

Szállítóknak nevezzük azokat az üzleti partnereket, akiktől beszerezzük az árukat.

Beszerezhető az áru

- hazai
- külföldi

kereskedelmi/külkereskedelmi tevékenységet folytató szállítóktól.

A kereskedők különböző módon kerülhetnek kapcsolatba a szállítóikkal:

- meglévő, régi – jó – üzleti kapcsolat során
- reklámeszközök segítségével – célja a termék népszerűsítése (újsághirdetés, tv, plakát, szórólap)
- üzleti partnerek szóbeli ajánlása segítségével (jó hírnév)
- a szállítók internetes honlapján
- szállítók ügynökei felkeresik a kereskedőket, potenciális vevőjelölteket
- árubemutató termék működtetésével (az itt dolgozó üzletkötők/eladóktól bővebb információ kapható minden termékről)
- szakvásárokon, kiállításokon való részvétellel, illetve árubemutatók szervezése, lebonyolítása során kötött üzleti kapcsolatok

A szállítók kiválasztásakor, az árajánlatok értékelésekor ismerni és mérlegelni kell:

- a) a szállítók által kínált **áru minőségét** és **választékát**. Az áru minőségről meg lehet győződni:
 - személyes tapasztalat útján
 - márkajelek alapján
 - használati-kezelési útmutatók tanulmányozásával
 - szaklapok (Teszt újság) összehasonlító elemzéseiből
 - fogyasztói véleményekből (internet),
 - reklamációk száma is visszajelzés az áru minőségéről
- b) a szállító által **kínált áru mennyiségét**
 - *ha túl nagy mennyiségben* kínálja eladásra, ez csak a nagykereskedőknek jó (a kisebb kereskedelmi vállalkozásoknak kedvezőtlen, mert ők kevesebbet tudnak csak egyszerre rendelni, ezzel a feltétellel csak kedvezőtlen feltételekkel tudnának beszerezni)
 - *ha túl kicsi mennyiségben* kínálja eladásra az árut, ez a kiskereskedőknek sem biztos, hogy kedvező, mert több termelőtől kell vásárolni, ami jelentős költségnövekedéssel jár. (általában a kis szériás, egyedi termékeket gyártó iparosok termékeit forgalmazó vagy speciális vevőkörű kereskedők beszerzési forrása)
- c) a szállító által kínált **áru árát**
 - *listaár*: árajánlatokban, prospektusokban feltüntetett ár (nettó, bruttó)
 - *felár*: a számlázott árat a listaár fölé emeli (pl.: különleges csomagolás, soron kívüli szállítás esetén)
 - *engedmények*, melyek az árat közvetlenül befolyásolják:
 - *mennyiségi rabatt*: nagy mennyiség beszerzése esetén adják a szállítók a listaárból
 - *minőségi engedmény* (csökkent minőségű áruk vásárlásakor adják a szállítók a listaárból)

- *szezonális árengedmény* (szezonhoz kötött áruk forgalmának egyenletesebbé tételét szolgálja: szezon előtti engedmény, szezon végi engedmény)
- *akciós engedmény* (a szállítónál felhalmozódott készletek felszámolása, új termék népszerűsítése, bevezetése, termékismertség növelése)
- *beszerzési/bekerülési ár*: a beszerzés tényleges ráfordítása, nem mindig azonos a listaárral! (listaár+fuvardíj+ügynöki díjak+vámterhek)
beszerzési ár=adott áru engedményekkel csökkentett vagy felárakkal növelt, a szállító által számlázott nettó (áfa nélküli) ára, növelve a beszerzéshez közvetlenül kapcsolható költségekkel.

Annak a szállítónak az ajánlata a kedvezőbb, amelynél ugyanazon minőségű árut a legalacsonyabb beszerzési (bekerülési) áron lehet megvásárolni!

$$\begin{array}{r}
 \text{listaár} \\
 + \text{felár} \\
 - \text{engedmény} \\
 \hline
 = \text{Számlázott nettó (áfa nélküli) ár} \\
 + \text{beszerzéshez közvetlenül kapcsolódó költségek} \\
 \hline
 = \text{beszerzési (bekerülési) ár}
 \end{array}$$

A szállító által nyújtott, **árba be nem épülő engedmények, hozzájárulások** (nagy árumennyiséget beszerző, tőkeerős vállalkozások tudják csak érvényesíteni)

- *Utólagos engedmények*:
 - *bónusz*: mennyiségi engedmény (meghatározott idő (1 év alatt) meghatározott beszerzési érték eléréséhez köti a szállító. Ha eléri a szerződésben meghatározott szintet, akkor visszamenőlegesen jogosult az engedményre. fix összeg és beszerzéssel arányosan is megállapítható a mértéke.
 - *skontó*: a számlát azonnal vagy a szállító által meghatározott rövid időn belül kiegyenlítő vevőnek járó kedvezmény, amellyel mielőbbi fizetésre ösztönöz
- *Hozzájárulások*:
 - *promóciós hozzájárulás*: a szállító fizeti, ha az üzletlanc részt vesz új termékeinek bevezetésében, népszerűsítésében
 - *marketing-hozzájárulás*: a szállító részt vállal az üzletlanc marketingköltségeiből (*hirdetések, akciók, piackutatás költségei*), mivel a vevő cég népszerűségének növekedése javítja az ő termékeinek eladhatóságát is.
 - *listázási díj*: egyszeri összeg. A szállító fizetik abból a célból, hogy a termékeik bekerülhessenek az üzletlanc kínálatába. Az üzletlancok annak fejében számítják fel, hogy az új szállítót beveszik nyilvántartási rendszerükbe. A listázási díj megfizetésével a szállító jogot szerez arra, hogy a szerződésben meghatározott ideig termékeit az üzletlanc egységeiben értékesítse.
 - *szortimentkezelési díj* (polcpénz): a szállítók „megvásárolják” termékeik helyét az üzletlanc egységeinek polcain. Ez a díj attól is függ, hogy az adott terméket eladhatóság szempontjából mennyire értékes helyen mutatják be.

d) szállítás ütemezését, szállítási határidőt

Beszerzéskor előnyt élveznek azok a szállítók, akik

- a szállítás ütemezését hajlandók a vevő/kereskedő igényeihez igazítani
- szállítási határidőket pontosan betartják
- megfelelő szállítási rugalmassággal rendelkeznek

Szállítás ütemezése, gyakorisága függ:

- a termék jellegétől (folyamatos keresletű vagy szezoncikkéről van-e szó, romlandó-e az áru, vagy sokáig eltartható)
- a vevő és a szállító telephelyének távolságától
- készletezési, tárolási lehetőségekről

Szállítási határidő:

- fontos a megrendelő számára, hogy a megrendelt áru a megállapodás szerinti határidőre megérkezzen,
- célszerű olyan szállító partnereket keresni, akik rugalmasak: hajlandók a már megrendelt árumennyiség/választék utólagos változtatására

e) kiszállítási feltételeket

Előnyt élveznek azok a szállítók, akik átvállalják a kiszállítási és a rakodási feladatokat is.

f) fizetési feltételeket

- csak azonnali készpénzfizetés
- átutalás
- fizetési haladék vagy részletre történő fizetés
- bizományi értékesítés

g) áruvisszavétel lehetőségét

Azok a szállítók élveznek előnyt, akik biztosítják az *áruvisszavétel lehetőségét* (pl.: a nagy áruházláncok az el nem adható árut visszaszámlázzák az eladónak). A kockázat kiszűrésére – kölcsönös megegyezés alapján – alkalmazhatják a *bizományos értékesítést*.

h) kifogások intézésével kapcsolatos információkat

- elvárás a reklamációk, kifogások alacsony száma
- ha mégis van reklamáció, akkor a rugalmasság, zökkenőmentes ügyintézés, a vevő megbecsülése a fő szempont

i) egyéb együttműködési lehetőségeket

Közösen finanszírozott

- piackutatás
- reklámtevékenység

j) a szállító ismertségét, megbízhatóságát

- amennyiben a szállító megbízhatatlan (nem jó minőségű árut szállít, nem időben szállít) a vevők elpártolnak tőle és rossz híret keltik
- különösen a termelőtől való vásárláskor fontos a szállító ismertsége, a termék megbízhatósága, minősége

Az árajánlatok értékelése után a vevő megrendeli a kívánt terméket vagy megköti a szerződést a szállítóval.