



Stágel Imréné

Az árpolitika, az eladási árak kilakítása

 **NSZFI**
NEMZETI SZAKKÉPZÉSI
ÉS FELNŐTTKÉPZÉSI INTÉZET

A követelménymodul megnevezése:

Az áruforgalmi tevékenység tervezése, irányítása, elemzése

A követelménymodul száma: 0003-06 A tartalomlelem azonosító száma és célcsoportja: SzT-015-50

AZ ÁRPOLITIKA, AZ ELADÁSI ÁRAK KIALAKÍTÁSA

ESETFELVETÉS – MUNKAHELYZET

Ön ruházati boltot szeretne nyitni. Tanulmányaiból és személyes tapasztataiból is tudja, hogy az eredményes működés egyik feltétele a célpiac helyes kiválasztása. A városban az alábbi célpiacok jöhetnek számításba:

- A/ Fiatal (28–35) menedzserek
- B/ Középkorú, magas jövedelmű vevők
- C/ Középiskolás diákok, egyetemisták
- D/ Alacsony jövedelmű alkalmazottak
- E/ Átlagos jövedelmű értelmiségiek
- F/ Magas jövedelmű művészek
- G/ Döntően időskorú, nyugdíjas vásárlók

A megcélzott vevőkör meghatározása azért fontos döntés, mert annak jellemzőihez kell igazítani a választékot, a vásárlási körülményeket, és ennek megfelelően az árak színvonalát, az árakkal kapcsolatos döntéseket is.

Az alábbi – vásárlási körülményekre, választékra, és ezzel összefüggésben az árakra vonatkozó – döntéseket melyik célpiac esetén alkalmazná? Jelölje a fent megjelölt célpiacok betűjelével!

- Kizárólag magas árfekvésű, márkás termékek forgalmazása:.....
- Közepes árfekvésű, kiegészítő árú értékesítése:.....
- Alacsony árfekvésű, közepes minőségű termékek forgalmazása, gyakran megújuló választékban:.....
- Kizárólag egyedi tervezésű, kézműipari termékek forgalmazása magas áron:.....
- Gyakori árengedmények alkalmazása:.....
- Alacsony árfekvésű termékek forgalmazása viszonylag állandó választékban, gyakori akciók alkalmazásával:.....

AZ ÁRPOLITIKA, AZ ELADÁSI ÁRAK KIALAKÍTÁSA

- Fekete falszín, krómozott berendezés az elárúsító térben, kisszériás termékek forgalmazása magas áron:.....
- Kiemelkedő minőségű bútorokkal, konzervatív ízléssel berendezett üzlethelyiség, kiváló minőségű termékek forgalmazása magas áron:.....

SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

AZ ÁRPOLITIKA KIALAKÍTÁSA

Az értékesítési célok meghatározása során arra is választ kell adnia a vállalkozásnak, hogy a megcélzott vevőkör jellemzőinek, valamint az értékesítés nagyságrendjének, összetételének figyelembe vételével milyen árpolitikát kíván folytatni.

1. Az árpolitika lényege, szerepe

Árpolitikán a vállalkozásnak az árak kialakítására vonatkozó elveit, hosszabb távú elképzeléseit, és ezek megvalósítását célzó intézkedéseit értjük.

A kereskedő a beszerzési áránál magasabb eladási áron kínálja az általa forgalmazott árukat. A nettó (Áfa nélküli) eladási ár és a nettó (Áfa nélküli) beszerzési ár közötti különbség: az árrés. Az árrés szerepe, hogy fedezetet nyújtson az áru forgalmazásával kapcsolatos költségekre és a kereskedő nyereségére.

A vállalkozás árpolitikájától függ, hogy mekkora árrést épít be az általa forgalmazott termékek áraiba. Az eladási árak kialakításánál arra kell törekedni, hogy az egyes áruk árrése és az eladott mennyiség a lehető legmagasabb árréstömeget eredményezze.

Az eladási ár kialakításakor, az árrés meghatározásánál a vállalkozások a lehető legnagyobb eredmény elérését tartják szem előtt. Az árréstömegnek a forgalmazási költségeket meghaladó része ugyanis az áruk forgalmazásából adódó nyereség. Ha a forgalmazás költségei meghaladják a realizált árréstömeget, akkor az áruk forgalmazása veszteséges.

Árréstömeg – Forgalmazási költségek = Áruforgalmi tevékenység eredménye

Az árréstömeg – ezáltal az eredmény – növelésének a vállalkozás árpolitikai döntéseitől függően, különböző módjai lehetségesek. Mivel a realizálható árréstömeg tulajdonképpen az egyes termékekből eladott mennyiségek és az egyedi árrések szorzatösszege, mérlegelni kell, hogy a termékek árába beépített árrés nagysága, és ezáltal az eladási ár hogyan hat az eladható mennyiségre

– Az árréstömeg növelésének módja lehet például, hogy a vállalkozás az **árak zömét alacsony árréssel értékesíti**. Ebben az esetben arra számítanak, hogy az eladás mennyisége és ezáltal az árréstömeg is magas lesz.

– Növelhető az árréstömeg úgy is, hogy **az áruk zömét magas árréssel értékesítik**. Ekkor viszonylag kisebb értékesített mennyiség esetén is nagy árréstömeghez juthat a vállalkozás.

Ha például termékenként 20 Ft árrést épít be a kereskedő az árba, és így adott idő alatt el tud adni 1000 db–ot, akkor az árréstömeg 20 000 Ft. Ha termékenként 30 Ft árrést határoz meg, de az így kialakított magasabb áron csak 600 db–ot tud eladni ugyanannyi idő alatt, akkor a realizált árréstömeg 18 000 Ft. A nevezett esetben valószínűleg érdemes a "nagy forgalom, kicsi haszon" elvet követni, azaz kisebb árréssel nagyobb mennyiséget értékesíteni. Ez azonban nem minden termékre és nem mindegyik vevőkre érvényes. Van, amikor kifizetődő az ellenkező elvet alkalmazni az árképzésnél: magas árréssel kevesebb terméket eladni, mert így magasabb a realizált árréstömeg.

2. Az árpolitika kialakításának szempontjai

Az árpolitika meghatározásakor a kereskedőnek egyidejűleg figyelembe kell vennie:

- a megcélzott vevőkör (célpiac) jellemzőit,
- a forgalmazott termékek jellegét,
- a forgalmazott áruk beszerzési lehetőségeit,
- a vállalkozás piaci helyzetét, és a forgalmazott termékek értékesítési lehetőségeit,
- az eladási ár kialakítására vonatkozó jogszabályi előírásokat.

a) A megcélzott vevőkör (célpiac) jellemzői

Az eladási árak színvonalát úgy kell kialakítani, hogy az árak az adott vevőkör igényeivel, elvárásaival összhangban legyenek.

A magas jövedelmű vevők általában hajlandóak magasabb árat fizetni mind az alapvető szükségleteket kielégítő, mind az alapvető szükségleteket meghaladó termékekért. A magas árhoz természetesen elvárják a kiváló minőségű, márkás termékeket, a kiemelkedő vásárlási körülményeket, a magas színvonalú kiszolgálást.

A különleges igényeket támaztó, egyedi termékeket igénylő vevők számára értékesítő vállalkozások a magas árakkal is az átlagosnál jobb minőséget, a termék különlegességét kívánják sugallni. Általában nem céljuk alacsony árakkal folyamatosan bővíteni a vevőkört.

Az átlagosnál igényesebb, színvonalasabb vásárlási környezet, a vevővel való közvetlen foglalkozást jelentő hagyományos kiszolgálás természetesen több költséggel jár, mint az egyszerűbb boltbelső, az önkiszolgáló értékesítés. Így a magasabb forgalmazási költség is indokolja a magasabb árrés beépítését az ilyen körülmények között értékesített termékek árába.

Ha az **alacsony jövedelmű vevőket** célozza meg kínálatával a vállalkozás, akkor számíthat arra, hogy vevői érzékenyen reagálnak még az alapvető szükségleteket kielégítő áruk árának emelkedésére is. Az áremelkedés hatására e vevőkör kevesebbet vásárol az adott termékből, vagy olcsóbb beszerzési lehetőségeket keres. Ezért a vállalkozásnak arra kell törekednie, hogy vonzó – viszonylag alacsony – áron kínálja a termékeit, és rendszeres akciókkal ösztönözze a vevőket a nála történő vásárlásra.

Gyakori, hogy meghatározott áruféleségek árának alacsonyan tartásával, vagy meghatározott időközönként más-más termékféleség akcióba vonásával próbálja a kereskedő megnyerni a vevőket. E termékek alacsony árrését gyakran más termékek átlagosnál magasabb ára kompenzálja. Ha a kedvező árak, vagy az akciók előnyei miatt sikerül becsalogatni a vásárlókat, az árubőség vagy a kellemes vásárlási környezet olyan termékek vásárlására is készíti őket, melyet eredetileg nem állt szándékukban megvenni (impulzív vásárlás).

b) A forgalmazott termékek jellege

Mivel az áru forgalmazási költségeit az áru eladási és beszerzési árának különbözetéből kell fedezni, az árkialakításnál mindenképpen figyelembe kell venni, hogy **a különböző áruk forgalmazása eltérő költségekkel jár.**

A munkaigényes, magas szállítási költségeket, különleges tárolási körülményeket igénylő áruk eladási ára beszerzési árukhoz képest általában magasabb, mint a kisebb költségigényű áruké. A gyorsan romló termékeknel, vagy rétegdivatot képviselő termékeknel az értékesítés nagyobb kockázata indokolja a magasabb árrést, hiszen ebből kell fedezni az esetleges áruromlásból, leértékelésből adódó veszteségeket.

A termékek jellegét veszik akkor is figyelembe a vállalkozások, amikor eldöntik, hogy **új termékek bevezetésekor milyen ármagatartást tanúsítanak.**

Alkalmazhatnak ilyenkor viszonylag magas (lefölöző) árat, ha például újdonságnak számító műszaki cikket vagy divaticikkeket vezetnek be a piacra. Vannak azonban olyan termékek is, amelyeket érdemes inkább alacsony áron bevezetni a piacra, és a kívánt piaci részesedés elérését követően esetleg emelni az árat (behatoló ár). Ezt az ármagatartást többnyire a napicikkek esetén alkalmazzák.

c) A forgalmazott áruk beszerzési lehetőségei

A termék beszerzési ára az eladási árat nagymértékben befolyásolja.

Beszerzései során minden vállalkozás igyekszik a legkedvezőbb beszerzési árat elérni.

Ha a **beszállítói piacon versenyhelyzet van**, akkor a vevő cég több beszerzési forrás között válogathat. Ebben az esetben a beszerzési ár elfogadásánál azt kell figyelembe vennie, hogy vevőköre milyen minőséget igényel, és ezzel összhangban milyen eladási árat tart elfogadhatónak. Magasabb jövedelmű vevőkör esetén elfogadható a szállító magasabb ajánlati ára is, de csak akkor, ha ez kifogástalan minőséggel, megbízható szállítási ütemezéssel, esetleg egyedi választékkal párosul.

Ha az **áru piacán hiány van**, akkor a vevő kereskedelmi vállalkozás kénytelen elfogadni a szállító partnerek magasabb árait. Ekkor is figyelembe kell azonban vennie vevőinek árérzékenységét, és adott esetben helyettesítő cikket kell keresnie, esetleg lemondania a termék forgalmazásáról.

d) A vállalkozás piaci helyzete, és a forgalmazott termékek értékesítési lehetőségei

A vállalkozás árpolitikáját befolyásolja, hogy az adott termékek piacán mekkora a piaci részesedése. **Monopolhelyzet esetén magasabb, versenyhelyzet esetén alacsonyabb árakat tud érvényesíteni.** Nemcsak a vállalkozás, hanem az adott termék piaci helyzete is befolyásolja az érvényesíthető eladási árat. **Ha hiány van az adott termékből**, akkor a vevők magasabb árat is kénytelenek elfogadni. **Túlkínálat esetén** az árkialakításnál figyelembe kell venni az azonos vevőkört megcélzó versenytársak árait, árpolitikáját is.

e) Az eladási ár kialakítására vonatkozó jogszabályi előírások

Az eladási ár meghatározásakor figyelembe kell venni azokat a jogszabályokat, amelyek a termékek árkialakítására vonatkoznak.

Az eladási árakra vonatkozóan jogszabályok előírják:

- a termékek és szolgáltatások árformáját (1990. évi LXXXVII. tv. Az árak megállapításáról)
- a tisztességtelen piaci magatartás tilalmát (1996. évi LVII. tv. A tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról)
- az eladási árakba árképző tényezőként beépülő adókat, illetékeket, egyéb költségvetési befizetési kötelezettségeket.

Árforma szerint az áruk ára lehet szabadáras vagy hatósági áras. A piacgazdaságban, így napjainkban Magyarországon is az áruk – néhány szolgáltatás kivételével – szabadárasak. Ez azt jelenti, hogy a gazdálkodó szervezetek a kereslet–kínálati viszonyok, valamint ráfordításaik figyelembevételével önállóan határozzák meg áraikat. Esetenként azonban szükségessé válhat, hogy a gazdaságirányító szervek beavatkozzanak a piaci folyamatokba, és központilag szabályozzák az árakat. A központi szabályozás hatósági árformába való besorolással történhet. A **hatósági árak** esetén az adott termék legmagasabb vagy legalacsonyabb árát határozzák meg. A beavatkozás célja lehet egyes vállalatok monopolhelyzetből származó előnyeinek korlátozása, vagy valamely termék túlkeresletéből adódó nagymértékű áremelkedésének megfékezése.

A felhasználók és fogyasztók érdekeinek védelmében jogszabályok tiltják a tisztességtelen ár alkalmazását. **Tisztességtelen árnak minősül** például a tartósan nagyon alacsony – a termék bekerülési költségét sem fedező – ár („felfaló ár”). A piaci erőfölényen alapuló, túlzottan magas ár is tisztességtelen.

Jogszabályi előíráson alapul, hogy **a termékek zömét általános forgalmi adóval növelt eladási áron kell értékesíteni**. A termékek árába, költségképző tényezőként egyéb adók, illetékek is beépülnek, de többségüket a termelő köteles az árba beépíteni, így a kereskedő beszerzési ára már tartalmazza ezeket (pl. a jövedéki adó).

3. Ártaktikai döntések

A hosszabb távra vonatkozó árpolitikai elképzelések kialakítása mellett egyes termékek árának alakítására, változtatására rövid távú ártaktikai döntéseket is hoznak a vállalkozások. Ezt indokolhatja:

- a piaci helyzet változása,
- a nem megfelelő ármegállapítás,
- a készletek felhalmozódása.

A piaci helyzet változása esetén szükség van az adott termék árának módosítására. Amennyiben a termék iránti kereslet jelentősen növekszik, lehetőség nyílik az ár növelésére. Csökkenő kereslet, új versenytársak megjelenése, vagy a versenytársak váratlan akciói miatt pedig gyakran az adott termék árának csökkentésére kényszerülhet a vállalkozás.

Az árak változtatását indokolhatja a nem megfelelő ármegállapítás is. Gyakori árképzési hiba az újonnan forgalmazott termék kezdeti túl magas ára. Ez korrigálható engedményekkel, akciókkal vagy árleszállítással, a termék jellege és a vevőkör függvényében.

A felhalmozódott készletek eladása többnyire szintén rövid távú árpolitikai eszközökkel – akciókkal, árengedményekkel, kiárusítással – lehetséges. A készlet-felhalmozódás oka lehet beszerzési hiba (például túl sok, vagy nem a vevők igényeinek megfelelő áru beszerzése), esetleg szezoncikknek nem megfelelő reklámozása, ajánlása. Általában gazdaságosabb a megmaradt készletek alacsonyabb áron történő eladása, mint azoknak a minőségromlás kockázatával történő raktározása.

AZ ÁRAK FELÉPÍTÉSE

Az eladási ár felépítése a kereskedelemben:

| |
|---------------------------------------|
| Nettó beszerzési ár |
| + <u>kereskedelmi árrés</u> |
| = Nettó eladási ár |
| + <u>általános forgalmi adó (áfa)</u> |

= Bruttó eladási ár (a kiskereskedelemben ez a fogyasztói ár)

A nettó ár a termék általános forgalmi adó (áfa) nélküli ára, a bruttó ár az áfával növelt ár.

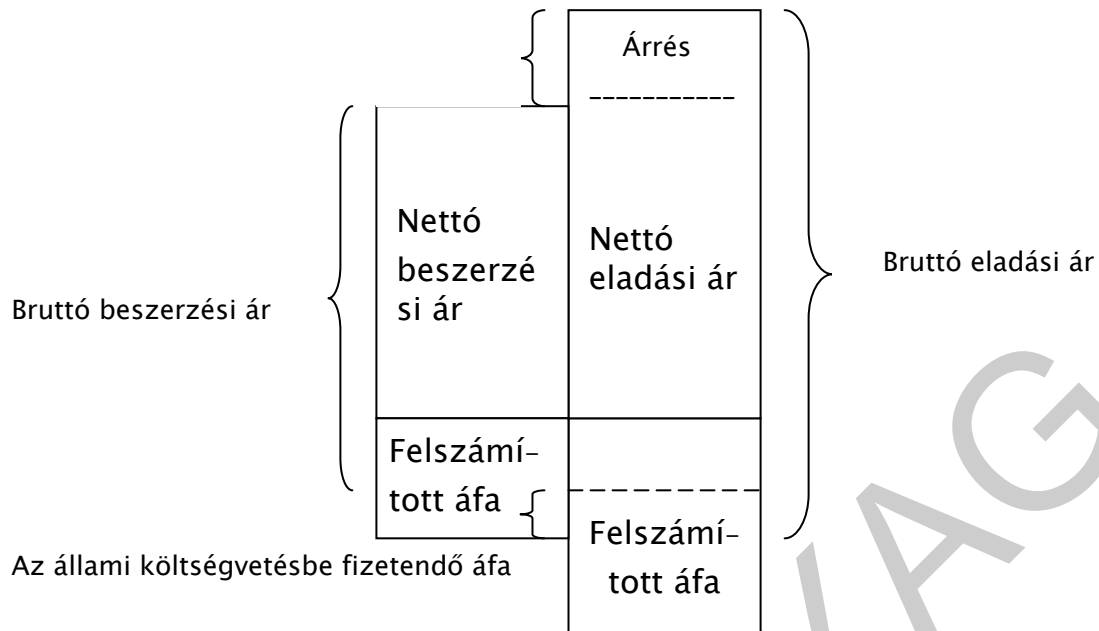
Az általános forgalmi adó

A termékek, szolgáltatások árába a vállalkozásoknak be kell építeniük, és az adóhatósághoz meghatározott időközönként be kell fizetniük az általános forgalmi adót. **Az általános forgalmi adó mértékét – az áfa nélküli, nettó ár %-ában – jogszabályban határozzák meg.** Az áfa jelenlegi kulcsa (2010. augusztusban) a termékek többségénél 25%, az áruk egy szűk körénél 18% (pl. fogyasztási tejek, fehérkenyér). Az áfa beépül a termékek árába, tehát **az árukat a kereskedő áfával növelt, úgynevezett bruttó eladási áron értékesíti.** Az általános forgalmi adót így a végső fogyasztó fizeti meg a termék árában. Az áfa a legjellemzőbb **közvetett adó**, mivel más az adóteher viselője, és más az adó alanya. Az adóteher viselője (aki ténylegesen megfizeti) a fogyasztó, az adó alanya (aki ténylegesen befizeti az állami költségvetésbe) az árut értékesítő vállalkozások. Az áfa azonban nem marad az árut értékesítő vállalkozásoknál, azt be kell fizetniük az állami költségvetésbe.

Amikor egy kereskedelmi vállalkozás árut vásárol, beszerzéskor neki is az áfával növelt árat – a bruttó beszerzési árat – kell megfizetnie. Lehetőség van azonban arra, hogy a beszerzéskor felé felszámított áfát levonja abból az áfa-összegeből, amelyet eladásai után felszámít, s csak a különbözetet kell befizetnie.

A vevők felé felszámított áfa a kereskedelmi vállalkozásoknak tehát nem jelent valódi bevételt, mivel azt be kell fizetniük az állami költségvetésbe. A beszerzéskor feléjük felszámított áfa nem valódi költség számukra, hiszen ezzel csökkenthetik áfa befizetési kötelezettségüket. Az áfát a fentiek miatt (sem valódi bevételt, sem valódi ráfordítást nem jelent) az árrés megállapításánál nem kell figyelembe venni.

Az eladási ár felépítését, az árrésnek és az általános forgalmi adónak az árba történő beépülését szemlélteti az 1. ábra.



1. ábra. Az eladási ár felépítése

Az 1. ábrán szereplő egyes árképző tényezők szerepét egy egyszerű példán keresztül bemutatva:

Egy kiskereskedelmi vállalkozás egy 25%-os áfa-kulcsú terméket vásárol a nagykereskedőtől, melynek áfa nélküli beszerzési ára 100 Ft/db. A vásárláskor $100 + 25 = 125$ forintot kell fizetnie. A termék piaci helyzetét, a forgalmazás költségigényét, kockázatát figyelembe véve az árut 40 Ft/db árrés érvényesítésével kívánja értékesíteni. A termék nettó eladási ára tehát $100 + 40 = 140$ Ft. Erre rá kell számítani az áfát, azaz a nettó eladási ár 25%-át, ami $140 * 0,25 = 35$ Ft. A fogyasztói ár tehát $140 + 35 = 175$ Ft lesz.

Egyetlen áru értékesítése 35 Ft áfa-kötelezettséget eredményez, ebből azonban levonható a beszerzéskor megfizetett 25 Ft áfa, így csak 10 Ft áfát kell befizetni a költségvetésbe.

Az árrés

Az árrés a nettó eladási ár és a nettó beszerzési ár közötti különbség.

Az árrés a nettó eladási vagy beszerzési ár százalékában kifejezve: a haszonkulcs.

A haszonkulcs kiszámítása:

Haszonkulcs a nettó eladási ár százalékában:

$$\text{Hke} = (\text{árrés} / \text{nettó eladási ár}) * 100$$

Haszonkulcs a nettó beszerzési ár százalékában:

$$Hkb = (\text{árrés} / \text{nettó beszerzési ár}) * 100$$

A fenti példában:

$$(40/140) * 100 = 28,6\%$$

Az árrés a nettó eladási ár 28,6 %-a.

$$(40/100) * 100 = 40\%$$

Az árrés a nettó beszerzési ár 40%-a.

Az árréstömeget viszonyíthatjuk a nettó árbevételhez. Ezt a mutatót **árrésszínvonalnak** nevezzük, és azt fejezi ki, hogy az árbevételnek hány százalékát teszi ki a realizált árréstömeg.

$$\text{Árrésszínvonal} = (\text{Árréstömeg}/\text{Nettó árbevétel}) * 100$$

Az árrésszínvonal tulajdonképpen az eladási árak százalékában érvényesített átlagos haszonkulcs.

TANULÁSIRÁNYÍTÓ

1. feladat

Az Információtartalomban szereplő ismeretek alapján döntse el újra, hogy az Esetfelvetésben meghatározott döntéseket melyik célpiac esetén hozná meg, és hasonlítsa össze válaszait a korábban adott válaszokkal!

Ön ruházati boltot szeretne nyitni. A városban az alábbi célpiacok jöhetnek számításba:

- A/ Fiatal (28–35) menedzserek
- B/ Középkorú, magas jövedelmű vevők
- C/ Középiskolás diákok, egyetemisták
- D/ Alacsony jövedelmű alkalmazottak
- E/ Átlagos jövedelmű értelmiségiek
- F/ Magas jövedelmű művészek
- G/ Döntően időskorú, nyugdíjas vásárlók

Az alábbi, a vásárlási körülményekre és az árakra vonatkozó döntéseket melyik célpiac esetén alkalmazná? Jelölje a fent megjelölt célpiacok betűjelével!

- Kizárólag magas árfekvésű, márkás termékek forgalmazása:.....
- Közepes árfekvésű, kiegészítő árú értékesítése:.....
- Alacsony árfekvésű, közepes minőségű termékek forgalmazása, gyakran megújuló választékban:.....
- Kizárólag egyedi tervezésű, kézműipari termékek forgalmazása magas áron:.....
- Gyakori árengedmények alkalmazása:.....
- Alacsony árfekvésű termékek forgalmazása viszonylag állandó választékban, gyakori akciók alkalmazásával:.....
- Fekete falszín, krómozott berendezés az elárúsító térben, kiegészítő termékek forgalmazása magas áron:.....
- Kiemelkedő minőségű bútorokkal, konzervatív ízléssel berendezett üzlethelyiség, kiváló minőségű termékek forgalmazása magas áron:.....

2. feladat

Ön boltvezető-helyettesként dolgozik egy ruházati boltot működtető vállalkozásnál.

a) Az alábbi táblázatban szereplő termékeket szerezte be boltjuk a megadott bruttó beszerzési árakon 2010. március elején.

Állapítsa meg és tüntesse fel a tulajdonos tájékoztatása céljából a táblázatban a termékek nettó beszerzési árát és a beszerzési ár ÁFA-tartalmát! (Az ÁFA kulcs 25%.)

| Ssz. | Megnevezés | Nettó beszerzési ár (Ft/db) | ÁFA (Ft/db) | Bruttó beszerzési ár (Ft/db) |
|------|-----------------------------------|-----------------------------|-------------|------------------------------|
| 1. | 657843 Női blúz, piros | 8 000 | | |
| 2. | 657867 Női nadrág, fekete | 6 000 | | |
| 3. | 653765 Női nadrág, selyem, fekete | 10 000 | | |
| 4. | 657836 Női rövidnadrág, fehér | 4 000 | | |

b) A vállalkozás többnyire a nettó beszerzési ár százalékában számított 30%-os haszonkulccsal képezi eladási árát, így e termékek esetében is.

Állapítsa meg és tüntesse fel a táblázatban a termékek árrését, valamint nettó eladási és fogyasztói árát is!

| Ssz. | Megnevezés | Nettó beszerzési ár (Ft/db) | Árrés (Ft/db) | Nettó eladási ár (Ft/db) | Fogyasztói ár (Ft/db) |
|------|--------------------------------------|-----------------------------------|------------------|-----------------------------|--------------------------|
| 1. | 657843 Női blúz, piros | | | | |
| 2. | 657867 Női nadrág, fekete | | | | |
| 3. | 653765 Női nadrág, selyem, fekete | | | | |
| 4. | 657836 Női rövidnadrág, fehér | | | | |

c) A tulajdonos a bolt vezetőjével és helyettesével májusban elemzi a bolt forgalmának alakulását. Összehasonlítja az előző év azonos időszakában a hasonló rendeltetésű és árfekvésű termékekből elért forgalmat. Megállapítja, hogy az adott termékek értékesítésével elért bevétel 10–15%-kal alacsonyabb az előző év azonos időszakához képest. A termékek beszerzési ára és az eladási árak kialakításánál alkalmazott haszonkulcs pedig nem változott, így a fogyasztói árak színvonala is közel azonos az előző évvel.

Az alábbi kérdéseket teszi fel a megbeszélésen, melyekre Ön is, mint a bolt vezető-helyettese, fogalmazza meg a lehetséges válaszokat!

„Milyen okai lehetnek a bevételcsökkenésnek?”

„Milyen módon tudnánk az értékesítési volumen további csökkenését megakadályozni?”

„Mi történne, ha csökkentenénk a termékek árrését? Hogyan tudnánk elérni, hogy az eredményünk (nyereségünk) mégse csökkenjen?”

3. feladat

Egy kereskedő szezon elején 120 síruhát vásárolt 24 800 Ft-os bruttó beszerzési áron. A síruhák árát a nettó beszerzési ár %-ában számított 50%-os haszonkulccsal képezte. Ezen az áron 75 db-ot tudott értékesíteni a szezon közepéig. A maradék mennyiségből 30 db-ot a fogyasztói árból adott 20% engedménnyel tudott eladni, a szezon végén a többit bruttó beszerzési áron értékesítette.

A termék áfa kulcsa 25%.

Adjon választ az alábbi kérdésekre!

a) Mennyi volt a síruha nettó beszerzési ára? Mennyi volt az eredetileg kalkulált nettó eladási ár, az árrés nagysága és a fogyasztói ár?

b) Mennyi volt a síruha engedményes fogyasztói ára, nettó eladási ára és az engedményes ár esetén az árrés?

c) Mennyi volt a teljes mennyiség eladásából származó forgalom és a realizált árréstömeg?

d) Értékelje a kereskedő árképzéssel kapcsolatos magatartását! Fogalmazzon meg legalább három érvet, ami miatt érdemes volt beszerzési áron eladni szezon végén a megmaradt mennyiséget!

Az alábbiak alapján ellenőrizni tudja válaszainak helyességét:

1. feladat

Egy lehetséges megoldás:

- Kizárólag magas árfekvésű, márkás termékek forgalmazása: A/, B/
- Közepes árfekvésű, kisszériás áruk értékesítése: E/, F/
- Alacsony árfekvésű, közepes minőségű termékek forgalmazása, gyakran megújuló választékban: C/, D/
- Kizárólag egyedi tervezésű, kézműipari termékek forgalmazása magas áron: F/
- Gyakori árengedmények alkalmazása: D/, G/
- Alacsony árfekvésű termékek forgalmazása viszonylag állandó választékban, gyakori akciók alkalmazásával: G/
- Fekete falszín, krómozott berendezés az elárusító térben, kisszériás termékek forgalmazása magas áron: A/, F/
- Kiemelkedő minőségű bútorokkal, konzervatív ízléssel berendezett üzlethelyiség, kiváló minőségű termékek forgalmazása magas áron: B/

2. feladat

a)

| Ssz. | Megnevezés | Nettó beszerzési ár (Ft/db) | ÁFA (Ft/db) | Bruttó beszerzési ár (Ft/db) |
|------|-----------------------------------|-----------------------------|-------------|------------------------------|
| 1. | 657843 Női blúz, piros | 8 000 | 2 000 | 10 000 |
| 2. | 657867 Női nadrág, fekete | 6 000 | 1 500 | 7 500 |
| 3. | 653765 Női nadrág, selyem, fekete | 10 000 | 2 500 | 12 500 |
| 4. | 657836 Női rövidnadrág, fehér | 4 000 | 1 000 | 5 000 |

b)

| Ssz. | Megnevezés | Nettó beszerzési ár (Ft/db) | Árrés (Ft/db) | Nettó eladási ár (Ft/db) | Fogyasztói ár (Ft/db) |
|------|------------------------|-----------------------------|---------------|--------------------------|-----------------------|
| 1. | 657843 Női blúz, piros | 8 000 | 2 400 | 10 400 | 13 000 |
| 2. | 657867 Női nadrág, | 6 000 | 1 800 | 7 800 | 9 750 |

| | | | | | |
|----|--------------------------------------|--------|-------|--------|--------|
| | fekete | | | | |
| 3. | 653765 Női nadrág, selyem, fekete | 10 000 | 3 000 | 13 000 | 16 250 |
| 4. | 657836 Női rövidnadrág, fehér | 4 000 | 1200 | 5 200 | 6 500 |

c)

„Milyen okai lehetnek a bevételcsökkenésnek?”

Lehetséges válaszok:

Belső okok például: Elhanyagolták a bolt külső–belső környezetét, ami ellenérzéseket váltott ki a vevőkből, kevésbé voltak udvariasak és barátságosak az eladók, mint korábban, ami szintén a vásárlások csökkenését okozhatta. Nem alkalmazkodott a termékek minősége, fazonja, alapanyaga a vevők igényeihez. Megváltoztak a vevőkör vásárlási szokásai, és ehhez nem alkalmazkodott a bolt a nyitvatartási idő változtatásával.

Külső okok például: Konkurens üzletet nyitottak a környéken, vagy a már meglévő üzletek választékában, vásárlási körülményeiben változások történtek, és a vevők egy része elpártolt hozzájuk. Romlott a népesség életszínvonala, kevesebben engedhetik meg maguknak a viszonylag magas árfekvésű ruházati termékek megvásárlását. Lényeges változás történt a bolt környezetében, például a közlekedési viszonyok megváltozása miatt nehezebben megközelíthető az üzlet. Megszűntek az üzlet közelében lévő olyan egyéb üzletek, szolgáltató egységek (fodrász, kozmetika, stb.) vagy intézmények, hivatalok, amelyeket felkeresve korábban többen betértek a boltba.

„Milyen módon tudnánk az értékesítési volumen további csökkenését megakadályozni?”

Lehetséges válaszok:

A vevők igényeinek, vásárlási szokásainak tudatos megfigyelésével, esetleg a vevők megkérdezésével. A vevőkör esetleges bővítésével, változtatásával. A vevőkör jellemzőihez igazodó boltbelső kialakításával. Udvarias, segítőkész áruajánlással, kiszolgálással. Az értékesítési mód megváltoztatásával. A vevők igényeihez rugalmasan alkalmazkodó áruválasztékkal (a termékek rendeltetése, minősége, anyaga, ára szerint egyaránt). Reklámozással, igényes kirakattal.

„Mi történne, ha csökkentenénk a termékek árrését? Hogyan tudnánk elérni, hogy az eredményünk (nyereségünk) mégse csökkenjen? „

A forgalmazási költségeket csökkentenie kellene, így az alacsonyabb árrésben is elérhető a korábban is kalkulált eredmény.

Magasabb tételben lenne célszerű beszereznie a termékeket, így mennyiségi engedményt kaphatna, mely a beszerzési árat csökkentené.

Szezonális engedményt is alkalmaznak a beszállítók, amennyiben a szezon előtt szerzi be a vállalkozás a terméket, így szintén alacsonyabb beszerzési áron vásárolhatja.

Érdemes volna olyan beszállítót keresni, aki térítésmentesen vállalja a megrendelt árumennyiség kiszállítását a boltba, így nem kellene külön fuvarozási tevékenységet végezni, illetve fuvarozót megbízni, mellyel csökkenthető lennének a beszerzéshez kapcsolódó költségek.

3. feladat

a) Mennyi volt a síruha nettó beszerzési ára? Mennyi volt az eredetileg kalkulált nettó eladási ár, az árrés nagysága és a fogyasztói ár?

Nettó beszerzési ár: $24\,800 / 1,25 = 19\,840$ Ft

Nettó eladási ár: $19\,840 * 1,5 = 29\,760$ Ft

Árrés: $29\,760 - 19\,840 = 9\,920$ Ft

Fogyasztói ár: $29\,760 * 1,25 = 37\,200$ Ft

b) Mennyi volt a síruha engedményes fogyasztói ára, nettó eladási ára és az engedményes ár esetén az árrés?

Engedményes fogyasztói ár: $37\,200 * 0,8 = 29\,760$ Ft

Nettó eladási ár: $29\,760 / 1,25 = 23\,808$ Ft vagy $29\,760 * 0,8 = 23\,808$ Ft

Árrés: $23\,808 - 19\,840 = 3\,968$ Ft

c) Mennyi volt a teljes mennyiség eladásából származó forgalom és a realizált árréstömeg?

Forgalom: $75 * 37\,200 + 30 * 29\,760 + 15 * 24\,800 = 4\,054\,800$ Ft

Árréstömeg: $75 * 9\,920 + 30 * 3\,968 = 863\,040$ Ft

d) Értékelje a kereskedő árképzéssel kapcsolatos magatartását! Fogalmazzon meg legalább három érvet, ami miatt érdemes volt beszerzési áron eladni a szezon végén a megmaradt mennyiséget!

A kereskedő a szezon elején magas haszonkulcsot alkalmazott, hiszen idénycikk esetén a magas árrés fedezi a szezonvégi árengedményt is.

A szezon végén érdemes volt beszerzési áron értékesíteni a megmaradt 15db síruhát, mert a kereskedő hozzájut a beszerzési árhoz és ezt a pénzt újabb áruk vásárlására tudja fordítani, a raktárban pedig hely szabadul fel az új termékek beszerzéséhez.

ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK**1. feladat**

Egy kereskedő 200 doboz Lego-játékot szerzett be 15 400 Ft-os nettó beszerzési áron. A termék fogyasztói árát 24 900 Ft-ban határozta meg.

A beszerzett mennyiség felét az eredeti fogyasztói áron, a fennmaradó mennyiséget akciós áron, 21 000 Ft-ért tudta értékesíteni.

A termék áfa-kulcsa 25%.

Feladatok:

a) Számítsa ki a termék nettó eladási árát és árrését ez eredeti és az engedményes fogyasztói ár esetén!

b) Állapítsa meg, hogy a nettó beszerzési ár százalékában mekkora haszonkulcsot érvényesített a kereskedő az eredeti és az engedményes ár esetén!

c) Határozza meg az elért forgalmat, nettó árbevételt, árréstömeget!

d) Nevezzen meg olyan okokat, amelyek miatt az árengedménnyel történő értékesítés mellett döntött a kereskedő!

2. feladat

Húzza alá a helyesnek tartott választ!

2.1. A termék bruttó és nettó eladási ára közötti különbség:

- az árrés
- az áfa
- az árrés és az áfa összege

2.2. Ha az árrést a nettó beszerzési vagy a nettó eladási ár %-ában fejezzük ki, akkor az:

- az áfa kulcs
- a haszonkulcs
- az árrés-színvonal

2.3. Árforma szerint megkülönböztetünk

- eladási árat és beszerzési árat
- nettó árat és bruttó árat
- szabad árat és hatósági árat

3. feladat

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

3.1. Versenytársak megjelenése esetén csak úgy tudja a vállalkozás a vevőkörét megtartani, hogy az eladási árait csökkenti.

Indoklás:

| | |
|------|-------|
| IGAZ | HAMIS |
|------|-------|

3.2. A kereskedő magas fogyasztói árak kialakítására törekszik, mert csak így növelheti az eredményét.

Indoklás:

| | |
|------|-------|
| IGAZ | HAMIS |
|------|-------|

3.3. A haszonkulcsok növelése nem minden esetben eredményezi az árréstömeg növekedését.

| | |
|------|-------|
| IGAZ | HAMIS |
|------|-------|

Indoklás:

4. Valamely termék áfa -kulcsának változása önmagában nem befolyásolja az adott áru árrését.

| | |
|------|-------|
| IGAZ | HAMIS |
|------|-------|

Indoklás:

5. Ha valamennyi forgalmazott termék árrését csökkenti a kereskedő, akkor növekedni fog a realizált árréstömeg.

Indoklás:

| | |
|------|-------|
| IGAZ | HAMIS |
|------|-------|

6. Az általános forgalmi adó közvetett adó.

Indoklás:

| | |
|------|-------|
| IGAZ | HAMIS |
|------|-------|

4. feladat

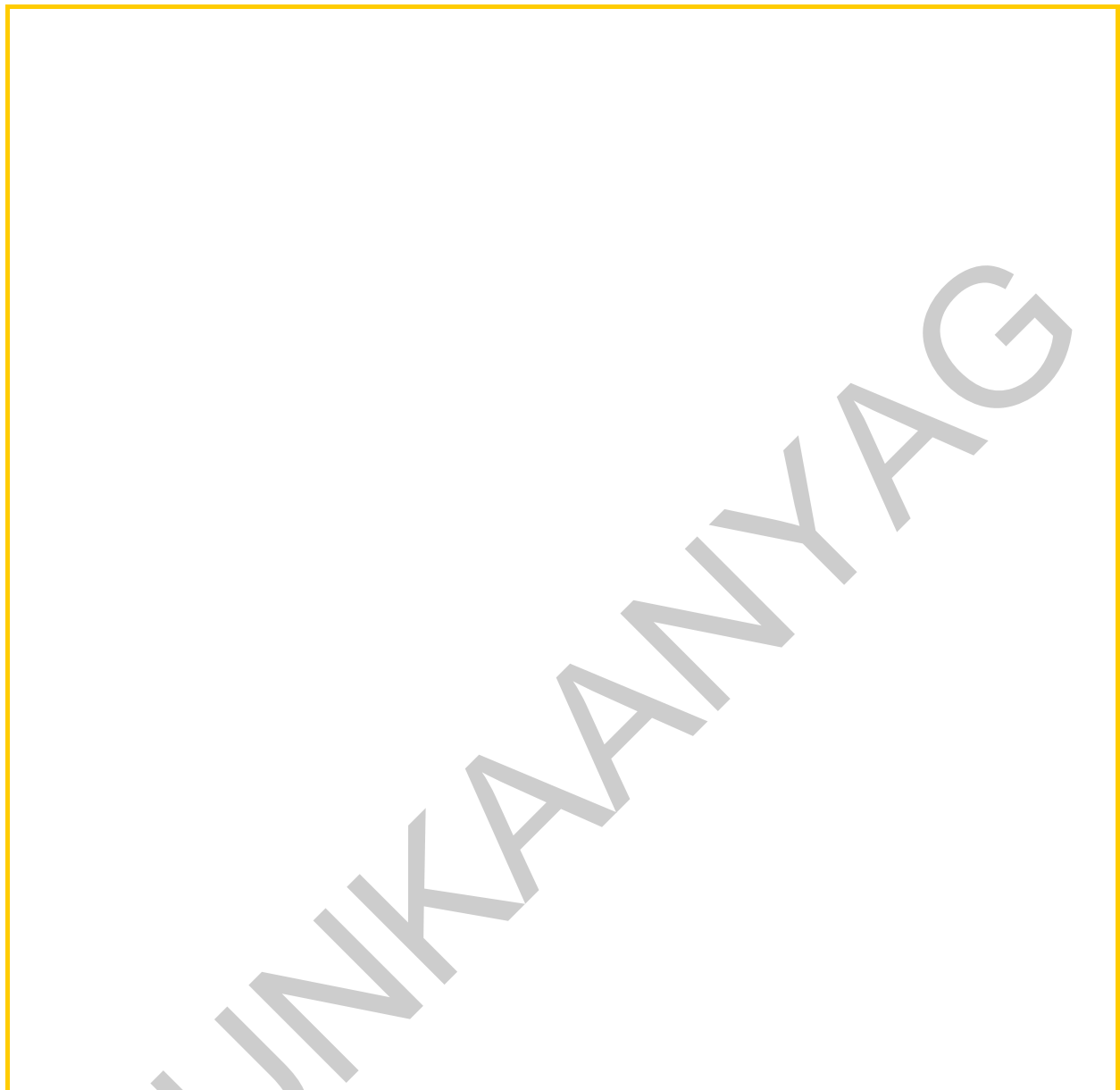
A Páfrány Bt. 100 db kaspót szerzett be november hónapban egy nagykereskedelmi cégtől 800 Ft/db nettó áron. A kaspók eladási árát 50%-os haszonkulccsal képezte a beszerzési ár %-ában. Az I. negyedévben a beszerzett mennyiségből 80 db-ot adott el. A termék áfa-kulcsa 25%.

a) Állapítsa meg a termék nettó eladási és bruttó eladási (fogyasztói) árát!

b) Határozza meg a termék árában realizált árrést!

c) Állapítsa meg, hogy a Páfrány Bt.-nek milyen összegű áfa-fizetési kötelezettsége keletkezett az adott termék forgalmazásával kapcsolatban!

Számítások:



MEGOLDÁSOK

1. feladat

a) Nettó eladási ár az eredeti fogyasztói ár esetén: $24\,900/1,25 = 19\,920$ Ft

Árrés az eredeti fogyasztói ár esetén: $19\,920 - 15\,400 = 4\,520$ Ft

Nettó eladási ár az engedményes fogyasztói ár esetén: $21\,000/1,25 = 16\,800$ Ft

Árrés az engedményes fogyasztói ár esetén: $16\,800 - 15\,400 = 1\,400$ Ft

b) Haszonkulcs az eredeti fogyasztói ár esetén: $4\,520/15\,400 = 29,4\%$

Haszonkulcs az engedményes fogyasztói ár esetén: $1\,400/15\,400 = 9,1\%$

c) Elért forgalom: $100 \cdot 24\,900 + 100 \cdot 21\,000 = 4\,590\,000$ Ft

Nettó árbevétel: $100 \cdot 19\,920 + 100 \cdot 16\,800 = 3\,672\,000$ Ft

Vagy $4\,590\,000/1,25 = 3\,672\,000$ Ft

Árréstömeg: $100 \cdot 4\,520 + 100 \cdot 1\,400 = 592\,000$ Ft

d) Lehetséges okok, ami miatt az árengedménnyel történő értékesítés mellett döntött a kereskedő:

- elfekvő készletté vált a 100 db termék, és le volt kötve a készletben a pénze, ezért nem tudott új árukat beszerezni;
- foglalta a helyet a készlet az eladótérben és a raktárban, ami szintén akadálya volt újabb beszerzésnek;
- az akcióval becsalogatta a vevőket, akik megismerték a boltot, és esetleg máskor is visszatérnek, vagy más termékeket is vásárolnak, így fellendül a forgalma.

2. feladat

1. A termék bruttó és nettó eladási ára közötti különbség:

- az árrés
- az áfa
- az árrés és az áfa összege

2. Ha az árrést a nettó beszerzési vagy a nettó eladási ár %-ában fejezzük ki, akkor az:

- az áfa kulcs
- a haszonkulcs

- az árrés-színvonal

3. Árforma szerint megkülönböztetünk

- eladási árat és beszerzési árat
- nettó árat és bruttó árat
- szabad árat és hatósági árat

3. feladat

1. Versenytársak megjelenése esetén csak úgy tudja a vállalkozás a vevőkörét megtartani, hogy az eladási árait csökkenti.

Indoklás:

| | |
|------|-------|
| IGAZ | HAMIS |
|------|-------|

A kiszolgálás színvonala, a vásárlási körülmények, az igényekhez alkalmazkodó áruválaszték, a nyitvatartási idő, az értékesítéshez kapcsolódó szolgáltatások is fontos versenyeszközt jelenthetnek.

2. A kereskedőnek a magas fogyasztói árak kialakítására kell törekednie, mert csak így növelheti a bevételét és az eredményét.

Indoklás:

| | |
|------|-------|
| IGAZ | HAMIS |
|------|-------|

Figyelembe kell vennie a célcsoport jövedelmi helyzetét, érzékenységét és a terméktől várt előnyeit is. A túl magas ár elrettentheti a fogyasztókat a vásárlástól. Az eredmény pedig nem egy-egy termék árrésétől, hanem az árréstömegtől függ, ami növelhető az értékesített mennyiség növelésével is.

3. A haszonkulcsok növelése nem minden esetben eredményezi az árréstömeg növekedését.

| | |
|------|-------|
| IGAZ | HAMIS |
|------|-------|

Indoklás:

A haszonkulcsok emelkedése növeli az eladási árat, ez viszont többnyire csökkentőleg hat az eladható mennyiségre. Az árréstömeg alakulását az egyes áruféleségek haszonkulcsa (ebből adódóan egyedi árrése), valamint az azokból eladott mennyiség egyaránt befolyásolja. Amennyiben az árnövekedés nagymértékű keresletcsökkenéssel jár, akkor a haszonkulcsok növekedése az árréstömeg csökkenését is eredményezheti.

4. Valamely termék áfa-kulcsának változása önmagában nem befolyásolja az adott áru árrését.

Indoklás:

Az áfa–kulcs változása egy–egy áru árrését önmagában nem befolyásolja, mivel az a nettó eladási ár és a nettó beszerzési ár különbsége. Az áfa kulcs változása legfeljebb az elérhető árréstömeget befolyásolja– az eladható mennyiség változása miatt.

| | |
|------|-------|
| IGAZ | HAMIS |
|------|-------|

5. Ha valamennyi forgalmazott termék árrését csökkenti a kereskedő, akkor növekedni fog a realizált árréstömeg.

Indoklás:

| | |
|------|-------|
| IGAZ | HAMIS |
|------|-------|

A vevőkör jellemzőitől és a termék vagy szolgáltatás jellemzőitől is függ, hogy az árrés, és ezáltal az árak csökkentése következtében lényegesen növelik-e fogyasztásukat a vásárlók. Ha a termékből már telített volt a fogyasztás, vagy nem érzékeny vevőkről van szó, akkor lehet, hogy az eladott mennyiség nem növekszik legalább olyan mértékben, mint ahogyan a kereskedő az árakat csökkentette. Ez esetben az egyedi árrések és az eladott mennyiségek szorzatösszegeként kialakult árréstömeg nem növekszik.

6. Az általános forgalmi adó közvetett adó.

| | |
|------|-------|
| IGAZ | HAMIS |
|------|-------|

Indoklás:

Az általános forgalmi adónál más az adóteher viselője, és más az adó alanya. Az adó alanya, akinek be kell fizetnie az adóhatósághoz az adót: az árut értékesítő vállalkozás. Az adóteher viselője: az árut megvásárló végső fogyasztó, hiszen az adó benne van a termék árában.

4. feladat

a) Nettó eladási ár: $800 \cdot 1,5 = 1\,200$ Ft

Bruttó eladási (fogyasztói) ár: $1\,200 \cdot 1,25 = 1\,500$ Ft

b) Árrés: $1\,200 - 800 = 400$ Ft, vagy $800 \cdot 0,5 = 400$ Ft

c) Áfa–fizetési kötelezettség megállapítása:

Értékesítéskor a vevők felé felszámított áfa összege – beszerzéskor a szállító által felszámított áfa összege

Értékesítéskor a vevők felé felszámított áfa:

1 db terméknél $1\,500 - 1\,200 = 300$ Ft, vagy $1\,200 \cdot 0,25 = 300$ Ft

Az eladott 80 db terméknél $80 \cdot 300 = 24\,000$ Ft

Beszerzéskor a szállító partner által előzetesen felszámított áfa:

1 db terméknél $800 \cdot 0,25 = 200$ Ft

A beszerzett 100 db terméknél $100 \cdot 200 = 20\ 000$ Ft

Áfa-fizetési kötelezettség: $24\ 000 - 20\ 000 = 4\ 000$ Ft

MUNKANYELV

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

MUNKANYELV

A(z) 0003–06 modul 015–ös 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:

10 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