



Beszerezés és folyamata

Business marketing BA

3.előadás

Prof. Dr. Piskóti István

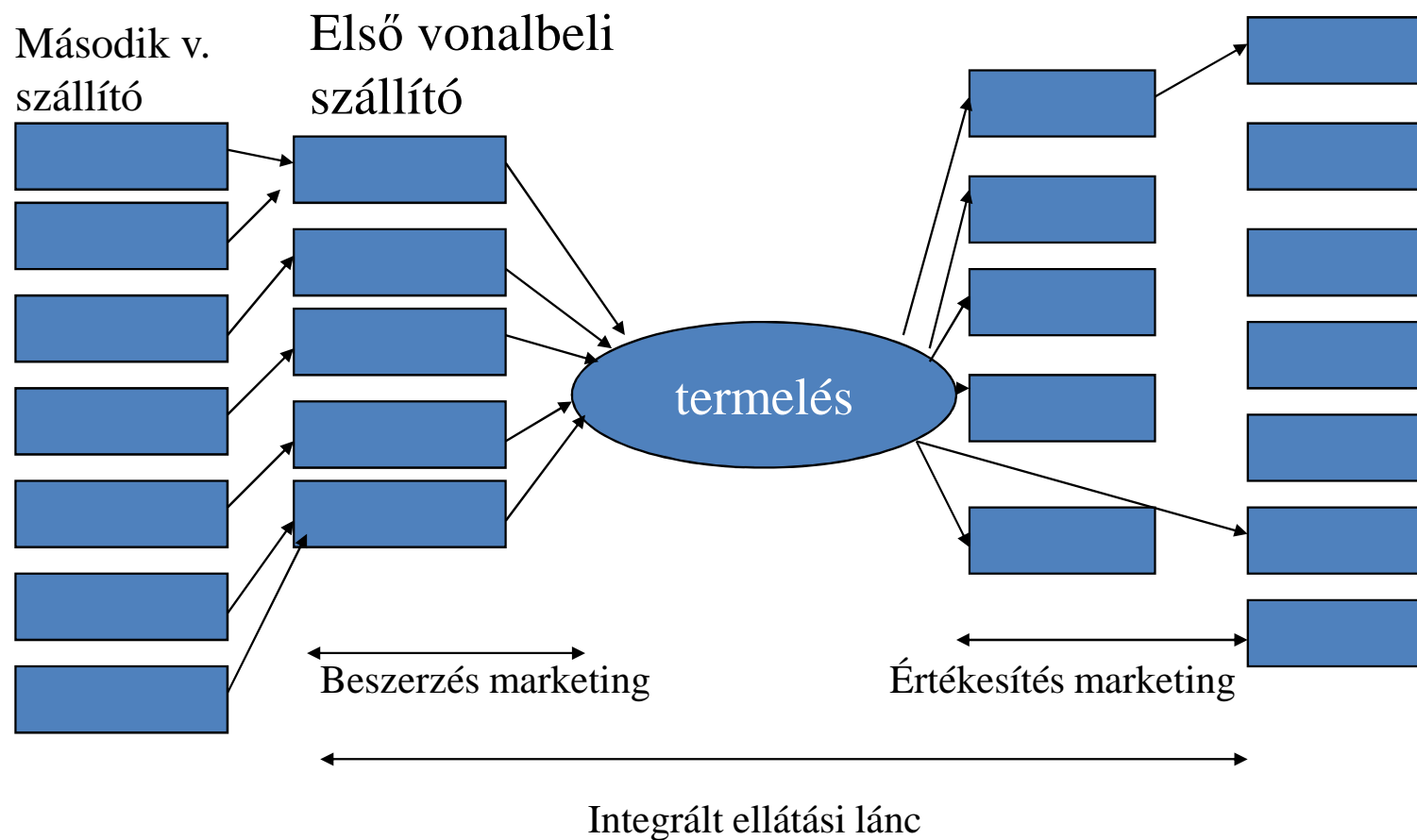
Miskolci Egyetem

Marketing és Turizmus Intézet

Beszerezés helye a szervezetben

- Centralizált
- Decentralizált
- Kombinált megoldás

Beszerezés helye a szervezetben



Beszerezési magatartás folyamat

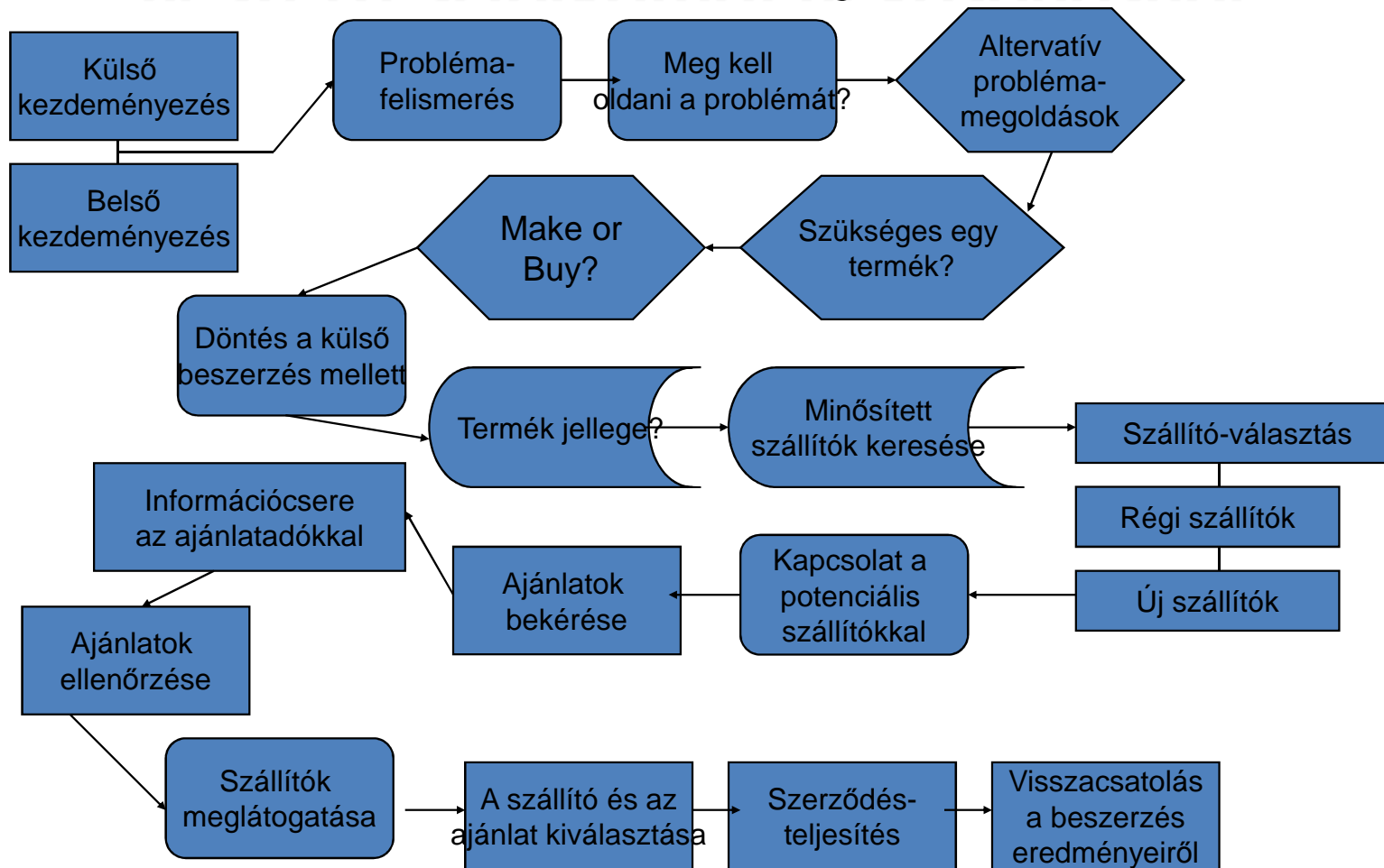
□ SZAKASZAI:

- Problémafelmerülés,
- Előzetes információgyűjtés
- Tárgyalási szakasz
 - előzetes tárgyalási fázis
 - ajánlati fázis
 - részletes tárgyalási fázis
- Szerződéskötés
- Teljesítési fázis
- Működtetési fázis

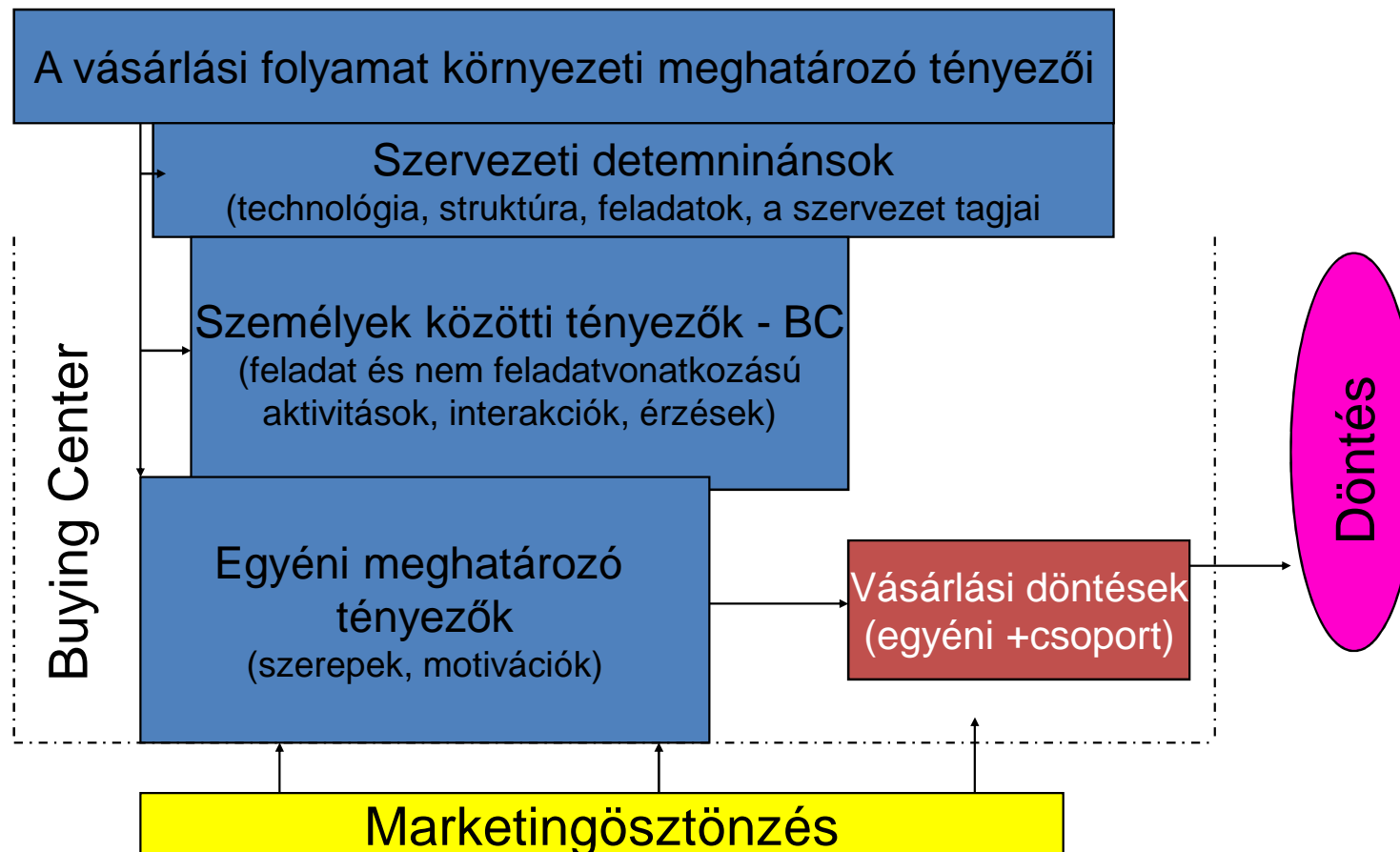
Beszerezési folyamat

1. A szükségletek felismerése
2. A szükségletek pontos leírása
3. A megfelelő szállító keresése, kiválasztása
4. Ár és más feltételek meghatározása
5. Szerződéskötés, áru megrendelése,
6. A megrendelés nyomon követése
7. A partnerkapcsolatok fejlesztése
8. Árufuvarozás
9. Minőség-ellenőrzés
10. Raktározás, nyilvántartás
11. Személyzet továbbképzése
12. Felhasználás

Beszerezési folyamat új vásárlásnál



Beszerezési modellek - Webster/Wind-Modell (strukturális modell)



Buying Center



Interakciós modell (Turnbull-Valla)



Beszerezési piac erőviszonyai

Vevő ereje

- Piaci súly, versenyt befolyásoló képesség,
- Vásárlandó mennyiség
- Keresletnövekedés – kapacitásnöv.
- Szállító kapacitáskihasználtsága
- Vásárolt termék specializációja,
- Áttérés költségének szintje,
- Vevő profiljából eredő kényszerek,
- Költség és árstruktúra,
- Vevő lehetőségei a vertikális integrációra,

Eladó ereje

- Piaci súly, versenyt befolyásoló képesség,
- Piac mérete kontra szállítói kapacitás
- Piacbővülés kontra kapacitásbővülés
- Szállítók kapacitáskihasználtsága,
- Szállított termék egyedisége és a használt technológia stabilitása
- Az áttérési költségek szintje,
- A szállító költség és árstruktúrája
- Szállító lehetősége vertikális integrációra

Előnyök-hátrányok egy/több szállító esetén

Egy szállító esetén

- Potenciálisan magasabb minőség,
- Erős, tartós kapcsolat,
- Könnyebb kommunikáció
- Közös k+f, együttműködés új termék fejlesztésében,
- Utólagos szolgáltatások megbízható teljesítése,
- Méretgazdasági okok miatt ár- és szállítási kedvezmények,
- A szállító jó hírneve,
- Rendelések könnyebb időzítése,
- Szállítómenedzselés könnyebb

-
- Sebezhetőség, mennyiségi ingadozás érzékenysége, szállító alkuereje, erőnyomás,
 - Hosszútávú szerződés erőltetése

Több szállító esetén

- A vállalat alkuereje magasabb
- Éles verseny a szállítók között
- Csökkenő ár a versenyeztetéssel
- Könnyen lehet váltani szállítási probléma esetén
- Források jobb ismerete
- Könnyű reagálás a rendelési mennyiség ingadozása esetén
- Rövid távú megállapodások

-
- Nehezebb minőségbiztosítás
 - Nehezebb kommunikáció
 - Nem tartós kapcsolatok,
 - Nincs mélyebb együttműködés
 - Költségesebb kapcsolattartás

Beszerezési modellek jellemzői

Hagyományos ellenfél modell

1. Kapcsolat jellege - ellenfél, bizalomhiány
2. Szállítókiválasztás - verseny, tendereztetés,
3. Tárgyalási stratégia - győztes-vesztes
4. Tárgyalás fő kérdése - ár
5. Szállítók száma - sok,
6. Szerződés - egyszeri v. rövid távú
7. Szerződéses kapcsolat - formális, merev, rideg,
8. Kapcsolattartás - vitázó, idegenkedés,
9. Közös tevékenység - nincs vagy néhány
10. Minőség - szigorú ellenőrzés
11. Rendelési gyakorlat - rendszertelen,
12. Rendelési rendszer - egyedi, manuális,
13. Termelés - elkülönült

Együttműködési, partner modell

- barát, partner, bizalom
- tárgyalások,
- mindkét fél győztes,
- teljes költségstruktúra,
- egy vagy kevés
- közép- és hosszú távú
- informális, rugalmas,
- nyitott, folyamatos
- lényeges, intenzív
- folyamatos javítás
- JIT, kis mennyiségek
- elektronizált
- integrált, szinkronizált,

Köszönöm a figyelmet!

