



Stágel Imréné

Az áruforgalmi tevékenység hatása az eredményre I.



A követelménymodul megnevezése:

Az áruforgalmi tevékenység tervezése, irányítása, elemzése

A követelménymodul száma: 0003-06 A tartalomelem azonosító száma és célcsoportja: SzT-006-50



AZ ÉRTÉKESÍTÉS HATÁSA AZ EREDMÉNYRE

ESETFELVETÉS – MUNKAHELYZET

Ön egy kisvárosban üzemeltet egy szupermarketet. Boltjának forgalma jelentősen csökkent, mióta a város szélén megnyílt egy nagy alapterületű hipermarket. Az árakkal nem tud versenyezni, mivel ők nagy tételben vásárolnak, és így jelentős kedvezményt kapnak a beszállítóktól. Keresi a módját annak, hogyan tudná vevőkörét megtartani, és nyereségének jelentős csökkenését megakadályozni. Ezért az alábbi intézkedéseket hozta az elmúlt néhány hónapban:

1. **Az eladásra szánt árumennyiségre vonatkozóan:** Próbált nagyobb tételben beszerezni néhány tartós terméket, a szállítói kedvezményt kihasználva.
2. **Az áruválasztékra vonatkozóan:** Az áruválasztékot színesítette, kisebb szerszámokat, vetőmagot, növényápoló készítményeket is árusít, mert ezeket nem forgalmazza a hipermarket.
3. **Az értékesítési módra vonatkozóan:** Megszüntette a csemegepultot, hűtött faliállványokat vásárolt, és bevezette a csemegeáruk és sajtok értékesítésében is a teljes önkiszolgálást.
4. **A nyitvatartási időre vonatkozóan:** Bevezette a vasárnapi nyitva tartást, hétköznap pedig az eddiginél két órával tovább, este nyolcig tart nyitva.
5. **A személyi feltételekre vonatkozóan:** A hosszabb nyitvatartási idő miatt még egy eladót fel kellett vennie, és átalakította a munkaidő-beosztást: valamennyi alkalmazottját a forgalom ingadozásához igazodva, egyenlőtlen munkaidő-beosztásban foglalkoztatja.
6. **A vásárlási körülményekre vonatkozóan:** Az üzletet átrendezte, egyrészt azért, hogy a személyzet, elsősorban a pénztárosok számára áttekinthető legyen az eladótér, másrészt azért, hogy szélesebb közlekedőtér álljon a vevők rendelkezésére a berendezések között. Azért, hogy ne veszítsen az átrendezéssel túl nagy eladótéri kapacitást, kiegészítő állványokat helyezett el a gondolavégeken, a bejáratok és a pénztárak közelében. A fokozott vagyonvédelem miatt kamerákat szerelt fel az eladótérben.
7. **Az értékesítés-ösztönzés módszereire vonatkozóan:** A városi televízióban reklámozta az üzletét, aktuális akcióit.

Fél év elteltével könyvelője a rendelkezésre álló adatokból megállapította, hogy bevételei kb. 5%-kal, ráfordításai 4%-kal csökkentek az előző év azonos időszakához képest. Így az üzlet jövedelmezősége csak csekély mértékben romlott.

AZ ÁRUFORGALMI TEVÉKENYSÉG HATÁSA AZ EREDMÉNYRE

Ön a fenti adatok ismeretében elemzi, hogy intézkedései hatással lehettek-e a bevételekre, a ráfordításokra, és az eredményre.

Rendszerezze az alábbi táblázatban az egyes intézkedések lehetséges hatását! Tegyen x jelet az egyes intézkedéseknél a megfelelő rovatba!

Az intézkedés sorszáma és tartalma	Hatással van a bevételre	Hatással van a ráfordításokra	Hatással van az eredményre
1. Az eladásra szánt árumennyiség növelése			
2. A választék módosítása			
3. Az értékesítési mód változtatása			
4. A nyitvatartási idő módosítása			
5. A személyi feltételeknek a forgalomhoz igazodó változtatása			
6. A vásárlási körülmények alakítása			
7. Az értékesítés-ösztönzés módszereinek változtatása			

SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

Az értékesítési munkát úgy kell megszervezni és lebonyolítani, hogy hozzájáruljon a lehető legnagyobb eredmény eléréséhez.

Az értékesítéssel kapcsolatos valamennyi döntés, intézkedés befolyásolja a vállalkozás eredményét, mivel általában hatással van a bevételekre és a ráfordításokra is.

A kereskedelmi vállalkozások a minél nagyobb eredmény elérése érdekében mindenekelőtt **a bevételeik növelésére törekszenek**. A lehető legnagyobb bevételt pedig akkor tudják elérni, ha vevőik jellemzőinek, igényeinek figyelembe vételével alakítják ki

- a kínált áruk mennyiségét,
- a választékot,
- az eladási árakat,
- az értékesítési módot,
- a vásárlási körülményeket,

- a személyi feltételeket,
- az értékesítés-ösztönző módszereket.

A lehető legnagyobb eredmény eléréséhez természetesen mérlegelni kell a megcélzott árbevétel eléréséhez szükséges ráfordítások mértékét is. Ha ugyanis a ráfordítások nagyobb mértékben nőnek egy-egy intézkedés következtében, mint a bevételek, akkor az eredményesség nem javulni, hanem romlani fog. Ezért a költségekkel való ésszerű takarékoskodás követelményét is szem előtt kell tartani valamennyi döntésnél.

a) A kínált áruk mennyiségének hatása az eredményre

Az eladásra szánt árumennyiség meghatározása hatással van a hozamokra (bevételekre) és a ráfordításokra, és ezáltal az eredményre. Ha hibásan becsüli meg a kereskedő, hogy milyen mennyiségű árut tud értékesíteni egy adott időszak alatt, és a keresett mennyiségnél kevesebbet kínál, akkor a bevétel elmarad a lehetőségektől. Ha a keresett mennyiségnél többet szerez be, akkor a készleteiben pénzt köt le, ami csak lassan térül meg, és a tárolás, árukezelés pedig költséget, ráfordítást jelent a számára. A felesleges készletektől esetenként csak árengedmény nyújtásával szabadulhat meg.

b) A választék hatása az eredményre

A kínált áruk választékát is a vevőkör igényeinek figyelembe vételével kell kialakítani. Ehhez a kereskedőnek folyamatosan figyelnie kell a kereslet alakulását, és jól kell ismernie a megcélzott vevőkör jellemzőit, fogyasztási szokásait, preferenciáit. Ha a választékot nem az igényeknek megfelelően alakítja ki, akkor bevételtől esik el, ill. többlet-ráfordításai jelentkeznek a nehezen eladható készletek miatt.

c) Az eladási árak hatása az eredményre

A vevőkör jellemzői befolyásolják azt is, hogy milyen eladási árakat érvényesíthet. **Az eladási árak nem megfelelő meghatározása hatással van a bevételekre és a ráfordításokra is.** A vevőkör jövedelemszintjéhez, fizetőképességéhez nem igazodó (annál magasabb vagy alacsonyabb) árak alkalmazása csökkenti a vállalkozás eredményét. A vevőkör fizetőképességét meghaladó árak akadályozzák az áruk eladhatóságát. Magas jövedelmű, a termékek minőségével szemben kiemelt igényeket támasztó vevőket viszont akár bizalmatlanná is tehetünk a termék minőségéhez nem igazodó, alacsony vagy akciós árak alkalmazásával.

d) Az értékesítési mód hatása az eredményre

Az értékesítési mód megválasztásánál a vevőkör elvárásaiból és az értékesített termékek jellegéből, valamint az egység adottságaiból kell kiindulni. Ennél a döntésnél is mérlegelni kell, hogy az egyes értékesítési módok alkalmazása hogyan hat a bevételekre és a ráfordításokra. A különféle árucikkeknél és különböző jellegű üzletekben a vevők eltérő körülményeket és értékesítési módot igényelnek. Ha ezt nem veszi figyelembe a kereskedő, akkor árbevétele elmaradhat az elvárttól.

A különböző értékesítési módok ugyanakkor eltérő eszköz- és munkaráfördítást igényelnek, így költségigényük is jelentősen különbözik. A hagyományos értékesítés a legmunkaigényesebb értékesítési mód, költségigénye nagyobb, mint az önkiszolgáló értékesítésé. Bizonyos termékeknél azonban a vevők igénylik a hagyományos kiszolgálást, a velük való közvetlen foglalkozást. Ha ilyen esetben takarékosági szempontból az önkiszolgáló értékesítés mellett dönt a kereskedő, lehet, hogy az elérhetőnél alacsonyabb árbevételt ér el, és ennek következtében az eredménye alacsonyabb lesz, mint a hagyományos értékesítés alkalmazása esetén.

Az önkiszolgáló értékesítés esetén ugyanakkora bevétel általában alacsonyabb létszámmal és bérköltséggel érhető el, de számolni kell azzal, hogy vannak olyan költségek, amelyek ez esetben magasabbak (pl. a nagyobb értékesítőtér kialakításának és fenntartásának költségei, a vagyonszervi berendezések, eszközök működtetésének költsége), mint hagyományos értékesítés alkalmazásakor.

Egyes áruhelyek értékesítésénél költségkímélő megoldást jelenthet a minta utáni értékesítési mód. Ilyenkor nem a magas bérleti díjú városközpontokban kell raktárt fenntartani, ugyanakkor az árbevételre kedvezően hat, hogy a választékot a kereskedelmi centrumokban lévő üzletekben ismerhetik meg a vevők.

e) A vásárlási körülmények hatása az eredményre

A vásárlási körülmények hatnak a vevők elégedettségére, ezáltal az elérhető árbevételre. Mindenképpen arra kell törekedni, hogy a külső-belső kép, az üzlet hangulata összhangban legyen a forgalmazott áruk jellegével és a vevőkör elvárásaival. **Ugyanakkor a költségeket is befolyásolja, hogy milyen az üzlet homlokzata, belső kialakítása, berendezése, díszítése.**

A nyitvatartási idő helyes kialakítása jelentős hatással van a bolt bevételeire és ráfordításaira, ezáltal az elérhető eredményre. Jelentős bevételtől esik el az üzlet, ha a nyitvatartási ideje nem alkalmazkodik a megcélzott vevőkör munkaidejéhez, időbeosztásához, vásárlási szokásaihoz. Jelentős költséget is jelent a rosszul megállapított nyitvatartási idő, hiszen a csekély forgalmú időszakokban is fizetni kell az üzemeltetési költségeket, és az alkalmazottak bérét.

f) A személyi feltételek hatása az eredményre

Az értékesítéshez szükséges személyi feltételek kialakítása jelentős hatással van mind a bevételekre, mind a ráfordításokra. Az optimális létszám foglalkoztatására kell törekedni, amely nem több és nem kevesebb, mint amennyi a bolti feladatok hatékony ellátásához, a forgalom zavartalan lebonyolításához szükséges. **A személyes árubemutatást alkalmazó egységekben** a vásárlási szándék realizálódása, sőt kialakulása nagyrészt a vevővel való foglalkozás színvonalán, a kereskedő szakmai felkészültségén múlik. Ezekben az üzletekben semmiképpen nem szabad a létszámmal és a bérral mindenáron takarékoskodni, mivel a túlzott létszámcsökkentés, vagy az alacsonyabb bérű szakképzetlen dolgozók foglalkoztatása a kiszolgálás kulturáltságának rovására mehet.

Az árubemutató személytelen módját jelentő önkiszolgáló értékesítésnél a bevételek növelhetők az áruk ízléses, áttekinthető, rendezett kihelyezésével, a ráfordítások pedig csökkenthetők a munka jó megszervezésével. Az önkiszolgáló egységekben jelentős hatással van a bevételekre és ráfordításokra a pénztárosok számának meghatározása. A szükségesnél kevesebb pénztáros alkalmazása hosszas sorban állást eredményez, és ennek hatására minden egyéb kedvező tapasztalat ellenére elfordulhatnak az adott üzlettől a vevők. A szükségesnél több pénztáros alkalmazása pedig kedvezően hat ugyan a bolt áteresztő képességére, de lehet, hogy aránytalanul nagy többlet-költséget jelent.

A személyi feltételek biztosításához hozzátartozik a rendelkezésre álló létszám hatékony foglalkoztatása. Ennek feltétele a megfelelő munkabeosztás és a jó munkaszervezés. **A bolti dolgozók munkájának jó megszervezésével, a forgalom hullámszerűségéhez igazodó munkaidő-beosztással csökkenthetők a személyi jellegű ráfordítások.** Az áruk előkészítésével, az árufeltöltéssel kapcsolatos feladatokat pl. célszerű nyitás előtt, zárás után, ill. az ún. forgalmi „holtidőben” elvégezni, hogy „csúcsidőben” minél több eladó a vevők rendelkezésére állhasson. A rész-munkaidős dolgozók foglalkoztatásával, esetleg osztott munkaidő alkalmazásával is alkalmazkodni lehet a forgalom napon, ill. héten belüli hullámszerűségéhez.

g) Az értékesítés-ösztönzés hatása az eredményre

Az értékesítés-ösztönzés különböző módszerei közötti választásnál is mérlegelni kell az várható hatását az árbevételre és a ráfordításokra. A reklámozás más-más módját célszerű pl. alkalmazni egy üzletláncban tartozó egységben, vagy egy jól körülhatárolható, szűk vevőréteg, vagy egy törzsvevőkör igényeit kielégítő boltban. Az értékesítés-ösztönzés általános célja az eladott mennyiség növelése. Amennyiben ezt árendményes akciókkal vagy egyes termékek árának alacsonyan tartásával kívánják elérni, akkor meg kell becsülni, hogy az alacsonyabb eladási árak hatására várhatóan hogyan alakul az értékesítés volumene. Ha előreláthatóan az eladott mennyiség nem növekszik nagyobb mértékben, mint amilyen mértékben az eladási árakat csökkentettük, akkor az árendményes akció hatására nem fog emelkedni az árbevétel. Számolni kell az akciók szervezésének és a reklámozásnak a költségeivel is. Lehet, hogy a bevétel növekedését "elviszik" a többletköltségek, és ezért az eredmény nem fog nőni.

Visszatérve az Esetfelvetésben megfogalmazott feladatra:

Akkor gondolkodott helyesen, ha valamennyi intézkedésről azt állapította meg, hogy hatással van a bevételekre és a ráfordításokra, ezáltal az eredményre is.

TANULÁSIRÁNYÍTÓ

1. feladat

AZ ÁRUFORGALMI TEVÉKENYSÉG HATÁSA AZ EREDMÉNYRE

Az Információtartalomban foglaltak alapján elemezze az Esetfelvetésben megnevezett intézkedéseket! Mindegyik intézkedésnél indokolja meg, hogy miért és hogyan hat a bevételekre, a ráfordításokra, és ennek következtében milyen hatással lehet az eredményre!

a. Próbált nagyobb tételben beszerezni néhány tartós terméket, a szállítói kedvezményt kihasználva.

Hatása a bevételekre, ráfordításokra, eredményre:

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

b. Az áruválasztékot színesítette, kisebb szerszámokat, vetőmagot, növényápoló készítményeket is árusít, mert ezeket nem forgalmazza a hipermarket.

Hatása a bevételekre, ráfordításokra, eredményre:

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

c. Megszüntette a csemegepultot, hűtött faliállványokat vásárolt, és bevezette a csemegeáruk és sajtok értékesítésében is a teljes önkiszolgálást.

Hatása a bevételekre, ráfordításokra, eredményre:

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

d. Bevezette a vasárnapi nyitva tartást, hétköznap pedig az eddiginél két órával tovább, este nyolcig tart nyitva.

Hatása a bevételekre, ráfordításokra, eredményre:

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

e. A hosszabb nyitvatartási idő miatt még egy eladót fel kellett vennie, és átalakította a munkaidő-beosztást: valamennyi alkalmazottját a forgalom ingadozásához igazodva, egyenlőtlen munkaidő-beosztásban foglalkoztatja.

Hatása a bevételekre, ráfordításokra, eredményre:

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

f. Az üzletet átrendezte, egyrészt azért, hogy a személyzet, elsősorban a pénztárosok számára áttekinthető legyen az eladótér, másrészt azért, hogy szélesebb közlekedőtér álljon a vevők rendelkezésére az állványok között. Azért, hogy ne veszítsen ezzel túl nagy eladótéri kapacitást, kiegészítő állványokat helyezett el a gondolavégeken, a bejáratok és a pénztárak közelében. A fokozott vagyonvédelem miatt kamerákat szerelt fel az eladótérben.

Hatása a bevételekre, ráfordításokra, eredményre:

g. A városi televízióban reklámozta az üzletét, aktuális akcióit.

Hatása a bevételekre, ráfordításokra, eredményre:

2. feladat

A felsorolt értékesítési döntések, illetve intézkedések milyen hatással lehetnek a bevételekre, a ráfordításokra, illetve az eredményre? Jelölje az alábbi táblázatban, hogy hatásuk növelő (N), vagy csökkentő (CS), vagy nem jelezhető előre, azaz bizonytalan (B)! Egy adott intézkedéshez több lehetséges hatást is megjelölhet!

Választását indokolja meg, és vitassa meg társaival! Amennyiben úgy vélik, hogy az adott intézkedés eredményre gyakorolt hatása a megadott információ alapján nem ítélni meg, azaz bizonytalan, érveljenek, hogy mely esetben hat növelően illetve csökkentően az eredményre az adott intézkedés!

Legalább két kiválasztott intézkedés eredményre gyakorolt bizonytalan hatása melletti érveket írásban is foglalja össze!

A döntés (intézkedés) megnevezése	Hatás a bevételekre	Hatás a ráfordításra	Hatás az eredményre
-----------------------------------	---------------------	----------------------	---------------------

Bútoráruházban ingyenes házhozszállítás bevezetése			
Egy élelmiszer-üzletláncban az aktuális akciók reklámozása országos sugárzású televízióban			
Egy nagy alapterületű élelmiszer-áruházban a választék bővítése hidegkonyhai készítményekkel, frissensültekkel			
Egy hipermarketben egyes alapvető élelmiszereknek a korábbinál jóval nagyobb mennyiségben történő beszerzése, és a versenytársakénál alacsonyabb áron történő értékesítése			
Háztartási kisgépeket árusító szaküzletben szakképzett, gyakorlott kereskedők foglalkoztatása			
Ruházati boltban azonos áruválaszték mellett új, tetszetős portál és boltbelső kialakítása, új berendezések beszerzése			
Sportruházatot értékesítő szaküzletben a hagyományos értékesítés helyett önkiszolgáló értékesítés bevezetése			
Bútoráruházban a forgalom fellendítése érdekében meghatározott termékek vásárlásához ajándék kiegészítő lakberendezési cikkek biztosítása			
A dolgozók munkaidő-beosztásának a forgalom héten és napon belüli hullámzásához igazítása, részmunkaidős dolgozók foglalkoztatása			

Az alábbi két intézkedés esetén bizonytalan az eredményre gyakorolt hatás az alábbiak miatt:

Megoldás:

1. feladat

a. Nagy tételben szerzett be néhány tartós terméket, a szállítói kedvezményt kihasználva.

Hatása a bevételekre, ráfordításokra, eredményre:

Ha a nagyobb mennyiséget sikerült eladnia, akkor a bevétele növekedett. Az eladott áruk beszerzési értéke is növekedett, de kisebb mértékben, mivel kedvezményt kapott a beszállítótól. Ezért az árréstömeg növekedett, és ha a tárolás költségei nem növelték meg lényegesen a forgalmazási költségeket, akkor az eredményre kedvezően hatott az intézkedés. Ha azonban a szokottnál nagyobb mennyiségben történő beszerzés miatt a termékeket csak jelentős árengedménnyel tudta értékesíteni, akkor lehet, hogy az egyedi árresek csökkenése miatt az árréstömeg csökkent, és ez kedvezőtlenül hatott az eredményre.

b. Az áruválasztékot színesítette, kisebb szerszámokat, vetőmagot, növényápoló készítményeket is árusít, mert ezeket nem forgalmazza a hipermarket.

Hatása a bevételekre, ráfordításokra, eredményre:

Ha jól mérte fel a vevőkör igényeit, és ezekre a termékekre valóban van kereslet, akkor a bevétele növekedett. Ennek az eredményre gyakorolt hatása függ azonban attól is, hogy milyen mértékben nőttek a ráfordítások a választék bővítése következtében. Lehet, hogy ezen termékek raktári és eladótéri tárolása például olyan többletköltségeket jelentett, amelyek az e termékek forgalmazásával realizált árréstömeget teljes egészében "igénybe vették", és ezáltal nem hozott nyereséget a forgalmazásuk. Az is lehet, hogy a beszerzett termékekre nem volt kereslet, és azokat egyáltalán nem, vagy csak jelentős árengedménnyel tudta a bolt értékesíteni, és ezáltal a beszerzésükre és tárolásukra fordított költségek nem is térültek meg, ezáltal veszteséges volt a forgalmazásuk.

c. Megszüntette a csemegepultot, hűtött faliallványokat vásárolt, és bevezette a csemegeárúkat és sajtok értékesítésében is a teljes önkiszolgálást.

Hatása a bevételekre, ráfordításokra, eredményre:

A teljes önkiszolgálás bevezetése lehet, hogy kedvezően hatott a bevételekre, mivel a vevők ezáltal elkerülték a csemegepultnál történő sorbaállást, kedvükre – akár hosszasan – válogathattak a kihelyezett termékek közül, anélkül, hogy feltartották volna a többi vásárlót. Ez a vásárlási kedvet és ezáltal a forgalmat kedvezően befolyásolhatta. A személyi jellegű ráfordításokra is feltehetően kedvezően hatott az intézkedés, mivel a hagyományos – csemegepultnál történő – értékesítés több eladót igényel, mint a termékek előrecsomagolása és kihelyezése az állványra. Sőt, ezt a tevékenységet akár forgalmi "holtidőben" is lehet végezni, így a jó munkaszervezés még tovább csökkenthette a létszámgigényt. Ugyanakkor az előrecsomagoláshoz szükséges gépek, eszközök, a faliállvány amortizációja, üzemeltetése növeli a ráfordításokat.

d. Bevezette a vasárnapi nyitva tartást, hétköznap pedig az eddiginél két órával tovább, este nyolcig tart nyitva.

Hatása a bevételekre, ráfordításokra, eredményre:

A bevételek bizonyára növekedtek a hosszabb nyitva tartási idő következtében. Az, hogy ez egyúttal az eredmény növekedését is jelentette-e, attól függ, hogy ennél kisebb vagy nagyobb mértékben nőttek a ráfordítások. A hosszabb nyitvatartási idő miatt ugyanis növekedtek az üzemeltetési költségek (ún. rezszi költségek), és a személyi jellegű ráfordítások.

e. A hosszabb nyitvatartási idő miatt még egy eladót fel kellett vennie, és átalakította a munkaidő-beosztást: valamennyi alkalmazottat a forgalom ingadozásához igazodva, egyenlőtlen munkaidő-beosztásban foglalkoztatja.

Hatása a bevételekre, ráfordításokra, eredményre:

A hosszabb nyitvatartási idő egyértelműen kedvezően hatott a bevételekre. A létszám bővítése ugyanakkor növelte a személyi jellegű ráfordításokat. Ha a munkaidő-beosztás átalakítása jól igazodott a forgalom hullámszerűségéhez, akkor a rendelkezésre álló létszám nagyobb forgalmat tud lebonyolítani egy adott időszakban, illetve a jó munkaidő-beosztás miatt nincs szükség további létszám-bővítésre. Ez mindenképpen a személyi jellegű ráfordításokkal való ésszerű takarékoskodást jelenti, és mivel adott forgalomhoz arányaiban kisebb létszám és bérköltség tartozik, az eredményesség javul. Ha azonban a munkaidő-beosztás nem jól igazodik a forgalom hullámszerűségéhez, akkor lehetnek olyan napok, napszakok, amelyekben nem elegendő a létszám, és ez vevői elégedetlenséghez vezethet. Ennek következtében a bevétel elmaradhat a lehetőségektől, sőt akár csökkenhet is.

f. Az üzletet átrendezte, egyrészt azért, hogy a személyzet, elsősorban a pénztárosok számára áttekinthető legyen az eladótér, másrészt azért, hogy szélesebb közlekedőtér álljon a vevők rendelkezésére az állványok között. Azért, hogy ne veszítsen ezzel túl nagy eladótéri kapacitást, kiegészítő állványokat helyezett el a gondolavégeken, a bejáratok és a pénztárak közelében. A fokozott vagyonvédelem miatt kamerákat szerelt fel az eladótérben.

Hatása a bevételekre, ráfordításokra, eredményre:

A bevételekre kedvező hatást gyakorolhatott az, hogy a vevők kényelmesebben közlekedhetnek, zavartalanul nézelődhetnek, válogathatnak az üzletben. Ugyanakkor valamelyest akár csökkentette is a bevételt az, hogy kevesebb árut tudtak kihelyezni az eladótérbe, mint korábban. A ráfordításokra kedvező hatást gyakorolt az, hogy az eladótér könnyű átláthatósága és a kamerák elhelyezése valószínűleg csökkentőleg hatott a vásárlói lopásokra. A vagyonvédelmi berendezések üzemeltetési költségei ugyanakkor valamelyest növelték a ráfordításokat. Az intézkedésnek az eredményre gyakorolt hatása attól függ, hogy a bevételek vagy a ráfordítások nőttek-e nagyobb mértékben az intézkedés hatására.

g. A városi televízióban reklámozta az üzletét, aktuális akcióit.

Hatása a bevételekre, ráfordításokra, eredményre:

A bevétel feltehetően növekedett a reklámozás hatására. Ugyanakkor egyáltalán nem biztos, hogy a bevétel növekedése arányban volt a ráfordításoknak olyan mértékű növekedésével, amelyet ez a költséges reklámozási mód okozott. Ha a vevőkör nem bővült jelentősen, illetve a meglévő vevőkör a televíziós reklám hatására nem vásárolt többet, mint eddig, akkor az eredmény nem nőtt az intézkedés hatására.

2. feladat

A döntés (intézkedés) megnevezése	Hatás a bevételekre	Hatás a ráfordításra	Hatás az eredményre
Bútoráruházban ingyenes házhozszállítás bevezetése	N	N	B
Egy élelmiszer-üzletláncban az aktuális akciók reklámozása országos sugárzású televízióban	N	N	B
Egy nagy alapterületű élelmiszer-áruházban a választék bővítése hidegkonyhai készítményekkel, frissensültekkel	N	N	B
Egy hipermarketben egyes alapvető élelmiszereknek a korábnál jóval nagyobb mennyiségben történő beszerzése, és a versenytársakénál alacsonyabb áron történő értékesítése	N	N	B
Háztartási kisgépeket árusító szaküzletben szakképzett, gyakorlott kereskedők foglalkoztatása	N	N	B
Ruházati boltban azonos áruválaszték	N	N	B

mellett új, tetszetős portál és boltbelső kialakítása, új berendezések beszerzése			
Sportruházatot értékesítő szaküzletben a hagyományos értékesítés helyett önkiszolgáló értékesítés bevezetése	N	Cs	B
Bútoráruházban a forgalom fellendítése érdekében meghatározott termékek vásárlásához ajándék kiegészítő lakberendezési cikkek biztosítása	N	N	B
A dolgozók munkaidő-beosztásának a forgalom héten és napon belüli hullámzásához igazítása, részmunkaidős dolgozók foglalkoztatása	B	B	B

Helytálló indoklással más válaszok is helyesek lehetnek.

Néhány lehetséges érv az intézkedésnek az eredményre gyakorolt bizonytalan hatása mellett:

Bútoráruházban ingyenes házhozszállítás bevezetése:

Az ingyenes házhozszállítás vonzó lehet a vevők számára, és valószínűleg arra ösztönzi őket, hogy itt, és ne azoknál a hasonló árakon értékesítő versenytársaknál vásároljanak, akik ezt a szolgáltatást nem biztosítják. A ráfordításokat is növeli azonban az intézkedés, hiszen akár saját fuvarszökecskkel, akár fuvarozó cég igénybevitelével végzi a cég a házhozszállítást, mindenképpen komoly költséget jelent a számára. Az eredményre gyakorolt hatás lehet kedvező vagy kedvezőtlen is, attól függően, hogy a bevételek vagy a ráfordítások növekednek-e nagyobb mértékben az intézkedés hatására.

Egy nagy alapterületű élelmiszer-áruházban a választék bővítése hidegkonyhai készítményekkel, frissensültekkel

A bevételeket mindenképpen növeli az intézkedés, a bevétel-növekedés mértéke azonban attól függ, hogy a vevőkör részéről mekkora igény mutatkozik e termékek iránt. A ráfordítások is nőnek, hiszen ezeknek a termékeknek az előkészítése, elkészítése, bemutatása, értékesítése jelentős munka- és eszközráfordítást is igényel. A kereslet ingadozása miatt számolni kell a megmaradt készletek selejtezésével, illetve a nap végén történő árengedményes értékesítésével is, ami szintén növeli a ráfordításokat. Ezért az eredményre gyakorolt hatás lehet növelő vagy csökkentő is.

Háztartási kisgépeket árusító szaküzletben szakképzett, gyakorlott kereskedők foglalkoztatása

A bevételekre feltehetően növelő hatást gyakorol az intézkedés, hiszen a vevők szívesebben vásárolnak olyan boltban, ahol a gépek tulajdonságait, működését szakszerűen be tudják mutatni az eladók. A vásárlási szándék is könnyebben válik tényleges vásárlássá, ha meggyőző az eladók árubemutatása, áruajánlása. Ugyanakkor a szakképzett, gyakorlott munkaerőt általában magasabb bérért tudja a vállalkozás foglalkoztatni, ezért a személyi jellegű ráfordításokat növeli az intézkedés. Ezért az eredményre gyakorolt hatás attól függ, hogy az intézkedés következtében történő bevétel-növekedés vagy ráfordítás-növekedés a nagyobb mértékű.

Sportruházatot értékesítő szaküzletben a hagyományos értékesítés helyett önkiszolgáló értékesítés bevezetése

Az önkiszolgáló értékesítés általában növeli a vásárlási kedvet, hiszen a vevők kedvükre elidőzhetnek a boltban, szabadon válogathatnak a kihelyezett termékek közül. Ugyanannyi termék megtekintése, felpróbálása a hagyományos értékesítés esetén lassabb, és zavarhatja is a vásárlót, ha eközben többen várnak a kiszolgálásra. Ezért a bevételre feltehetően kedvezően hat az intézkedés. A ráfordításokat is csökkenti hosszabb távon, mivel az önkiszolgáló értékesítés adott forgalom eléréséhez kevesebb munkaerőt igényel. Az eredményre gyakorolt hatás valószínűleg kedvező. Ugyanakkor elképzelhető az is, hogy egyes termékeknél (pl. egyedi, különleges minőségű és használati tulajdonságú termékeknél) a vásárló kimondottan igényli az eladó személyes közreműködését, árubemutató, áruajánló tevékenységét, és ez az intézkedés emiatt csökkentőleg hat a keresletre, ezáltal a bevételre.

A dolgozók munkaidő-beosztásának a forgalom héten és napon belüli hullámzásához igazítása, részmunkaidős dolgozók foglalkoztatása

A forgalomhoz igazodó munkaidő-beosztás következtében gördülékenyebbé válhat a vevők kiszolgálása, csökkenhet a pultoknál és a pénztáraknál történő sorbaállás, ez által szívesebben keresik fel a vevők ezt az üzletet, bővíthet a vevőkör. Ez kedvező hatással lehet a bevételre. Ugyanakkor az is lehetséges, hogy az intézkedés hatása nem jelentkezik a bolt forgalmában. A munkaidő-beosztás ésszerűsítése, a forgalom igényeihez igazítása a személyi jellegű ráfordításokra többféle hatással lehet: nem érinti, mert ugyanannyi dolgozót ugyanannyi bérért foglalkoztat továbbra is az üzlet; érinti, mégpedig csökkenti a személyi jellegű ráfordításokat, mert az új munkaidő-beosztással esetleg csökken a létszámgény; érinti, mégpedig növeli a személyi jellegű ráfordításokat, mert az új munkaidő-beosztás miatt esetleg magasabb juttatásokat kell adni a dolgozóknak, hogy vállalják a számukra előnytelenebb foglalkoztatást. Így az intézkedés hatása az eredményre bizonytalan.

A fenti példák alapján a többi intézkedés lehetséges hatása mellett is lehet érveket megfogalmazni.

Az intézkedések hatásának megítélése és ennek indoklása lehet eltérő a megadottól, ha szakmailag helyes megállapításokat tartalmaz.

ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK**1. feladat**

Az alábbi megállapításokról döntse el, hogy igazak vagy hamisak! Döntését indokolja meg!

a. Az eladási árak emelése a vállalkozás bevételeinek, és ezáltal eredményének növekedésével jár.

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

Indoklás:

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

b. A ruházati termékek önkiválasztó (preszelekciós) értékesítése kisebb ráfordítással jár, mint a hagyományos módon történő értékesítése, ezért ugyanakkora forgalom esetén nagyobb üzleti eredményt tudunk realizálni.

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

Indoklás:

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

c. Ha alacsony bérrel foglalkoztatjuk az eladókat, akkor ezzel csökkenteni tudjuk a ráfordításokat, és ezáltal növelni tudjuk az eredményt.

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

Indoklás:

AZ ÁRUFORGALMI TEVÉKENYSÉG HATÁSA AZ EREDMÉNYRE

d. Az áruválasztéknak új termékekkel történő bővítése általában forgalomnövekedést eredményez.

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

Indoklás:

e. Az akciók fellendítik a forgalmat, ezért minden esetben növelik a vállalkozás eredményességét.

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

Indoklás:

2. feladat

Az alábbi eseteleírás alapján döntse el, hogy melyek voltak a történetet elmesélő vállalkozó helytelen döntései, amelyek hozzájárultak a bevétel és a nyereség csökkenéséhez! Adjon rövid indoklást is válaszához!

"Szüleim évtizedek óta működtetnek egy belvárosi üzletet, amelyben elegáns, egyedi, kisszériás női ruhákat, blúzokat, kosztümöket értékesítettek. A magas árak ellenére mindig sok vevőjük volt, többségük törzsvevőnek számított. Az üzlet mindig hozott annyi nyereséget, hogy abból jól megélt a család, és jutott belőle a helyiség csinosítására, rendszeres felújítására is. Mivel szüleim már belefáradtak, én pedig kereskedőként végeztem, rám bízta a vállalkozást. Gondoltam, hogy újítok, és a mai kor igényeinek megfelelően alakítom át az üzletet. Az idejétmúlt és drága hagyományos értékesítés helyett önkiszolgáló értékesítést vezettem be. A korábbi eladóknak- két középkorú hölgynek - felmondtam. Szerették őket a vevők, ők is jól ismerték a törzsvevőket, tudták kinek mit ajánljanak, de úgy gondoltam, hogy a helyettük felvett fiatal és csinos, közvetlen modorú eladók mégiscsak jobban tudják vásárlásra ösztönözni a vevőket. A részmunkaidőben foglalkoztatott varrónő, aki méretre igazítást végzett, pedig elérte a nyugdíjkorhatárt, és nem marasztaltam. A ruhákat úgyis széles méretválasztékban árusítjuk, így mindenki találhat a méretére valót, felesleges pénzkidobás az esetenkénti igény miatt varrónőt is foglalkoztatni. A boltbelsőit is kicsit modernebbé tettem, új, krómozott acélból és üvegből készült berendezésekre cseréltem ki a ma már divatjamúlt, fából készült állványokat, pultokat, és élénkebb színekre festettem a falakat. Sajnos ennek ellenére a törzsvevők jelentős része elpártolt a bolttól, csökkent a forgalom és a nyereség, "

Helytelen döntések:

1.

Indoklás:

2.

Indoklás:

3.

Indoklás:

4.

Indoklás:

MEGOLDÁS

1. feladat

a. Az eladási árak emelése a vállalkozás bevételeinek, és ezáltal eredményének növekedésével jár.

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

Indoklás:

Ha az eladási árak emelésének hatására ennél nagyobb mértékben csökken az eladott mennyiség, akkor a vállalkozás bevétele csökkenni fog, és ez az eredményre csökkentőleg hat.

b. A ruházati termékek önkiválasztó (preszelekciós) értékesítése kisebb ráfordítással jár, mint a hagyományos módon történő értékesítése, ezért ugyanakkora forgalom esetén nagyobb üzleti eredményt tudunk realizálni.

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

Indoklás:

Az önkiválasztó értékesítésnél a teljes áruválaszték kihelyezésre kerül az eladótérben, és a vevő szabadon nézelődik, válogat. Csak akkor fordul az eladóhoz, ha információt kér a termékről, vagy döntött a termék megvásárlásáról. Ezért ennek az értékesítési módnak kisebb a létszámigénye, mint a hagyományos értékesítési módnak, ahol az eladó mutatja be valamennyi terméket a vevőnek, így ugyanakkora forgalom kisebb létszámot, kevesebb személyi jellegű ráfordítást igényel, és ezáltal nagyobb üzleti eredményt hoz.

c. Ha alacsony bérrel foglalkoztatjuk az eladókat, akkor ezzel csökkenteni tudjuk a ráfordításokat, és ezáltal növelni tudjuk az eredményt.

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

Indoklás:

Az alacsony bérű dolgozók foglalkoztatása valóban csökkentőleg hat a ráfordításokra, de nem biztos, hogy az eredményt kedvezően befolyásolja. Ha az alacsony bér elfogadása mögött szakmai felkészültségbeli hiányosság van, akkor a bolt bevétele a nem megfelelő színvonalú kiszolgálás miatt elmaradhat a lehetőségektől, és ezért ennek az intézkedésnek akár eredménycsökkentő hatása is lehet. Az alacsony bér következtében lehet, hogy az eladók kevésbé motiváltak a forgalom növelésében, és ez is eredménycsökkentő tényező lehet.

d. Az áruválasztéknak új termékekkel történő bővítése általában forgalommnövekedést eredményez.

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

Indoklás:

Ha bővíti a bolt a választékot, akkor ez általában segíti a vevőkör bővítését. Ha a meglévő vevőkör igényein alapul a választék bővítése, akkor a megnövekedett vásárlási összeg szintén bevétel-növelő tényező lehet.

e. Az akciók fellendítik a forgalmat, ezért minden esetben növelik a vállalkozás eredményességét.

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

Indoklás:

Az akciók hatására általában növekszik a forgalom, de az akcióknak költségei is vannak, például a reklámozás költsége, az eladótér átrendezésének költsége, az átmeneti többlet-munkaerőigény költsége. Ha ezek a költségek nagyobb mértékben nőnek, mint amilyen mértékben megnő a forgalom az akció hatására, akkor nem növeli az akció a vállalkozás eredményességét.

2. feladat

Helytelen döntések:

1. Önkiszolgáló értékesítés bevezetése

Indoklás:

Az elegáns, egyedi, kizsérítés és drága termékeknel a vevők igénylik az eladó személyes árubemutatóját, áruajánlást. Ezeket a termékeket hagyományos módon célszerű értékesíteni.

2. Korábbi alkalmazottak elbocsátása, új dolgozók felvétele

Indoklás:

A bolt vevőköre ismerte a korábbi eladókat, bizalommal voltak irántuk, ők is ismerték a törzsvevők igényeit, ízlését. Lehet, hogy az új eladók nem tudják – esetleg korukból, stílusukból adódóan – megnyerni a régi vevőket, akik valószínűleg másik korosztályhoz tartoznak.

3. Varrónő nyugdíjba küldése, és a ruhák méretre igazításának megszüntetése

Indoklás:

A széles méretválaszték esetén is szükség lehet kisebb igazításra, és ez a szolgáltatás kényelmessé teszi a vásárlást, kedvezően befolyásolja a vásárlási döntést számos vásárlónál.

4. Boltbelső modernizálása

Indoklás:

Az üzlet áruválasztékához, jellegéhez jobban illik a korábbi, hagyományos berendezés. Így a vásárlási körülmények megváltoztatása is kedvezőtlen hatást gyakorolt a vevőkre.

MUNKANYELVI HIBA

IRODALOMJEGYZÉK

AJÁNLOTT IRODALOM

Horváthné Herbáth Mária, Stágel Imréné: Kereskedelmi és vállalkozási ismeretek, rendelési szám:21017 Műszaki Könyvkiadó, Budapest, 2005.

Horváthné Herbáth Mária, Stágel Imréné: Az áruforgalmi tevékenység tervezése, elemzése, hatása az eredményre, KIT Kft. Kiadó, Budapest, 2008.

A(z) 0003–06 modul 006–os 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:

6 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