső és külső információkat célszerű elemezni. A korábbi évek utolsó negyedévi forgalmi adatait érdemes megnézni, a forgalom összetételét havonként, árucsoportonként. Célszerű elemezni, hogy milyen tényezők járultak hozzá ahhoz, hogy ilyen módon alakult a forgalom, és ezek közül melyek azok, amelyek adottságok, és melyek azok, amelyeket a vállalkozás vagy a bolt vezetői, illetve alkalmazottai idéztek elő, vagy hatásukat nem tudták kivédeni, esetleg kihasználni. Külső feltételek lehetnek, amelyekről érdemes tájékozódni: a környéken élő lakosság életszínvonalának alakulása, kiadásainak szerkezete, szükségleti rangsora, vásárlási szokásainak esetleges változását előidéző tényezők; hasonló profilú boltok kínálata, vásárlási körülményei; beruházások a környéken; az üzletek működését, az árak forgalmazását érintő jogszabályi változások.

2. feladat

2.1

A "Technika" műszaki bolt forgalmi adatai 2005 és 2009 között

Év	Forgalom (ezer Ft)	Forgalom változása Előző év = 100%
2005	166 640	-
2006	178 410	107,1
2007	189 620	106,3
2008	168 440	88,8
2009	152 200	90,4

A forgalom évről évre történő változásának értelmezése, értékelése:

A bolt forgalma 2006-ban és 2007-ben közel azonos mértékben, 6-7%-kal emelkedett az előző évhez képest. 2008-tól ellenkező irányt vett a forgalom, egy kedvezőtlen folyamat indult meg. 2008-ban 11,2%-kal, 2009-ben közel 10%-kal elmaradt a forgalom az előző évitől.

A forgalom alakulását feltételezhetően befolyásoló tényezők:

A folyamatnak lehetnek belső és külső okai is. A bolt választéka 2006-ban és 2007-ben mind minőségben, mind árban feltehetően megnyerte a megcélzott vevőkört. A forgalom növekedése mögött több tényező húzódhat meg: a vevők évről évre nagyobb értékben vásároltak, több terméket vettek vagy a drágább termékek iránti keresletük nőtt, a vevőkört sikerült bővíteni reklámozással, vagy azzal, hogy a kialakult vevőkör jó híret vitte az üzletnek. A 2008. és 2009. évben sajnos megtört ez a kedvező tendencia, sőt mindkét évben jelentősen csökkent a forgalom. Lehet, hogy a bolt nem követte a fogyasztói igények változását, és nem annak megfelelő termékeket kínált. Lehet, hogy a bolti dolgozók személyében történt változás, és az ő magatartásuk hatott kedvezőtlenül a forgalomra. Elképzelhető az is, hogy a vállalkozás 2008-tól nem tudta finanszírozni a széles és mély választék tartását, vagy előtte lehetősége volt bizományi értékesítésre átvenni termékeket a beszállítóktól, később már nem, és a csökkenő választék visszafogta a vevők vásárlási kedvét. Külső ok lehet, hogy a városban élő népesség életszínvonala csökkent 2008-tól, és jövedelmükből kisebb részt tudtak műszaki cikkek vásárlására fordítani. Lehet, hogy 2005-től 2008-ig monopolhelyzetben volt a bolt, de 2008-tól versenytárs jelent meg a piacon, amelyik "elvitte" a vevők egy részét. Elképzelhető az is, hogy a népesség összetétele változott, és ennek következtében csökkent például az elektronikai cikkek kereslete. Lehet, hogy áremelésre kényszerült a bolt 2008-tól az üzlet fenntartási költségeinek emelkedése, a szállítási költségek vagy a beszerzési árak emelkedése miatt, és ez jelentősen csökkentette az értékesítés volumenét.

2.2.

A) Az élelmiszerek és közüzemi szolgáltatások általános forgalmi adójának kulcsát jelentősen emelik.

Várható hatása: kedvezőtlen. Az élelmiszerek és közüzemi szolgáltatások általános forgalmi adójának emelése valószínűleg emeli ezeknek a fogyasztói árát. Mivel ezek fogyasztásáról nem tudnak lemondani a vásárlók, változatlan jövedelmet feltételezve a jövedelmükből kisebb összeg marad a műszaki cikkek vásárlására, és ez csökkentőleg hat a bolt forgalmára.

B) Az üzemanyagárak jelentősen emelkednek.

Várható hatása: kedvezőtlen. Egyrészt a forgalmazott termékek boltba történő szállítása, másrészt házhozszállítása is költségesebb lesz. A szállítási költségtöbbletnek az eladási árba történő beépítésével emelkednek az árak, és ez feltehetően csökkenti a keresletet. Ha az eladási árak jelentősebb mértékben nőnek, mint ahogyan a kereslet csökken, akkor nem törvényszerű, hogy a forgalom értékben csökkenjen. Az üzemanyagárak közvetve is hatnak a forgalomra, ha a vevőknek a közlekedéssel kapcsolatos kiadásai emelkednek, akkor kevesebb marad a jövedelmükből áruvásárlásra.

C) Sétálóutcává alakítják át a belvárosnak azt az utcáját, amelyben az üzlete elhelyezkedik.

Várható hatása: kedvező. Feltehetően több lesz a nézelődő, szabadidejének egy részét a belvárosban eltöltő ember, akit a kirakat, a portál becsalogat az üzletbe, és a választék, az eladók áruajánlása vásárlási kedvet ébreszt benne. Valamelyes hátrányt is jelent talán ez a változás, hiszen így nehezebb a termékek elszállítása az üzletből.

D) Egy új, 1000–1200 főt foglalkoztató üzemet adnak át az adott városban.

Várható hatása: kedvező. A környéken élő, vagy oda költöző munkavállalók jövedelmükből keresletet támaszthatnak az üzlet termékei iránt. Lehet, hogy az üzletnek a környező településekről bejáró leendő munkavállalói is vásárlói lesznek az üzletnek. A foglalkoztatottság növelése egy adott területen mindig kedvezően hat a kereskedelmi egységek forgalmára.

E) A város szélén egy bevásárlóközpontot adnak át, amelyben egy nagy alapterületű hipermarket, és sok kisebb, különböző profilú üzlet, valamint étterem, kávézó, mozi is lesz.

Várható hatása: kedvezőtlen. Valószínűsíthető, hogy a bevásárlóközpont elviszi a forgalom egy részét a belvárosi üzletekből. A szórakoztató létesítményekkel is rendelkező bevásárlóközpont a szabadidő eltöltésének egyik színtere is, és feltételezhetően a vásárlásokat is kedvezően befolyásolja, hogy hosszabb időt töltenek el, nézelődnek a vevők a bevásárlóközpont területén. A hipermarketek is árulnak háztartási gépeket és elektronikai cikkeket, általában kedvező áron, és tőkeerejük lehetővé teszi az akciókat, így mindenképpen elszívó hatása lesz a kisebb, városközpontban lévő üzletek forgalmára.

F) A helyi önkormányzat a munkahelyteremtő vállalkozások számára jelentős adókedvezményt biztosít a helyi adókból.

Várható hatása: kedvező. A boltot üzemeltető vállalkozás költségei csökkenni fognak, így az eddiginél több pénz marad a bolt működtetésére, ha növeli az alkalmazottak létszámát. Természetesen ennek feltétele, hogy a forgalma emelkedjen, és nagyobb mértékben, mint az új alkalmazottak felvétele következtében a bérköltség. A munkahelyteremtő vállalkozások számára adott adókedvezmény közvetetten is hat a bolt forgalmára, ha megnő a foglalkoztatottság a városban, akkor ez kedvezően hat a keresletre.

G) A bankok által nyújtott hitelek kamata várhatóan emelkedni fog.

Várható hatása: kedvezőtlen. A bolt által forgalmazott termékek jelentős részét valószínűleg vásárlási hitelből veszik meg a vevők, így a kamat emelkedése kedvezőtlenül hat a vásárlási kedvre.

H) A város főterén, nem messze az Ön boltjától a korábbi általános áruház bezár, még bizonytalan, hogy értékesítik az épületet vagy felújítják, és milyen módon fogják hasznosítani.

Várható hatása: kedvező. Amennyiben műszaki osztály is működött az áruházban (feltehetően igen, hiszen általános áruházról van szó), akkor a bezárásával csökken a konkurencia, és az áruház vevőkörének egy része lehet, hogy a boltot fogja felkeresni. Hosszú távon persze bizonytalan a hatása, ez az épület hasznosításától függ.

l) A műszaki cikkekre vonatkozó környezetvédelmi előírások szigorítása várható.

Várható hatása: kedvezőtlen. Akár a forgalmazást nehezítik, akár egy költségesebb technológia előírásával a termékek előállítási költségének növekedésén keresztül az eladási ár emelését váltják ki a szigorúbb előírások, mindenképpen kedvezőtlen a hatásuk a bolt forgalmára.

2.3

Az elemzett információk többsége kedvező hatást jelent a bolt forgalmára. Ha a bolt ügyesen kihasználja ezeket a tényezőket, és folyamatosan követi a vevők változó igényeit, kulturált boltbelsőt alakít ki, udvarias, felkészült eladókat foglalkoztat, és jól kihasználja a reklámozás adta lehetőségeket, reálisan számolhat a forgalom emelkedésével a következő évben.

3. feladat

A harmadik negyedév hónapjaira: július, augusztus, szeptember hónapokra vonatkozik az adat, amit az előző év harmadik negyedévének forgalmi adatához viszonyítanak. A forgalom értékben azért nőtt, miközben az eladott mennyiségek csökkentek, mert az eladott mennyiségek csökkenésénél nagyobb mértékben emelkedtek az eladási árak. Számszerűen: értékbeni változás = árváltozás x volumenváltozás, ebből árváltozás = értékváltozás/volumenváltozás. Jelen esetben: $1,012/0,971 = 104,2\%$, az élelmiszerek eladási árai tehát 4,2%-kal voltak magasabbak az adott év harmadik negyedévében az előző év harmadik negyedévéhez képest. Feltehetően ez is hozzájárult az eladott mennyiség csökkenéséhez, de látható, hogy a volumen csökkenése nem volt olyan mértékű, mint az árak növekedése.

4. feladat

4.1.) Melyek voltak azok a tényezők, melyek hozzájárultak a bolt forgalmának (bevételének) csökkenéséhez?

- a közeli városban levő szupermarketek és diszkontok megnyitása, amelyeknek választéka és árai feltehetően kedvezőbbek, és ezáltal még a közlekedés költségeit beleszámítva is érdemes ezekben vásárolni,
- a posta és a takarékszövetkezet megszűnése, melyek sokakat vonzottak a közeli településekről, akik ilyenkor feltehetően a boltba is betértek,
- a népesség összetételének kedvezőtlen alakulása, jövedelmének csökkenése,
- a nyitvatartási idő rövidítése, amely valószínűleg nem felel meg a lakosság igényeinek,
- a közeli pékség megnyitása, mely kereskedőket és fogyasztókat is kiszolgál.

4.2.) Ön milyen intézkedéseket hozna a vállalkozó helyében, amelyekkel mérsékelhető lenne a fenti tényezők kedvezőtlen hatása, és megállítható lenne a bevétel további csökkenése?

Néhány lehetséges intézkedés:

- piackutatás a csökkenő érdeklődés okainak feltárása érdekében vevőkör személyes megkérdezésével,
- széles választék kialakítása napi cikkekből, amelyeket szívesen vásárolnak meg helyben a vevők,
- a látványpékség további üzemeltetése,
- akciók alkalmazása, új termékek bevezetése, kóstoltatás,
- a nagy tömegű árut vásárlók részére a házhozszállítás bevezetése,
- zárás előtti órában végkiárúsítás,
- új, kedvezőbb áron szállító beszerzési partnerek felkutatása.

ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK

1. feladat

Egy élelmiszerkereskedés 2008-ban 8 200 ezer Ft árbevételt ért el. 2009-ben a közelben nyílt egy bevásárlóközpont, amelynek alagsorában nagy alapterületű supermarket helyezkedik el. Az élelmiszerkereskedés 2009. évi árbevétele 6 970 ezer Ft volt. Határozza meg az árbevétel százalékos alakulását, és mutasson rá a változás lehetséges okaira! Tegyen javaslatot a vállalkozás üzemeltetőjének, hogy mit tehet a kedvezőtlen folyamat visszafordítása érdekében!

2. feladat

Egy áruházlánc vezetője azzal bízta meg Önt, hogy a következő időszak forgalmának tervezéséhez gyűjtsön össze minél több információt! Rendezze a különböző területekről összegyűjtött, alább felsorolt információkat aszerint, hogy miről adnak tájékoztatást, és milyen módszerrel szerezte be azokat! Az információk betűjelét helyezze el a táblázatban!

Miről		Információszerzés módja	
		Primer adatgyűjtés	Szekunder adatszerzés
Piaci helyzet	keresletről		
	kínálatról		
	árakról		
Gazdasági, társadalmi környezetről			

Szabályozórendszerrel		
Belső lehetőségekről, adottságokról		

Információk:

- a) A KSH (Központi Statisztikai Hivatal) kiadványában a fogyasztói árindex alakulásáról megjelent kimutatás;
- b) A vállalkozás egyes áruházaiban a forgalom alakulása árucsoportonként az utolsó négy évben;
- c) A konkurens üzletek eladási árainak megfigyelése;
- d) Az adójogszabályok változásának összegyűjtése;
- e) A vásárlók könyvének tanulmányozása;
- f) Szállítói ajánlatok beszerzése;
- g) A vásárlók kérdőíves megkérdezése;
- h) Az élelmiszerfogyasztási szokások változásáról készített, interneten található tanulmány elemzése;
- i) A helyi önkormányzattól az adott terület fejlesztésére vonatkozó információk beszerzése;
- j) Statisztikai adatok az üzletek vonzáskörzetében élő lakosság kor, nem, családnagyság és jövedelem szerinti megoszlásáról;
- k) A versenytársak árukínálatának megfigyelése;

3. feladat

Egy bolt árbevétele 20%-kal emelkedett a bázisévről a tárgyévre, miközben az eladási árak átlagosan 15%-kal nőttek. A tárgyévet követő évre az eladási árakat átlagosan 10%-kal tervezik emelni, és előrejelzéseik szerint az áremelkedés, valamint egyéb tényezők hatására az eladott mennyiség 5 %-kal csökkenni fog.

Hogyan változott az értékesítés volumene bázisévről a tárgyévre?

Milyen mértékű árbevétel-változás várható a terv szerint a következő évre?

4. feladat

Egy ruházati bolt 2009. évi forgalma 542 600 ezer Ft volt. A forgalom 70%-át a női konfekció áruk, 30%-át a divatárúk, kiegészítők tették ki.

2010-re a konfekció áruk forgalmát 15%-kal, a divatárúk, kiegészítők forgalmát 5%-kal tervezik növelni.

Mennyi volt az egyes árucsoportok forgalma 2009-ben?

Mekkora forgalmat terveztek az egyes árucsoportokból 2010-re?

Hogyan oszlik meg a forgalom a terv szerint a két árucsoport között?

Fogalmazza meg, hogyan és minek következtében változik a forgalom összetétele! Mi lehet az oka annak, hogy nem azonos mértékben szeretnék növelni a két árucsoport forgalmát?

MEGOLDÁSOK

1. feladat

$$V_d = \frac{6970}{8200} = 0,85 \text{ azaz } 85\%.$$

A 2009. évi árbevétel a 2008. évi árbevételnek 0,85-szorosa, azaz 85%-a. Az árbevétel 15%-kal csökkent (100-85). Ezt nagy valószínűséggel a bevásárlóközpont megnyitása, annak gazdagabb választéka okozta, de lehet, hogy az eladók viselkedése, vagy a nem megfelelő árukínálat és vásárlási körülmények miatt pártolt el azonnal a vevők egy része az üzlettől. A vevők megkérdezésével, személyes megfigyeléssel fel lehetne mérni a keresletcsökkenés okait. A vevők igényeihez pontosan igazodó választék kialakításával, barátságos kiszolgálással, figyelmességgel megtartható, ill. megnyerhető a korábbi vevőkör egy része. Ha ez nem hoz eredményt, célszerű profilmódosítást végrehajtani.

2. feladat

Miről		Információszerzés módja	
		Primer adatgyűjtés	Szekunder adatszerzés
Piaci helyzetről	keresletről	g)	h)
	kínálatról	f), k)	
	árakról	c),	a),
Gazdasági, társadalmi környezetről		i)	j)
Szabályozórendszerrel			d)
Belső lehetőségekről, adottságokról		e.)	b),

3. feladat

Volumenváltozás bázisról a tárgyévre: $1,2/1,15 = 1,0434$ 104,3%

Az értékesítés volumene 4,3%-kal nőtt bázisról a tárgyévre.

Tervezett árbevétel-változás a következő évre: $1,1 \cdot 0,95 = 1,045$ 104,5%

Az árbevétel a terv szerint 4,5%-kal emelkedik, mivel az árak emelkedése meghaladja a várható volumencsökkenés mértékét.

4. feladat

A 2009. évi forgalom árucsoportonként:

Konfekció áruk: $542\,600 \cdot 0,7 = 379\,820$ ezer Ft

Divatárak, kiegészítők: $542\,600 \cdot 0,3 = 162\,780$ ezer Ft

2010. évre tervezett forgalom árucsoportonként:

Konfekció áruk: $379\,820 \cdot 1,15 = 436\,793$ ezer Ft

Divatárak, kiegészítők: $162\,780 \cdot 1,05 = 170\,919$ ezer Ft

Összesen: $436\,793 + 170\,919 = 607\,712$ ezer Ft

2010. évre tervezett forgalom megoszlása:

Konfekció áruk: $436\,793 / 607\,712 = 0,7187$ 71,9%

Divatárak, kiegészítők: $170\,919 / 607\,712 = 0,2812$ 28,1%

A forgalom összetétele várhatóan eltolódik a konfekció áruk felé, közel 2%-ponttal emelkedik a részarányuk az összforgalomból. Ennek oka, hogy ennél az árucsoportnál terveznek nagyobb mértékű forgalom-emelkedést. Valószínűleg a vevők keresletének az előző időszakban történt megfigyelésére, vagy a környező üzletek választékának tanulmányozására alapozzák ezt az elképzelést (lehet, hogy a környéken van másik, divatárakat nagy választékban forgalmazó egység). Az is lehet, hogy kedvezőbb árat tudnak elérni a konfekció áruk forgalmazásánál, és ezért érdekesebb abból nagyobb árbevételt megcélozni.

IRODALOMJEGYZÉK

FELHASZNÁLT IRODALOM

Horváthné Herbáth Mária – Stágel Imréné: Az áruforgalmi tevékenység tervezése, elemzése, hatása az eredményre, Kereskedelmi és Idegenforgalmi Kft., Budapest, 2008.

Horváthné Herbáth Mária – Stágel Imréné: Kereskedelmi szakmai ismeretek, Kereskedelmi és Idegenforgalmi Kft., Budapest

A(z) 0003–06 modul 002–es szakmai tankönyvi tartalomeleme felhasználható az alábbi szakképesítésekhez:

A szakképesítés OKJ azonosító száma:	A szakképesítés megnevezése
33 341 01 0000 00 00	Kereskedő, boltvezető
51 213 01 0010 51 01	Eseményrögzítő
51 213 01 0010 51 02	Filmlaboráns
52 341 05 1000 00 00	Kereskedő
52 341 05 0100 52 01	Bútor- és lakástextil-kereskedő
52 341 05 0100 52 02	Élelmiszer- és vegyiáru-kereskedő
52 341 05 0100 52 03	Ruházati kereskedő
52 341 07 0000 00 00	Kultúrcikk-kereskedő
52 725 01 0000 00 00	Látszerész és fotócikk-kereskedő
33 341 03 0010 33 01	Építőanyag-kereskedő
33 341 03 0010 33 02	Épületgépeszeti anyag- és alkatrész-kereskedő
33 341 03 0010 33 03	Járműalkatrész-kereskedő
33 341 03 0010 33 04	Villamossági anyag- és alkatrész-kereskedő
51 341 01 0000 00 00	Műszakicikk-kereskedő
31 341 04 0000 00 00	Vegyesiparcikk-kereskedő
31 341 04 0100 31 01	Agrokémiai és növényvédelmi kereskedő
31 341 04 0100 31 02	Gyógynövénykereskedő
31 341 04 0100 31 03	Piaci, vásári kereskedő
31 341 04 0100 31 04	Sportszer- és játékkereskedő
33 215 02 0000 00 00	Virágkötő, -berendező, virágkereskedő
33 215 02 0100 33 02	Virágkereskedő
52 341 06 0001 52 01	Antikvárium kereskedő

A szakmai tankönyvi tartalomelem feldolgozásához ajánlott óraszám:

11 óra

MUNKANYAG

A kiadvány az Új Magyarország Fejlesztési Terv
TÁMOP 2.2.1 08/1–2008–0002 „A képzés minőségének és tartalmának
fejlesztése” keretében készült.

A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap
társfinanszírozásával valósul meg.

Kiadja a Nemzeti Szakképzési és Felnőttképzési Intézet
1085 Budapest, Baross u. 52.

Telefon: (1) 210–1065, Fax: (1) 210–1063

Felelős kiadó:
Nagy László főigazgató