1. **Blokk: Kereskedelemi vállalatok erőforrásgazdálkodásának elemzése**

**4.1 A költségekkel való gazdálkodás elemzése-tervezése**

A kereskedelmi vállalkozás áruforgalmi tevékenysége során sokféle erőforrással gazdálkodik, s ennek során számtalan költsége merül fel. Az eredményes és hosszútávú működéhez a vállalkozásnak ismernie kell a költségeit, azok viselkedését, valamint elemezni és tervezni kell őket. A jövedelmező működés és a piacon maradás feltétele a sikeres költséggazdálkodás.

A költséggazdálkodás a rendelkezésre álló erőforrások (eszközök, munkaerő, információ, tőke) ésszerű és takarékos felhasználására irányuló tevékenység. Alapvetően a költségek optimalizálását jelenti, nem pedig azok minimalizálását. Cél: adott ráfordításokkal maximális vállalati teljesítmény elérése, vagy adott teljesítményhez minimális erőforrás-felhasználás biztosítása.

A költséggazdálkodás legfontosabb területei: szükséges és indokolt mértékű költségérték meghatározása, költségek alakulásának tudatos befolyásolása, és folyamatos ellenőrzése, a ténylegesen felmerült költségekkel való elszámolás, a tervezett és a tényleges költségek összehasonlítása és elemzése. A kereskedelmi vállalkozások elemi érdeke a hatékony költséggazdálkodás (mérés, elemzés, tervezés), mivel minden indokolatlan költség csökkenti a cég nyereségét, ugyanakkor minden indokolt költségráfordítás a nyereség termelésének előfeltétele.

**A költségek csoportosítása**

Racionális költséggazdálkodás megvalósításához a vállalat menedzsmentjének rendeznie és áttekinthetővé kell tekintenie, majd elemezni kell tudnia a költségeket - a rendezés első fontos technikai lépése a költségek csoportosítása.

1. Költségnem szerinti csoportosítás

Költségnem: a költség felmerülését melyik erőforrás felhasználása idézte elő.

*Anyagjellegű ráfordítások*: a vásárolt anyagok és energia felhasználásának, az igénybe vett anyagi jellegű szolgáltatások értéke. Pl. az áruforgalom lebonyolításához szükséges áruszállítás fuvardíjköltsége, idegen karbantartó szervezetek karbantartási munkáinak költsége.

*Személyi jellegű ráfordítások*: az alkalmazottaknak munkabérként elszámolt kifizetések (pl. bér, jutalék, prémium) és annak a munkáltatót és a munkavállalókat terhelő közterhei (pl. fizetendő egészség- és nyugdíjbiztosítási járulékok, személyi jövedelemadó előleg), a vállalkozó személyes közreműködése ellenértékeként kivett összege, a személyi jellegű egyéb kifizetések (pl. étkezési- és utazási támogatás), valamint a fizetendő társadalombiztosítási és egyéb járulék.

*Értékcsökkenési leírás (amortizáció)*: az értékcsökkenés elszámolási kötelezettség alá tartozó immateriális javak és tárgyi eszközök beszerzési értékének költségként elszámolt összege. Az értékcsökkenés a befektetett eszközök (telek, épületek, gépek, berendezések, járművek) fizikai kopását és erkölcsi avulását figyelembe véve egy kalkulált költség, amellyel a vállalkozó csökkentheti nyereségét.

*Egyéb költségek*: a gazdasági tevékenység (üzletmenet) során felmerült, az előző jogcímeken felüli költségek (pl.: bankköltségek a kamat kivételével, biztosítási díjak, hatósági díjak, nem anyagjellegű szolgáltatások értéke).

1. Költséghelyek és költségviselők szerinti csoportosítás

Árufajtával kapcsolatos költségek nagysága közvetlenül meghatározható-e.

*Közvetlenül elszámolható költségek:* egy adott áru vagy szolgáltatás forgalmazásához közvetlenül hozzárendelhetők, egyértelműen és kizárólagosan annak érdekében merültek fel, hogy az értékesítés megvalósuljon, ráterhelhetők a termékre, illetve a szolgáltatásra. Pl. áruegységenként / szolgáltatásokként kifizetett jutalék összege.

*Részben közvetlen költségek*: valamilyen mérhető módon egy meghatározott árufajtához vagy tevékenységhez rendelhetők. Pl. egy termék / szolgáltatás értékesítése érdekében közvetlenül felhasznált reklám tevékenység költségei.

TANÁRI MAGYARÁZAT a részbeni közvetlenséget itt az okozza, hogy a bevezető, termékbemutató reklámköltség elvileg az áru több éven keresztül történő értékesítésére is felosztható.

*Közvetett költségek*: nem állnak mérhető összefüggésben egy adott árufajtával vagy tevékenységgel, tehát nem rendelhetők közvetlenül a költségviselőkhöz. Pl. üzlethelyiség, vagy raktár bérleti díja, az igazgató bére.

TANÁRI MAGYARÁZAT ezeket a költségeket nem a költségviselő, hanem az a költséghely azonosítja, ahol a költségek felmerültek. A közvetett költségek két nagy gyűjtő csoportja az üzemi általános, illetve a vállalati általános költségek, amelyeket gyakran rezsiköltségeknek is neveznek.

1. Forgalom változásához való viszony szerinti csoportosítás

*Viszonylag állandó költségek*: nagyságuk és változásuk független az értékesítési volumen változásától.

A költségek összege és az összes költségen belüli aránya is változik egyik időszakról a másikra, de a változást nem a volumenváltozás idézi elő. Pl. adminisztrátor munkabére, előfizetések.

*Változó költségek:* nagyságuk összefügg az értékesítés volumenének változásával, kölcsönösen hatnak egymásra.

A kölcsönhatás szorossága, iránya és a változás arányai alapján az alábbi fajtákat különböztetjük meg:

* Lineárisan (arányosan) változó költségek: az értékesítés volumenváltozásával azonos irányban és mértékben változnak. Pl. csomagolási költség, munkabér jutalékos része.
* Degresszív költségek (forgalom változásánál kisebb mértékben változó költségek): változásuk iránya azonos, de mértékük kisebb, mint az értékesítés volumene. Pl. üzemi és a vállalati általános költségek: berendezések fenntartásának költségei, a munkavédelmi költségek, alapbér
* Progresszíven (forgalom változásánál nagyobb mértékben) változó költségek: nagyobb mértékben emelkednek, mint az értékesítés volumene, de a változás iránya azonos. Pl. túlórák bérköltsége, karbantartási költségek, reklámköltségek
* Regresszív (fordított irányú) költségek: viszonylag ritkábban előforduló költségcsoport, növekvő értékesítési volumen mellett csökkennek, és a forgalom csökkenése esetén nőnek. Pl.: a már nem korszerű, de részben még mindig használt gépekhez kapcsolódó költségek.

1. Áruforgalomhoz kapcsolódó csoportosítás

Az áruforgalom teljes folyamata (értékesítés, beszerzés, készletezés) költségekkel jár. A költségek egy részénél egyértelműen megállapítható, hogy az áruforgalom mely szakaszához kapcsolódnak. Eszerint három fő csoportot képezhetünk:

Értékesítéshez kapcsolódó költségek

Készletgazdálkodáshoz kapcsolódó költségek

Beszerzéshez kapcsolódó költségek

MEGÁLLÍTÓ KÉRDÉS: Gyűjtsön konkrét példákat az áruforgalmi tevékenység egyes szakaszaihoz kapcsolódó költségekre! (Gondolja végig, milyen szakaszai vannak az áruforgalmi folyamatnak, illetve nézze meg újra az anyagban a költségek csoportosításának lehetőségeit – s ezek után adjon konkrét példákat az áruforgalmi folyamat szakaszainak gyakorlatára!)

**A költségek nagyságát meghatározó tényezők**

A kereskedelmi és szolgáltató vállalkozások költségeinek egy részét a cég menedzsmentje közvetlenül befolyásolni tudja, mint például a reklámköltséget.

A költségek másik részét azonban a vállalat vezetése közvetlenül nem tudja befolyásolni, mivel nagyságukat a gazdálkodási folyamatok határolják be vagy állami szabályozók írják elő. A menedzsmentnek azonban lehetősége van rá, hogy ezen költségek színvonalát közvetetten befolyásolja a gazdálkodási folyamatok szabályozásával és megszervezésével. A költségek egyrészt determináltak, másrészt befolyásolhatók a menedzsment döntésein keresztül. A költség alakulását befolyásoló legfontosabb jellemzők:

• az áruforgalom nagysága / változása (növekedés és csökkenés)

• a forgalom összetétele (termékek és szolgáltatások)

• a forgalom készletigénye (alacsony és magas készlet)

• a kereskedelmi munka minősége (dolgozók, munkafolyamatok)

• a különböző díjtételek változása (cég által igénybevett szolgáltatások tarifái).

**A költségek elemzése**

A költségfelhasználás elemzésére a költségeket a vállalat sajátosságainak megfelelően csoportosítják. A költségfelhasználás vizsgálatakor általában az alábbi tételeket elemzik:

* Termékcsoportok
* Értékesítési módszerek - Elosztási csatornák
* Területek - Vásárlások nagysága – értékesítési trendek
* Vásárlók típusai - Kereskedőgárda
* Megrendelések nagyságrendje - Értékesítési feltételek

Az elemzéshez abszolút és relatív mutatókat használunk, és indexszámítást alkalmazunk. Az abszolút vizsgálatnálazonos tartalmú adatokat hasonlítunk össze. A relatív mutatókszámításánál a különböző tartalmú, de egymással logikai kapcsolatban levő adatokat hasonlítjuk össze. Az abszolút és relatív mutatók alaposabb elemzéséhez egyaránt használhatjuk az indexszámítást. Mivel a költségeket pénzértékben fejezzük ki, a költségek változását kifejező mutatók értékindexnek tekinthetők. Mint minden értékindexben, a költségek változásában is a volumen- és az árváltozás együttesen tükröződik.

A költségváltozásból célszerű kimutatni, hogy abban mekkora szerepe van a felhasznált költségtényezők mennyiségi változásának, valamint a költségtényezők árváltozásának. A költségtényezők árváltozását okozhatja tarifa- vagy díjtételváltozás (pl.: áram, telefon), de előidézheti a költséghez kapcsolódó, ahhoz igénybe vett más termék vagy szolgáltatás árának emelkedése (pl.: az értékesítés költségeinek emelkedését előidézheti a csomagolóanyagok árának emelkedése).

1. **A költségelemzés abszolút mutatói**

A költségeket rendszerint az előző időszak költségeihez viszonyítjuk. Az elemzés során hasonló mutatókat számítunk, mint az értékesítés-elemzéskor. A költségadatokból számíthatunk tervfeladat és tervteljesítési viszonyszámokat is. A költségszerkezet vizsgálatához pedig megoszlási viszonyszámokat számíthatunk.

**Költségváltozás viszonyszáma** egyenlő a tárgyi időszak költségösszege osztva a bázisidőszak költségösszegével. A mutató kifejezi, hogy a tárgyidőszak költségösszege hány százaléka a bázisidőszak költségösszegének. A költségszerkezet időbeli változásának vizsgálata jól hasznosítható a költséggazdálkodásban, így érdemes kiszámítani és értékelni a tervfeladat- és tervteljesítési viszonyszámokat egyaránt.

**A költségek tervfeladat-viszonyszáma** kifejezi, hogy a tervezett költségösszeget hány százalékkal kívánják növelni, vagy csökkenteni a bázisévi költségekhez képest.

**A költségek tervteljesítési viszonyszáma** kifejezi, hogy a tárgyidőszak tényleges költségösszege hány százalékkal haladta meg, vagy lett kevesebb, mint a tervezett költségösszeg.

Ha az egyes szempontok szerint csoportosított költségeket az összköltséghez viszonyítjuk (megoszlási viszonyszámok), képet kaphatunk az egyes költségek arányáról. A mutató kifejezi, hogy a vizsgált költségfajta hány százalékát teszi ki az összes forgalmazási költségnek.

1. **A költségelemzés relatív mutatói**

A leggyakrabban alkalmazott relatív költségmutató a költségszínvonal-1, amely a költségösszeg és a nettó árbevétel hányadosa. A mutató kifejezi, hogy a költségek összege a nettó árbevétel hány százalékát teszi ki. Más megfogalmazásban ez a mutató rávilágít arra, hogy 100 Ft árbevételre hány forint költség jut, vagyis milyen a forgalom költségigényessége. A mutató reciproka a költség forgalom kitermelő képességét fejezi ki. A forgalmazási költségeket nemcsak az árbevételhez, hanem az árréstömeghez (költségszínvonal-2), valamint a nyereségtömeghez (költségszínvonal-3) is viszonyíthatjuk. Ha elfogadjuk, hogy az árréstömeg fejezi ki a kereskedelmi munka teljesítményét, akkor az árréstömegre vetített költségszint az egységnyi kereskedelmi teljesítményre jutó fajlagos költségráfordítást, a nyereségre jutó költségszint pedig a 100 Ft eredményre jutó költséget mutatja.

A költséggazdálkodás alaposabb elemzéséhez a költségszínvonal időbeli alakulásának vizsgálatára is szükség van. Ennek leggyakrabban használt mutatói:

* a költségszínvonal-változás mértéke,
* a költségszínvonal-változás dinamikája és
* a költségszínvonal-változás üteme.

A költségszínvonal változás mértéke = bázisidőszaki költségszínvonal mínusz tárgyidőszaki költségszínvonal. A mutató kifejezi, hogy hány százalékponttal nőtt vagy csökkent a költségszínvonal a bázisidőszakról a tárgyidőszakra. (A százalékpontban kifejezett változás két, %-ban kifejezett viszonyszám különbsége.) A költségszínvonal dinamikája a bázisidőszaki és a tárgyidőszaki költségszínvonal hányadosa. Azt fejezi ki, hogy a bázisidőszak költségszínvonala hány %-a tárgyidei költségszínvonalának.

A költségszínvonal változás üteme = költségszínvonal változás mértékének és a bázisidőszaki költségszínvonalnak hányadosa. A mutató kifejezi, hogy a tárgyidőszak költségszínvonala hány százalékkal lett magasabb vagy alacsonyabb, mint a bázisidőszak költségszínvonala. Ez a mutató nem egyéb, mint a költségszínvonal dinamikájának a 100%-tól való eltérése. A költségszínvonal számításánál a költségek összegét viszonyítjuk a nettó árbevételhez, egy adott időszakra vonatkozóan. A költséggazdálkodási döntések megalapozásához célszerű ezt időbeli vizsgálattal is kiegészíteni: a költségek %-os változását a nettó árbevétel %-os változásához viszonyítani. A kapott mutatót **költségvonzatnak,** vagy **költségreagálási mutatónak** nevezzük. Azt fejezi ki, hogy az árbevétel 1%-os változására hány %-os költségváltozás jut. A mutató számítható akár a forgalmazás összköltségére, vagy egy-egy költségfajtára is. Ha a mutató értéke 1-nél nagyobb, az azt jelenti, hogy az adott költség növekedési üteme meghaladja a nettó árbevétel növekedési ütemét (ill. csökkenése alatta marad az árbevétel csökkenésének), tehát a vizsgált költség progresszív.

Egy-egy új termék piaci bevezetésekor tapasztalhatunk ilyen helyzetet, amikor a reklámköltség progresszíven nő az áru eladási forgalmához képest. Később a termék bevezetését követően az árura fordított reklámköltség forgalomhoz viszonyított viselkedése megváltozik, a költségvonzat egynél kisebb lesz, azaz a reklámköltség a forgalomhoz képest degresszív viselkedést mutat. A degresszív költségeknél a költségvonzat értéke 1-nél kisebb, a lineáris költségeknél pedig egy lesz. A viszonylag állandó költségek nem változnak a forgalom változásával együtt, ezért ezeknél a költségvonzat értéke nulla, vagy ahhoz közeli érték. Ha a költségvonzatot a forgalmazás összköltségére számoljuk, értékéből következtethetünk a költséggazdálkodás színvonalára, valamint a költségszerkezet megváltozására is. Ha a költségvonzat értéke az egyik időszakról a másikra csökken, az általában a költséggazdálkodás javulására utal. A mutató csökkenéséből feltételezhetjük, hogy az összes költségen belül megnőtt a degresszív és az állandó költségek részaránya. A progresszív költségek arányának növekedése pedig növeli a költségvonzat értékét.

A költségvonzathoz hasonlóan az elemzést segítő jellemző a **relatív költségmegtakarítás ill. túllépés** mérőszáma**,** amelyet úgy képezünk, hogy a kiszámoljuk a tárgyidőszaki tényleges költség és a bázisidőszaki költségszínvonal felhasználásával a tárgyidei forgalom mellett jelentkező képzett költség különbségét.

Példaként tegyük fel, hogy a bázisidőszaki forgalom 100 M Ft, a bázisidőszaki költség 10 M Ft, azaz a bázis költségszint 10 %. Ha a tárgyidőszaki forgalom 200 M Ft, a tárgyidőszaki költségösszeg 12 M Ft, akkor első megközelítésre csak az látszik, hogy 20 %-kal növekedtek költségeink, tehát kérdéses lehet a vállalat költséggazdálkodásának hatékonysága. A relatív költségmegtakarítás azonban 8 M Ft lesz, mert a tárgyidőszaki forgalomhoz bázisidőszaki költségszinten 20 M Ft költség tartozna. A relatív költségmegtakarítás azt jelzi, hogy sikerült a forgalom költségigényességét csökkenteni, és javítani versenyképességünket a piacon, illetve növelni nyereségtermelő képességünket.

A díjtételváltozás elemzésének jelentős szerepe van a költségek tervezésénél. Ilyenkor a vállalkozás megbecsüli, hogy a forgalom tervezett változásával párhuzamosan hogyan alakul az egyes költségtényezők felhasznált mennyisége, s ezt követően a díjtételek várható változásának figyelembevételével tervezi meg a költségeket.

A költségelemzés legjellemzőbb relatív mutatójának, a költségszínvonalnak alakulására hatással van mind a költségtényezők árváltozása (tarifaváltozás), mind a forgalmazott cikkek árváltozása. A vállalkozás költséggazdálkodásának elemzésekor célszerű a két külső tényező hatását kiszűrni a költségszínvonal változásából, azaz a költségeket változatlan díjtételekkel, az árbevételt pedig változatlan árakon kiszámolni.

**A költségek tervezése**

A vállalatok a költségeiket a jövedelmezőségi terv keretében számítják ki, a ráfordítások nagyságát az árbevétel az árrés és a nyereség függvényében alakítják ki. Minden vállalat szükségleteinek és lehetőségeinek, valamint a tervezési fejlettségének, felkészültségének megfelelő megoldást alkalmaz. Egyesek először az összköltségeket állapítják meg, és azt bontják funkciókra, egységekre. Más vállalatok a részletekből kiindulva határozzák meg az összköltségeket. Célszerű a két módszer együttes alkalmazása, a kapott eredmények összevetése, a szükséges korrekciók elvégzése.

**A vállalati összköltség tervezése**

A tervidőszak összköltségének megállapítására több módszer alkalmazható.

1. **Az előző időszak tendenciáinak előrevetítése**

Ez a költségek tervezésének legegyszerűbb és legelterjedtebb módja. Lényege, hogy a forgalom és a költségek között a múltban tapasztalt összefüggések fennállását a tervidőszakra is feltételezzük. A becslés során természetesen figyelembe veszik a forgalom és a költségek szezonális ingadozásait is. E forma legnagyobb hibája, hogy a globális adatokon belül nem veszi figyelembe sem a költségszerkezet, sem az áruforgalom összetételének esetleges változásait.

1. **Költségtervezés a viszonylag állandó és változó költségek alapján**

Ez az eljárás pontosabb képet ad az előzőnél. A tervezés feltétele itt az, hogy megállapítsuk a költségeken belül a viszonylag állandó és a változó költségek arányát, valamint a forgalom változásának hatását a változó költségek alakulására.

1. **Költségtervezés költségigényesség szerint**

Ennek a módszernek az a lényege, hogy megállapítjuk a főbb árucsoportok költségvonzatát, majd az áruforgalom összetételében kalkulált változások figyelembevételével tervezzük meg a költségeket.

1. **Az egyes költségek tervezése**

Az összköltségek tervezése mellett legalább olyan fontos az egyes költségfajták tervezése. Az összköltségeken belül megemlítjük:

* egy-egy költségfajta kiemelését és
* egy-egy terület költségeinek tervezését.

A bérek tervezése több szempontból elengedhetetlen, mivelgyakran ez az egyik legnagyobb költségtényező, nagy összegű járulékot és adót kell fizetni utánuk, valamint közvetlenül és közvetve is jelentős befolyást gyakorolnak a vállalat gazdálkodására. Fontos körültekintően megtervezni a szállítással és az üzemeltetéssel kapcsolatos költségeket is. A nagyobb kereskedelmi vállalatok külön tervezik a központi és a hálózati költségeket. A hálózati költségeken belül meghatározzák az egyes egységek költségeit, egyre erősödik ugyanis az a tendencia, amely az egységeket a nyereség fokozásában teszi érdekeltté (profitcentrumok).

**4.1.1. Jövedelmezőség, nyereségelemzés**, **nyereség növelés lehetőségei**

**Jövedelmezőségi mutatók**

A jövedelmezőségi mutatók a cég nyereségességét mérik, és azt mutatják mennyire kedvező ebből a szempontból az üzleti terv. Segítségükkel mérhető a cég a piaci stratégiájának nyereségessége.

**Árrés-színvonal százaléka:** A mutatót mindig egy adott időszakra – az üzleti tervben általában egy gazdasági évre - számoljuk az árréstömeg és a nettó árbevétel hányadosaként százalékban. Az árréstömeget a vállalkozás eredmény-kimutatása tartalmazza, az értékesített termékek nettó (ÁFA nélküli és engedményekkel csökkentett) árbevételének és az eladott áruk beszerzési értékének (ELÁBÉ) különbségeként. A mutató azt jelzi, hogy az értékesítési árakra vetítve milyen átlagos árréssel dolgozik a kereskedelmi cég. A nagykereskedelemben az árrés-színvonal átlagosan 10-15%, míg a kiskereskedelemben a különféle árucsoportokra vonatkozóan 15-25%-tól 40-50%-ot is elérheti.

**Az árrés-színvonal nagyságára ható fő tényezők:**

* A beszerzési és az eladási árak alakulása, azaz a beszerzői és a kereskedelmi vállalati ár-munka eredményessége
* a különféle árucsoportoknál alkalmazott haszonkulcsok nagysága - a haszonkulcsok emelése az árrés-színvonal emelkedése irányába hat, a haszonkulcsok csökkentése ellenkező hatású
* a magasabb haszonkulcsú árucsoportok forgalmon belüli súlyarányának változása - a magasabb haszonkulcsú áruk súlyarányának növekedése emeli, csökkenése viszont az árrés-színvonal süllyedését idézi elő
* a különféle árengedmények, akciók árrés csökkentő hatása az árrés-színvonal csökkenéséhez vezet.

**Nyereségszínvonal** (a forgalom nyereségszint százaléka): A vállalat eredmény-kimutatásában levezetett nyereség és a nettó árbevétel hányadosa százalékban kifejezve. Legtöbbször egy gazdasági évre számolják ki. Megmutatja, hogy az adott értékesítési forgalom mekkora nyereséget termel a vállalkozásnak.

**A nyereségszínvonal nagyságát befolyásoló fő tényezők:**

* az árrés-színvonalra ható tényezők (az árrés-színvonalat növelő tényezők a nyereségszintet is növelik és fordítva a csökkentők, pedig redukálják). Ide tartozik az eladási és a beszerzési árak változása, a forgalom összetételének alakulása. Ha a forgalom szerkezete a magasabb vagy az alacsonyabb árrés-színvonalú áruk felé tolódik el, ez emeli, illetve csökkenti a forgalom nyereség színvonalát;
* a forgalom mennyiségének változása - általában a forgalom növekedése javítja a nyereségszintet és fordítva, mert a fix költségek nagyobb forgalom értékre oszlanak el és ezzel növekszik az egy Ft forgalomra jutó nyereség. Minél magasabb a fix költségek aránya az összes költségen belül annál erősebb ez a hatás;
* a költségek alakulása – a költségek növekedése a nyereségszínvonal csökkenése, míg a költségek csökkenése a nyereségszínvonal növekedése irányába hat. Ugyanakkor a különféle költségfélék (fix és változó költségek) hatásainak erőssége eltérő attól függően, hogy magas vagy alacsony a fix költségek részaránya az összköltségen belül, és hogy hogyan változik a forgalom volumene. Növekvő forgalom magas fix költség arány mellett gyorsan javítja a nyereségszintet, míg a csökkenő forgalom a magas fix költség arány mellet a nyereség rohamos csökkenését okozza. Alacsony fix költség arány mellett a fenti hatások mérséklődnek.

**A befektetett össztőke jövedelmezősége (eszközarányos nyereségszint = ENYSZ):**

A vállalat nyereségének százalékos aránya a vállalkozásba befektetett teljes eszközértékhez (tárgyi eszközök + forgóeszközök) viszonyítva. A mutató a teljes befektetett tőke nyereséghozamát jelzi egy gazdasági évben. Nagyságának alakulását a kereskedelmi vállalatoknál a nyereségszínvonal és a forgalom eszköz igényessége határozza meg olyan módon, hogy a nyereségszintet el kell osztani az eszköz igényességgel (eszközérték/forgalom). Különféle kereskedelmi alágazatokat, szakmákat különböző eszköz igényesség jellemezhet, mert különböző az adott szakmában a készletek forgási sebessége, és ezzel a forgóeszközigény.

**Saját tőke jövedelmezősége (nettó profitráta = NPR):**

A nyereségnek a vállalkozás saját tőkéjéhez (összes eszköz mínusz kötelezettségek) viszonyított arányát mutatja. Azt jelzi, hogy a tulajdonosok tőkéje mekkora nyereséget biztosít számukra. Hosszabb távon a tulajdonosok számára a saját tőke jövedelmezősége vállalkozásuk egyik legfontosabb mutatója, hiszen azt mutatja, hogy tőkéjük mekkora nyereséget hoz. A saját tőke jövedelmezőségének nagyságát az eszközarányos nyereségszint és a saját tőke aránya befolyásolja. Nő a nettó profitráta, ha emelkedik az eszközarányos nyereségszint és csökken az össztőkén belül a saját tőke aránya.

A saját tőke jövedelmezősége és a befektetett össztőke jövedelmezősége között érdemes egy másik összefüggésre is rávilágítani, amelyet a szakirodalom **jövedelmezőségi Leverage-hatásként** tart számon.

Ennek levezetése a következő:

Az össztőke nyereségét felírható az eszközök nyereségszintje segítségével a következő formában:

Nyereség = ENYSZ \* (ST + IT) ahol ST = a saját tőke értéke, az IT = idegen tőke értéke.

Az össztőke nyeresége azonban a saját tőke jövedelmezőségének függvényében is felírható a következő formában:

Nyereség = NPR \* ST + ITK \* IT, ahol az ITK = az idegen tőke igénybevételének kamatlába

A két összefüggésből írható fel a NPR \* ST + ITK \* IT = ENYSZ \* (ST + IT) formula, majd ebből a NPR = ENYSZ + (ENYSZ – ITK) \* (IT / ST)**,** amiből IT / ST = az eladósodás mértéke a saját tőkéhez képest.

A fenti összefüggés alapján látható, hogy minél magasabb az össztőke jövedelmezősége és minél nagyobb az össztőke jövedelmezősége az idegen tőke igénybevételének kamatlábához viszonyítva, annál nagyobb mértékben járul hozzá az idegen tőke a saját tőke jövedelmezőségének növekedéséhez.

Ha tehát az össztőke jövedelmezősége magasabb az idegen tőke igénybevételének kamatlábánál **(**ENYSZ > ITK), akkor pozitív jövedelmezőségi Leverage hatás érvényesül, tehát érdemes minél nagyobb mértékben idegen tőkét bevonni, mert ezzel növelhető a saját tőke jövedelmezősége. Érdemes tehát a cégnek a saját tőkéjéhez képest eladósodnia. Fordítva, ha ENYSZ < ITK, akkor viszont negatív a Leverage-hatás**,** és ezért az eladósodás csökkenti a saját tőke jövedelmezőségét, tehát nagyon fontos érdek az eladósodás csökkentése.

**Eszközök árbevétel-hozama:** A nettó árbevételnek a teljes eszközértékhez való százalékos arányát, azaz azt mutatja, hogy a befektetett eszközökkel mekkora forgalmat lehetett elérni. A tulajdonosok számára hosszabb távon azért fontos ez a mutató, mert egy-egy kereskedelmi szakágazatban (pl.: ruházat, vegyes iparcikk, vegyi árú) megadható, hogy egy-egy befektetés általában mekkora forgalmat biztosít. Ha a vállalkozás ennél kisebb forgalmat ért el, meg kell vizsgálni az elmaradás okait, mert feltételezhető, hogy a vállalkozás vezetői a rendelkezésükre bocsátott tőkét nem jól hasznosítják. A hiba összefügghet az áruforgalommal (értékesítés - marketing, beszerzés és készletgazdálkodás (az áruk alacsony forgási sebességével) a tőkeösszetétel (forgóeszköz és tárgyi eszköz helytelen aránya) problémájával.

**MEGÁLLÍTÓKÉRDÉS: Véleménye szerint miért fontos, hogy a kereskedelmi vállalkozás jövedelmező legyen rövid távon és hosszú távon? (Olvassa el a tananyagban a jövedelmezőség jellemzőit és mutatóit, valamint a nyereség növelésének a lehetőségeit és ezek segítségével logikusan gondolja végig, mi a jelentősége a vállalati jövedelmezőségnek!)**

**A nyereség növelésének lehetőségei**

Minden szervezet attól függően, hogy melyik fejlődési fázisban van, szeretne folyamatosan növekedni az országán belül vagy a környező országokban, régióban, organikusan vagy akvizíciók által és ugyanakkor a nyereségét is növelni.

Néhány forgalom- és nyereség növelő lehetőség:

* Jövedelem trendek és nyereségesség elemzése termékenként, márkánként, csatornánként és partnerenként
* A marketing és értékesítési befektetések fókuszálása a nyereségesebb partner szegmensre, csatornára és partnerekre, hogy biztosítsuk a pozitív megtérülési rátát
* Termék/racionalizálási lehetőségek felmérése, költségcsökkentés érdekében a veszteséges termékek költségének csökkentésével
* Áremelési lehetőségek felmérése kiválasztott partner csoportra vagy termékportfólióra, árrés növelés céljából
* Piackutatási adatok/ iparági tendenciák elemzése jövőbeli partner szükségletek felmérésére Értékesítési folyamatok, értékesítési csapat nyereségessége és hatékonyságának értékelése a maximális értékesítési hatékonyság elérése érdekében.

A piacgazdaságban minden szervezet / vállalkozás fő célja a **profit** megszerzése.

A profitot befolyásolják:

* Arculat és marketing
* Kommunikáció
* Ügyfélkapcsolat minősége
* Ügyfélkör bővítése
* Profilbővítés
* Területi terjeszkedés
* Folyamatos megújulás / innováció
* Költségcsökkentés / költségoptimalizálás
* Tevékenység és erőforrás optimalizálás
* Teljesítménybér / teljesítmény ösztönzés
* Értékesítés

A szervezet nyereségét különböző faktorok befolyásolják, amelyek feloszthatók: külső és belső tényezőkre.

A külső tényezők magukban foglalják a környezeti feltételeket, a tarifák kormányzati rendeleteit, a kamatot, az adómértékeket és az előnyöket, valamint a szankciókat. Az ilyen tényezők nem függenek a szervezet tevékenységeitől, mégis jelentősen befolyásolják a szervezet nyereségét.

A belső tényezőket „termelésre” és „nem termelésre” osztják. A „termelési tényezők” jellemzik a munkaerő, a pénzügyi források és tárgyak rendelkezésre állását és felhasználását. A nem produktív tényezők magukban foglalják az értékesítést és a környezeti tevékenységeket, a munka és az élet társadalmi feltételeit.

A vállalat nyereségét befolyásoló legfontosabb faktorok: a termékek ára, az áruforgalmi tevékenységhez kapcsolódó állandó- és változó költségek szintje, az állam befolyása és a versenytársak piaci magatartása.

Az ár meghatározásakor a vállalkozásnak figyelembe kell vennie többek között az áruk kereslet szintjét, a versenytársak árait, a gazdaságpolitikai helyzet befolyását, a piac működését, a helyettesítési lehetőségeket. A vállalkozásnak olyan árat kell meghatároznia, amely elfogadható a fogyasztók számára, ugyanakkor elegendő az összes költség fedezésére és haszon összegű profitra.

A szervezet magában foglalhatja a költségek csökkentésének és a termékek eladásának fő forrásait, mint a termelési egységre eső anyagok, üzemanyag és energia fogyasztásának csökkentése; a „termelési” egységre jutó bérköltségek csökkentése; csökkentett adminisztratív- és általános költségek; az értékesítés technikai szintjének emelése; a munka megszervezésének javítása és az értékesítés mennyiségének megváltoztatása.

A profit a szervezet fejlesztésének fő forrása, s így a cég folyamatos anyagi és technikai alapjának javítására és a beruházás minden formájának biztosítására is lehetőséget biztosít. A vállalkozás minden tevékenysége arra irányul, hogy biztosítsa a profitnövekedést vagy annak stabilizálását egy bizonyos szinten.

Annak érdekében, hogy a szervezet stabilan működjön és profitot realizáljon modern piaci körülmények között, a következő fő taktikákat lehet alkalmazni a növekedés támogatására:

* A termékek értékesítésének növelése;
* Az alkalmazottak munkaerő-termelékenységének fokozása és a munkavállalók részvétele a profitszervezés kialakításában;
* A költségkezelés korszerű módszereinek alkalmazása, amelyek egyike a vezetői számvitel;
* Az árképzési politika minőségi végrehajtása, mivel a piac túlnyomórészt szabad árakat jelent;
* A beszállítókkal, közvetítőkkel és ügyfelekkel fennálló szerződéses kapcsolatok kompetens kialakítása;
* A marketing rendszer fejlesztése a vállalkozásban;
* A termékek csoportosítása a jövedelmezőség alapján - összpontosítva a nagyon jövedelmező termékekre, az átlagos jövedelmezőségű termékek fejlesztésére és az alacsony jövedelmezőségű termékek kivezetésére az értékesítésből;
* A piac elemzése, a fogyasztói magatartás és a versenytársak folyamatos kutatása;
* A vállalkozások hatékonyságának növelése érdekében kiemelkedően fontos a tartalékok azonosítása az értékesítés növelése, az áruforgalmi költségek optimalizálása és a profit növelése érdekében.

A profit döntő szerepet játszik az üzleti életben, és a szervezet egyik fő mutatója. Ennek visszaforgatása segíti a vállalkozás áruforgalmának innovatív fejlesztését, rekonstrukcióját és korszerűsítését. A nyereséget a szervezet tevékenységének és fejlesztésének egyik célkitűzéseként határozzák meg, a munka, a motiváció, a gazdasági biztonság és a szervezet sikerének mennyiségi mutatója eredményeként.

A nyereség és a jövedelmezőség a piacgazdaságban a kereskedelemi vállalkozások gazdasági tevékenységének legfontosabb mutatói. Ezek a mutatók tükrözik a cég tevékenységének sikerességét, illetve sikertelenségét.

A nyereséget és a jövedelmezőséget számos tényező befolyásolhatja pozitív, illetve negatív irányban. A vállalkozás alapvetően a belső tényezőket tudja befolyásolni, ezért emeljük ki ezeket. A belső tényezők alapjában véve magukba foglalják az erőforrás-tényezőket (az erőforrások mérete és összetétele, az erőforrások állapota, működésük feltételei).

*A legfontosabb belső tényezők*:

* Az értékesítés volumene;
* Az értékesítési stratégia;
* Készletgazdálkodási- és beszerzési stratégia
* Az alkalmazottak száma és összetétele (létszám, szakmai tapasztalat, képzettség);
* A munkavállalók gazdasági ösztönzőinek formái és rendszerei. (Ennek a tényezőnek a befolyása becsülhető meg a munkaerőköltség-mutató, valamint a munkaköltségek jövedelmezőségének mutatója alapján.);
* A munkavállalók érdekeltsége
* A szervezet dolgozóinak termelékenysége;
* A munkavállalók tőke-munkaerő aránya és az áruforgalom műszaki/technikai felszerelése;
* A vagyon/ befektetés megtérülése;
* A működő tőke összege.