

Vincze Katalin – Földi Kata

## A Grande-Inox Kft beszerzésének értékelő elemzése

Vincze, Katalin – Földi, Kata

*The Evaluation of the Procurement of the Grande-Inox Ltd*

### Összefoglaló

*Napjainkban az egyre inkább élesedő versenyhelyzetben a vevői igények minél teljesebb kielégítésére kell törekednie minden vállalkozásnál, hogy a versenytársaknál magasabb színvonalon tudjuk kiszolgálni vevőinket. Ehhez az elvárások teljesítés érdekében minden szempontból megfelelőnek kell lennie az áruforgalmi folyamat időrendi sorrendben első szakaszának, a beszerzésnek. A gazdasági válság kedvezőtlen hatásainak ellensúlyozása és az értékesítési célok teljesítése érdekében az értékesítésnek zökkenőmentesnek kell lennie, amihez a beszerzésnek kell megfelelőnek lennie mind mennyiségben, minőségben, választékban és időben is. Ezért a Grande-Inox Kft-nél elemeztük, értékeltük a beszerzés és fogalmaztunk meg javaslatokat.*

**Kulcsszavak:** áruforgalmi folyamat, beszerzés

### Abstract

*Nowadays in the growing competition every enterprise has to strive to meet all the customer expectations and to serve the customers at a higher level than their competitors, In order to meet these requirements the procurement, the first phase of the trade in goods has to be appropriate from every aspect. To offset the negative aspects of the economic crisis and to meet the sales targets the sales have to be smooth, so the procurement also has to be adequate from the aspects of quantity, quality, choice and also of time. For this purpose we have analysed and evaluated the procurement at the Grande-Inox Ltd and have made suggestions.*

**Key words:** trade in goods, procurement

### BEVEZETÉS

Az áruforgalmi folyamat 3 szakaszból áll, amely logikai sorrendben egymást követően beszerzés, készletezés és értékesítés szakaszokból tevődik össze. A három szakasz egymással szoros kapcsolatban áll, a másik szakasz hatékonyságát jelentős mértékben befolyásolja. Fontossági sorrendben az értékesítés a legfontosabb, amelyet a beszerzés majd a készletezés követ. Mivel csak azt tudja egy vállalkozás értékesíteni, amit már beszerzett ezért választottuk jelen cikk témájául a beszerzés elemző értékelését.

A beszerzés tevékenységének összefüggéseit vizsgáltuk, elemeztük és végül a kapott számadatok alapján, az eredményeket

értékeltük. Törekedtünk rávilágítani arra, hogy az áruforgalom első szakaszának (beszerzés) stratégiája megfelelő-e a konkrét vállalkozásnál, illetve a kialakított vállalati operatív program milyen mértékben járul hozzá az értékesítés hatékonyságához.

### BESZERZÉS

A beszerzés és értékesítés kölcsönhatásakor az értékesítés akkor működhet zökkenőmentesen, ha a megfelelő termék, megfelelő időben és mennyiségben a rendelkezésükre áll. A vevői igényeket, visszajelzéseket és változásokat folyamatosan nyomon kell követni. A beszerzés és a készletezés kölcsönhatásakor a megrendelt áru összetétele, mérete, mennyisége és

csomagolása befolyásolja a tárolási módokat. A raktár kapacitása, tárolási rendszere ugyanakkor hatással van a beszerzendő termékek volumenére (Horváthné-Herbáth – Stágel, 2008. 15-18. p.).

Az áruforgalom első szakasza az árubeszerzés, amelynek célja az, hogy a vállalkozás a piaci igények figyelembevételével folyamatosan megfelelő mennyiségű, minőségű és választékú termékekkel rendelkezzen.

„Más megközelítésben a beszerzés alapvetően meghatározza a gazdálkodás végeredményét, a kitermelhető nyereség nagyságát:

- keresletnek nem megfelelő árubeszerzés következtében az áruk lassan forgó, esetleg inkurrens készletté válnak, egyrészt árrés kiesését, másrészt finanszírozási, likviditási problémákat okoznak;
- hibás beszerzési gyakorlat miatt keletkezett magas és elfekvő készletmög csökkentése (selejtezés, leértékelés) felesleges költségtöbbletet és egyben veszteséget okoz;
- magas beszerzési ár csökkenti a megfelelő árrés kialakíthatóságának esélyét;
- tartós és megbízható beszerzési források hiánya kedvezőtlen beszerzési kondíciókkal jár, rontja a vállalkozás pénzügyi helyzetét.” (Sókiné Nagy, 2002. 67. p.)

Az árubeszerzés jelentős előmunkálatokat, kapcsolatteremtést kíván a kereslet változásait figyelembe véve. Az elmúlt években jelentősen megnőtt a beszerzés szerepe a vállalkozásoknál. Egyre élesebb a piaci helyzet, a vásárlók árérzékenyebbek. A jó, megbízható, precíz és pontos szállító megtalálása is kihívásokkal jár. A vállalat méretétől, üzletpolitikájától függően egyes vállalkozásoknál eltérő lehet, hogy az adott termékeket és szolgáltatásokat a beszerzőkön kívül melyik osztály szerezheti még be. A beszerzés folyamatát az 1. ábra szemlélteti.



Forrás: saját szerkesztés Sipos Éva (2008):  
A beszerzés feladatai, NSZFI, Budapest, 5. p. alapján

Az 1. táblázatban foglaltuk össze három szerző gondolatait a beszerzési célokkal kapcsolatban.

**1. táblázat Beszerzési célok összehasonlítása**

Juhász-Kenedics-Sólyom (2006)	Szegedi-Prezenszki (2012)	Horváthné Herbáth–Stágel (2008)
Megfelelő minőség	Optimális minőség elérése	Beszerzés nagyságrendjének és választékának meghatározása, célpiac, piaci pozíció alapján
Megfelelő mennyiség	Alacsony készletszint	
Megfelelő ár	Teljes költségek minimalizálása	Megfelelő szállító partner kiválasztása (pl. ár stb.)
Megfelelő szállító	Beszállítók megkeresése, kiválasztása, értékelése	
Megfelelő idő		Megrendelések ütemezése
	Kooperálás és integráció más szervezeti egységekkel	
		Eseti szállítói ajánlatok elfogadása

Forrás: Saját szerkesztés

A beszerzési célok lényegi meghatározása közel azonos a fenti szerzőknél. A minőség, a mennyiség és a szállító mindenhol megjelenik. A megfelelő minőség (Juhász et al, 2006) a vállalat és piaci pozíciónak megfelelő minőségű árut jelent. Szegedi – Prezenszki (2012) szerzőpárosnál ez optimális minőségként jelenik meg. Más szervezeti egységek által specifikált termékek vásárlásánál fontos, hogy a beszerzés is szerepet vállaljon, hiszen ők rendelkeznek megfelelő információval a szállítókról és a termékeikről. Horváthné Herbáth - Stágel (2008) szerzőpáros szerint, hogy a vállalat milyen termékféleségeket, milyen választékban és mennyiségben szerez be, az határozza meg, hogy milyen célközönségnek szeretne értékesíteni, milyen a szakosítottága és hogy milyen a nagysága és tőkeereje.

Mindhárom szakirodalom említi a szállítókat, mivel a hosszú távú versenyelőnyök biztosítása érdekében nagy jelentőségű, hogy partnereinkkel jól működő kapcsolatot tudjunk kialakítani és fenntartani (Szegedi-Prezenszki 2012). A megfelelő szállítónál a kiválasztás szempontjait, módjait és a tárgyalások legfontosabb elemeit ki kell alakítani (Juhász et al, 2006). Horváthné Herbáth – Stágel szerzőpáros (2008) nagy részletességgel írja le, hogyan kell a szállító partnert kiválasztani, és különösen ismerni és mérlegelni kell a következőket:

- kínált áru minősége és választéka
- szállító által kínált árumennyiség
- szerződési feltételek (ár, engedmények, határidő, szállítási- és fizetési feltételek stb.)
- szállító ismertsége, megbízhatósága

Szegedi - Prezenszki szerzőpáros (2012) céljai közül nagyon fontos kiemelni a kooperálást és az integrációt más szervezeti egységekkel. Beszerzés nincs információ nélkül, kiemelkedően fontos, hogy az információ áramoljon a szervezeti egységek között, hiszen az értékes információval időt és pénzt tudunk megtakarítani. Ez túlmutat a beszerzés hagyományos tevékenységén és mindenképpen

szükséges ahhoz, hogy a beszerzés optimálisan tudjon működni egész vállalatra vonatkozólag. Horváthné Herbáth –Stágel (2008) szerzőpáros a beszerzést hosszú és rövid távú célként különíti el, majd részletesebben fejti ki a megvalósításuk módszereit. Itt kiemeljük egy eseti szállítói ajánlat elfogadásának lehetséges módozatait. Előfordulhat, hogy egy meglévő vagy új termék forgalmazására kap a vállalat kedvezőbb ajánlatot. Nagyon sok mindent mérlegelni kell egy új ajánlat elfogadásánál:

- meglévő szállító eleget tud-e tenni a kapott új ajánlatunknak,
- új szállító terméke mennyiben tér el árban, minőségben az eddigiektől,
- mennyire megbízható az új partner, szükségszerű az előzetes tájékozódás és a referenciák begyűjtése,
- figyelembe kell venni a várható forgalmat, ehhez ismerni kell a vásárlók igényeit,
- beszállítónak is érdeke a forgalom fellendülése, ilyenkor számtalanszor lehetőség van közös akciók szervezésére, a termék bevezetéséhez kapcsolódó árengedményekre.

Ez utóbbi szerepet kap az alkalmi kedvező beszerzési lehetőségek kihasználásának oka(i) között, az egyik a nagyobb nyereség és/vagy a másik az alacsonyabb eladási ár (jelentős árengedmény, más áruk forgalmának fellendítése) (Horváthné Herbáth – Stágel, 2014).

A beszerzés kiterjesztett értelmezésének lényeges eleme, hogy támogatja a vállalatai célok kivitelezését, a vállalat értékteremtő képességének javítását. (Vörösmarty – Tátrai, 2010)

A beszerzés időbeli ütemezését az alábbi tényezők befolyásolják (Horváthné Herbáth – Stágel, 2014):

1. Áru jellemzői
2. Forgalom várható alakulása
3. Meglévő készlet nagysága és összetétele
4. Raktározási lehetőségek
5. Áru-utánpótlási idő
6. Vállalkozás pénzügyi helyzete

A beszerzés időbeli ütemezését befolyásoló fenti tényezők közül a forgalom várható alakulását taglaljuk, mivel ez az áruforgalmi folyamat értékesítés szakaszával áll szoros kapcsolatban. Ha a keresletnél nagyobb mennyiséget szerzünk be, akkor többletköltséggel jár, ha a keresletnél kevesebb mennyiséget szerzünk be, akkor a bevétel elmarad a lehetőségtől és a vásárlók szükségleteik kielégítése érdekében felkeresik a versenytársakat. A keresletet előre jelezhetjük az előző időszak forgalma alapján illetve az átmenetileg vagy tartósan növelő vagy csökkentő tényezők figyelembevételével. Tájékozódniuk kell a működési terület ellátottságáról, a lehetséges vevőkör (nagyságáról, összetételéről és fizetőképességéről) és a versenytársakról és kínálatukról. (Horváthné Herbáth – Stágel, 2014)

## A GRANDE-INOX KFT. BEMUTATÁSA

A Grande-Inox Kft. több mint 20 éve, 1994 óta végez rozsdamentes nagykonyhai, kórházi, áruházi berendezések tervezését, gyártását, forgalmazását, majd 2001-től pedig komplett nagykonyhák kivitelezését az angliai S&R vállalat, valamint a társaság

szakembergárdájának több évtizedes tapasztalatára alapozva.

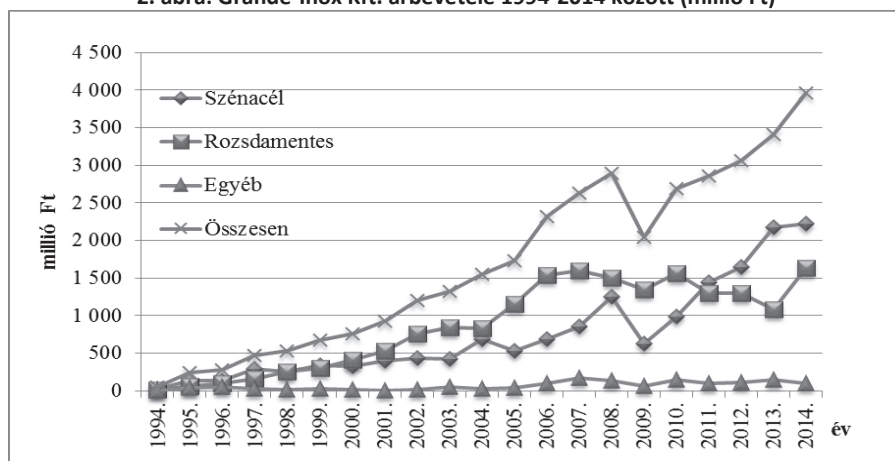
A Grande-Inox Kft. legfőbb célja az igényes és az egyedi piaci elvárásoknak való megfelelés, ahol a vevők kiszolgálását a kiváló minőséggel tudja ötvözni.

A rozsdamentes berendezések gyártására kifejlesztett speciális technológiájának és nagy gyártási tapasztalatának köszönhetően a vállalkozás – a pusztán kereskedelmi tevékenységet folytató társaságokkal szemben – képes rugalmasan az igényes vevőket és az egyedi piaci követelményeket kielégíteni. A Grande-Inox Kft. egyik fő profilja a rozsdamentes nagykonyhai berendezések gyártása és forgalmazása.

A Grande-Inox Kft. 1994. augusztus 1-én alakult, a tulajdonosok magánszemélyek. Az alapítás óta a vállalkozás fejlődése folyamatos, mind az árbevételt és a nyereséget, mind a foglalkoztatottak létszámát tekintve, a 2009. év gazdasági válságának következtében bekövetkező volumencsökkenéstől eltekintve.

A sikert a vállalkozás gazdasági mutatói is alátámasztják: árbevétele 2014-ben 3,96 milliárd Ft, a foglalkoztatottak létszáma 128 fő. A Grande-Inox Kft árbevételét 1994-2014 között a 2. ábra szemlélteti.

2. ábra: Grande-Inox Kft. árbevétele 1994-2014 között (millió Ft)



Forrás: Saját szerkesztés, vállalati adatok alapján

A vállalkozás 2002-ig termékeit magyarországi viszonteladókon keresztül értékesítette, azonban nehezítette a körülményeket, hogy a vállalatok többnyire csak a legkedvezőbb árfekvésű, vagy a bonyolult gyártási technológiájú termékeket vásárolták az élesedő piaci versenyben. A vállalat vezetése reagálván ezen piaci helyzetre 2002-től komplett nagykonyhák kivitelezésével, illetve a közvetlen vevői igények kielégítésével is bővítette tevékenységi körét: a beszállítói kör biztosítása érdekében felvette a kapcsolatot a termikus, a hűtőtechnikai stb. vállalkozásokkal. Ezt követően termékkörét folyamatosan bővítve egyben a nagykonyhákhoz közel álló hiper- és szupermarketek legjelentősebb rozsdamentes berendezés beszállítójává vált Magyarországon. A vállalkozás rozsdamentes üzletága ma már 80-90%-ban beföldre szállít. A Grande-Inox Kft. a helyszíni igényfelméréstől, a tanácsadástól, az elkészült berendezések üzembe helyezéséig, a beüzemeléséig, valamint szükség esetén a személyzet betanításáig, garanciális javításig, és a garanciális időszakon túli karbantartási tevékenységek elvégzésével áll a vevők rendelkezésére, és teljes körű szolgáltatást nyújtva ezáltal vásárlóinak.

A belföldi piacra hatást gyakorló jogszabályi környezet változásai miatt (áruház építési tilalom 300 m<sup>2</sup> felett) az áruházi üzletberendezés szektor 70,0 %-kal visszaesett, ezért ennek ellensúlyozására a projekttevékenység fokozása, illetve az új exportpiacok felkutatása és beszállítói kapcsolatok kiépítése vált szükségessé. Ennek eredményeképpen mára dán, osztrák és holland vállalkozásokkal tartanak fenn szoros együttműködést.

## ÜZLETÁGAK

### *Szénacél üzletág*

A Grande-Inox Kft. másik fő tevékenységi köre a szénacél termékek és alkatrészek gyártása. Ez a tevékenység még egy korábbi, 1989-re visszanyúló kapcsolattal indult egy hollandiai céggel, 2009-től dániai csoportnak is beszállítói lettek, ezzel növelve a termékválasztékot és a vállalat árbevételét. Az évek során ezeket a

kapcsolatokat sikerült még inkább szorosabb együttműködéssé fejleszteni.

Főbb termékek:

- Fúkasza, műtrágyaszóró-, permetező-, bálázógépek hegesztett részegységei
- Alkatrészek (lézervágott, stancolt, élhajlított)

### *Rozsdamentes üzletág*

A Grande-Inox Kft. egyik fő profilja a rozsdamentes nagykonyhai berendezések gyártása és forgalmazása, amelyet az angliai S&R vállalkozás – mint Anglia legjelentősebb nagykonyhai rozsdamentes berendezés gyártója - több évtizedes gyártási kultúrájára építve honosított meg. A S&R vállalattal ma is kiváló kapcsolatot tart fenn a vállalkozás.

Az egyre bővülő termékpaletta érdekében a vállalkozás a S&R Co. félkész termékei mellett elsősorban német és holland beszállítói kört igénybe véve egészítette ki alkatrész-szükségeit, és forgalmazzák továbbá az amerikai központú CHG nagykonyhai berendezések kiegészítő alkatrészeit is.

Kiterjedt beszállítói kapcsolatainak és saját gyártási bázisának köszönhetően mára a lehető legszélesebb áruválasztékot tudja nyújtani.

Főbb termékcsoportok: rozsdamentes nagykonyhai berendezések, asztalok, mosogatók, kiöntők, kézmosók; állványrendszerek és tároló berendezések; elszívóernyők; padlóösszefolyók, vízelvezetők; szállító eszközök; pultok és tálaló rendszerek; bárberendezések; rozsdamentes kórháztechnikai berendezések; sterilizáló, műszer és egyéb asztalok; orvosi bemosakodó pult.

A saját gyártású termékei mellett több száz féle magas minőségű berendezést importál, többek között Olaszországból és Németországból, ezáltal a vállalkozás bármilyen vendéglátóipari egységet, éttermet, sörözőt, borozót, kiskereskedelmi ételkészítőüzletet, áruházláncot, nagykonyhát képes maradéktalanul kielégíteni termék-választékával. A berendezések a HACCP, illetve az ISO minőségbiztosítási rendszer irányelveinek maradéktalanul megfelelnek.

A Grande-Inox Kft. termékkörét folyamatosan bővítve elmondható, hogy a hiper- és szupermarketek (SPAR-INTERSPAR, TESCO, METRO, SELGROS, AUCHAN stb.) legjelentősebb rozsdamentes berendezések beszállítójává vált Magyarországon és külföldön egyaránt. A Társaság referenciamunkái az ország egész területén, valamint Angliában, Ausztriában, Németországban, Hollandiában, Franciaországban, Belgiumban, Romániában, Szerbiában, Horvátországban, Csehországban és Marokkóban egyaránt megtalálhatók.

### A GRANDE-INOX KFT. BESZERZÉSÉNEK ELEMZŐ ÉRTÉKELÉSE

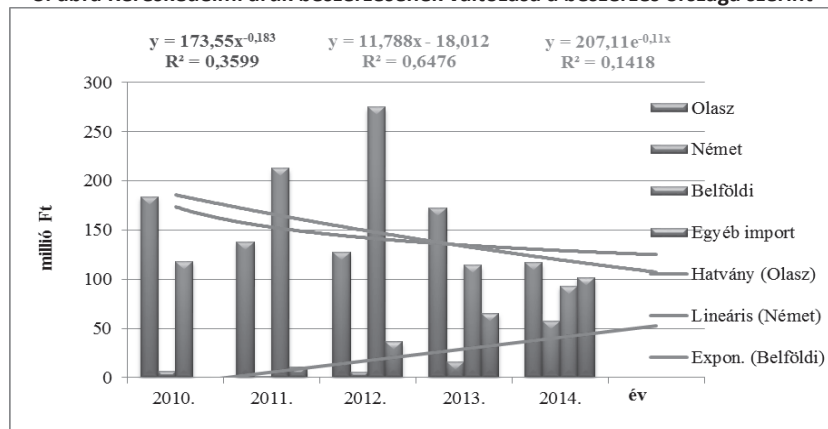
A kereskedelmi termékeinél a beszerzés feladata a megrendelések elkészítése, a beszállítók felé történő eljuttatása, a kapcsolattartás a forgalmazóval és a termékek behozatala. A kereskedelmi osztály határozza meg, hogy melyik terméket, mely beszállítótól kell megvásárolni. A kereskedőkhöz beérkező

projektekben egy berendezés adott műszaki adatok alapján szerepel, számos esetben a gyártó és típus is konkretizálva van, így kizárólag az üzletkötők határozzák meg a beszerzés helyét és a beszerzendő mennyiséget is.

A kereskedelmi áruk eladását kívánja erősíteni a vállalkozás, azzal a célkitűzéssel, hogy a forgalom aránya mindenkor haladja meg a 45,0 %-ot, ez elérhető a megfelelő gyártó, forgalmazó megkeresésével, a megfelelő termékválaszték kialakításával, a megfelelő minőség, az ár és a mennyiség meghatározásával.

Mindenekelőtt a beszerzés országa szerint négy fő csoportra bontottuk a beszerzés területét: olasz, német, egyéb importra és belföldire. A 3. ábra mutatja a négy fő csoport beszerzési volumenének alakulását. Megjegyzendő, hogy az összes kereskedelmi áru beszerzési értéke tartalmazza a szerviz rendeléseit, ezek értékeit, különösképp a belföldi kategória vonatkozásában.

3. ábra Kereskedelmi áruk beszerzésének változása a beszerzés országa szerint



Forrás: Saját szerkesztés, vállalati adatok alapján

Az olasz beszerzés értéke 2010-ben 183,7 millió Ft volt, ami 2011-re 137,9 millió Ft-ra csökkent, ez 24,9 %-os visszaesést jelentett. A német termékeknél igen jelentős csökkenés észlelhető a 2010. évi 6,1 millió Ft-os beszerzéshez képest, mivel 2011-re a 77,0 %-kal csökkent, azaz 1,4 millió Ft-ra módosult. A belföldi beszerzés

értéke növekvő tendenciát mutat, a 2010-ben 118,1 millió Ft volt, 2011-re 212,7 millió Ft-ra emelkedett. Az egyéb import áruk beszerzés 2010-ben még nem kezdődött el.

2011. évre a teljes kereskedelmi áruk beszerzésének értéke 363,1 millió Ft-ot elérte, amely 17,9 %-os növekedést jelent.

A következő éveket összehasonlítva 2011-ről 2012-re a beszerzések tendenciájában az olasz árukat kivéve pozitív irányú elmozdulás figyelhető meg. Az olasz beszerzésnél az előző évhez képest kisebb 7,3 %-os csökkenés történt. A német beszerzés mértéke a legalacsonyabb, ennek ellenére a változás mértéke kiemelkedő, ugyanis 2011-ben az 1,4 millió Ft értékű termékek behozatala 5,4 millió Ft-ra növekedett. A belföldi beszerzés 212,7 millió Ft-ról 275,1 millió Ft-ra emelkedett. A növekedés üteme 29,3 %-os, és ez az érték meghaladja az előző évek beszerzését. Az egyéb import néven egy új beszerzési forrást láthatunk, a növekedés mértéke itt majdnem háromszorosa az előző évihez képest. Itt meg kell jegyezni, hogy 2011. évet nem lehet egészen tekinteni, ezért a változás mértéke nem mutat pontos képet, mivel a beszerzés 2011 márciusától lett folyamatos. Megjegyzendő, hogy az egyéb import behozatali forrást a Grande-Inox Kft. vezetősége kérésére nem fejtjük ki részletekbe menően.

Összességében a két évet figyelembe véve növekedett a beszerzett áruk értéke, a korábbi 17,9 %-os növekedéshez képest, miszerint 2011-ről 2012-re 22,5 %-os emelkedés jellemezte a kereskedelmi áruk beszerzését. A forgalom arányainak a kereskedelmi áruk felé történő pozitív irányú eltolódása kedvezően hatott a Rozsdamentes üzletág értékesítési forgalmára.

2012. és 2013. év között a teljes kereskedelmi áru beszerzése 17,1 %-os csökkenést mutat.

A Grande-Inox Kft. kitűzte célként, hogy a forgalmazott termékeit közvetlenül a gyártótól szerezi be, és egyidejűleg folyamatosan kiváltja a belföldi beszállítókat, hiszen ezáltal kedvezőbb áron juthat a termékekhez, erősítve ezzel az értékesítés árbevételének növekedését, azaz a hatékonyabb profitmaximalizálás elérését. Az alacsonyabb áron történő beszerzés mellett több terméket értékesíthet kedvezőbb fogyasztói áron, vagy nagyobb árrésszel érhet el nagyobb nyereséget. A beszerzési politikában történt változás magával hozta, hogy a belföldi áruk vásárlása 160,8 millió Ft-tal kevesebb volt a 2012-es

évnél, ezáltal az olasz, német és egyéb belföldi termékek aránya nagyobb mértékben érvényesülhetett a 2013-as évben.

A 2013. és 2014. évet vizsgálva a német és egyéb import beszerzéseknél növekedés mutatható ki, az olasz áruknál 32,3 %-os míg a belföldinél 18,5 %-os volt a visszaesés. Az egyéb import beszerzés 65,6 millió Ft-ról 101,7 millió Ft-ra növekedett, amely 55,1 %-os emelkedést jelent. A német áruk behozatalának értéke ismét háromszorosára nőtt az előző évhez képest.

A fent említett változásokhoz nagymértékben hozzájárult a 2013. évi debreceni stadion nagykonyhai projekt, amelynek kereskedelmi áruinak értéke közel 83,8 millió Ft volt. Ez a munka kiemelkedően nagy darabszámú termékek beszerzését foglalta magába, amely a beszerzés értékét és a készlet mennyiségét is jelentősen megnövelte, különösképp, ami az olasz árukat illeti.

Az egyéb import növekedése a hazai forgalmazású termékek fokozatos kiváltásával, a kedvezőbb feltételek melletti beszerzéssel magyarázható. A német beszerzés kiemelkedő növekedését csupán egyetlen nagyobb értékű berendezés okozta, egy fagylaltgépé. A növekedéshez hozzájárult, hogy a készleten tartott Samsung mikrohullámú sütő is ugyanattól a forgalmazótól került behozatalra, amely ugyancsak csökkentő hatást gyakorol a belföldi beszerzés értékére.

A 4. ábra három trendvonalat tartalmaz az olasz, német és belföld beszerzésnél, így a 2015. évi várható beszerzés értéke leolvasható az ábráról, míg átlagos fejlődés ütemmel számolva becsültük meg a beszerzés értékét. A két különböző előrejelzés alapján kiszámított értékek közül szakmai megítélés alapján döntjük el, hogy melyik alapján kell az áruforgalom többi szakaszát tervezni.

A trend szerinti várható forgalom:

- olasz áruknál 125,0 millió Ft lesz, a hatvány trendfüggvény 36,0 %-ban magyarázza, a maradék 64,0 % a szezonális és a véletlen hatása, de túlságosan alacsony a trendfüggvény magyarázó ereje,



- német beszerzés 52,7 millió Ft lesz, a lineáris trendfüggvény 64,8 %-ban magyarázza, a fennmaradó 35,2 % a szezonális és a véletlen eredménye,
- belföldi termékeknél 107,0 millió Ft várható, az exponenciális trendfüggvény 14,2 %-ban magyarázza, a többi 85,8 % a szezonális és a véletlen következménye, de túlságosan alacsony a trendfüggvény magyarázó ereje,
- egyéb import beszerzésnél nem alkalmazható, a trendfüggvény minimum 5 évtől számolható.

Megjegyzendő, hogy hosszabb időszor alapján pontosabb előrejelzést kaphatunk.

Az átlagos fejlődés üteme alapján a 2015. évi beszerzés:

- olasz beszerzésnél 104,4 millió Ft várható,
- német beszerzésnél 101,0 millió Ft feltételezhető,
- belföldi áruknál 87,7 millió Ft előre jelezhető,
- egyéb importnál 212,6 millió Ft prognosztizálható.

A vállalatnál 10 éve dolgozó szerző, Vincze Katalin szerint az olasz és német beszerzési forrásoknál a trendfüggvény szerint előre jelzett beszerzési érték felel meg jobban a várható forgalomhoz, és az olasz gyártmányoknál mindenképpen emelkedés várható. Bár a 2013. évben kiemelkedő mennyiségű és értékű termékek beszerzése eltorzítja az adatokat, a német cikkeknel az 52,7 milliót tartjuk mégis reálisnak, itt a 2014. évi fagyaltgép megvásárlása okozta ugyanis a kiemelkedő forgalomnövekedést.

A belföldi berendezéseknél az átlagos fejlődés ütemének előrejelzése közelebb áll a 2015. évi forgalomhoz. Továbbra is az olasz és német és egyéb import áruk behozatalát preferálja a vállalat.

Számos problémát felvet az igények késői megjelenése, a kereskedelmi áru hiába van kirendelve, ha a hozzá párosuló vevői igény még nem látható. A Grande-Inox Kft-nél a lemondott, téves rendelések következtében kereskedelmi áruiból elfekvő készlet keletkezett. A kereskedelmi áru kirendelések

előtt ellenőrizni szükséges, hogy elfekvő készleten található-e ugyanolyan vagy hasonló paraméterekkel rendelkező termék, amennyiben igen, egyeztetés szükséges a projekttel, hogy az elfekvő készleten lévő terméket értékesítik a projektben, ezáltal nem kell a terméket kirendelni. Amennyiben a Profitban (vállalat integrált ügyviteli rendszere) megtalálható az igény, egyszerű szűréssel gyorsan ellenőrizhető, ellenben manuálisan kell átnézni az elfekvő termékek listáját. A Profitban nincs lehetőség foglalásra, a vevői igény megjelenésével lehet tudni, hogy a készleten vagy szállítói megrendelésen lévő termék melyik munkaszámba fog kerülni. A kereskedő kollégák részéről sok esetben felmerül a kérdés arra vonatkozóan, hogy az elfekvő készlet vagy a készleten tartott termékek közül, a megrendelés aláírásáig le tudják foglalni az adott terméket, hogy gyorsabban ki tudják szolgálni a partnert. Sajnos erre lehetőség nincs. A beszerzőnek külön vezetni kell az ilyen jellegű igényeket és figyelnie minden esetben arra, hogy az egyszerre futó - de még nem áttemelt, azaz nem kerültek át az igények a Profitba - megrendelések között ne legyen átfedés. Előfordulhat, hogy egy adott terméket két projektben is eladtak, de a kirendelése nem történt meg, mert az elfekvő készleten fellelhető volt az előírt mennyiségben, de két munkaszám kiszolgálására azonban már nem elegendő.

A beszerzői osztálynak nagyon összetett a feladata, a készletre történő rendelések rutin munkák, amely nem szokott problémát okozni, mert mindig a maximális mennyiségre kell feltölteni az árukészletet. Rendkívüli nagy mennyiségek értékesítése esetén ajánlatos a kereskedő osztálynak tájékoztatni a beszerzőt, hogy fel tudjon rá készülni, ahogy már említettük 2-3 hét is eltelik, mire az igény megjelenik a Profitban.

A készleten tartott termékek esetében a kereskedő osztály alapvetőnek tarja, hogy mindig a megfelelő mennyiség áll a rendelkezésére. A rendelt kereskedelmi áruk a projektektől függenek, nem mindegy hogy kórházba, étterembe, szállodába, köztételtetésbe történik a beszerzés, így a



projektek egyedisége miatt a kereskedelmi árukat munkaszámonként kell kirendelni. Előfordul, hogy 2-3 munkaszámban azonos gyártótól kell árut megvásárolni. Amennyiben erről van előzetes információ, akkor abban az esetben összevonhatóak a rendelések és mennyiségi kedvezmény is kérhető a gyártótól. Látható, hogy az Grande-Inox Kft-nél a beszerzés hatékonysága a mindig megfelelő és időbeli információktól függ, ezek függvényében a lehetőségeihez mérten igyekszik az értékesítési osztály munkáját elősegíteni, rugalmasságával, önállóságával, és a beszállítóival való jó kapcsolattartással.

### ÖSSZEFOGLALÓ

A Grande-Inox Kft. több évtizedes sikeres és nyereséges múltja tekint vissza. Ennek ellenére

az általunk elemzett áruforgalmi folyamat beszerzés szakasza tekintetében a vállalat által kitűzött beszerzési célok elérése jelentős mértékben hozzájárult az értékesítés hatékonyságának és az árbevétel valamint nyereség nagyságának növekedéséhez. A beszerzés elemzésénél szűk keresztmetszetként azonosítottuk az átfutási időt. Ezért javasoljuk, hogy a gyakran felhasznált termékekből álljon rendelkezésre egy minimum készlet szint. Természetesen jelen javaslat a vállalat felső- illetve középvezetése elé való terjesztéséhez szükséges a minimum készlet szinthez tartozó készletartási költségék a kiszámítása.

A beszerzés elemzése és értékelése alapján javaslatok megfogalmazására folyamatosan szükség van. A javaslatok megvalósítása tovább növelheti az értékesítés mennyiségét, valamint az árbevétel és a nyereség nagyságát.

### FELHASZNÁLT IRODALOM

- [1.] Horváthné Herbáth Mária - Stágel Imréné (2008): Az áruforgalmi tevékenység tervezése, elemzése, hatása az eredményre, Budapest, KIT Kft.
- [2.] Horváthné Herbáth Mária - Stágel Imréné: Az áruforgalom tervezése, irányítása, elemzése, Budapest, KIT Kft.
- [3.] Sipos Éva (2008): A beszerzés feladatai, NSZFI, Budapest
- [4.] Sókiné dr. Nagy Erzsébet (2002): Kereskedelmi vállalkozások gazdaságtana II. kötet, Kereskedelmi szakmai ismeretek, Budapest, KIT Kft.
- [5.] Vörösmarty Gyöngyi-Tátrai Tünde (2010): Beszerzés, Budapest, Complex Kiadó Jogi és Üzleti Tartalomszolgáltató Kft.,
- [6.] <https://books.google.hu/books?id=KdkQAgAAQBAJ&pg=PT21&lpg=PT21&dq=beszerz%C3%A9s+teljes%C3%ADtm%C3%A9ny%C3%A9nek+m%C3%A9r%C3%A9se&source=bl&ots=aQg-2RnGoL&sig=9DAwEznZssf2RZ5q1Tm7uchXCXE&hl=hu&sa=X&ei=l28MVcqrN8u9ygPdzYDQCg&ved=0CCQO6AEwATgK#v=onepage&q=beszerz%C3%A9s%20teljes%C3%ADtm%C3%A9ny%C3%A9nek%20m%C3%A9r%C3%A9se&f=false>, 2015.03.15.

