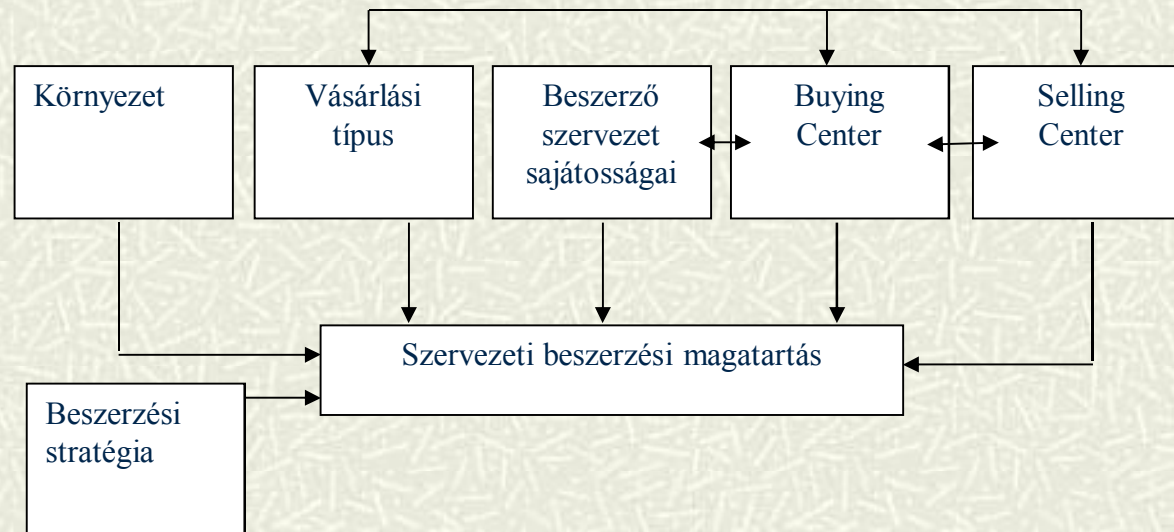


Business marketing menedzsment 3.

Beszerzés

Dr. Piskóti István
Marketing Intézet

A szervezeti beszerzést befolyásoló tényezők



Beszerezési stratégia

Beszerezési piaci tényezők

- Mérete
- Szállítói lánc
- Piaci erőviszonyok
- Új belépők
- Verseny szintje
- Jogi/technológiai feltét.
- Állami jelenlét

Beszerezendő termék specifikációja

- alap v. feldolgozott,
- Standard v. egyedi,
- Elvárt minőség szintje,
- Helyettesíthetőség,

Szállító-követelmények

- kapcsolat szintje,
- Szállító erőpozíciója,
- Szállító ismerete,
- Stabilitás és rugalmasság
- Földrajzi távolság

STRAT.kérdések

Make or buy

szállító-kiválasztás

Szállítóbázis
struktúrája

Vevő-szállító
kapcsolatok

Rövid v. hosszú
távú kapcsolat

Hazai v. külföldi

szállítófejlesztés

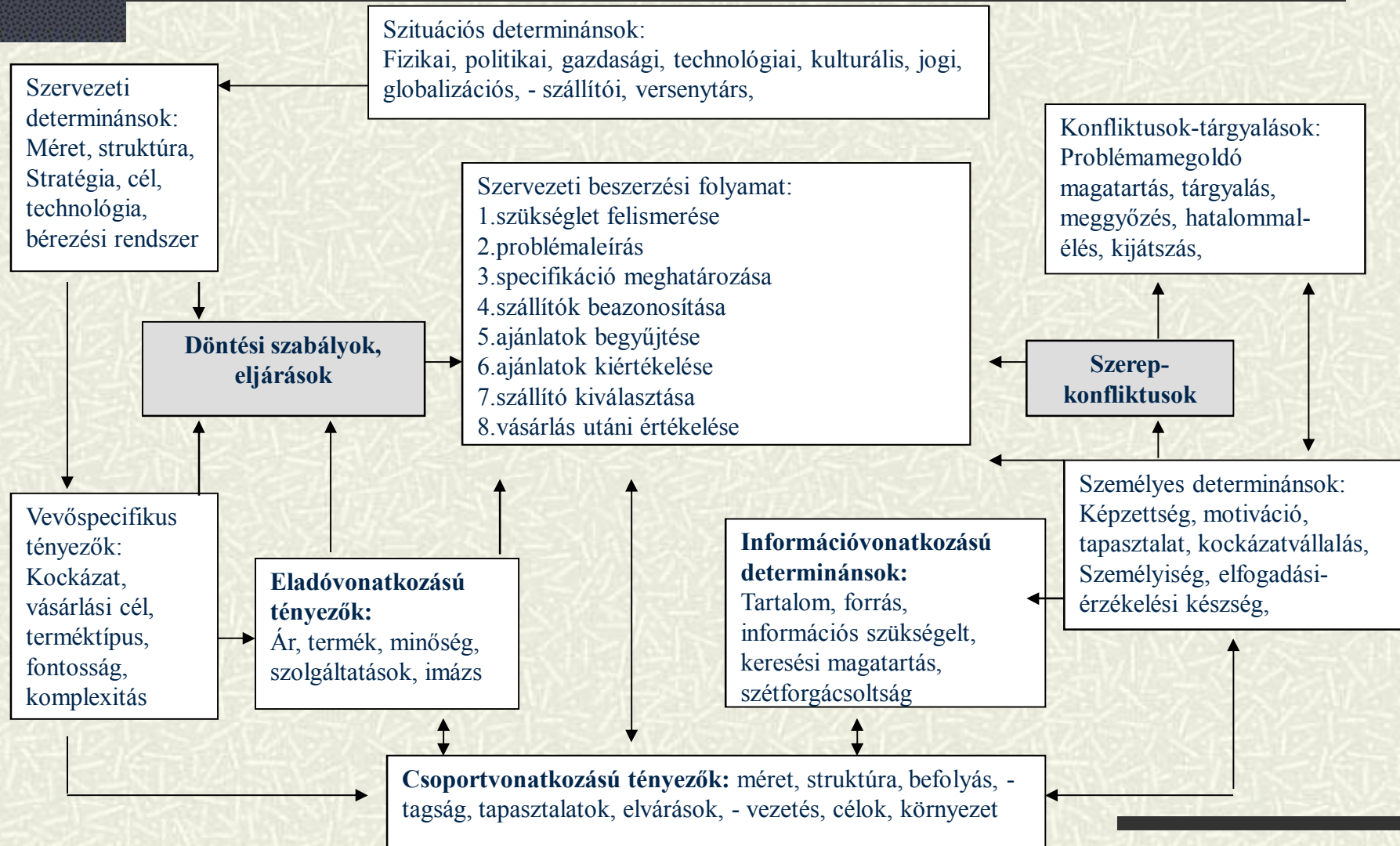
Belső vállalati tényezők:

- minőség-ellenőrzés,
- Készletezés, raktározás lehetőségei, költsége
- információgyűjtés a beszerzési piacról,
- Beszerzési részleg,
- Technológia, K+F
- Árképzés, számvitel,
- Kapcsolat más stratégiával

Egyéb tényezők:

- Versenytársak beszerzési stratégiája,
- más ágazatokban alkalmazott beszerzési stratégia
- ágazaton belüli verseny,
- Új belépők

Johnston-Lewin szervezeti beszerzési magatartás integrált modellje



Erőviszonyok és stratégia – Kraljic-mátrix

A beszerzési piac
komplexitása

magas

Szűk keresztmetszetű termékek

- hiánycikk, nehezen elérhető,
- teendő: költségelemzés, rövid ellátás biztosítása
- döntés: decentralizált, központilag koordinált,
- Forrás: globális, gyakran új.

Stratégiai termékek

- hiánycikk, nehezen elérhető
- Teendő: hosszú távú ellátás biztosítása szerződéskötéssel
- döntés: központilag
- forrás: bevált globális vagy nemzeti szállító

alacsony

Nem kritikus javak:

- könnyen, bárhol beszerezhető termékek
- teendő: a folyamatos hatékony ellátás biztosítása
- döntés: decentralizált
- forrás: helyi

Befolyásolható, hatalmi termékek:

- viszonylag könnyen elérhetőek
- Teendő: költség-ár elemzés,
- Legkedvezőbb forrásból vétel
- Döntés: többnyire decentr. központilag koordinált
- forrás: több szállító, lehetőleg helyiek,

Beszerzendő javak fontossága

alacsony

magas

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

Beszerezési piac erőviszonyai

Az eladó alkuereje

magas

Eladó erős,
Kihasználható
Helyzet!

Eladó erős,
kihasználható!

Egyensúly,
üzleti barátok

közepes

Eladó erős,
Kihasználható!

Egyensúly,
Együttműködés
Fejleszthető!

Eladó gyenge,
Vevő
kihasználhatja

alacsony

Egyensúly, de
Egyiknek sem jó.
Alkalmazkodás,
Szelekció!

Eladó gyenge,
Vevő
Kihasználhatja!

Eladó gyenge,
Vevő által
kihasználándó

magas

közepes

alacsony

Vevő alkuereje

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

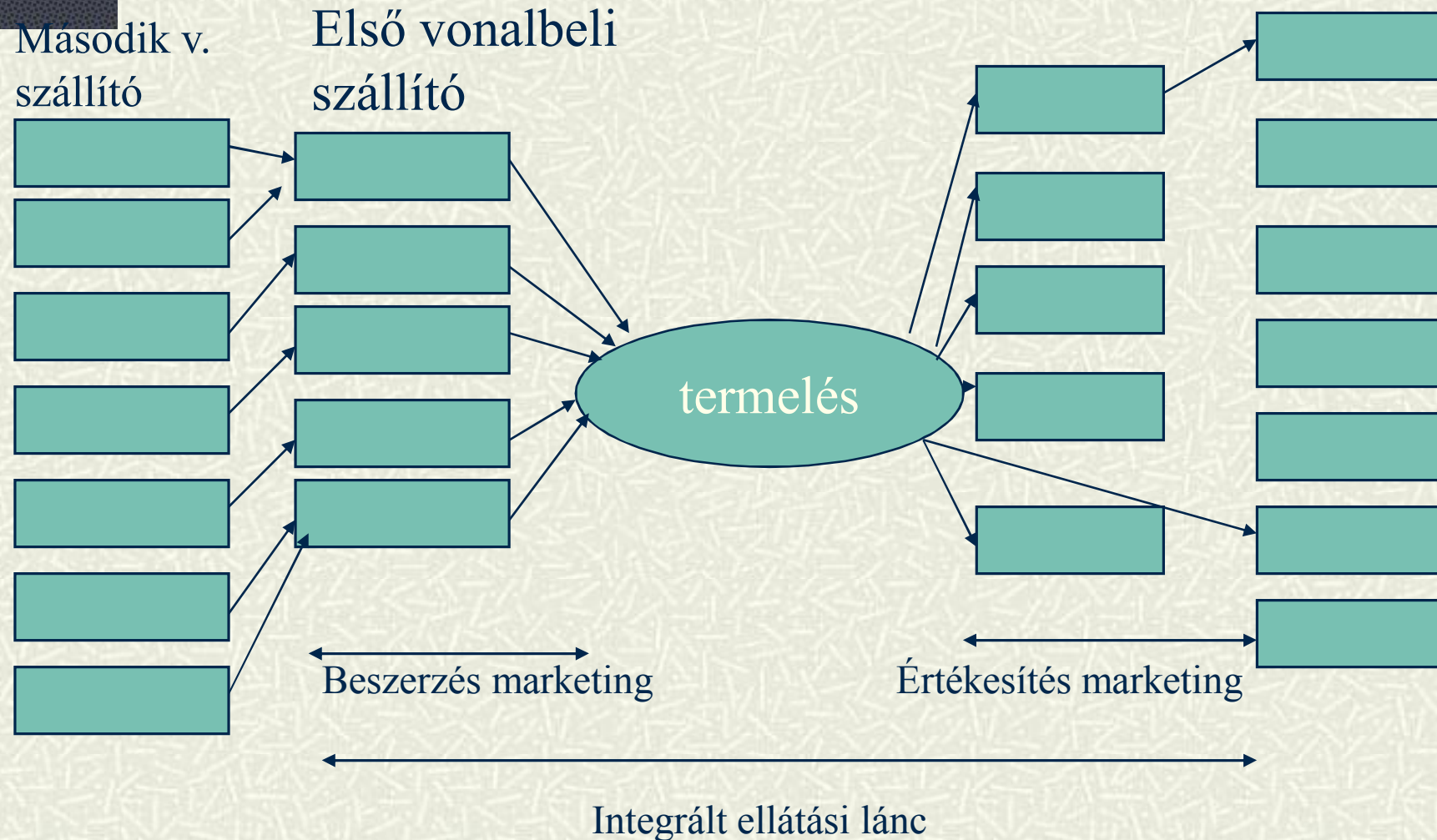
Több szállító esetén

- ✚ 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

Beszerezés helye a szervezetben

- # Centralizált
- # Decentralizált
- # Kombinált megoldás

Beszerzés 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. Szerződés-kötés, 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



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



Buying Center



Interakciós modell (Turnbull-Valla)

Makrokörnyezet

(piaci struktúra, dinamika, nemzetközi együttműködés)

ATMOSZFÉRA (hatalom, függőség, kooperáció)

