



Varsányiné Szeredi Viktória

A külkereskedelmi partnerekkel  
történő kapcsolatfelvétel és  
kereskedelmi ügylet előkészítése



A követelménymodul megnevezése:

A beszerzés és az értékesítés előkészítése, megszervezése

A követelménymodul száma: 0067-06 A tartalomlelem azonosító száma és célcsoportja: SzT-014-50



## A KÜLKERESKEDELMI PARTNEREKKEL TÖRTÉNŐ KAPCSOLATFELVÉTEL ÉS KERESKEDELMI ÜGYLET ELŐKÉSZÍTÉSE.

### ESETFELVETÉS – MUNKAHELYZET

Egy termelővállalat beszerzési részlegénél dolgozik, a feladata, a külkereskedelmi partnerekkel történő kapcsolatfelvétel és az ügylet előkészítése. Felettese azzal bízta meg Önt, hogy a nyári gyakorlatra érkező diák számára mutassa be a munkafolyamatokat, vonja be őt a gyakorlati tevékenységbe, ügyintézésbe.

Miután jelenleg éppen új alkatrész beszállítására írtak ki tendert ezért bevonja új kollegáját a feladatok bonyolításába. Az elkövetkező hetekben olyan feladatok ügyintézésére lesz rálátása új kollegájának, mint:

- beszerzési piackutatás, a szükséglet elemzése
- beszállító partnerek felkutatása
- beszállítók értékelése
- üzleti tárgyalás előkészítése és bonyolítása
- szerződés előkészítése
- megrendelés feladása.

### SZAKMAI INFORMÁCIÓTARTALOM

#### 1. Áruforgalmi folyamat szakaszai

Az áruforgalmi folyamat szakaszai:

- **Beszerzés**  
Feladata: a szükségletnek megfelelően és költségtakarékosan gondoskodni a vállalat számára az alap-, segédanyagról, félkész árurol olyan választékban, mennyiségben, minőségben és időben, ahogyan a vállalat termelési programja azt megkívánja. Valamint a megfelelő beszállítók kiválasztása, a szállítási kondíciók meghatározása, a beérkezés ütemezése.

- Készletgazdálkodás  
Feladata az adott folyamatrendszer anyag, termék stb. szükségletének biztosítása, és optimális szinten tartása, valamint a készletezés költségeinek rendszeres elemzése.
- Értékesítés  
A disztribúció feladatai a termelés és a fogyasztás eltérő helyének és idejének áthidalása, pontosabban az elosztás tervezése, szervezése és irányítása, a fogyasztók igényeinek minél magasabb szintű kielégítése.

## 2. Külkereskedelmi ügylet

Külkereskedelmi ügyletnek minősül minden olyan kereskedelmi ügylet, melyben a felek egymásnak külföldiek (deviza külföldiek). Alaptípusai az export és az import ügylet, melyeknek a kombinációja adja a különleges ügyleteket. Az ügylet előkészítése, a külkereskedelmi szerződés tartalma határozza meg az kimenet eredményességét. Az ügylet szakaszai:

- o A szerződés előkészítése
- o A szerződés megkötése
- o A szerződés teljesítése.

### A külkereskedelmi ügylet befolyásoló tényezők:

- A felek alkupozíciója, erőviszonyai. Az emberi kapcsolatok fontossága az ügylet folyamán végig előtérbe kerül.
- Környezeti elemek, amelyek részben függetlenek a felek akaratától. A résztvevő országok gazdaságpolitikai törekvéseitől függően sor kerül állami beavatkozásra is. Tovább tagolhatóak a környezeti elemek még mikro- és makrokörnyezeti tényezőkre. A mikrokörnyezeti tényezők még részlegesen befolyásolhatók a felek által:
  - Vertikálisan: a beszállítókkal és a vevőkkel kialakított kapcsolatok.
  - Horizontálisan: a versenytársakkal kialakított kapcsolatok.

A makrokörnyezeti tényezők általában nem befolyásolhatók, léteznek ösztönző és korlátozó eszközök:

- Nemzetközi szabályozások - GATT, IMF, stb.
- „Helyi” gyakorlat szerinti szokványok, mint például a tőzsdei, kereskedőházi, kikötői, banki, biztosítási szokványok.
- A Nemzetközi Kereskedelmi Kamara által közzétett, a vétel és az eladás egyes feltételeire vonatkozó általános szokványok, az INCOTERMS klauzulák, melyek a nemzetközi kereskedelemben alkalmazott, a kockázatviselésre, a teljesítés helyére, a fizetés módjára és idejére vonatkozó kikötések, egységes szabályok.
- Állami előírások, és az állami támogatások
- Egyéb eszközök, mint az árfolyam, adók, devizapolitikai eszközök, és a vámok.

### 3. Beszerzési folyamat, mint külkereskedelmi ügylet

Az alábbiakban a beszerzési tevékenység lépésein keresztül vizsgáljuk a külkereskedelmi szerződés előkészítését és bonyolítását.

#### Beszerzési folyamatot meghatározó tényezők

A beszerzési folyamat lépései és a tevékenységek különbözőek vállalatonként. A lebonyolítás folyamatát több tényező is befolyásolhatja, és alakíthatja, mint például:

- beszerzések jellege,
- a beszerzési szervezet centralizáltsága (ami azt jelenti, hogy vagy központi beszerzési szervezetben fut össze az összes megrendelés, vagy épp ellenkezőleg, minden szervezeti egység saját maga bonyolítja a saját beszerzéseit),
- a beszerzendő anyagok sajátosságai,
- a beszerzési piac jellemzői, bonyolított e már a vállalat hasonló típusú beszerzést
- a beszerzés kockázatossága (belső kockázat, mikor nem biztos és előrelátható a mennyiségek alakulása, vagy a külső kockázat nem ismerjük a piacot, vagy bizonytalan).

#### Beszerzési módszerek

- Közvetlen, amikor közvetlenül vásároljuk meg a gyártótól a beszerzendő anyagféleséget. Ez esetben a szállítási kondíciók, a rendelhető mennyiségek minimuma kötöttebb lehet.
- Közvetett, amikor olyan beszerzési eljárásról beszélünk, amikor a gyártó és a vevő között egy harmadik szervezet is megjelenik, aki közvetít, lehet bizományos, importőr, vagy kereskedő is. Ez esetben a beszerzési ár előfordulhat, hogy magasabb, de egyéb szállítási kondíciók viszont kedvezőbbek lehetnek.

#### A beszerzési folyamat lépései:1

1. A szükséglet azonosítása
2. A lehetséges beszerzési források megtalálása
3. A beszállító kiválasztása
4. A rendelésseladás
5. A rendelés utáni feladatok.
6. A szükséglet azonosítása azt jelenti, hogy pontosan meg kell határozni, specifikálni a beszerzendő anyag, tárgy, szolgáltatásra vonatkozó igényt, a mennyiségi elvárást, a megrendelés beérkezésének határidejét és helyét. Több módon is történhet az igény vagy szükséglet specifikálása, ami egyrészt függ a beszerzendő anyag, vagy termék fajtájától, tulajdonságaitól, a lényeg az, hogy egyértelműen meghatározzák az elvárásokat, mint például:

- a márkanév meghatározásával,

---

<sup>1</sup> Némon Zoltán – Sebestyén László – Vörösmarty Gyöngyi: Logisztika II. Az Anyagbeszerző munkakör követelményei, Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző Kft. Budapest, 2009

- műszaki leírás, vagy rajz segítségével,
- meghatározott minta után,
- anyagösszetétel leírás alapján;

7. **A beszerzési források és beszállítói lehetőségek meghatározása** függ attól, hogy új beszerzésről, vagy már korábban vásárolt termékről van szó. Abban az esetben ha már szereztünk be ilyen terméket lényegesen egyszerűbb a folyamat, mivel a nyilvántartásból előkereshető a beszállító, ha viszont új feladatról van szó az esetben fel kell kutatni a potenciális beszállítót, vagy beszállítókat. Ebben jelent segítséget a **beszerzési piackutatás**.

A beszerzési piackutatás szisztematikus információgyűjtés és feldolgozás a vállalat számára a beszállító partnerekről, a beszerzési piacról. Célja, hogy a vállalat számára áttekinthetőbbé váljon a piac, mely által kiküszöbölhetők a beszerzési hiányosságok és zavarok. Mindezen felül szükségyszerű a piackutatás a zavarok elkerülése érdekében, az optimális döntéshozatal, a technikai fejlesztések nyomon követése, valamint a termékhelyettesíthetőség lehetőségének felkutatása céljából.

Fontos és felkutatandó piaci információk a beszerzők számára:

- Az adott országgal, például a hatósági előírásokkal, beviteli-kiviteli engedélyezéssel, a vámterhek és közterhekkel kapcsolatos adatok,
- a beszerzendő termékre, valamint a kínálat növekedésére vagy csökkenésére vonatkozóan
- a versenytársak beszerzési pozíciójára vonatkozóan
- árral kapcsolatosan is, ami jelentheti azt is, hogy a beszállító monopol helyzetére vonatkozó végez felmérést.

A beszerzési piackutatás által begyűjtött információk segítségével lehetőség nyílik optimális beszerzési döntések meghozatalára, új beszállítók, beszerzési források, technológiák felkutatására. A fentiekén túl még fontos információval bír a vállalat számára, ha a felhasználói igényekre, a keresleti helyzetre, valamint a vevői elvárásokkal kapcsolatosan is piackutatást végeznek.

A külkereskedelmi szerződések teljesítése során számos okmány beszerzése és ismerete elengedhetetlen, tehát mindezekkel kapcsolatban is fontos feladat az információgyűjtés.

A főbb típusok:

- A hatósági engedélyek: bizonyos országokban már az ügylet kötésének alapfeltétele például a tevékenységi engedély, a forgalmi engedély, vagy a devizaengedély.
- Az árut kísérő okmányok, amelyeknek a kiállítása az eladó feladata. Mindezek lehetnek minőségi bizonyítványok, egészségügyi bizonyítványok, használati utasítás, a különféle számlák, a rakományjegyzék, a veszélyes árukra vonatkozó okmányok, származási bizonyítvány, vámszámla.
- Az áru fuvaroztatásával és a biztosítással összefüggő okmányok.
- A fizetéssel összefüggő okmányok.

A beszállító kiválasztása, rendszerint ajánlatkérés alapján, mely lehet szóban, írásban, elektronikus úton, vagy közreműködő útján.

A külkereskedelmi ügylet az ajánlatkéréssel kezdődik. Szóbeli ajánlatkérésre főként abban az esetben kerül sor, ha régi beszállítóról van szó és már a bizalmi kapcsolat áll fenn a két fél között, illetőleg ha sürget a beszerzési határidő. Írásbeli ajánlatkéréssel általában konkrét beszállítókat keresnek meg a beszerzők, ez esetben általában a beszerzés tárgya egyszerűbb, könnyen és pontosan körülírható. Jellemző még az, hogy az írásbeli ajánlatkérés határideje rövid.

**Az írásbeli ajánlat tartalma, melyek egyben az áru vételárát meghatározó tényezők és a szerződés megkötéséhez is elengedhetetlenül szükségesek:**

- A termék vagy szolgáltatás pontos megnevezése, mely egyszerűsíti a vámtétel kikeresését,
- A beszerzendő mennyiség, egyértelmű mértékegység meghatározásával,
- A termék vagy szolgáltatás minőségének meghatározása, melynek módjait a szükséglet azonosításánál ismertettük,
- A szállítási feltételek és határidők,
- A teljesítés helye,
- A szállítási határidő,
- Az ajánlatkérés száma,
- Ajánlatadási határidő,
- Fizetési feltételek pontos meghatározása

Abban az esetben pedig, ha bonyolultabb tartalommal bíró beszerzendő termékről van szó, akkor általában tendert írnak ki, melyben részletezik a termék, anyag, vagy szolgáltatás specifikációit és ezután hosszabb határidő áll rendelkezésre az ajánlat benyújtására.

Újabban gyorsan terjedő lehetőség még a beszerzési források elektronikus úton történő feltárása, vagyis az e-aukció, ami hagyományosan árverést jelent. Az aukción az előre minősített szállítók vehetnek benne részt, a kiírásban, mint a tender esetében meghatározzák a termék vagy szolgáltatás specifikációit, a beszállítással kapcsolatos elvárásokat. A beszállítók az aukció időtartama alatt egy kiinduló árról indulva, a megadott paraméterekre teszik az egyre csökkenő ajánlatokat. Az aukció akkor ér véget, mikor már senki sem ad kedvezőbb ajánlatot. Az árajánlat lehet kötelezettség nélküli, ami nem kötelezi az ajánlattevőt semmiféle teljesítésre, vagy kötelező ajánlat a lejárati megjelölésével, mely esetben az ajánlattevő kötelezi magát, hogy az ajánlatban megjelölt határidőn belül fenntartja feltételeit és attól nem léphet vissza.

A beszállító kiválasztása a beérkezett ajánlatok értékelése alapján történik. Elsősorban a beérkezett ajánlatokat tartalmi és formai szempontokból kell vizsgálni, hogy tartalmazzák-e a kért adatokat, egységesek-e, tehát összevetésre, értékelésre alkalmasak.

A döntés meghozatalában általában több szempontot, paramétert is figyelembe vesznek, és kiértékelésre kerülhetnek ezen felül a beszerzési piackutatás során gyűjtött információk is. Könnyen összehasonlítható és kiértékelhető szempontok a számszerű értéket képviselő tényezők, mint az ár, a beszállító kapacitása, vagy a fizetési feltételek. Vannak azonban olyan paraméterek, amelyek nem, vagy nehezen számszerűsíthetők, mint a beszállító rugalmassága, a termék, vagy szolgáltatás minősége, és a szállítási feltételek.

Az egyes szempontok fontossága is eltérő lehet vállalatonként, azonban a beszerzési tétel ára mindenképpen az egyik legfontosabb tényező. Mindennek függvényében az is értékes információ lehet, hogy a szállító hogyan képezi az árait.

#### **Az árképzés módjai:**

- Költségalapú árképzés esetén, ahogyan a neve is mutatja felmerülő költségeket veszik alapul, erre jön a haszonkulcs, vagyis a profit felszámolása.
- Piaci tényezők alapján történő árképzés esetében a piaci tényezők, mint a kereslet-kínálat alakulása, a gazdasági vagy a politikai helyzet, de a sürgős igény is alakítja az árat.
- Versenyár alapja a hasonló termékeknek a versenytársak által kialakított árai, ehhez igazítják ez esetben a termék árát.

Az ajánlatok kiértékelésében, a beszállító kiválasztásában a különféle szállítóértékelési eljárásokat alkalmazzák, melyek segítségével a vállalat által meghatározott nem számszerűsíthető szempontokat, vagy teljesítményadatokat vetik össze, akár figyelembe véve és súlyozottan értékelve az igények fontosságát is.

#### **Beszállító értékelési eljárások:**

- Kategorikus eljárás: Előre meghatározott szempontrendszer (a vállalat számára fontos, nem számszerű szempontok) alapján, értéket rendelnek (pl. + és -) a kategóriákhoz, majd összesítik.
- Súlyozott pontrendszer: Számszerű kifejezés, meghatározzák a fő értékeket, ezután súlyozzák az egymással nehezen összevethető szempontokat a fontosságuk (vállalat szempontjából) szerint.
- Költségalapú módszerek:
  - költségarányok módszere: A vásárolt termékhez kapcsolódó főbb költséget arányosítják a termék teljes árával. Ez esetben számszerűsíthetők és összevethetők a különféle adatok.
  - A tulajdonlás teljes költsége (TCO): Nemcsak a beszerzendő termék árát veszi figyelembe, hanem a beszerzési folyamat egészében (tehát a beszerzés előtt és utáni is) jelentkező összes költséget vizsgálják, rámutatva a valódi költségekre.

8. **A rendelés feladása.** A szállító kiválasztása után megtörténik a szerződéskötés. Általános elv, hogy a felek a szerződés tartalmát szabadon alakítják, ám rendszerint formanyomtatványok segítségével, illetőleg a jogszabályi előírások betartása végett általános szerződési feltételek meghatározásával történik. A szerződésben rögzítik a szállítási feltételeket, kikötéseket is. Ezután történik majd a rendelés feladása.

A megrendelésnek is mindenképpen tartalmaznia kell a szükséges információkat, mint:

- A szerződő felek --a szállító és megrendelő-- neve, címe, esetleg kapcsolattartók neve is
- A megrendelés száma
- A kiállítás dátuma
- A szerződés tárgya, és annak pontos megnevezése, mennyisége, minősége
- A kért teljesítési határidő és a szállítási cím
- A szállításra vonatkozó feltételek, előírások, mint szállítási mód, csomagolás, paritás stb.
- Fizetési feltételek
- Ár
- Egyéb speciális előírások
- Aláírás

A külkereskedelmi szerződésekben a gyakorlatnak megfelelően általában szerepelnek a költség- és kockázatviselésre, a teljesítés helyére, a fizetés módjára és idejére vonatkozó kikötések, azaz az Incoterms klauzulák, amelyeket a Nemzetközi Kereskedelmi Kamara gyűjtött össze, értelmezte, majd közzétette.

A megrendelést a szállító elutasíthatja, vagy visszaigazolhatja. Ezután a megállapodás alapján még sor kerülhet egyéb szerződések, mint például a szállítási szerződés megkötésére.

A beszerzések során még a következő szerződéstípusokat is alkalmazzák:

- Szállítási szerződés
- Fuvarozási vagy szállítmányozási szerződés
- Vállalkozási szerződés
- Bizományosi szerződés
- Biztosítási szerződés
- Banki ügyletekről és értékpapír műveletkehez kapcsolódó szerződések

9. **A rendelés utáni feladatok.** A megrendelés beérkezésekor az árut ellenőrizni kell, megfelel-e a megrendelésben szereplő elvárásoknak, majd általában készletre veszik. Ezután a szállító teljesítményét értékelik, és a teljesítést leigazolják. A felmerülő problémák esetében természetesen a hibás teljesítés, hiányos beérkezés, nem megfelelő csomagolás jegyzőkönyvbe kerül és a szállítóval további tárgyalások folytatódnak.



## 4. Üzleti tárgyalás <sup>2</sup>

Az üzleti tárgyalás egy olyan tevékenység melynek során történik az anyagi javak, szolgáltatások adás-vétele, az üzletkötés, illetőleg felek kölcsönös döntéshozatala vitatott kérdésekben. Az egyes szakértők és kutatók megállapításai szerint különféle tárgyalási modelleket, és azoknak különböző és eltérő számú szakaszait különböztethetjük meg. Ismertes a szakirodalomból öt, hat, hét, valamint nyolc szakaszból álló modell is, mely utóbbit Dr. Barlai Róbert és munkatársai dolgoztak ki és főként az üzleti tárgyalásra vonatkoztatnak. A többitől az is megkülönbözteti ezt a modellt, hogy a tárgyalást egy olyan előremutató folyamatnak tekinti, melynek utolsó lépése információt szolgáltat a következő tárgyalás előkészítésében.

### Nyolcfázisú tárgyalási modell lépései

#### Előkészítés

1. tervezés, átgondolás
2. ráhangolás

#### Interakció (maga a tárgyalás)

3. légkörteremtés
4. bizalomkeltés, szükségletek felmérése
5. motiválás (aktívan ráhangolni a feleket, a partnert)
6. elfogadás (döntési fázis)
7. befejezés, lezárás

#### Utógondozás (nem a tárgyalás helyszínén)

8. a tárgyalás eredményének értékelése, elemzése – státuszfelmérés / elemzés

### Előkészítés

Két fázisa van a tervezés és a ráhangolás, mindkettőnek egyaránt döntő fontossága van a tárgyalás eredményessége szempontjából.

A tervezés egyrészt jelenti azt, hogy hivatalos és nem hivatalos információt gyűjtünk a partnerről, a céljairól, lehetőségeiről, a piaci viszonyokról, és egyéb fontos tényezőről, majd rendszerezük. Jelenti még a tárgyalás során elérendő minimum és maximum célok meghatározását, illetőleg a lehetséges kiutaknak a felvázolását. Mindezek megállapításához szükséges felmérni a pénzügyi és gazdasági lehetőségeket és korlátokat, számításokat végezni, lehetőség szerint meg kell próbálni a vizsgálódást a partnerünk szemszögéből is. Az elemzést és a vázlatkészítést követően a demonstráció összeállítása, a különféle prezentációs eszközök alkalmazása következik.

A ráhangolás a második fázis, melynek lépései:

---

<sup>2</sup> Dr. Langer Katalin– Dr. Raácz Judit: Üzleti kommunikáció, Nemzeti Tankönyvkiadó Budapest, 2001

- lazítás
- pozitív beállítódás „helyébe helyezkedés” --- szakszerű tájékoztatást adva, a megfelelő bizonyítékokkal alátámasztva, előnyöket hangsúlyozva meggyőzni a másik felet és az esetleges negatív gondolkodásmódot elhárítani
- koncentráció --- visszajelzésekkel megerősíteni, bizonyosságot tenni a másik fél számára,
- helyszínfelmérés (ha lehet igazi terepszemle) --- kapcsolat felépítése, tájékozódás
- előzetes benyomások értékelése

*A lehetséges tárgyalási stílusok röviden:*

- együttműködő: a megegyezés, érdekében elkötelezett, figyelembe veszi másik fél nézőpontját, cél a kapcsolat fenntartása
- kompromisszumkereső: egyenlő esélyű felek esetén, az ideiglenes megoldásra való törekvés a jellemző
- engedékeny: konfliktuskerülése, a veszteség felvállalása, csökkentése, a hitelesség, a kooperáció fenntartása céljából
- irányító: hatalomorientált megközelítés, a másik fél elnyomása, kihasználása
- elkerülő, konfliktuskerülés, halogatás valamilyen célból, vagy, mert nincs elég információ, vagy, mert esélytelennek tűnő, nem fontos helyzet, témafelvetés.

## Interakció

A léggörteremtés során az első benyomások beszerzése, illetőleg vagy újraértékelése. Fontos a köszöntés és a bemutatkozás is, a protokolláris szabályok betartása. A kellemes léggör kialakítása a tárgyaláshoz, melyhez a megjelenés is hozzájárul. Jellemzően a semleges témaválasztás is segít a ráhangolódásra, vagy amennyiben már ismerős partnerekről van szó megengedett a személyesebb bevezető beszélgetés. A pozitív kapcsolat kialakítása, valamint a kiépítéséhez szükséges léggör megteremtése, melyhez elengedhetetlen az előremutató, kedves, udvarias párbeszéd.

A bizalomkeltés, szükségletek felmérése, ami jelenti azt, hogy a kedvező helyzetünket szeretnénk a partnerrel elmélyíteni, megfelelő érvekkel, kellő információval, a szituáció pontosításával, konstruktívan meggyőzni. A bizalom megalapozása, referenciákkal történő alátámasztása segít a gátak lebontásában. A szükségletek felmérésénél érdemes figyelembe venni az emberi szükségletek hierarchiáját. Ebben a fázisban nagy szerepe van a helyes kérdezői technikának. A kérdező fél irányíthatja a beszélgetés fonalát, jól megfogalmazott kérdéseivel felmérhet egyéb információkat a partner személyiségéről, a válaszokból, reakcióból visszajelzést kaphat az idegállapotáról, érzéseiről, intelligenciájáról is.

## A KÜLKERESKEDELMI PARTNEREKKEL TÖRTÉNŐ KAPCSOLATFELVÉTEL ÉS KERESKEDELMI ÜGYLET ELŐKÉSZÍTÉSE

A motiválás aktívan ráhangolni a feleket, a partner meggyőzése. Ebben a fázisban az érdeklődés felkeltése az első lépés, amit már az előkészítés fázisában is megtehetünk. Középpontban az alku áll. A meggyőzés során partnerünkkel szeretnénk elfogadtatni a saját álláspontunkat, amelyet érdemes szemléltetnünk dokumentumokkal, mintákkal stb., mivel így maradandóbb információt szolgáltatunk. A bizonyítás eszköze az érvelés, melynek nagyon sok formája és taktikája van, az adott szituáció, vagy termék befolyásolja, hogy mikor, milyen típusú érvekkel lépünk fel. Mindenképpen segítségünkre lehet, ha előre felvázoljuk a főbb ismérveket, paramétereiket, vagy a pozitívumokat és negatívumokat.

Az elfogadás ( döntési fázis), melyben összefoglaljuk az előnyöket melyek segítségére lehetnek partnerünknek a döntésben, vagy amelyekkel kapcsolatosan már egyetértettünk. Optimális lehet az is, ha előállunk egyéb lehetőségekkel is, közös megoldást keresünk.

A befejezés, lezárás fázisában függetlenül a tárgyalás kimenetelétől, a megállapodás sikerességétől nagyon fontos, hogy kedvező képet hagyjunk maguk után és barátságos légkört teremtve távozzunk. Teremtjük meg a lehetőségét a további együttműködésnek, tárgyalásnak. Érdemes emlékeztetőbe összefoglalni a konkrétumokat, amennyiben nem születik megállapodás, tisztázzuk az akadályokat.

### **Utógondozás (nem a tárgyalás helyszínén)**

A tárgyalás eredményének értékelése, elemzése – státuszfelmérés / elemzés fázisa. Minden esetben érdemes a tárgyalás menetének, az eredményeknek a kiértékelése, a további tárgyalások pozitív kimenetelének és a pozicionálás érdekében.

## TANULÁSIRÁNYÍTÓ

- 1.feladat: Tanára, vagy tanuló társa közreműködésével az előre meghatározott tárgyalási, beszerzési szituációban vegye sorra az Üzleti tárgyalás előkészítésének lépéseit, és elemezze azok funkcióit!
- 2.feladat: Előre meghatározott alapanyag, például élelmiszer beszerzése kapcsán vegye sorra milyen szempontokat venne, vagy vehetve figyelembe beszállító kiválasztásánál, és indokolja azokat!
- 3.feladat :Kérjen írásbeli ajánlatot a formai követelmények betartása mellett, tanára által meghatározott, vagy saját elgondolása szerinti paraméterekkel!
- 4.feladat: Végezzen kutatómunkát és nézzen utána a nemzetközi kereskedelmet szabályozó fontosabb egyezményeknek!

## ÖNELLENŐRZŐ FELADATOK

### 1. feladat

Mutassa be az áruforgalmi folyamat szakaszait és azok feladatait!

MUNKANYAG

### 2. feladat

Sorolja fel a beszerzési folyamat lépéseit!

MUNKANYAG



**5. feladat**

Foglalja össze mit jelent az e-aukció és hogyan bonyolódik!

MUNKANYAG

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

**6. feladat**

Vázolja fel egy megrendelésnek milyen alapvető információkat kell tartalmaznia!

MUNKANYAG

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



**9. feladat**

Határozza meg a külkereskedelmi ügylet befolyásoló tényezőit!

MUNKANYAG



## MEGOLDÁSOK

### 1. feladat

Az áruforgalmi folyamatoknak három szakaszra bonthatók, mint:

- **Beszerezés**  
Feladata: a szükségletnek megfelelően és költségtakarékosan gondoskodni a vállalat számára az alap-, segédanyagról, félkész árurol olyan választékban, mennyiségben, minőségben és időben, ahogyan a vállalat termelési programja azt megkívánja. Valamint a megfelelő beszállítók kiválasztása, a szállítási kondíciók meghatározása, a beérkezés ütemezése.
- **Készletgazdálkodás**  
Feladata az adott folyamatrendszer anyag, termék stb. szükségletének biztosítása, és optimális szinten tartása, valamint a készletezés költségeinek rendszeres elemzése.
- **Értékesítés**  
A disztribúció feladatai a termelés és a fogyasztás eltérő helyének és idejének áthidalása, pontosabban az elosztás tervezése, szervezése és irányítása, a fogyasztók igényeinek minél magasabb szintű kielégítése.

### 2. feladat

A beszerzési folyamat főbb lépesei a következők:

1. A szükséglet azonosítása
2. A lehetséges beszerzési források megtalálása
3. A beszállító kiválasztása
4. A rendelésfeladás
5. A rendelés utáni feladatok

### 3. feladat

A beszerzési piackutatás szisztematikus információgyűjtés és feldolgozás a vállalat számára a beszállító partnerekről, a beszerzési piacról. Célja, hogy a vállalat számára áttekinthetőbbé váljon a piac, mely által kiküszöbölhető a beszerzési hiányosságok és zavarok. Fontos piaci információk a beszerzők számára:

- Az adott országgal, például a hatósági előírásokkal, beviteli-kiviteli engedélyezéssel, a vámterhek és közterhekkal kapcsolatos adatok,
- a beszerzendő termékre, valamint a kínálat növekedésére vagy csökkenésére vonatkozóan
- a versenytársak beszerzési pozíciójára vonatkozóan
- árral kapcsolatosan is, ami jelentheti azt is, hogy a beszállító monopól helyzetére vonatkozó végez felmérést.

A begyűjtött információk segítségével lehetőség nyílik optimális beszerzési döntések meghozatalára, új beszállítók, beszerzési források, technológiák felkutatására.

#### 4. feladat

- A termék vagy szolgáltatás pontos megnevezése, mely egyszerűsíti a vámtétel kikeresését
- A beszerzendő mennyiség, egyértelmű mértékegység meghatározásával
- A termék vagy szolgáltatás minőségének meghatározása, melynek módjait a szükséglet azonosításánál ismertettük
- A szállítási feltételek és határidők
- A teljesítés helye
- A szállítási határidő
- Az ajánlatkérés száma
- Ajánlatadási határidő
- Fizetési feltételek pontos meghatározása

#### 5. feladat

A beszerzési források elektronikus úton történő feltárása, vagyis az e-aukció, ami hagyományosan árverést jelent. Az aukción az előre minősített szállítók vehetnek benne részt, a kiírásban, mint a tender esetében meghatározzák a termék vagy szolgáltatás specifikációit, a beszállítással kapcsolatos elvárásokat. A beszállítók az aukció időtartama alatt egy kiinduló árról indulva, a megadott paraméterekre teszik az egyre csökkenő ajánlatokat. Az aukció akkor ér véget, mikor már senki sem ad kedvezőbb ajánlatot.

#### 6. feladat

A megrendelésnek is mindenképpen tartalmaznia kell a szükséges információkat, mint:

- A szerződő felek -- a szállító és megrendelő-- neve, címe, esetleg kapcsolattartók neve is
- A megrendelés száma
- A kiállítás dátuma
- A szerződés tárgya, és annak pontos megnevezése, mennyisége, minősége
- A kért teljesítési határidő és a szállítási cím
- A szállításra vonatkozó feltételek, előírások, mint szállítási mód, csomagolás, paritás stb.
- Fizetési feltételek
- Ár
- Egyéb speciális előírások
- Aláírás

#### 7. feladat

Beszállító értékelési eljárások:

- *Kategorikus eljárás*

- Előre meghatározott szempontrendszer (a vállalat számára fontos, nem számszerű szempontok) alapján, értéket rendelnek (pl. + és -) a kategóriákhoz, majd összesítik.
- *Súlyozott pontrendszer*
- Számszerű kifejezés, meghatározzák a fő értékeket, ezután súlyozzák az egymással nehezen összevethető szempontokat a fontosságuk (vállalat szemszögből) szerint.
- *Költségalapú módszerek*
- költségárányok módszere: A vásárolt termékhez kapcsolódó főbb költséget arányosítják a termék teljes árával. Ez esetben számszerűsíthetők és összevethetők a különféle adatok.
- A tulajdonlás teljes költsége (TCO): Nemcsak a beszerzendő termék árát veszi figyelembe, hanem a beszerzési folyamat egészében (tehát a beszerzés előtt és utáni is) jelentkező összes költséget vizsgálják, rámutatva a valódi költségekre.

## 8. feladat

Nyolcfázisú tárgyalási modell lépései

Előkészítés

1. tervezés, átgondolás
2. ráhangolás

Interakció (maga a tárgyalás)

3. légkörteremtés
4. bizalomkeltés, szükségletek felmérése
5. motiválás (aktívan ráhangolni a feleket, a partnert)
6. elfogadás (döntési fázis)
7. befejezés, lezárás

Utógondozás (nem a tárgyalás helyszínén)

8. a tárgyalás eredményének értékelése, elemzése – státuszfelmérés / elemzés

## 9. feladat

- A felek alkupozíciója, erőviszonyai. Az emberi kapcsolatok fontossága az ügylet folyamán végig előtérbe kerül.
- Környezeti elemek, amelyek részben függetlenek a felek akaratától. A résztvevő országok gazdaságpolitikai törekvéseitől függően sor kerül állami beavatkozásra is. Tovább tagolhatóak a környezeti elemek még mikro- és makrokörnyezeti tényezőkre. A mikrokörnyezeti tényezők még részlegesen befolyásolhatók a felek által:
  - Vertikálisan: a beszállítókkal és a vevőkkel kialakított kapcsolatok.
  - Horizontálisan: a versenytársakkal kialakított kapcsolatok.

A makrokörnyezeti tényezők általában nem befolyásolhatók, léteznek ösztönző és korlátozó eszközök:

- Nemzetközi szabályozások – GATT, IMF, stb.
- „Helyi” gyakorlat szerinti szokványok, mint például a tőzsdei, kereskedőházi, kikötői, banki, biztosítási szokványok.

- ,A Nemzetközi Kereskedelmi Kamara által közzétett, a vétel és az eladás egyes feltételeire vonatkozó általános szokványok, az INCOTERMS klauzulák, melyek a nemzetközi kereskedelemben alkalmazott, a kockázatviselésre, a teljesítés helyére, a fizetés módjára és idejére vonatkozó kikötések, egységes szabályok.
- Állami előírások, és az állami támogatások
- Egyéb eszközök, mint az árfolyam, adók, devizapolitikai eszközök, és a vámok.

MUNKANYELVI

## IRODALOMJEGYZÉK

### FELHASZNÁLT IRODALOM

Némon Zoltán – Sebestyén László – Vörösmarty Gyöngyi: Logisztika II. Az Anyagbeszerző munkakör követelményei, Kereskedelmi és Idegenforgalmi Továbbképző Kft. Budapest, 2009

Dr. Kovács Zoltán – Pató Gáborné Szűcs Beáta: Beszerzés, Nemzeti Szakképzési és Felnőttképzési Intézet Budapest, 2007

Dr. Langer Katalin– Dr. Raácz Judit: Üzleti kommunikáció, Nemzeti Tankönyvkiadó Budapest, 2001

Dr. Törzsök Éva– Sájer István: Külkereskedelmi ügyletek lebonyolítása, Nemzeti szakképzési és Felnőttképzési Intézet Budapest, 2008

### AJÁNLOTT IRODALOM

Kiss Mariann: Marketing mérnököknek, AKG Kiadó Budapest 1997

Szabó Katalin: Kommunikáció felsőfokon, Kossuth Kiadó Budapest 2002

Mikolay Lászlóné dr.: Gyakorlati külkereskedelem, Szókratész Külgazdasági Akadémia Budapest, 2003

A(z) 0067-06 modul 014-es szakmai tankönyvi tartalomeleme felhasználható az alábbi szakképesítésekhez:

A szakképesítés OKJ azonosító száma:	A szakképesítés megnevezése
55 345 02 0010 55 01	Logisztikai műszaki menedzserasszisztens
55 345 02 0010 55 02	Terméktervező műszaki menedzserasszisztens
52 341 04 1000 00 00	Kereskedelmi ügyintéző

A szakmai tankönyvi tartalomelem feldolgozásához ajánlott óraszám:  
15 óra

MUNKANYAG

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