

Szakdolgozat

Esen-Galgóczy Eszter

2020

BUDAPESTI GAZDASÁGI EGYETEM KÜLKERESKEDELMI
KAR

NEMZETKÖZI GAZDÁLKODÁS SZAK

NEMZETKÖZI ÜZLETFEJLESZTÉS

**A GRÉTA-KER KFT. TÖRÖKORSZÁGI
IMPORTJÁNAK BEMUTATÁSA**

Belső konzulens:

Hrabovszki Zsuzsa
Eszter

Készítette:

Esen-Galgóczy

Budapest, 2020

Nyilatkozat a szakdolgozat státuszáról (nyilvános, bizalmas)

Alulírott Esen-Galgóczy Eszter Toldi (Neptun kód HGE1KV) a
A Greta - Kft. Törölvesztési imortálnak bemutatása

című szakdolgozattal/záródolgozattal (továbbiakban mű) kapcsolatban az alábbiakról nyilatkozom:

- Kijelentem, hogy a mű BGE Dolgozattár repozitóriumba való feltöltésével más jogát nem sértem. Tudomással bírok arról, hogy az Egyetem a szerzői jogok meglétét nem ellenőrzi.
- Nyilatkozom, hogy a mű (a megfelelő rész aláhúzandó)
 - a bizalmas
 - a nyilvánosság számára hozzáférhető.
- Tudomásul veszem, hogy
 - szerzői jogsértés esetén az Egyetem az érintett dokumentum elérhetőségét a szerzői jogsértés tisztázása idejére átmenetileg korlátozza,
 - szerzői jogsértés esetén az érintett művet a Repozitórium adminisztrátora a Repozitóriumból haladéktalanul eltávolítja,
 - amennyiben a dolgozatomat a nyilvánosság számára hozzáférhetővé teszem, az egyetem a dolgozatot az interneten a nyilvánosság számára hozzáférhetővé teszi. Hozzájárulásom – szerzői jogaim maradéktalan tiszteletben tartása mellett – nem kizárólagos és időtartamra nem korlátozott felhasználási engedély.

Kelt: Budapest 2020. 12.04.

Esen-Galgóczy Eszter Toldi

hallgató

s.k.

NYILATKOZAT

Alulírott Ezer Gábor György Eszter Toldi büntetőjogi felelősségem tudatában nyilatkozom, hogy a szakdolgozatomban foglalt tények és adatok a valóságnak megfelelnek, és az abban leírtak a saját, önálló munkám eredményei.

A szakdolgozatban felhasznált adatokat a szerzői jogvédelem figyelembevételével alkalmaztam.

Ezen szakdolgozat semmilyen része nem került felhasználásra korábban oktatási intézmény más képzésén diplomaszerzés során.

Tudomásul veszem, hogy a szakdolgozatomat az intézmény plágiumellenőrzésnek veti alá.

Budapest, 2020. év október hónap 04 nap

Ezer Gábor György Eszter Toldi

hallgató aláírása

Tartalom

BEVEZETÉS	5
1. KÜLKERESKEDELEM	7
1.1 Magyarország az Európai Unión belül.....	7
1.2. Magyarország és Törökország szabadkereskedelmi megállapodása, kapcsolatuk.....	11
2. KÜLKERESKEDELEM	16
2.1 Családi vállalkozás általános bemutatása.....	16
2.2 Piackutatás.....	19
2.3. Külkereskedelmi ügylet	23
2.3.1. Megrendelés/Ajánlat.....	24
2.4. Fuvarozás/Szállítmányozás	28
2.4.1. A fuvarozás	28
2.4.2 A szállítmányozás	29
2.5. Vámolás.....	31
2.6. Belföldi engedélyeztetés	41
2.6.1. Biocid termékek szabad mozgása a belső piacon, engedélyeztetés	42
2.6.2. Környezetvédelmi termékdíj.....	45
3. ÉRTÉKESÍTÉS	48
3.1. Marketing stratégia.....	48
3.2.1 A marketing stratégiai elemei a vállalatok szemszögéből	49
3.2.2. Az ár kialakítása/ár stratégia.....	50
KRITIKUS PONTOK	56
A TOVÁBBI IMPORT TEVÉKENYSÉGEKNÉL FELMERÜLŐ PROBLÉMÁK	59
BEFEJEZÉS	62
IRODALOMJEGYZÉK	64
MELLÉKLET	66

BEVEZETÉS

Szakedolgozati témám kiválasztása során arra törekedtem, hogy olyan kapcsolódó témát válasszak, amely szorosan kötődik a már meglévő családi vállalkozásunkhoz, azonban mégsem tér el a szak követelményeitől. Ezért döntöttem úgy, hogy a már régen fontolgatott terveket és elképzeléseket valóra kell váltani, így megkezdtem első külkereskedelmi ügyletemet a családi vállalkozás segítségével. Nagyon fontos volt számomra, hogy a téma ne csak elméleti alapú legyen, hanem inkább gyakorlati és valóságos.

Édesapámtól kisgyermekkoromtól fogva, azt hallottam, hogy a kereskedelem, mint szakma milyen fontos és milyen meghatározó tevékenység, tele van lehetőségekkel, kihívásokkal és folyton lehet tanulni és fejlődni benne. Ő is ezért alapította meg saját vállalkozását és foglalkozik vele a mai napig élvezettel. Vérében van a kereskedelem és ezt az elért eredményei alapján meg is mutatta részünkre. Testvérem szintén kereskedelemmel foglalkozik és csodálkozva tudom szemlélni mennyire megfogta őt is ez a szakma. Úgy gondolom, hogy őket látva én is mélyebben szeretném elsajátítani ennek a szakmának a csínját-bínját. Az iskola választásom is ezért esett a külkereskedelemmel foglalkozó és ezen területet mélyebben megismertető Budapesti Gazdasági Egyetem Külkereskedelmi szakára.

Édesapám a saját vállalkozásának elindításakor még nem rendelkezett a külkereskedelmi ügyletek beindításához szükséges feltételekkel, ezért akkor inkább a belföldi kereskedelemmel kezdett el foglalkozni. A mostani rohanó és fejlődő világban, azonban fokozatosan elkezdett érlelődni bennünk a családi vállalkozás tovább fejlesztésének lehetősége, amit külkereskedelmi tevékenység elindításával láttunk elérhetőnek. Így én is mint a családi vállalkozásban aktívan résztvevő, jelen lehettem az első import ügylet levezetésében. Ez jó lehetőséget adott arra, hogy az iskolában megtanultakat a gyakorlatban is megismerjem, és a szakedolgozatomban konkrét példával bemutathassam. Úgy gondoltuk, hogy ha külföldről hozunk be termékeket jó áron, akkor az versenyhelyzetbe hozhat belföldön a versenytársainkkal szemben. Magyarország viszonylag kis piac, így a fejlődés egyik lehetőségét a külkereskedelmi tevékenységben láttuk meg. Több

országot vizsgáltunk meg, de a legkézenfekvőbbnek férjem szülőhazáját találtuk Törökországot, hiszen itt nem ütközünk nyelvi akadályokba ez által sokkal gyorsabban és zökkenő mentesebben lehet tárgyalni az új külföldi partnerekkel. Nem mellesleg Törökország nagy piac, tele lehetőségekkel, olcsóbb alapanyag előállítási lehetőségekkel, olcsóbb munkaerővel, így számításaink szerint kedvezőbb árakkal.

Ezen tanulmányomban szeretném szemléletesen bemutatni az első import ügyletünket az első lépések bemutatásán keresztül. Minden egyes témánál először a tanultakat szeretném bemutatni, majd a saját tapasztalataimon keresztül elemezem, hogy ténylegesen a családi vállalkozásunkban, hogyan alakult ez a konkrét import ügylet.

1. KÜLKERESKEDELEM

1.1 Magyarország az Európai Unión belül

Az Európai Uniót 27 ország alkotja, jellemzője, hogy az országok független és szuverén államok, de bizonyos területeken 'egyesítették' szuverenitásukat. Egyes konkrét ügyekben európai szintű döntések születnek. A döntéshozatalban résztvevő intézmények:

- Európai Parlament
- Az Európai Parlamentet az uniós polgárok öt évente választják meg. A tagállamok lakosság létszámbeli eloszlása alapján osztják el azt, hogy ki mennyi képviselőt juttathat az Európai Parlamentbe. A döntéshozatal során a Parlamentnek a következőkért kell felelnie:
- Az Európai Bizottság javaslatain alapuló jogszabályokat az Európai Unió Tanácsával közösen jóváhagyni, módosítani vagy elutasítani
- Nemzetközi szerződésekkel kapcsolatos döntéshozatal
- Az Európai Unió bővítésével kapcsolatos döntéshozatal
- A Bizottság elnökének megválasztása és a teljes Bizottság jóváhagyása és munkaprogramjának felülvizsgálása

A parlament munkája két fő szakaszból áll: ○ A Parlamentnek 20 bizottsága és kettő albizottsága van, amelynek mindegyike egy-egy konkrét szakpolitikai területet kezel. Ezek a bizottságok közösen megvizsgálják a jogalkotási javaslatokat.

- Plenáris ülések tartása általában Strasbourgban, esetlegesen Brüsszelben. Itt döntenek a jogszabályok jóváhagyásáról, módosításáról vagy elutasításáról.

- Európai Tanács
- Valamennyi uniós tagállam állam- és kormányfőiből, az Európai Bizottság elnökéből, valamint az Unió külügyi és

biztonságpolitikai főképviselőjéből áll. Az Európai Tanács elnöke, akit maga az Európai Tanács választ meg 2,5 évre jelenleg Charles Michel. Csak az állam- és kormányfők szavazhatnak, a szavazás általában egyhangúlag vagy bizonyos esetekben minősített többséggel határoz.

- Dönt az EU általános irányvonaláról, politikai prioritásairól, de nem törvénykezik
- Összetett vagy érzékeny kérdésekkel foglalkozik
- Meghatározza az EU közös kül- és biztonságpolitikáját összhangban az EU stratégiai érdekeivel
- Kinevez és kijelöl bizonyos feladatkörökbe szánt jelentkezőket, például kinevezi az Európai Bizottság elnökét vagy az Európai Központi Bank elnökét.
- Európai bizottság
- Az Európai Bizottság az EU mindennapi működését biztosító legfontosabb intézmény. Ez az egyetlen olyan uniós intézmény, amely jogszabályokra tehet javaslatot, viszont ezekről a Parlament és a Tanács szavaz.
- Az Európai Bizottság 27 biztosból áll, minden tagállam egyegy biztosából, jelenlegi elnök Ursula von der Leyen.
- Kezeli és végrehajtja az EU költségvetését és szakpolitikáit
- Tanács (másik neve: az Európai Unió Tanácsa)
- A Tanács az Európai Parlamenttel együtt az EU legfontosabb döntéshozó szerve. A 27 tagállam miniszterei üléseznek és jogszabályokat vitatnak meg, valamint szakpolitikákat koordinálnak. A Tanács elnökségét a tagállamok 6 havonta váltják. A magyar soros elnökség időszaka: 2024 július-december (melléklet) Az Európai Unió Tanácsának feladatai:
- A Parlamenttel együtt megvitatni azokat a jogszabály javaslatokat, amiket az Európai Bizottság nyújtott be.

- Uniós országok szakpolitikáinak koordinálása, az Európai Tanács segítségével kidolgozza az EU kül- és biztonságpolitikáját, az Európai Parlamenttel együtt közösen elfogadják az éves uniós költségvetést.
- A döntések elfogadásához minősített többségre van szükség, azonban a külpolitika és az adózás témakörök elfogadásához már egyhangú szavazás szükséges.

Az unió legfőbb érdeme, hogy összehangolta a személyek, az áruk, a szolgáltatások és a tőke tagállamok közötti szabad mozgását ezzel létrehozva az egységes piacot. Létrehozta a közös valutát az eurót, amely a világ második legfontosabb fizető eszköze. Megalkotta az Európai Unió Alapjogi Chartáját mely az uniós polgárok, politikai szociális és gazdasági jogait védelmezi. Az EU és tagállamai közötti kapcsolatra vonatkozó szabályokat a szerződések tartalmazzák. A szerződésekben rögzítik az európai unió távolabbi célkitűzéseit, intézmények működésének módját és a döntéshozatal szabályait.

A jogszabályok típusai, betartása

- A rendelet: olyan jogszabály, amely valamennyi tagállamban közvetlenül alkalmazandó és kötelező. A rendeletet nem kell átültetni a tagállami jogba, viszont bizonyos esetekben nemzeti jogszabályt kell módosítani, hogy összhangba kerüljenek az uniós rendelettel.
- Az irányelv: olyan jogszabály, amely arra kötelezi a tagállamokat, hogy az irányelvben megfogalmazott célt elérjék ennek érdekében át kell ültetni a nemzeti jogba ahhoz, hogy hatályossá váljon. Az irányelv a célt határozza meg, a tagállamok a saját döntésük alapján juthatnak el a célig.
- A határozat: célcsoportja lehetnek a tagállamok, személyek csoportjai vagy akár magánszemélyek is egyaránt. A határozat teljes egészében kötelező.
- Az ajánlások és vélemények: lehetőséget adnak az uniós intézményeknek, tagállamoknak vagy akár egyes polgároknak arra,

hogy véleményt nyilvánítsanak, ez a vélemény nem kötelező és nem von maga után jogi kötelezettségeket.

Magyarország az Európai Unióban

Magyarország 2004. január 1. óta tagja az Európai Uniónak, 2007. december 21. óta pedig a Schengeni övezetnek. Az Európai Parlamentbe 21 képviselőt delegál Magyarország a népesség arányának megfelelően. Az Európai Bizottság magyar képviselője Várhelyi Olivér, aki a szomszédságpolitikáért és a bővítésért felel. “2018-ban a magyar gazdaság legjelentősebb ágazatai a következők voltak: az ipar (25,9%), a nagy- és kiskereskedelem, az áru- és személyszállítás, a szálláshelyszolgáltatás és vendéglátás (18,5%), továbbá a közigazgatás, a honvédelem, az oktatás, valamint a humán-egészségügyi és szociális ellátás (16,8%)”. (Forrás: EU, europa.eu)

“Az EU-n belüli kereskedelem a magyar export 82%-át teszi ki (ezen belül a kivitel 27%-a Németországba, valamint 5–5%-a Romániába, Szlovákiába, Ausztriába és Olaszországba irányul). Ami az EU-n kívülre irányuló exportot illeti, a magyar termékek 2%-a az Egyesült Államokban, újabb 2%-a pedig Ukrajnában talál vevőre.

A Magyarországra behozott termékek 75%-a EU-tagországból érkezik (25%-uk Németországból, 6%-uk Ausztriából, 5–5%-uk pedig Lengyelországból és Hollandiából). Ami a nem uniós importot illeti, a termékek 6%-a Kínából, 5%-a pedig Oroszországból érkezik”. (Forrás: EU, europa.eu)

1.2. Magyarország és Törökország szabadkereskedelmi megállapodása, kapcsolatuk

1923-ban lett Törökország köztársaság, előtte Oszmán Birodalomnak nevezték. Törökország túlnyomó része Ázsiához tartozik, azonban körülbelül 3%a Európához ideértve Törökország legnagyobb városát is Isztambult, ahol megközelítőleg 20 millióan laknak. Törökország 1949-ben tagja lett az Európai Tanácsnak majd 1951-ben csatlakozott a NATO-hoz. Törökország hadereje a világon a 9. helyre sorolható azonban Európában már a 4. helyre ugrik. Törökország gazdasága keveréke a modern iparnak és kereskedelemnek, valamint a hagyományos mezőgazdaságnak. Az egyik legfontosabb kereskedelmi partnere az Európai Unió, amely az exportjának és importjának 40%-át tette ki 2007-ben. Főbb iparágai: textilipar, autóipar, élelmiszeripar, elektronika, építőipar. Az EU és Törökország között 1996-tól működő vámunió alapján az ipari és a feldolgozott mezőgazdasági termékek teljes körű vámmentességet élveznek. Egyes mezőgazdasági termékek piaca jutását az 1998-ban hozott, 2006-ban módosított az EK-Törökország vámügyi együttműködési bizottság határozata könnyíti. Törökország az EU-n kívüli országokból származó importra a közösségi külső vámtarifát (CCT) alkalmazza, amely az uniós exportőröknek súlyozottan 5% körüli vámelőnyt biztosít. A vámkedvezmény nem vonatkozik szolgáltatásokra és a közbeszerzésekre. Törökország uniós tagságáról 2005 októberében kezdődtek meg a tárgyalások, ami az integrációs és harmonizációs folyamat révén tovább segíti a gazdasági kereskedelmi kapcsolatuk bővítését. (forrás: melléklet: Törökország)

1. táblázat

Törökország főbb mutatói

Teljes export (2018)	\$168,023,390,683
Teljes import (2018)	\$223,039,038,051
Kereskedelmi mérleg (2018)	\$55,015,647,368
Termékek és szolgáltatások exportja (GDP %) (2019)	31.61%

Termékek és szolgáltatások importja (GDP %) (2019)	29,78%
---	--------

Forrás: saját szerkesztés Globaledge (2018) alapján

A Kereskedelmi mérleg egy ország exportjának és importjának alakulását mutatja meg mérlegszerűen összesítve. A mérleg két oldalán szerepelnek az értékek, különözete egy adott időszakra vonatkozóan lehet pozitív vagy negatív. Abban az esetben, ha külkereskedelmi többlet áll fenn, akkor a kivitt hazai áruk értéke nagyobb, mint a behozott külföldi áruk értéke, fordított esetben külkereskedelmi hiány mutatkozik. Ahogy a fenti táblázatban látszik a 2018-as évre vonatkozóan Törökországban a behozott termékek és szolgáltatások értéke meghaladta az ugyan erre az évre vonatkozó kivitt termékek és szolgáltatások értékét így a kereskedelmi mérlegében hiány mutatkozik meg. Azonban a 2019-es évben már százalékos összehasonlításban megfigyelhető a táblázatban miszerint a termékek és szolgáltatások exportja 1,83%-kal meghaladja ezen áruk importját.

2. táblázat

Törökország főbb partnerei

Top 10 export országa		Top 10 importáló országa	
Ország	Export USD\$	Ország	Import USD\$
1.Németország	\$16,144,214,824	1.Oroszország	\$21,989,571,103
2.Egyesült Királyság	\$11,113,290,661	2.Kína	\$20,719,069,509
3.Olaszország	\$9,566,345,511	3.Németország	\$20,407,162,327
4.Irak	\$8,350,701,989	4.Amerikai Egyesült Államok	\$12,377,736,701
5.Amerikai Egyesült Államok	\$8,306,524,942	5.Olaszország	\$10,154,449,174
6.Spanyolország	\$7,710,439,527	6.India	\$7,535,658,117
7.Franciaország	\$7,296,040,820	7.Egyesült Királyság	\$7,446,027,070

8.Hollandia	\$4,778,109,030	8.Franciaország	\$7,412,852,868
9.Belgium	\$3,952,510,017	9.Irán	\$6,931,256,776
10.Izráel	\$3,900,317,476	10.Dél-Korea	\$6,342,913,519

Forrás: saját szerkesztés Globaledge (2018) alapján

A 2. táblázat mutatja meg Törökország top 10 export és importőr országát, USDben kifejezettértéket. Törökország főbb export partnere Németország, ahova mindösszesen \$16,144,214,824 értékben exportálta hazai termékeit és szolgáltatásait, azonban Németország fontos szerepet játszik a törökországi importban is. A táblázatban megfigyelhető, hogy a Németországból exportált áruk összes értéke (\$20,407,162,327) meghaladja a Törökországból importált áruk összes értékét. Ugyanez a tendencia megfigyelhető Olaszország, az Amerikai Egyesült Államok és Franciaország esetében is egyaránt. Magyarországra a Törökországból importált termékek a törökországi exportnak a 0,688%-át teszik ki.

3. táblázat

Törökország főbb kereskedelmi termékei

Top 10 exportált termék		Top 10 importált termék	
Termék	Export USD	Termék	Import USD
Gépjárművek és alkatrészeik	26,759,684,180	Olaj és üzemanyagok	42,999,450,640
Iparigépek	15,831,703,494	Iparigépek	25,767,070,391
Vas és acél ipari termékek	11,576,032,122	Vas és acél ipari termékek	18,401,424,849
Kötött ruházati termékek	9,054,182,708	Elektromosgépek	16,569,422,377
Elektromosgépek	8,726,084,740	Gépjárművek és alkatrészeik	13,895,069,143
Drágakövek és fémek	7,171,340,696	Műanyagok	12,938,124,382
Vas és acél termékek	6,547,076,171	Drágakövek és fémek	12,556,738,501

Nem kötött ruházati termékek	6,269,120,292	Szerves vegyi anyagok	5,973,257,461
Műanyagok	6,045,184,638	Precíziós eszközök	4,683,899,060
Olaj és üzemanyagok	4,418,153,083	Gyógyszeripari termékek	4,363,434,291

Forrás: saját szerkesztés Globaledge (2018) alapján

A 3. táblázat mutatja meg a Törökországból exportált és importált top 10 termékét USD-ban kifejezve. A táblázat alapján megfigyelhető, hogy az azonos áru megnevezések export értéke nem haladja meg ugyanazon áru megnevezések importját, tehát többet importálnak ugyanazon árukból, mint exportálnak.

1998. évi XX. Törvény a Magyar Köztársaság és a Török Köztársaság közötti Szabadkereskedelmi Megállapodás kihirdetéséről röviden

Ez a megállapodás a Magyarország és Törökország közötti kereskedelmet segíti elő és ennek érdekében könnyíti azt. Főbb célkitűzéseik: legfeljebb 2001 január 1-ig fokozatosan szabadkereskedelmi övezetet hozzanak létre a két fél között a WTO és a GAT 1994 előírásaival összhangban. Ez által elősegíteni a Magyarország és Törökország közötti gazdasági kapcsolatok fejlődését a kölcsönös kereskedelem bővítésével. Tisztességes versenyfeltételeket teremteni a két fél között, fokozni a török magyar együttműködést és az akadályok lebontása után hozzájárulni a világkereskedelem fejlődéséhez. A második cikkben szerepelnek az alapvámok mely szerint a magyar vámtarifát kell alkalmazni a Magyarországra történő import esetében és a török vámtarifát kell alkalmazni a Törökországba történő áruimport esetében. Az alkalmazott alapvámot folyamatosan csökkenteni kell minden termékre vonatkozóan:

- „a Magyarországról származó termékekre az az MFN vám, amely a jelen Megállapodás hatálybalépésekor Törökországban (erga omnes) érvényben volt;

- a Törökországból származó termékekre a Magyarországon 1992. február 29-én érvényben volt MFN vám”. (1998. évi XX. Törvény, net.jogtar.hu)

„Azokat az importvámokat, amelyeket Magyarországon a Törökországból származó alább felsorolt termékekre alkalmaznak fokozatosan csökkenteni kell a következő menetrend szerint:

- a Megállapodás hatálybalépésekor az alapvám 60%-ára,
- 1998. január 1-jén az alapvám 45%-ára,
- 1999. január 1-jén az alapvám 30%-ára,
- 2000. január 1-jén az alapvám 15%-ára, - 2001. január 1-jén nullára”.

(Forrás: 1998. évi XX. Törvény)

Itt 2514 00 00 00-as vámtarifaszámtól vannak felsorolva egészen 8704 32 99 00-as számú vámtarifáig a tételek. Ebből kifolyólag azt a terméket, amelyet importálni kívántunk Magyarországra ennek a megállapodásnak következtében 0%-os vámmal tehát vámmentesen hozhattuk be.

2. Külkereskedelem

2.1 Családi vállalkozás általános bemutatása

A vállalkozás neve: Gréta-Ker. Kereskedelmi és Szolgáltató Korlátolt Felelősségű

Társaság (röviden: Gréta-Ker. Kft.) A

vállalkozás működési formája: Korlátolt Felelősségű Társaság

Alapításának időpontja: 2004.06.28.

Fő tevékenységi kör: porcelán-, üvegáru-, tisztítószer nagykereskedelem

Székhelye: 1188 Budapest, Kelme utca 7.

Telephelye: 2230 Gyömrő Péteri utca 119/42 hrsz.

Nettó árbevétele: 550 533 000 HUF (2019)

Foglalkoztatottak: 12fő

Tulajdonosok száma / Vezetők száma: 2fő

A Gréta-Ker. Kft., családi vállalkozás mely elődje 30éve 1990.novemberében kezdte meg működését. A 90-es években a gazdaságban bekövetkezett drasztikus változások hatására nagyon sok kisvállalkozás indult melyek nagy része csak pár évig volt életképes. Ebben az időszakban kezdte meg a mi vállalkozásunk is a működését. Édesapám ötlete által alapított kiskereskedelmi üzletben, más névvel és természetesen más feltételekkel. Így indult el a vállalkozásunk története, akkor még 20 négyzetméteres vegyeskereskedésű üzletként a 18. kerületben, mely nagy sikert aratott és sokan kedvelték. A 90es évek második felében köszönhetően a külföldi tulajdonban lévő kereskedelmi láncok megjelenésének, az addig jól működő kisvállalkozás a hanyatlás jeleit mutatta (forgalom csökkenés, bevétel csökkenés), így szüleimnek mihamarabb reagálnia kellett a változásokra. Köszönhetően talpraesettséjüknek és kapcsolati rendszerüknek elhárították a jelentkező problémát és arra az elhatározásra jutottak, hogy kilépnek a kiskereskedelmi értékesítésből és mint nagykereskedelmi vállalkozás folytatják az üzleti tevékenységüket. Ennek következtében a vállalkozás vevőköre és mérete is átalakult, nagyobb helyre volt szükség a nagymennyiségű áru tárolásához, ami új alkalmazottak felvételét is

eredményezte. Leadta magáról a vegyeskereskedési funkciót és először háztartási papíráruk kereskedelmével foglalkozott majd termékkör bővítéseként már háztartási vegyi áru és illatszer nagykereskedelemmel bővült.

A következő nagy változás a cég életében akkor következett be, amikor az addigra már szűkössé vált raktárból a cég átköltözött egy nagy logisztikai központ egyik raktárhelyiségébe. Ebben a 800 négyzetméteres raktárhelyiségben több mint 1000 termék árusításával meghatározó szereplője lett a belföldi piacnak.

Alkalmazottak számában is növekedés mutatkozott, hiszen az akkori szűk családi vállalkozásból, addigra már a vezetőkön kívüli 8 főt foglalkoztató mikro vállalkozássá nőte ki magát, amely folyamatosan növekedett. Ám nem csak ebben mutatkozott meg a növekedés, hanem a kiszolgálás minőségében, a raktár kinézetében, új gépek beszerzésében. Ezeknek a tényezőknek köszönhetően sokkal nagyobb vevőkört lehetett kielégíteni, illetve színvonalasabb lett a kiszolgálás is.

Újabb fordulópont, már napjainkhoz nyúlik vissza, amikor is a kor igényinek megfelelő alkalmazásba került egy üzletkötő, akin keresztül a vállalkozás elkezdett kiszállítást is vállalni kiskereskedelmi egységekhez. Ezen változtatáshoz azonban új felszerelésekre volt szükség, új autók vásárlására, illetve bérlésére, mind a kiszállításhoz, mind az üzletkötő részére, új számítógépek vásárlása, telekommunikációs rendszer kialakítása kezdődött meg. Kialakításra került egy havonta frissülő újság is, mely még jobban támogatta az értékesítési lehetőségeket.

A legnagyobb változás mégis a közelmúltban következett be, amikor a cég a saját maga által tervezett és kivitelezett nagykereskedelmi raktárába költözött. A kedvező irányú változtatás mellett ismét több megoldandó feladat várt a menedzsmentre, hiszen a korábbi alkalmazottak köre megváltozott mivel többen nem tudták vállalni az új helyre való utazást. Az eddig partnerekkel el kellett hitetni, hogy a cég életében bekövetkezett változás a vásárlók érdekeit is szolgálják, előnyösebb árakat tudunk kialakítani, minőségibb kiszolgálást biztosítunk, a csarnokban a termékek elhelyezése logikusabb, áttekinthetőbb és a környezeti hatásoknak sincsenek úgy kitéve, mint az előző helyen.

A költözést követően tervbe volt a már meglévő számlázó és készletnyilvántartó rendszer korszerűsítése. Ennek érdekében megbíztunk egy szakembert, hogy átfogóan frissítse fel a cég működését. Akinek a segítségével kialakítottuk a cég weblapját, facebook oldalát, változtattunk a már meglévő újság kinézetén is és fejlesztettük a belső rendszerünket, hogy gördülékenyebben haladjon a munka. A már meglévő gépkocsi parkot is frissítettük új járművek megvásárlásával.

A vállalkozásnak tehát anyagi és egyéb háttere biztosított a következő lépés megtételéhez, a külkereskedelem lebonyolításához szükséges munkaerő hiányzott csak. Engem ez a terület nagyon érdekel, tanulmányaimat is ezen irányban végzem, Édesapám is egy külkereskedelemmel foglalkozó cégnél Terimpex Külkereskedelmi Vállalatnál kezdett el dolgozni majd a Külkereskedelmi Főiskolán szerezte diplomáját, a külkereskedelem beindítása mindig is napirenden volt a családjunkban. Házasságom révén lehetőségünk nyílt a törökországi piac feltérképezésére és a következőkben ezen lehetőségek bemutatására szeretnék vállalkozni.

2.2 Piackutatás

A piackutatás egy konkrét üzleti cél érdekében végzett olyan közgazdaságtani vizsgálat, amely adatgyűjtést illetve elemzést végez. Leggyakrabban egy konkrét termék vagy termékcsoporthoz értékesítési lehetőségeiről, a piacának változásáról, reklámjairól, fogyasztóinak magatartásáról szól.

Ezért a vállalatok és más piaci cégek arra törekednek, hogy minél több információt szerezzenek a vevőikről, versenytársaikról, üzleti partnereikről az adott termék értékesítési csatornáiról. "Az információk kétféleképpen lehetnek: külső és belső. A külsők környezeti adatok, pl.: piaci információk, gazdasági helyzet, versenytársak adatai, fogyasztói-vásárlói információk. A belső, úgynevezett vállalati adatokra példa: értékesítési adatok, beszerzési lehetőségek, fizetőképesség (likviditás), erőforrások kihasználtsága (gyártási információk), dolgozói visszajelzések, stb." (Forrás: Orcsik Gézáné)

Az információkkal szemben használhatóságuk megítélésére többféle szempontot kell figyelembe venni:

- megbízhatóság (biztos forrás, pontos adatok),
- időszerűség (aktualitás)
- mérhetőség (statisztikai adatok),
- teljesség (információk köre), -
- hozzáférhetőség.

Az információszerzés módja lehet közvetlen és közvetett. A közvetlen információkat az információt szolgáltatóktól gyűjtjük, és saját igényeinknek megfelelően kialakított kérdéseket teszünk fel és elemzünk. A mód következtében az információk frissek de a saját gyűjtés miatt költséges és időigényes.

A közvetetten szerzett információkat más gyűjtötte és más dolgozta fel igényei szerint. Ezen információkhoz való hozzájutás olcsóbb és kevesebb időt igényel, hátrányuk, hogy nem a saját szempontok alapján lettek összeállítva, esetleg már nem aktuálisak. Ilyenek információk például a statisztikai hivatalok felmérései, szakmai folyóiratok, kiadványok adatai, piackutató cégek publikált adatai.

A piackutatásnál általában mindkét információtypust használják, ám a piackutatást mindig a közvetett információk összegyűjtésével érdemes kezdeni, ezután derül ki, hogy szükség van-e a közvetlen információgyűjtésre is.

Külkereskedelmi tevékenységünk megkezdése előtt a piackutatási tevékenységünk nem különült el teljesen közvetett és közvetlen információgyűjtésre. Több éves tapasztalatok alapján már kialakult bizonyos termékek, termék körök húzó szerepe. Először ezeket vizsgáltuk meg, hogy milyen lehetőségek vannak ezen termékekre behozatalára és összevetettük azon partnereink adataival akiktől biztos tudjuk, hogy importból származnak a termékek nagy köre. Ezek után azt kellett megfontolnunk, hogy az általuk forgalmazott termékeket (domestos, ajax, perwol, stb...) keressük kedvezőbb áron vagy pedig egy teljesen új termékben gondolkodjunk.

Külföldi látogatásaink során is mindig felkerestünk kiskereskedelmi egységeket ahol tájékozódunk az ottani háztartási vegyiáru termékek kínálatáról és áraikról. Ezen információkat felhasználva törökországi látogatásaink során is célirányosan felkerestük az üzleteket összehasonlítás céljából. Megállapítottuk, hogy az ottani termékek minősége is ár-érték aránya megfelelő a hazai piacra.

Másrészt a megfigyeléseim alapján Magyarországon is rengeteg török származású termék megtalálható, amelyekről a fogyasztó nem is sejti a származását, mivel olyan jó minőségűek. Továbbá a vállalkozás több olyan céggel is kapcsolatban áll, amelynek a fő profilja a Törökországi import.

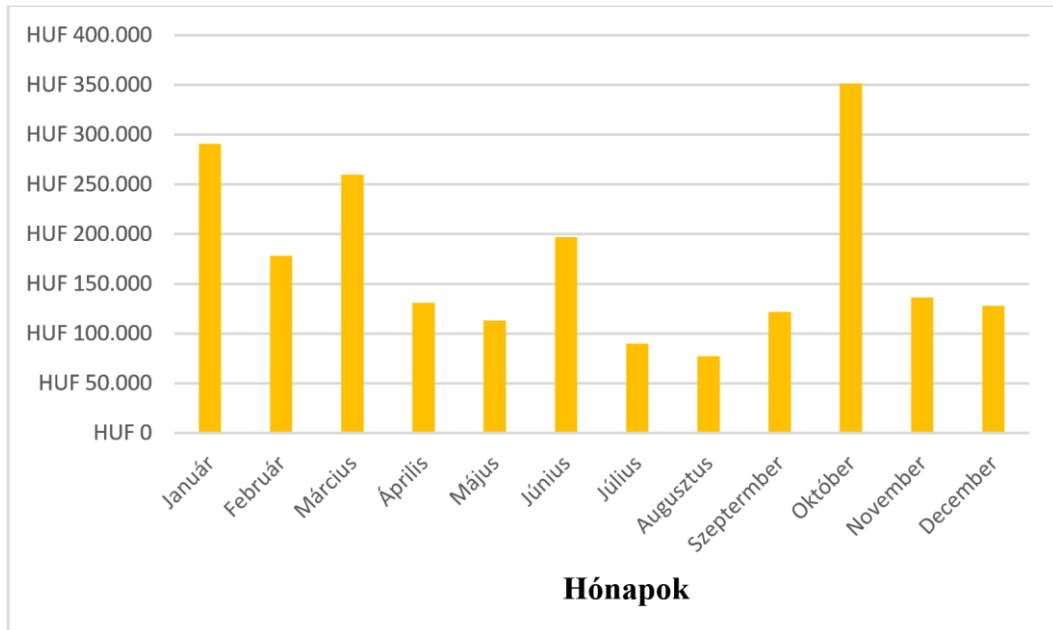
A fentiek ismeretében a helyi szokásokkal nyelvvel és ismeretekkel rendelkező kollégánk részére elkezdtuk megszervezni a kiutazást. Férjem kapcsolatainak segítségével már előre tudtunk olyan gyártóról, nagykereskedőről, akiket mindenféle képen megszeretnénk látogatni. A vállalatok kiválasztásánál két szempontot kellett figyelembe vennünk első a gyártott termék, második a gyár földrajzi elhelyezkedése. A gyártó cég földrajzi elhelyezkedése azért volt fontos mivel a távolságok sokkal nagyobbak, mint Magyarországon és így a szállítási költségeket is jelentősen növekedhetnek, ami által az olcsóbb, kedvezőbb árú termék elveszíti versenyelőnyét. Tehát az európai részen lévő gyártókat kerestük fel üzletkötés céljából.

Törökországi tartózkodása során egy ottani szakember segítségével látogatta meg a már kiszemelt és első alkalommal felkeresett cégeket. Ehhez előzetes konzultációra és bejelentkezésre volt szükség. A török kultúrában rendszerint a megbeszélések több órán át tartanak hiszen náluk a hosszú beszélgetések jellemzően teázás és kávézás társaságában zajlik és nem szeretik elkapkodni a dolgokat pláne nem egy üzleti tárgyalást.

A hazaérkezést követően otthon is szemügyre vettem a kapott mintákat és az árakat, majd a tapasztalatait elmesélve kiválasztotta ő is meg én is azokat a termékeket melyekben láttunk fantáziát. Fontos szerepet játszott a kiválasztásban a vállalatoktól kapott pozitív, illetve negatív tapasztalat. Később bemutattuk a cég többi döntés hozó tagjának az általunk felkutatott termékmintákat. Először választásukban nem akartuk befolyásolni őket, saját elképzeléseikre bízunk, hogy miben látnak fantáziát. Nekik is kialakult egy kép a jövőbeni értékesítésről mely valamilyen szinten hasonló volt a mi elképzelésinkkel. A továbbiakban ismertettük a mi elképzeléseinket és ötleteinket is, majd közösen kiválasztottuk azt a top terméket, termékcsaládot, amelyben mindenki látott fantáziát. A kiválasztott termék esetében a magyarországi piacon felmérést végeztünk, hogy az előkalkulált ár alapján, hol is helyezkedik el a behozni kívánt termék. Megnéztük mivel tudnánk többet adni a vásárlóknak, milyen a csomagolása, milyen marketinget lehet bevetni az értékesítés során.

1. ábra

Cipőápolási termékek forgalma 2019 év



Forrás: saját szerkesztés

Az 1. számú ábra mutatja be az általunk értékesített cipőápolási termékek fogyási nagyságrendét havi bontásban értékben. A minta termékek közül a cipőápolási termékek is a célcsoportba kerültek. Az eddig forgalmazott cipőápolási termékek 98%-a Törökországból származott így úgy gondoltuk, hogy elemzést végzünk árakra, termék minőségre, fogyás nagyságra. A magyarországon forgalmazott termékek török beszállítójával sikerült felvenni a kapcsolatot aki a már magyarországon forgalomban lévő termékeket is ajánlotta. De mivel ezeket a termékeket csak a kizárólagos forgalmazó hozhatja be Magyarországra így végül ugyan azt a terméket megkaptuk volna a török gyárból csak más elnevezéssel. Az ábrából is kitűnik, hogy szezonális termékről van szó amelynek beszerzése a kedvező árak ellenére jelen időpontban még nem volt aktuális. Így a befektetett tőkénk és az egyéb ráfordítások nem térültek volna meg belátható időn belül.

Ilyen megfigyelések alapján került képbe a termékminták és tapasztalatok alapján a Bilesim Kimya törökországi vállalat.

2.3. Külkereskedelmi ügylet

Külkereskedelemnek a belföldi által a külföldivel kötött szerződés előkészítése, megkötése és a szerződés teljesítése, lebonyolítása minősül.

A külkereskedelmi ügylet tárgya lehet:

- árukkal kapcsolatok adásvétel, csere, bérlet, raktározásuk
- vállalkozási tevékenység
- anyagi értéket képviselő jogok

Nem minősül külkereskedelmi ügyletnek:

- természetes személyek áru vásárlása külföldről
- bank és biztosítási tevékenység
- postai és távközlési szolgáltatások
- személy fuvarozás, idegen forgalom

A külkereskedelmi ügylet az adásvételi ügylet alapján valósul meg. Az adásvételi ügylet egy olyan kereskedelmi ügylet, ahol az egyik fél az eladó az áruk szállítására, és/vagy egyéb szolgáltatások nyújtására kötelezett, a másik fél a vevő, aki ezek átvételére és az ellenértékük megfizetésére vállalkozik. Ez akkor válik külkereskedelmi ügyletté, ha a szerződők egyike külföldi személy. Az export tevékenység esetén az árut valuta, illetve deviza fizetése ellenében értékesítjük külföldre. Az import tevékenység esetén valuta vagy devizafizetés ellenében árut vásárolunk külföldről.

A külkereskedelmi ügylet a szerződéskötéssel jön létre a két fél által. A szerződés egyértelműen rendezi a szerződő felek kötelezettségeit és jogait, és biztosítja azok érvényesíthetőségét, a külkereskedelmi ügylet problémamentes lebonyolítása érdekében.

A külkereskedelmi ügylet rendszerint három fázisra bontható:

- a szerződéskötés előkészítése (az ügylet előkészítése): azon tevékenységek összessége, amely a külkereskedelmi szerződés

megvalósítását célozza és biztosítja

- a szerződéskötés: a szerződés feltételeinek megfogalmazása, a jogok és kötelezettségek rögzítése
- a szerződéskötés teljesítése, az ügylet lebonyolítása: azon tevékenységek összessége, amelynek eredményeképpen a szerződés feltételei megvalósulnak

Forrás: Dr. Törzsök, 1990

A szerződés tartalmi követelményei:

- a szerződés megkötése
- a paritás meghatározása
- szállítási határidő
- az áru minősége
- az áru mennyisége
- csomagolás és jelölés
- műszaki dokumentáció
- feladási rendelkezések és szállítási értesítések
- a fizetés meghatározása
- mennyiségi és minőségi kifogások
- a felelősség alól mentesítő okok
- egyéb

Az INCOTERMS klauzulái meghatározzák:

- a fuvarparitást,
- a teljesítés helyét,
- az eladó és a vevő felelősségét, kötelezettségét és jogait.

2.3.1. Megrendelés/Ajánlat

Az adásvételi ügylet csak úgy, mint a külkereskedelmi ügylet az ajánlati tevékenységgel kezdődik. Két féle képen valósulhat meg, az eladó küld ajánlatot a

potenciális vevőknek vagy vevőnek. Illetve lehet, hogy a vevő keresi meg az eladót és árajánlatot kér bizonyos termékekere az eladótól. Az ajánlattevő rendszerint email formájában keresi fel a potenciális vevőt, amelyben felsorolja a legfontosabb ajánlati feltételeket.

Az megrendelés/ajánlat fajtái:

- kötelező ajánlat lejárat megjelöléssel
- az ajánlattevő feltünteti azt a határidőt, ameddig a feltett ajánlata érvényes
- kötelező ajánlat lejárat meghatározása nélkül
- az ajánlattevő nem jelöl meg lejáratot az ajánlathoz viszont egy ésszerű idő után lejár ez az ajánlat is - kötelezettség nélküli ajánlat
- az ajánlattevő voltaképpen a potenciális vevők figyelmét szeretné felkelteni, illetve tájékoztatni őket az aktualitásairól

A kötelező ajánlat speciális formája: a pro forma (más néven proforma, díjbekérő)

- egy olyan bizonylat, amely a megrendelés véglegesítését követően az eladó állít ki és küldi meg a vevő részére,
- ennek segítségével a vevő kifizetheti az általa rendelt termék vagy szolgáltatás ellenértékét,
- külalakban és tartalomban is nagyon hasonlít a számlához, valójában nem számla

A gazdasági környezet változására tekintettel, mely ebben az évben nagyon hirtelen változott kiválasztottuk a Biotol termék családból a termékminta ként érkezett Biotol kézfertőtlenítőt melyet úgy gondoltunk, hogy COVID-19 vírus elleni védekezésésként hatékonyan tudunk használni Magyarországon a kialakult hiány következtében. Telefonon felvettük a kapcsolatot a gyártó céggel és az egyeztetések után e-mailben leadtuk a megrendelésünket. Hamarosan megküldték a

megrendelésünkhöz tartozó vissza igazolást a proforma számlát. Amelyen szerepelt a fizetési határidő dátuma ameddig a proforma számlán meghatározott tételeket a megbeszéltek szerint tartják. Pénzügyi osztályunk az utalást elindította határidőn belül erről megküldtük a banki információt a gyártónak. Azonban a nemzetközi utalások során ez a szokványosnak ítélt procedúra jóval meghosszabbodik mint a belföldi utalásoknál tapasztaltuk. Ez idő alatt a banki átutalás megérkezett hozzájuk sajnos Törökországban is erősödött a járvány ennek következtében Törökország minisztere szigorításokat vezetett be.

- 2020. március 4. exportálásra tilos, illetve előzetes jóváhagyást igénylő termékek: orvosi és műtéti maszkok, steril / nem steril kesztyűk, védőruházat, védőszemüveg, orvosi eszközök.
- 2020. március 18-tól a fent említett készítményeken kívül az etilalkoholt tartalmazó, fertőtlenítő hatású termékek, hidrogén-peroxid, olvasztott anyagú szövetek kerültek még korlátozás alá.

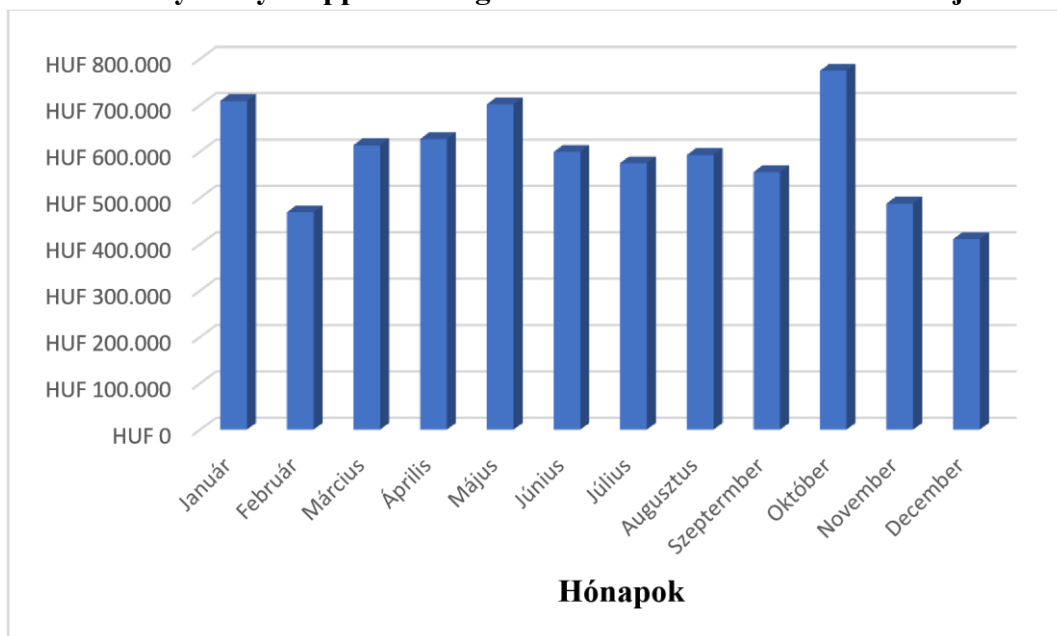
Így értesültünk az exportáló cégtől és a médiából egyaránt, hogy a már megrendelt és kifizetett Biotol kézfertőtlenítőt nem fogják kiengedni az országból az új korlátozó intézkedéseknek köszönhetően. A gyártó két opciót ajánlott fel ennek a problémának a kiküszöbölésére:

1. Visszautalják a pénz és törlik a rendelésünket
 - Először is ez rengeteg banki költséggel jár
 - Másodszor pedig a már befektetett energiát és költségeket nem akartuk csak úgy veszni hagyni még a vírus és a plusz nehézségek ellenére sem
2. A rendelt kézfertőtlenítőt helyett másik terméket vagy termékcsaládot választunk az általuk gyártott termékek közül, a már átutalt pénzösszeg értékében

A kialakult kényszerhelyzetben újra elővettük a portfólió elemzéseinket, hogy ismételten átgondoljuk, hogy mitévők legyünk.

2. ábra

Folyékony szappanok forgalma 2019-es évben forintban kifejezve



Forrás: saját szerkesztés

Megállapítottuk, hogy a folyékony szappanok forgalma az előző évben is kiegyensúlyozott volt, különösebb befolyásoló tényezők nélkül is. Ahogyan a 2. ábra is mutatja ez egy olyan termékcsoporthoz, amely eddig is jól teljesített a forgalom tekintetében.

A család többi tagjával való egyeztetés során arra a döntésre jutottunk, hogy megpróbálkozunk a Biotol termékcsalád másik tagjával. Mivel ezek a termékek kifejezetten higiéniai termékek úgy gondoltuk, hogy Biotol Higiéniai folyékonyszappant szeretnénk behozni a kézfertőtlenítőgél helyett. Erre a döntésre azért is jutottunk mivel időközben erre a termékre is megnőtt a kereslet a cégünkönél és minden fertőtlenítéssel kapcsolatos termék iránt. Ennek következtében a már leadott rendelésünket módosítottuk Biotol Higiéniai folyékonyszappanra.

Választásunk akkor vált hivatalossá amikor megküldték számunkra a javított proforma számlát az előző rendelésünkben kifizetett értékben. Majd ezt követően

emailen keresztül megkaptuk a kiállított Commercial Invoice számlát és a hozzátartozó A.TR igazolást.

2.4. Fuvarozás/Szállítmányozás

2.4.1. A fuvarozás

A fuvarozás nem más, mint egy szerződés keretében megvalósuló árutovábbítási tevékenység.

A fuvarozási szerződés alanyai:

- Feladó: aki megköti a szerződést a fuvarozásra például: termelő vállalat, logisztikai szolgáltató vállalat
- Fuvarozó: természetes személy, jogi személy vagy jogi személyiség nélküli szervezet, amely díj ellenében áru eljuttatási szolgáltatást végez és a szükséges engedélyekkel rendelkezik

A fuvarozási szerződés tárgya:

- A küldemény, amely csak tárgyi dolog lehet

A fuvarozás ellenértéke a fuvardíj, amely a szerződésben meghatározott összeg.

A szerződés teljesítését a küldemény átvételét igazolhatja fuvarlevél vagy átvételi elismervény melyek minimális formai és tartalmi követelményét szabályozzák.

A küldemény kirakodása a címzett kötelezettsége.

A fuvarozási ágak melyek attól függenek, hogy milyen módon történik az áru továbbítása.

- Közúti fuvarozás

- Vasúti fuvarozás
- Légi fuvarozás
- Vizi fuvarozás

A fuvarozási módok közötti választás tényezői:

- Földrajzi meghatározottság
- Közlekedési infrastruktúra elérhetősége
- Termék jellemzők
- Logisztikai szolgáltatási igény
- Kereskedelmi megállapodások
- Biztonság
- Környezetvédelem - Fuvarozási költség

2.4.2 A szállítványozás

A szállítványozási szerződés a fentebb említett fuvarozási szerződéstől több ponton is eltér.

A szállítványozási szerződés alanyai:

- Megbízó
- Szállítványozó

A szállítványozási szerződés tárgya:

- A fuvarozási szerződés
- És egyéb az áru eljuttatásához kapcsolódó tevékenység (ügyművelési tevékenység)

A szállítványozási szerződés alanyainak felelőssége:

- Megbízó: „a megbízó felel azért a kárért, amely az utasításból, a küldemény elégtelen csomagolásából, jelöléséből vagy a

megbízó által adott adatok, okmányok, információk
hiányosságából, pontatlanságából, hiányából származik”.

- Szállítványozó: az alapvetően elvárható magatartást terheli o
Gazdaságosság o Biztonságosság

Klasszikus szállítványozási szolgáltatás

1. Alapszolgáltatás = fuvarozás és egyéb közreműködői tevékenység
például kikötői szolgáltatás
2. Egyéb (járulékos kiegészítő szolgáltatás): fuvarokmány beszerzése,
hatósági engedély beszerzése, szállítvány biztosítás, vám formaságok,
rakodóeszköz biztosítása, raktározás stb...

A szállítványozás folyamata

1. Árajánlat kérés / Árajánlat adás
2. Megbízás visszaigazolása
3. Fuvarozás megszervezése
4. Tájékoztatási feladatok
5. Számlázási feladatok
6. Reklamáció kezelés
7. Szállítványozási feladat okmányainak archiválása

Tehát a szállítványozás kifejezés többet takar, mint a fuvarozás kifejezés,
nem egymás szinonimája.

A közúti fuvarozás nemzetközi fuvarjogi egyezménye a CMR Egyezmény
(hivatalos nevén: Convention relative au Contrat de Transport International de
Marchandises par Route), amelyet 1956-ban Genfben kötöttek. Ez az Egyezmény a
felek felelősségét kötelezettségeit utólagos rendelkezési jogokat és
fuvarokmányokat foglalja magába.

A nemzetközi fuvarozás okmánya a CMR fuvarlevél. Az egyezményben csak
az adattartalomra vonatkozóan vannak előírások a megjelenési formájára nincs.
Jellemzően a mellékletben bemutatott fuvarlevelet alkalmazzák.

A fentieket figyelembe véve már a megrendelés előtt is egy szállítványozással foglalkozó céget kerestünk először Törökországban majd Magyarországon is. Több cégtől kértünk ajánlatot Isztambul – Gyömrő útvonalon a megadott raklatszám, súly és magasság alapján. Fontos szempontok voltak a kiválasztás során, hogy ki milyen plusz szolgáltatást tud nyújtani a szállítványozás mellett, illetve nem volt elhanyagolható az ár sem. A megkérdezett cégek között rangsort állítottunk fel az ár és szolgáltatások alapján. Választásunk alapján az MKM Logisztick Kft egy török - magyar szállítványozó cégre esett a választásunk. Ettől függetlenül az egyetemen szerzett ismeretség alapján egyeztettem egy tanuló társammal, akiről úgy tudtam, hogy szülei és ő is szállítványozó céget vezetnek. Legnagyobb meglepetésemre és meglegedettségemre kiderült, hogy a családom által kiválasztott cég egy és ugyanaz. Ezek után hivatalossá tettük a megrendelésünket. A szállítványozócég felvette a kapcsolatot a törökországi gyártóval a szállítás egyeztetésével kapcsolatban. Ebben az időben a határokon való átjutás a vírus helyzet miatt kétséges volt és akár több napra is megnövekedett a várakozási idő. A szállítványozócég kontaktjával folyamatosan tartottuk a kapcsolatot, hogy merre tart az áru.

2.5. Vámolás

A vám az adó egy speciális formája, mely a külkereskedelmi áruforgalomban vesz részt és ez által gyarapítja az adott ország bevételeit, ez a vám fiskális funkciója. Kereskedelem politikai eszközként akkor éri el a kívánt hatást, ha az importőrök és exportőrök számára megdrágítja a külkereskedelmi áruk árát, növeli a behozatal és kivitel költségeit és ezzel az aktuális gazdaság szempontjából kedvező döntést éri el.

A vámok alkalmazásával lehet:

- A külkereskedelmi forgalmat szabályozni: exportvámok, importvámok, tranzitvámok
- Az állam bevételeit növelni: fiskális vámok
- A hazai piacokat megvédeni és támogatni a fejlődésüket:

nevelővámok, piacbiztosító vámok

- A fizetési mérlegproblémákat enyhíteni: devizavédelmi vám
- A külföldi és belföldi áruk versenyén javítani, ellensúlyozás: antidömping vám, kiegyenlítő vám
- Vámkedvezményeket megszerezni, hátrányos vámelbánást megtorolni: taktikai vámok, büntető vámok
- Gazdasági segítséget nyújtani: preferenciális vámok
- A külkereskedelmi forgalom alakítása: vámok differenciált alkalmazása

A vámtételeket egységes felsorolással vámtarifákba foglalják össze, amelyek tartalmazzák a vámköteles és vámmentes árukat és a hozzá rendelt vámtételeket. Az Európai Bizottság honlapján mi is le tudunk kérdezni vámtarifaszámokat a TARIC lekérdezés segítségével. Mindösszesen csak az árukódra és a származási/célország megadására van szükség. Ezek megadásával már le is tudjuk kérdezni az adott termékcsoporthoz szóló vámtételeket.

Magyarország 2004. május 1. óta tagja az Európai Uniónak és 2007-től a Schengeni Egyezmény létrejöttével a Schengeni övezet tagja. Az évek során az egyre bővülő és elmélyülő uniós belső piac a négy gazdasági szabadságjog az áruk, szolgáltatások, személyek, tőke szabad mozgása. „a belső piac egy olyan, belső határok nélküli térség, amelyben a Szerződések rendelkezéseivel összhangban biztosított az áruk, a személyek, a szolgáltatások és a tőke szabad mozgása” (Dr. Törzsök, 2015).

Az EU vámuniója azt jelenti, hogy valamennyi tagállam együttműködik az EU-ba importált termékek szabad áramlásának, valamint az emberek, az állatok és a környezet szempontjából vett biztonságosságának biztosítása érdekében.

A vámunió azt jelenti, hogy az érintett országok ugyanazokat a vámtarifákat alkalmazzák a világ többi részéről a területükre importált árukra, és nem alkalmaznak belső vámtarifákat. Az EU esetében ez azt jelenti, hogy az egyik tagállamból a másikba történő áruszállításkor nem kell vámot fizetni.

A vámpolitika az Európai Unió kizárólagos hatáskörébe tartozó néhány terület egyike. Az Európai Bizottság tesz javaslatot az uniós vámjogszabályokra, és biztosítja végrehajtásukat.

Az EU vámpolitikája jelenleg a következő területekre összpontosít:

- Annak biztosítása, hogy a tagállamok hatékony együttműködést folytassanak a vámunió belül
- A polgárok jobb biztonságát és védelmét célzó jogszabályokra és eljárásokra irányuló javaslattétel
- Az uniós országoknak történő segítségnyújtás a vámhatóságok számára esetlegesen hasznos információk cseréjében, valamint
- Annak biztosítása, hogy az áruk szabadon mozoghassanak az egyes tagállamok között az EU egységes piacán

Először a megbízott szállítványozó cég vámraktárába került az áru a következő lépésben a vámeljárást követően a kiszabott vám megfizetése ellenében kapjuk meg az árut. A vámeljáráshoz a szállítványozó felvette velünk a kapcsolatot e-mailen és egy Vámkezelési megbízást kellett kitöltenünk az érkező áruval kapcsolatban és egy Nyilatkozatot. Ezekkel a papírokkal együtt küldte el az A.TR-t és a Commercial Invoice számlát. (5.melléklet)

Az árut kísérő okmányok, amelyeket a szállítványozótól kaptunk.

Commercial invoice / Kereskedelmi számla

- A proforma számla alapján készül az eladó állítja ki
- Minden fontos információt tartalmaz az áru továbbítása és célba juttatása érdekében
- Vevő neve, címe, adószáma, bankszámla száma, az áru megnevezését, darabszáma, súlya, fizetés módja, szállítás módja...

A.TR / Szállítási bizonyítvány

- Az Európai gazdaság és Törökország közötti szállítási bizonyítvány

- Csak akkor használható, ha az árukat közvetlenül a vámunió két része között szállítják.
- Exportőr állítja ki
- Tartalmi követelmény:
 - Exportáló cég adatai, Importőr adatai
 - A külkereskedelmi ügyletben résztvevő termékek felsorolás
 - Az áru származási/indulási országa
 - Az áru érkezési/rendeltetési helye
 - Szállítás módja
 - Termék leírása és az összegzett súlya

Vámkezelési megbízás tartalma

- Megbízócég neve, címe, VPID száma, adószáma, bankszámlaszáma IBAN kóddal
- Megbízó ügyintézőjének az adatai a kapcsolattartás végett
- Külföldi feladó neve – Áru adatai:
 - Származási ország
 - Fuvarparitás
 - Külföldi fuvar költség és belföldi fuvar költség
 - Az áru értéke
 - Devizanem
 - Az áru/árak megnevezése
 - Bruttó és nettó súly
 - Vámtarifaszám
 – A kért vámkezelés:
 - Raktározás
 - Tárolási eljárás során a nem uniós áruk az Unió vámterületén tárolhatók anélkül, hogy az alábbiak hatálya alá tartoznának:
 - Behozatali vám
 - Egyéb terhek a hatályban lévő rendelkezések szerint
 - Kereskedelempolitikai intézkedések, ha azok nem tiltják az áru belépését az Unió vámterületére, továbbá kilépését.
 - Vámraktározás eljárás során a nem uniós áruk az erre az eljárásra vonatkozó engedélyezett raktárakban, helységekben vagy bármely egyéb helyen vámfelügyelet mellett tárolhatók.

- 'A vámraktárakat áruk vámraktározására használhatja bármely személy (közvámraktár) vagy a vámraktározás engedélyese (magánvámraktár)'.
- A vámeljárás jogosultjának feladatai, annak biztosítása, hogy az eljárásban résztvevő árukat ne vonják ki a vámfelügyelet alól, továbbá a vámraktározás következtében az áru tárolásából következő kötelezettségek teljesítéséből. o Külső és belső árutovábbítás:
- A külső árutovábbítás lehetővé teszi a nem uniós áruk az Unió vámterületén belül egy adott ponttól egy másik pontra való szállítását anélkül, hogy az alábbiak vonatkoznának rá:
 - Behozatali vám
 - Egyéb terhek a hatályban lévő rendelkezések szerint
 - Kereskedelempolitikai intézkedések, ha azok nem tiltják az áru beléptetését az Unió vámterületére, illetve kiléptetését.
- A belső árutovábbítás lehetővé teszi az uniós áruk az Unió vámterületének egyik pontjától egy másikra való elszállítását a vámterületen kívüli vagy országon keresztüli szállítását úgy, hogy az árunak a vámjogi státusza nem változik.
- Az árutovábbítás történhet:
- Garanciával
- Halasztott engedéllyel o Szabadforgalomba helyezés: Az uniós piacon forgalomba hozatalra vagy az Unió területén magán célú felhasználásra vagy fogyasztásra szánt termékeket szabad forgalomba kell helyezni. „A szabadforgalomba bocsátással a nem uniós áru uniós vámjogi státuszt szerez.” (Forrás: rendelet, 2013) A szabadforgalomba bocsátás a következőket foglalja magába:
 - A behozatali vám megfizetése

- Bizonyos esetekben egyéb terhek megfizetése, ahogy az ezt vonatkozó rendelkezések előírják
 - Az áruk behozatal esetében a megállapított egyéb alakiságok elvégzése
 - Tilalmak és korlátozások alkalmazása -> kereskedelem politikai intézkedések
 - A szabadforgalomba helyezés történhet:
 - Azonnali fizetéssel: határozatra vagy előkalkulációra
 - a vámkapu számlájára • Vámletéttel
 - Halasztott engedéllyel
 - Vám megfizetési kezességgel
- Kiviteli ellenőrzés

A vámkezelési megbízás kitöltése során derült fény számunkra, hogy nincsen VPID/EORI száma a cégünknek.

VPID/EORI szám:

- 12 karakter hosszú vámaazonosítószám
- Ez a szám szolgál mind a gazdálkodók, mind a magánszemélyek egyedi azonosítására minden a vámhatóság körébe tartozó eljárás során.
- A Nemzeti Adó és-Vámhivatal honlapján letölthető és kitöltendő dokumentum
- Mi szükséges hozzá:
 - Az VPID igénylő adatlap kitöltése
 - Cégbírósi végzés (30 napnál nem régebbi)
 - Belföldi bankszámla szerződés
 - Aláírási címpéldány
 - Képviselő esetén meghatalmazás

Szerencsére a szállítványozó cég ebben a felmerülő problémában is tudott gyorsan segíteni, így általuk megkaptuk a mi cégünk is a VPID/EORI számot. A dokumentumok kitöltése és visszaküldése után már csak az esetlegesen felmerülő

rosszul értelmezett adatok változtatására vártuk, amelyek a kitöltés során keletkeztek. (pl: egy későbbi ügylet során ugyan ez a nyilatkozatot részletesebben kellett kitöltenünk). Majd a hibák kijavítása után már csak a Vámhatóság által kiállított határozatra vártunk. Előzetes felmérésünk alapján tudtuk, hogy a behozott termékekre vám kiszabására nem kerül sor csak az áfa megfizetésre. Jelen esetben mivel Törökország az exportáló ország és az EU-ba exportálunk így az 1998. évi Szabadkereskedelmi Törvény a vámösszeg 0Ft, ilyenkor a vámérték + közösségen belüli fuvar költség összegéből számolják ki az adott ország áfakulcsával a fizetendő áfát.

Határozat tartalma

- A nemzeti adó és vámhivatal állítja ki ezt a dokumentumot
- Tartalmazza az importőr VPID/EORI számát és adószámát, illetve a meghatalmazott képviselő cég VPID/EORI számát és adó azonosító jelét.
- Az exportőr címe is szerepel a határozatban.
- Ezenkívül a szállítási feltételek tehát a mi esetünkben EXW Üzemből Isztambul Közösségen kívül
- A rendeltetési ország: Magyarország
- Fuvarozási mód
- A számla értéke: USD 1278
- Az áru/árúk össz bruttó súlya (kg): 1485
- A könyvelés dátuma és a fizetési határidő: a mi esetünkben a határozat közlését követő naptól számított 10. nap

A vámérték kiszámítása

Az áru pénzben kifejezett értéke, az érték-vámok alapja, és egyes nem közösségi adók (áfa) alapjának összetevője. (Forrás: iskolai jegyzet, 2019). A vámérték kiszámításának módszerei:

- **Az ügyleti értékből**, elsődlegesen az ügyleti értékből számítják ki a vámértéket azonban, ha ez nem lehetséges akkor alkalmazzák a többi

módszert a meghatározott sorrendben addig ameddig ki nem számolható a vámérték. Az Unió vámterületére behozott áruért ténylegesen fizetett vagy fizetendő ár. „Az ügyleti érték a vevő részéről az eladónak közvetlenül vagy közvetve teljesített minden kifizetését magában foglalja.” (Forrás: iskolai jegyzet, 2019)

- **Azonos áru ügyleti értékéből**, olyan azonos áru melynek a vámértékét az ügyleti értékéből számították ki és közel azonos időpontban importáltak, fizikai tulajdonságai megegyeznek az azonos áruval és a származási helyük is megegyezik azonban kisebb eltérések lehetnek például az importált mennyiségben.
- **Hasonló áru ügyleti értékéből**, olyan hasonló áru melynek a vámértékét az ügyleti értékéből számították ki és közel azonos időpontban importáltak, az exportőr ország azonos a hasonló áruéval azonban nem mindenben ugyanolyan, mint a vámkezelni kívánt áru viszont kereskedelmileg felcserélhető. Ebben az esetben is az eltérések, mint például a mennyiségbeli eltérések megengedettek.
- **Azonos/hasonló áruk egységárán meghatározott értékéből**, a Közösségben az eladótól független személy részére a legnagyobb össz mennyiségben értékesített, a vámkezelni kívánt áruval azonos/hasonló áruk meghatározott módszerek szerint számított egységára. Tehát a már a közösségben szabad forgalomba hozott azonos/hasonló áruk egységárából számítják. (Forrás: iskolai jegyzet, 2019)
- **Számított értékéből**, az előállító országban felmerült összes költségből számított érték. A felhasznált anyag költségek, a gyártás során felmerült költségek és egyéb költségek például gép meghibásodás, általános költségek például rezsi, emberek bére, haszonkulcs összege, szállítási, biztosítási, anyagmozgatási költségek stb.
- „Szabad módszer”, Valamennyi ésszerű eszköz felhasználásával, összhangban a GATT VII. cikkének, a GATT Vámérték Egyezménynek és az Uniós Vámkódexnek a vámértékre vonatkozó általános irányelveivel. A „szabadság” abból áll, hogy pl. az értékelési módszerek sorrendisége

felcserélhető, az azonos, hasonló áruknál a „közel azonos” idő meghosszabbítható.” (Forrás: iskolai jegyzet, 2019)

Szükség esetén kiigazítandó a vámértéket növelő, illetve csökkentő tényezőkkel!

A vámértéket növelő tényezők – a vámérték elemei

Az áruért ténylegesen fizetett vagy fizetendő árat ki kell egészíteni az alábbi tényezőkkel, amennyiben azok az értékelendő árura vonatkoznak, de nem szerepelnek a fizetett vagy fizetendő árban (Forrás: iskolai jegyzet, 2019):

- Vámszempontról az áruval egy tekintet alá eső tárolóeszközök értéke
- Csomagolás költsége, hozzászámítva a munkaköltségét és anyagköltségét
- Licenciadíjak és jogdíjak, ha azokat az áru eladásának követelményeként a vevőnek kötelessége megfizetni
- Későbbi értékesítésből az eladóhoz visszakerülő összeg
- Az áruk és szolgáltatások értéke, ha azokat a vevő biztosítja az eladó/gyártó számára, például:
 - Beépítésre került anyagok, alkatrészek és hasonló felhasznált áruk
 - Az előállításban használt szerszámok, öntőformák, présminták és hasonló felhasznált termékek
 - Az Unió vámhatáráig felmerülő szállítási, biztosítási, rakodási és anyagmozgatási költségek

Nem növelhető a vámérték egyéb tényezőkkel. A vámérték kiigazítása csak is objektív és számszerűsíthető adatok alapján számolható ki.

A vámértéket csökkentő tényezők – be nem számítandó elemek

- Az Unió vámhatárán belüli fuvar költség
- A behozott áru szerelése, javítása, létesítése, karbantartása, és egyéb technikai segítségnyújtás értéke a közösség vámterületén

- A vevőt terhelő kamat, amely a behozott áru finanszírozása érdekében keletkezett
- A behozott áru sokszorosításával kapcsolatos jogokért fizetett díjak, újraelőállítás
- Behozatali vámok és az Unióban fizetendő egyéb terhek
- A behozott áruk forgalmazási vagy viszonteladási jogáért fizetett díjak, ha azok megfizetése az eladásnak nem feltétele
- Vételi jutalék

A határozatban szereplő tételsori adatok a vámérték kiszámításához:

- Az áru/árúk megnevezése és a hozzá tartozó vámtarifaszám
- Preferencia kód
- Az áru nettó tömege (kg)
- Vámérték: 498.061Ft
- Vámértéket növelő tényező: 91.044Ft
- Egységár (euró)
- Származási ország (kód)
- Átváltási árfolyam (euró)
- MNB árfolyam (forint)
- Az áfa alapja: 579.651Ft
- Közösségi fuvar költség: 81.590Ft

Ezek alapján ahogy a csatolt mellékletben is látszik a fizetendő vám 498.061Ft * 0% = 0Ft, a fizetendő áfa pedig vámérték + közösségen belüli fuvar költség tehát 498.061Ft + 81.590Ft = 579.651Ft az áfa alapja ezért 579.651Ft * 27% ≈ 0,27 = 156.506Ft a fizetendő áfánk.

A határozat megküldése után a kiszámított összeget át kellett utalni az illetékes hatóságoknak, amely a mi esetünkben mindig több napot vett igénybe és csak ez után bocsátották szabad forgalomba a behozott árunkat, tehát ez után szállíthatta le nekünk a cég a rendelt árut. Azonban a korlátozások miatt a megbízott

szállítványozó cégnek nem volt kapacitása időben kiszállítani az árut a telephelyéről (Szigetszentmiklós – Gyömrő útvonalon) időben. Így hát arra kényszerültünk, hogy a saját céges szállítójárművünket küldjük el az áruért hiszen nekünk az is veszteség, ha csak áll egy raktárban a már kifizetett rakomány. Szerencsére nekünk éppen volt szabadkapacitásban egy furgonunk, amivel elmentünk az áruért. Innen kezdődött a legnehezebb rész, mégpedig az értékesítése egy teljesen új és ismeretlen terméknek a magyar piacon.

2.6. Belföldi engedélyeztetés

A vegyi anyagok rendkívül ártalmasak lehetnek nem csak az emberi, de állati, növényi szervezetekre ezért annak érdekében, hogy az egészséget és környezetünket védjük ezen anyagok belső piaci árumozgását egységes uniós szabályzat kezeli. Természetesen nem csak az unióban fordulnak elő feldolgozott és feldolgozatlan kémiai és vegyi anyagok ezért egyes nemzetközi szervezetek világméretben is megalkották a szabályozásukra vonatkozó nemzetközi szabályokat.

„A vegyi anyagok belső piaci jelenlétének és szabad mozgásának alapszabályát a REACH rendelet fogalmazza meg, amely a 'no data, no market' elvből kiindulva rögzíti: a Közösségben nem gyárthatók és nem hozhatók forgalomba önmagukban, készítményekben vagy árucikkekben előforduló anyagok, kivéve, ha ezeket regisztrálták, amennyiben ez az előírás.” (Forrás: Dr. Törzsök, 2015) A szabályok megakadályozzák, előírják, hogy a belső piacon jelenlévő importból érkező vegyi anyagok kötelező nyilvántartását, esetenként engedélyezésüket, más esetekben forgalmazásuk tilalmát, valamint azzal, hogy a fogyasztókat/felhasználókat figyelmeztetik az egyes anyagok veszélyeire.

2.6.1. Biocid termékek szabad mozgása a belső piacon, engedélyeztetés

Azokat a termékeket nevezzük biocid terméknek, amelyek a bennünk lévő hatóanyagok révén megvédik az embereket, állatokat és anyagokat a különböző baktériumoktól, kártevőktől, amelyek ártalmasak lennének a szervezetre. „Mindazok a kezelt árucikkek, amelyek elsődleges biocid funkcióval rendelkeznek, a biocid termék fogalma alá tartoznak”. (Dr. Törzsök, 2015) A biocid termék fogalma: *„bármely olyan, egy vagy több hatóanyagból álló, egy vagy több hatóanyagot tartalmazó vagy egy vagy több hatóanyagot keletkeztető anyag vagy keverék a felhasználóhoz jutó kiszerelésben, amelynek rendeltetése, hogy károsító szervezeteket a tisztán fizikai vagy mechanikai ráhatáson kívüli bármely módon elpusztítson, elriasszon, ártalmatlanná tegyen, hatásuk kifejtésében megakadályozzon vagy azokkal szemben más gátló hatást fejtessen ki.”* (rendelet 3.cikk) Ezen termékek szabad mozgását a belső piacon tehát az Európai Gazdasági Térség területén a kezdetekben egy fennálló irányelv szabályozta azonban 2013 szeptemberétől már az (528/2012/EU) BPR rendelet szabályozza. Ennek a létrejöttével sikeresen összehangolja a belső piacon mozgó termékeket, az egységes szabályozásnak köszönhetően leegyszerűsíti mind a hatóanyagok jóváhagyását, mind ezen termékek engedélyezését, ellenben ezekre az engedélyeztetésekre a tagállamoknak határidőt szab. „2015. szeptember 1. után az érintett anyagokból álló, azokat tartalmazó vagy keletkeztető biocid termékek nem hozhatók forgalomba az egységes piacon, ha az anyag vagy termék szállítója nem szerepel a jóváhagyott szállítók listáján (Article 95 List of active substances and suppliers, Practical guide on biocidal products regulation)” (Dr. Törzsök, 2015), amely az ECHA oldalán elérhető.

„A belső piacon csak engedélyezett biocid termékek hozhatók forgalomba, a területi hatályukra vonatkozó engedélyek szerint.” (Forrás: Dr. Törzsök, 2015) Az engedélyezés két szinten is megvalósul egyrészt a hatóanyagoknál, másrészt a felhasznált hatóanyaggal készült termékeknél. A biocid termékeket többféleképpen lehet engedélyeztetni, ezek függenek az értékesítési területtől és a hatóanyag koncentráltóságától egyaránt.

- Tagállami szintű engedélyezés, és az engedélyek kölcsönös elismerése, ezt legtöbb esetben akkor használják amikor a forgalmazó csak a saját országában kívánja értékesíteni az adott terméket, ebből kifolyólag az engedélykérelmet is ott nyújtják be.
- Uniós szintű engedélyeztetés, ez az engedély az Unió egész területén érvényes, egy termékre vagy akár egy egész termékcsaládra adható az engedély legfeljebb 10 évre. Ez iránti kérelmet az Európai Vegyianyag-ügynökséghez kell benyújtani.
- Egyszerűsített engedélyezési eljárás, erre akkor van lehetőség, ha az engedélyezni kívánt termék kevéssé ártalmas koncentrátumban tartalmaz biocid hatóanyagot, viszont kellően hatékony és védőfelszerelés nélkül is alkalmazható.

Forrás: Dr. Törzsök, 2015

Ezzel a témával ezért érdemes foglalkozni, mert az eredeti megrendelésünk Biotol kézfertőtlenítógél behozatalára irányult, és mivel ez a termék biocid hatóanyagot tartalmaz és az Európai Unión belül még nem hozták forgalomba ezért mint első forgalomba hozó szükséges volt elindítanunk az engedélyeztetési eljárást a magyar hatóságoknak. Ezért Édesapám felkereste a magyar illetékes hatóságokat tehát a NÉBIH-et, hogy hogyan is kezdjünk hozzá az engedélyeztetéshez. Következő lépésként, mivel a NÉBIH laborjai leterheltek voltak a koronavírus járvány következtében ezért ajánlottak egy magán labort, ahol bevizsgálták a termékmintaként behozott kézfertőtlenítógéleket. Az alapvizsgálatok szerint a terméket bevizsgálták gombaölő, penészgombaölő és baktériumölő hatásra. Az alapvizsgálatokat követően a NÉBIH az allergiás reakciók vizsgálatához 10 önkéntes vállalkozót kért, hogy milyen allergiás reakciót vált ki az emberi bőrön a termék. Sajnos a járványhelyzet súlyosbodása miatt és a korlátozó intézkedések bevezetése végett nem lehetett a vizsgálatot lefolytatni. A kézfertőtlenítő termékre ideiglenes engedélyt kaptunk a hatóságoktól a forgalmazásra. A járványhelyzet másik hatásaként minden kézfertőtlenítő terméket még szigorúbban be kellett vizsgáltatni virucidölő hatás vonatkozásában. Ez a vizsgálat jelentős költségekkel

járt volna a megnövekedett kereslet által így a mi esetünkben a virucid vizsgálatot egyelőre mellőztük.

A BRP rendelet a biocid termékek címkézését is meghatározza, amelyről a fogalmazó kereskedőnek kell gondoskodnia. A CLP rendelet, amely a REACH rendeletet követte 2009-ben, meghatározza a veszélyes anyagok osztályozását, címkézését és csomagolását. „Valamennyi címkézést igénylő és csomagolásban elhelyezett vegyi anyagot vagy keveréket a gyártónak, az importőrnek, a tovább felhasználónak vagy a forgalmazónak kell ellátnia a szabványosított rendszer szerinti címkével, még a forgalmazást megelőzően.” (3.ábra) (Forrás: Dr. Törzsök, 2015)

3. ÁBRA: Veszélyes anyagok új címkéi

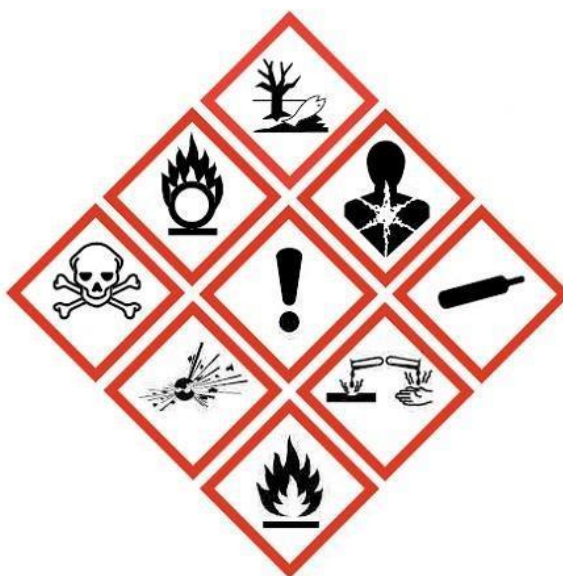
Forrás: Tűz és munkavédelem, 2019

A termékben használt vegyi anyag vagy keverék osztályozása határozza meg azokat a veszélyt jelző piktogramokat, amelyek a címkén feltüntetendők. Az ábrán látható

piktogramok jelentése: veszélyes a vízi környezetre, emberre ártalmas,

nyomás alatt álló gázok, maró hatású anyagok,

tűzveszélyes anyagok, robbanóanyagok, mérgek, tűzveszélyes anyagok, irritáló anyagok.



Az import termékek címkézésével kapcsolatban érdeklődtünk több import tevékenységet folytató a piacon lévő ismerős vállalkozóval is, valamint felvettük a kapcsolatot a NÉBIH illetékes személyel, aki segített a kézfertőtlenítógél megfelelő címkézésének elkészítésében. Pontosabban, hogy az eddigi vizsgálatok

alapján a termék kézfertőtlenítő néven nem hozható forgalomba csak kéztisztítógélként.

Sajnos a török hatóságok intézkedéseinek hatására a termék, mint már említettem nem hagyhatta el Törökország területét ezért a választott folyékony szappan hatósági engedélyezésének is utánanéztünk. A NÉBIH segítségével tudtuk meg, hogy a forgalmazáshoz szükséges lesz egy felelős személyre vagy vállalatra az EU-n belül. A folyékony szappan Európai Unión belüli forgalmazásának érdekében meg kellett adni egy felelős személyt vagy céget elérhetőségével együtt. Ismételten felvettük a török céggel a kapcsolatot, aki megnyugtatót minket, hogy már van egy lengyelországi kozmetikai cég, aki elvégezte az Unió szabályok szerinti vizsgálatokat és elvállalta a termék felett az Unió felelősségét. Erről kértünk és kaptunk egy írásos igazolást, valamint a termék biztonsági adatlapját. Ezek birtokában a fentemlített szakember segítségével elkészült a folyékony szappan magyar felirata és forgalomba hoztuk.

2.6.2. Környezetvédelmi termékdíj

A környezetvédelmi termékdíjat azért vezették be mert az egyes termékek a funkciójuk betöltése után, hulladékként szennyeznek vagy terhelik a környezetet. Ennek érdekében 2011-ben létrejött a 343/2011. Kormányrendelet a környezetvédelmi termékdíjról. A termékdíjas szabályozás célja, hogy a szennyező anyagokat csökkentsük, és elősegítse a természeti erőforrások takarékoságának használatát, és a hulladékgazdálkodási célkitűzések megvalósítását segítse elő. Pénzügyi forrást biztosít az államnak a keletkezett termékdíj köteles hulladék által okozott környezeti hatások megelőzésére és mérséklésére.

E veszélyek miatt a termék első belföldi forgalomba hozója, saját célú felhasználója vagy készletre vevője köteles a termék tömegére megállapított díjat fizetni. A következő termékek után kell termékdíjat fizetni:

- **Akkumulátor:** Ide tartoznak az elektromos akkumulátorok és a hozzájuk tartozó elválasztó elemek (a meghatározás szerint).

- **Csomagolószer:**
 - **Csomagolóeszköz** az csomagolásra alkalmas eszköz (ideiglenes védőburkolat) amely megvédi a benne lévő termékeket a környezeti külső hatásoktól, továbbá a raklap. Csomagolóeszköznek minősül például a hullámkarton doboz, PET palack, műanyag bevásárló reklám táska, stb.
 - **Csomagolóanyag** azoknak az anyagoknak a gyűjtő fogalma amelyből előállítják a csomagoló eszközöket. Csomagolóanyag például a hullámkarton lemez, csomagolópapír, síkfólia, stb.
 - **Csomagolási segédanyag** a csomagolás kiegészítő vagy járulékos részeként felhasználható elemek, valamint kellékek, így különösen címke. Csomagolási segédanyag például a címke, a kupak, dugó, pántoló szalag, stb.
- **Egyéb kőolaj termék:** Ide tartoznak például a motorolaj, több féle kenőolaj, kenőolaj, fékolaj, kenőanyagok, de ezekről a törvény pontosabban rendelkezik a megadott vámtarifaszám alá tartozó termékekről.
- **Elektromos, elektronikai berendezés:** e-hulladék irányelv azaz az elektromos és elektronikus berendezések hulladékairól szóló 2012/19/EU Irányelv, WEEE. Az irányelv III. melléklete szerinti besorolásokat kell alkalmazni az elektromos és elektronikai berendezésekre.
- **Gumiabroncs:** nem határozzák meg pontosan a gumiabroncs fogalmát azonban megállapítható, hogy a termékdíj köteles termék mint magában mint a jármű alkotórészeként és tartozéka ként díjkötelesnek tekinthető.
- **Reklámhordozó papír:** Ide tartoznak az újságok, térképek, rajzok, fotók, üdvözlő kártya, névkártya, katalógus, prospektus egyéb szöveges kiadványok.

- **Egyéb műanyag termékek:** Ide tartoznak a 6702 10 10 vámtarifaszám alá tartozó műanyagból készült virágot, fa, levél- és gyümölcsutánzatot és ezek részeit, valamint az ezekből készült árukat kell érteni.
- **Egyéb vegyipari termékek:** Vámtarifaszám alapján határozzák meg, például szappan, mosókészítmények, tisztító készítmények, súrolókrémek és porok, hajápoló szerek, borotválkozáshoz használt termékek.
- **Irodai papír:** Ide tartoznak a vámtarifaszám alapján meghatározott termékek például a nyomtató és fénymásoló papírok, iratrendezők, dossziék, levélrendező, irattartó mappa.

(Forrás: Kormányrendelet,2011)

Mivel 2011-ben bevezették a fent említett termékekre a termékdíj bejelentés és megfizetési kötelezettséget ezért szükséges volt felvenni a kapcsolatot egy olyan személlyel vagy vállalkozással, aki ezen a területen dolgozik. A szállítmányozócég segítségével felvettük a kapcsolatot egy illetékes személlyel, aki először regisztrálta magát, mint a cégünkkel kapcsolatos termékdíj bevallásával kapcsolatos ügyintéző. Az importszámla alapján és a megadott plusz információk (raklap mennyiség, karton súly, flakon súly stb.) alapján kiszámította és bevallotta a behozott folyékony szappanra a termékdíjat, amelyet negyedévente kell bevallani a Nemzeti Adó és Vámhivatalnak. Ezzel ezen kötelezettségünknek is eleget tettünk.

3. ÉRTÉKESÍTÉS

3.1. Marketing stratégia

A marketing olyan üzleti tevékenység, amelynek nincs egységes definíciója. Megfogalmazásában legelterjedtebb csoportosítása, hogy mennyire értelmezzük tágan, illetve specifikáltan.

“Tágabb értelemben a marketing egy olyan üzleti tevékenység, ami a vevők igényeinek kielégítése érdekében elemzi a piacot, meghatározza az eladni kívánt termékeket, megismerteti a fogyasztókkal, kialakítja az árakat, megszervezi az értékesítést és befolyásolja a vásárlókat.” (Forrás: Marketing21, 2019)

Ezen definíció alapján tehát szinte minden, amit egy vállalkozás a munkája során végez. Így a piac megfigyelése, értékesíteni kívánt termékek skálájának kialakítása, ezen termékek árának kialakítása, reklámozás, az értékesítési folyamattal kapcsolatos tevékenységek, vásárlók különböző csatornákon való megkeresése és befolyásolása.

Szűkebb értelemben a marketing ez eszközrendszer, melyet azért alkalmazunk, hogy a végső profittervét teljesíteni tudja az adott vállalkozás az összes elérhető marketing eszköz segítségével.

Tehát szűkebb értelemben a marketing egy vállalati eszközrendszer, tágabb értelemben pedig egy szemlélet mód, amely a vevőt helyezi a központi szerepbe.

Ha jól átgondoljuk tulajdonképpen a marketing, mint szemlélet például saját magunk elfogadtatásához és megismertetéséhez is fontos eszköz.

Ha egy vállalkozás marketing tevékenységéről beszélünk a következőket szükséges átgondolni:

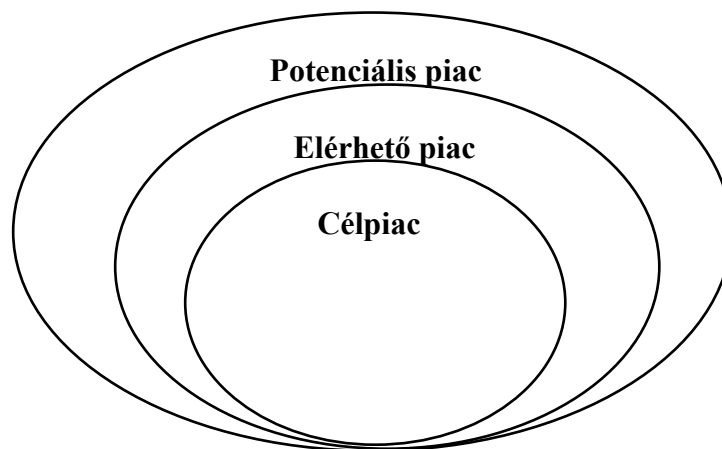
- Hol és hogyan szeretne a cég új vásárlókat elérni?
- Hogyan tudja a régi vásárlókat megtartani?
- Milyen termékeket kíván értékesíteni?
- Milyen a cég piaci környezete?

- Hogyan sikerül az üzleti tevékenység során a legmagasabb profitot elérni?
- Stb.

3.2.1 A marketing stratégiai elemei a vállalatok szemszögéből

1. A fogyasztó szükségletének meghatározása

Mivel a fogyasztóknak különböző igényeik vannak, ezért fontos, hogy a termékünkhöz meghatározzuk a cél közönséget és felosszuk a piacot különböző részekre ezt piaci szegmentációnak nevezzük.



Forrás: saját szerkesztés, Magdáné Németh (2016) alapján

2. A versenyezhet és a versenytársakkal szembeni kapcsolat

A pozícionálás során meg kell határozni, hogy hol helyezkedik el a termékünk a versenytársak piacán. Ahogy már a fentiekben említettem több olyan céggel van kereskedelmi kapcsolatunk, aki kifejezetten a törökországi importra van specializálva. Ezek ellenére nekünk sikerült egy olyan terméket találni, ami felveszi a versenyt nem csak az import termékekkel, de már a magyarpiacon lévőkkel egyaránt.

A vállalkozások különböző piacistratégiával rendelkeznek ezek lehetnek például:

- Piacvezető: az adott piacon legnagyobb a részesedése, általában diktálja az árakat, jelenleg versenyelőnyben van a többi vállalkozással szemben.

- Piackihívó: felfutó, de nem vezető pozícióban lévő vállalkozás, a piaci részesedésének növelésére törekszik.
- Piackövető: a meglévő piaci részesedésének, piaci pozíciójának megtartására törekszik.
- Meghúzódo cégek: általában olyan szegmensre specializálódnak, amely a kedvezőbb versenypozícióban lévő vállalkozás számára nem kielégítő.

3. Fogyasztók kiszolgálása

Marketingmixnek nevezzük a vállalkozás marketingtevékenységének meghatározását.

„A marketingmix, amelyet a szakirodalomban 4P (Product, Place, Price, Promotion)ként neveznek négy olyan kifejezést jelent, amelyek a marketingtevékenység során egymáshoz kapcsolódva, együttesen érvényesülnek. Bármelyik elhagyásával csorbul a vállalkozás fogyasztóorientált szemlélete.” (Forrás: Magdáné Németh, 2016)

3.2.2. Az ár kialakítása/ár stratégia

Az ár a termék (szolgáltatás) pénzben kifejezett ellenértéke, az a pénzmennyiség, amennyiért adott áru megvehető, eladható. (Forrás: Magdáné Németh, 2016) Az ár meghatározása során a cégek eldöntik azokat a céljaikat, amiket ezzel a termékkel szeretnének nyerni, például:

- A profit nagysága mennyi legyen az adott terméken
- A piacon hol helyezkedjen el a termék a többi hasonló termékhez képest

Az ár kialakítása során van, azaz ár, ami a termék alsó határa tehát azaz ár, ami az önköltséget fedezi viszont profit nincsen rajta, és van a termék felső határa, amelyet a fogyasztó hajlandó megfizetni az adott termékért. A versenytársakhoz igazodó ár

képzés során a vállalkozás a konkurencia által kialakított árakat veszi alapul.
(forrás: Magdáné Németh, 2016)

A fedezeti pont az a pont, ahol a termék összköltségét fedezik a bevételek ekkor nem termelünk profitot és veszteséget sem. A fedezeti pont meghatározása:

Fedezeti pont meghatározása= $\text{Állandó (fix) költség} / \text{Eladási ár} - \text{Átlagos változó költség}$

- Állandó fix költségek: munkavállalók bére, rezsi díjak (villany, víz, gáz), bérleti díj, törlesztő részlet, hitel kamatok stb.
- Átlagos változó költség: mozgatási költség, tárolási költség, anyagköltség, szállítási költségek stb.

A végső ár kialakításához még figyelembe lehet venni a következőket:

- Különbséget vehetnek a vevők között például: diák->diák kedvezmény, nyugdíjas-> kedvezmény
- Árengedményeket lehet adni például a törzs vásárlóknak vagy mennyiségi vásárlás esetén
- Promóciós ár képzés során a piaci részesedés növelése, azaz alkalomhoz kapcsolódó engedmények

„A végső árak kialakításakor a fenti szempontokon túl figyelembe kell venni azokat a jogszabályokat is, amelyek a fogyasztói ár tartalmával, a fogyasztók védelmével, a tisztességtelen versennyel kapcsolatban hatályban vannak.

Az árak jogi szabályozásához kapcsolódó törvények:

- 1990. évi LXXXVII. törvény az árak megállapításáról;
- 1999. LXXVIII. törvény a fogyasztási adóról és a fogyasztói árkiegészítésről;
- 1997. CIII. törvény a jövedéki adóról és a jövedéki termékek forgalmazásának különös szabályairól;
- 2007. évi CXXVII. törvény az általános forgalmi adóról (módosítva)

2009. július 1-jétől);

- 1997. évi CLV. törvény a fogyasztóvédelemről;
- 1996. évi LVII. törvény a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról;”
- Forrás: (Magdáné Németh,2016)

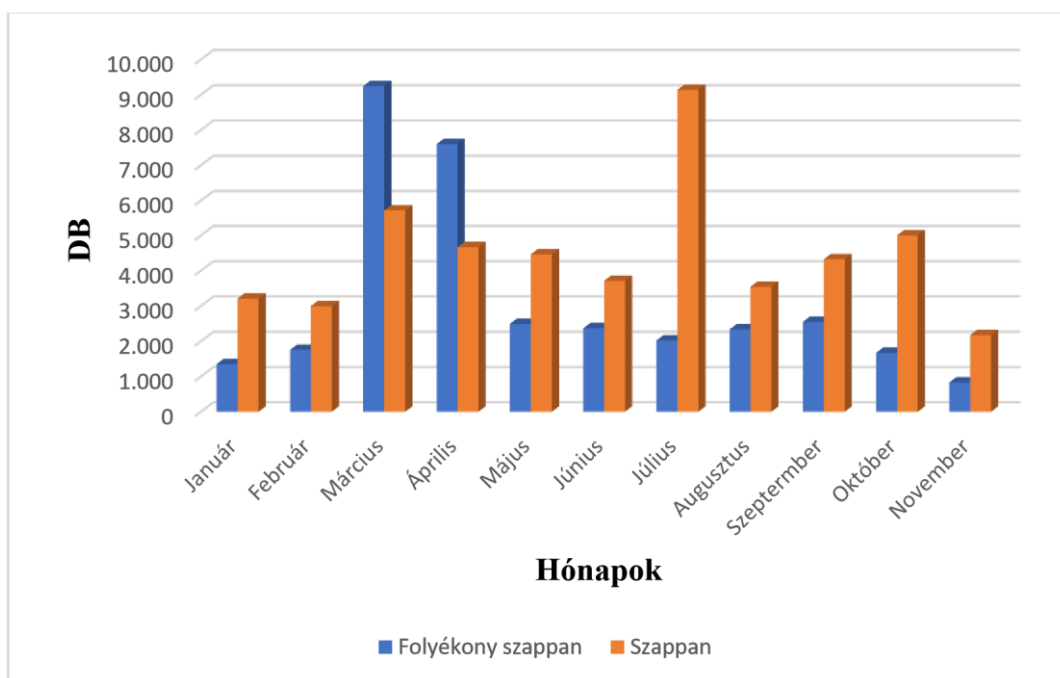
A kereskedelmi tevékenység következő nagy állomása következett, a magyarországi piacra történő bevezetés és a termék elhelyezése a piacon. Az árstratégia kidolgozásához a szükséges költségek nagyságáról a külkereskedelmi tevékenység során a tényleges adatok felhasználásával számoltuk ki az egy termékre jutó közvetlen költséget. Ezen fontos információk ismeretében meghatározhattuk a terméknek a piacon való elhelyezkedési helyét a többi hasonló termékhez képest. A tapasztalatok alapján nagy általánosságban elmondható, hogy egy új termék bevezetésénél az ár a meghatározó tényező. Ezen indok alapján igyekeztünk a termék árát úgy kialakítani, hogy mégis kelendővé váljon a piacon. A többféle értékesítési csatornánkból kifolyólag több árral dolgoztunk eddig is így az új termékre is kikelltt alakítani a kiszállított árat, a kiszállított mennyiségi árat, a telephelyi árat, a mennyiségi telepi árat, és kifejezetten a hasonló nagy kereskedelmi tevékenységet folytató piaci partnereink részére az árat (raklapos mennyiségi ár).

A cégen belül a marketingtevékenységet döntő részben nővérem által valósul meg hiszen ő a Budapesti Gazdasági Egyetem Kereskedelem Marketing szakán végezte tanulmányait. A havonta megjelenő újságunkban első oldalán szerepet, figyelem felkeltő nagy méretben felkeltve a partnereink érdeklődését. Az üzletkötőink részére is biztosítottunk promóciós terméket, hogy a partnerek megkeresése során személyesen is megtudják mutatni az új terméket és vásárlásra ösztönözzék őket. A közösségi média lehetőségeit kihasználva a cég facebook oldalán meghirdettük a terméket és a weblapunkon is megjelentünk vele. Édesapám kapcsolatait kihasználva több nagykereskedővel felvette a kapcsolatot és bizományos értékesítés formájában kihelyezett a termékből, hogy rajtuk keresztül is szélesebb körben ismertebbé váljon a termék. Úgy látom, hogy az árstratégiánk és marketing tevékenységünk hatására a behozott termék a vártál rövidebb idő alatt

elfogyott és meghozta az elvárt eredményt. Ebből kifolyólag ismét az új termék behozatalon kezdtünk el gondolkozni.

4. ábra

A folyékony szappan és a szappan fogyasztásának összehasonlítása 2020 (db/hó)

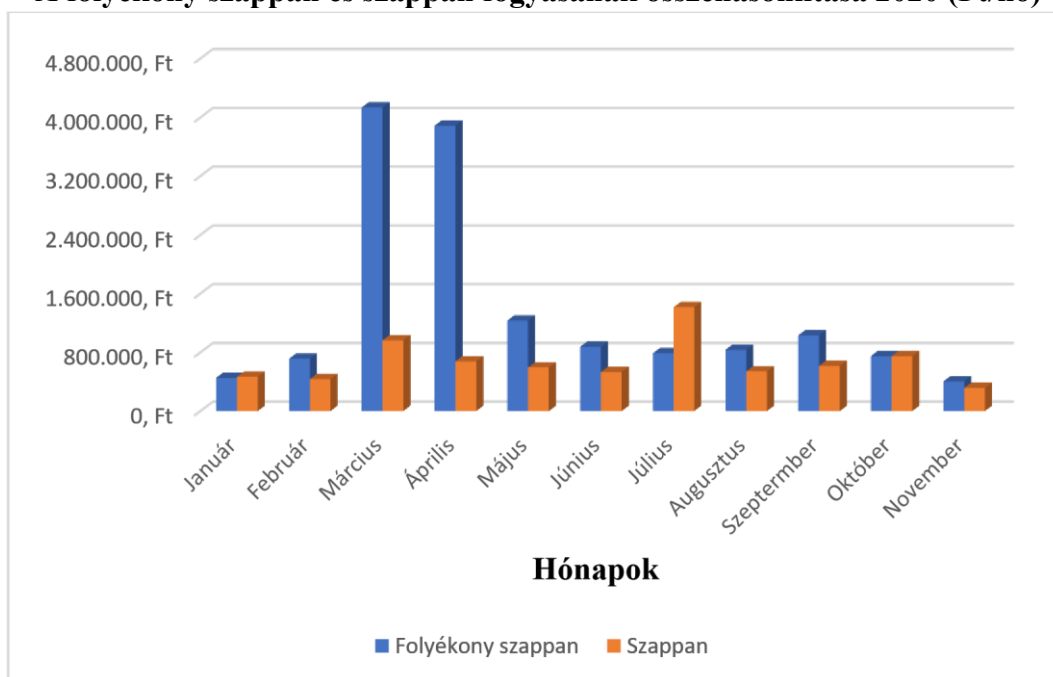


Forrás: saját szerkesztés

Az 4-es diagramm mutatja meg a folyékony szappanok és a szappanok fogyasztásának alakulását darabban 2020 januárjától 2020 novemberig. Ahogy az ábrán is látszik az év eleji értékesítés sokkal alacsonyabb volt, mint a további ez annak is köszönhető, hogy január-február környékén nem szoktak vásárolni nagyobb mennyiségeket tőlünk a kisboltok. A koronavírus megjelenése hazánkban is nagyobb vásárlási lázzal párosult nem csak a kézfertőtlenítők és fertőtlenítő szerek iránt, de a szappanok és folyékony szappanok iránt egyaránt. Ennek is köszönhető ezen termékek kimagasló értékesített mennyisége. Ahogy a diagrammon is jól látszik általánosságban a szappanokból értékesítettünk többet, mint folyékony szappanból. Ez azért is lehet mivel egy szappan ára sokkal kedvezőbb, mint egy folyékony szappan ára. Ebből kifolyólag egyszerre folyékony szappanból kevesebbet vásárolnak, mint szappanból.

5. ábra

A folyékony szappan és szappan fogyasztásának összehasonlítása 2020 (Ft/hó)

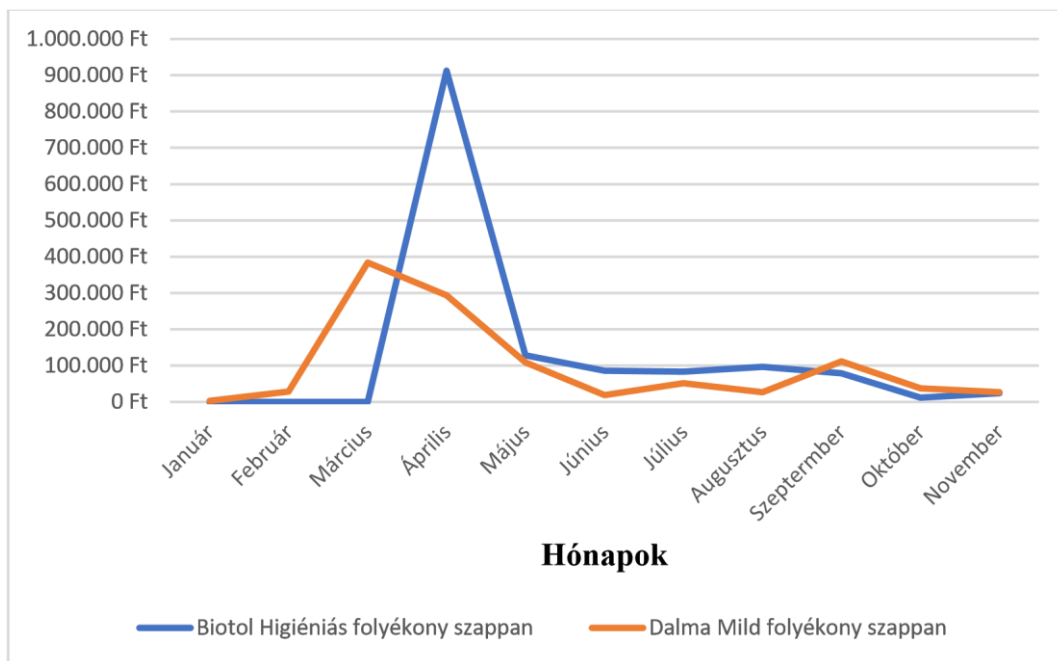


Forrás: saját szerkesztés

Az 5-ös diagramm mutatja meg a folyékony szappanok és szappanok fogyasztásának alakulását 2020 januárjától 2020 novemberéig értékben kifejezve. Ahogy már a 4-es diagrammnál említettem a koronavírus hatását ezen termékek értékesítésére úgy itt is megfigyelhető ez a hatás értékben kifejezve egyaránt. Nagyon fontos észrevenni a két táblázat között, hogy ezen termékek értékesítése során értékben a folyékony szappanok lefölözik a szappanokat, habár mégis szappanból az értékesített mennyiség meghaladja a folyékony szappanokét.

6. ábra

A Biotol folyékony szappan és a Dalma mild folyékony szappan fogyasztásának összehasonlítása 2020 (Ft/hó)



Forrás: saját szerkesztés

Az 6-os diagramm megmutatja a Biotol folyékony szappan 500ml és a Dalma Mild antibakteriális folyékony szappan 500ml értékesítésének alakulását 2020 januárjától 2020 novemberéig forintban kifejezve. Azért ezzel a termékkel kívántam összehasonlítani a behozott termékünket mivel mind hatásban mind kiserelésben közel azonos az importált termékünkhöz. Ahogy megfigyelhető a diagrammon is a termékek fogyása közel azonos nagyságú. Tehát már a hazai piacon régebben bevezetett hasonló termékkel egyforma nagyságú fogyást mutat értékben kifejezve.

KRITIKUS PONTOK

Az első külkereskedelmi ügyletünk lebonyolítása után szükségesnek tartottuk összegezni a felmerülő kritikus pontok elemzését.

- A. Nagyon fontos volt és a továbbiakban is kellő figyelmet kell fordítanunk az új megfelelő termék kiválasztására. A termékeket a piacnak is el kell fogadni, minőségben, árban, megjelenésében. Úgy érezzük, hogy a beérkezett Biotol folyékonyszappan megfelel a főbb követelményeknek, a piac is elismerte, azonban egy teljesen új márka elfogadtatása kereskedői partnereink és a vásárlók részéről nagyon sok és szívós munkát igényel. Nehezen változtatnak vásárlói szokásaikon az emberek és jelentősen befolyásolja őket a tv-ben szereplő reklámok. Ez a tézis itt is bizonyított, hiszen, amit nem látunk reklámozni szinte nem is létezik. Elgondolkoztunk azon, hogy a továbbiakban is új termékcsalád importjával kívánunk-e foglalkozni vagy maradunk az eddig bevezetett nagy és ismert márkák forgalmazásánál (Ariel, Palmolive...stb.)
- B. A kereskedelmi ügylet következő kritikus eleme a szállítás távolsága, hiszen az elgondolástól és a megrendeléstől a tényleges kereskedésig tartó idő hosszát a fuvarozás gyorsasága határozza meg. Nagyon fontos, hogy a már megrendelt és kifizetett terméket mielőbb forgalomba juttassuk, hiszen addig csak áll a pénzünk, nem termeli meg befektetett tőkénk a hasznot. Fontos, hogy a külkereskedelmi ügyleteknél továbbra is Magyarországhoz közelebb élő területekkel vegyük fel a kapcsolatot. Tisztában vagyunk vele, hogy Törökország kelet felé eső területein hatalmas mennyiségben gyártással foglalkozó gyárak alakultak az olcsó munkaerő miatt, de a fenti okok miatt ezt az ismeretünket jelenleg nem tudjuk kihasználni.
- C. A finanszírozás is az értékesítési lánc egyik nagy jelentőséggel bíró területe. Mindig kellő anyagi forrással kell rendelkezni ahhoz, hogy a kedvező ajánlatokat a hasznunkra tudjuk fordítani. Az árfolyamok alakulásának kedvezően történő kihasználását sem szabad figyelmen kívül hagyni. Amennyire lehetséges igyekezni kell az átváltást a legkedvezőbb időben alkalmazni, hiszen a törökországi partnerek csak USD-ben fogadják az áru

ellenértékét. Úgy gondoljuk, hogy a későbbiekben a hazai bankrendszerben is tárgyalni szükséges a külföldi utalások költségeinek optimalizálásához. (számlavezetés)

- D. Fontos figyelemmel kísérni, hogy a szállítmányozást végző partnerünk, mennyiben érzi magáénak a külker ügyletünk lebonyolításában a rábízott feladatokat. Mennyire szakszerűen és gyorsan végzi munkáját, mind a fuvarozás, mind az egyéb szállítmányozással kapcsolatban. Eddigi tapasztalatink igen kedvezően alakultak, hiszen a vámolás elég gyorsan lezajlott, annak ellenére, hogy nem volt tapasztalatunk a vámolási nyomtatványok kitöltése terén, valamint a szükséges azonosító számot is az első ügyletnél kellett megkérnünk. A beérkezett áru felvétele és a kapcsolattartásunk is pozitív minősítést kapott az utólagos megállapítás során. Egyetlen hibát találtunk csak a munkájukban, hogy nem kellően történt a fuvarozás, hiszen az út során megdőltek a kartonok és ebből kifolyólag néhány termék sérülten érkezett. A továbbiakban a kedvezőnek ítélt kapcsolat ellenében szükséges a szállítmányozás területén tevékenykedő további cég, cégek és díjainak megismerése, hiszen csak így választható ki a számunkra legmegfelelőbb
- E. Figyelmet kell fordítanunk azon termékek behozatalára, amelyek még nem kerültek forgalmazásra az Európai Unió területén. Ekkor szükséges egy olyan természetes személy vagy cég, aki a termék uniós szabvány szerinti forgalomba hozataláért felelősséget vállal. A költségek jelentősen megnőhetnek egy ilyen eljárás lefolytatása során, amit nem biztos, hogy a mi kereteink között érdemes lefolytatni, hiszen a behozni kívánt termékek mennyisége nem olyan mértékű, amiből rövid távon megtérülhetne a befektetett tőke. Ezért minden terméket meg kell vizsgálni ezen szempont szerint is, erről a kérdésről sem szabad elfelejtkezni az exportálótól való információk bekérésénél.
- F. Fontos teendők még az ilyen újonnan bevezetésre kerülő termékek esetén, hogy megfelelően elkészített, a magyar hatóságok szabályai szerint megjelölt címkékkal hozzuk forgalomba őket. Ez a tétel is költség növelő tényező az importunknál és jól át kell gondolnunk, hogy az importálni

kívánt termék árés tartalma bírja-e a külön költségeket, illetve, ha igen mekkora mennyiség az, amit biztosan szükséges értékesítenünk.

- G. Nem legvégső sorban a kritikus pontoknál a piac értékelése eddigi tapasztalatink alapján nagyon fontos. Igen kritikusan kell szemlélni tevékenységeinket, valamint elemezni szükséges teljes folyamatában. Át kell gondolni, hogy mennyire biztosan tudjuk az utánpótlást rendszeresen biztostani. Ez igen fontos kérdés, hiszen a már bevezetett termékekkel nem megengedhető a nem megfelelő kiszolgálás.

A TOVÁBBI ÍMPORT TEVÉKENYSÉGEKNÉL FELMERÜLŐ PROBLÉMÁK

A Biotol folyékonyszappan mellett folyamatosan vizsgáltuk a keresletet és a kínálatot a magyar és a török piacon egyaránt. Amit feloldották a korlátozásokat Törökországban, egyeztetni kezdtünk a beszállító céggel, hogy milyen feltételekkel tudunk vásárolni tőlük Biotol kéztisztítógélt. Első információk alapján az exportáló cég egy kamion mennyiséget határozott meg. Mivel folyamatosan montíroztuk a piacokat ezért láttuk, hogy egyre több fertőtlenítőszer kerül forgalmazásba Magyarországon. Nem akartunk nagy rizikót vállalni egy kamion kézfertőtlenítő behozatalával így tovább egyeztettünk az exportálócéggel a mennyiség csökkentéséről. Az egyeztetés során egyességre jutottuk és megállapodtunk 7 paletta áruban. A 7 paletta behozatala mellett kerestünk egy másik vállalkozót, aki Törökországban egészségügyi szájmaszkokat árult. Erre azért volt szükség mert itthon is megnövekedett a kereslet a szájmaszkok iránt azonban az ára a kínálat hiánya miatt többszörösére növekedett. Ezen termékek kifizetése után felvettük ismét a kapcsolatot a szállítványozócéggel, akivel az első ügyletet bonyolítottuk. Az áru hazaérkezését követően szembesültünk azzal, hogy a megrendelt és kifizetett egészségügyi szájmaszkból 5 karton (500db) hiányzott. Amint ezt észleltük felvettük a szállítványozócéggel a kapcsolatot, aki azt a választ adta, hogy a bolgár határőrség levett 500db-ot. Ezen a válaszon nagyon megdöbbsentünk és nem is éreztük valósnak az állítást. A szállítványozó cég is érezhette ennek a válasznak a kétes voltját ebből kifolyólag kedvezmény adott a szállítás költségéből. Ennek a problémának a megoldása szerencsésen zárult, mert a kedvezménnyel és a kereslet megugrásával a keletkezett anyagi kárunk megtérült.

A Biotol folyékonyszappannal és a kézfertőtlenítőgéllal is megvoltunk elégedve ezért a Biotol termékcsaládot bővíteni szeretnénk volna. Ezért ismételt leadtunk egy rendelést folyékonyszappanra és Biotol 750ml fürdőszobatisztítóra, konyhatisztítóra és zsíroldóra. Az áru a hosszú út során a nem megfelelően való raklapra helyezés és fóliázás következtében megdőlt és meg is borult. A szállítványozó cég ezzel kapcsolatban értesített minket és ki is számlázta a rakodással kapcsolatos költségeket, plusz a raklapot is. Mivel ez egy nem várt

költség volt számunkra így nem voltunk megelégedve a szállítványozó eljárási rendjével, hiszen ezekhez a történésekhez semmi közünk nem volt. Egyeztetésekbe kezdtünk a cégvezetővel, hiszen nem tartottuk jogosnak a plusz költségeket. Ezt követően sztorznózásra került a kiállított számla. A telephelyünkre érkezett áru átvételkor szembesültünk a károk mértékével. Sajnos a nem megfelelő pakolás miatt több alsó kartonban lévő termék megrogyant és sérült. Ebből következőleg az egy egységre jutó költség is növekedett. Ezt úgy tudtuk volna kiküszöbölni, hogy a szállítványra biztosítást kötünk.

Egy újabb szállítmány behozatalának megbeszélésekor még mindig ez a partner bizonyult a legkedvezőbbnek ár szempontjából, ezért rájuk bíztuk az újabb áru szállítását. Az eddigiekből kifolyólag elégnék tartottuk a szóbeli megállapodást az árra vonatkozólag. Ennél az ügyletnél már nem csak a Bilesim Kimyattól vásároltunk, hanem egy török nagykereskedőcégtől is egyaránt. Mivel tudtuk, hogy mind a kettő felrakóhely Isztambulban van közel a szállítványozó cég depójához így úgy gondoltuk, hogy ez nem drágítja meg az egy raklapra jutó fuvardíj költségét. Azonban már a szállítványozó cég irodájában nem vették figyelembe a szóbeli megállapodásunkat a cégvezetővel, így egy rendkívül magas szállítási költséget állapítottak meg. Amint erről értesültük felvettük velük a kapcsolatot telefonon és e-mailben egyaránt. Sajnos a cégvezető a hívásainkra nem válaszolt és az irodával való egyeztetések sem sikerültek és kezdett elmérgesedni a kapcsolatunk. Az áru átvételének feltétele a szállítás megfizetése hiszen anélkül nem adják ki nekünk az árut. Mivel megromlott a kapcsolatunk a céggel és a cégvezetőt sem lehetett elérni így kénytelenek voltunk kifizetni a magas összeget és megbízni egy másik szállítványozót, aki elhozza a telephelyükről az ott maradt árut hiszen már erre is raktározási díjat akartak felszámolni. Úgy gondoltuk ezek után megoldásként újpartnert kell keresni a további ügyletekhez és az egyeztetéseknek nem csak telefonon, de írásban is nyoma kell, hogy maradjon a megbeszélte áraknak.

Mivel sikeresen végig tudtunk vinni ügyleteket kisebb nagyobb problémákkal úgy gondoltuk, hogy megpróbálkozunk ismertebb termékek behozatalával is. Felvettük a kapcsolatot a török nagykereskedő céggel, ahonnan megrendeltünk 10

raklap árut Henkel és Unilever termékekkel. Ismét szállítványozó céget kerestünk kedvező feltételekkel. Az előző szállítványozóval megromlott a kapcsolatunk, de ennek ellenére tőle is kértünk árajánlatot. A cég, aki kedvező szállítási feltételeket tudott ajánlani további információkat kért a behozni kívánt árukról, ennek során leírtuk neki a pontos termék megnevezéseket. Azonban egy nem várt választ kaptunk tőlük miszerint azokra a termékekre, amelyeket beszeretnénk hozni Törökországból a Henkel és Unilever gyártól kell kérni egy kihozatali engedélyt. Úgy gondotok, hogy téves úton jár a szállítványozó mivel mi egy nagykereskedőtől vesszük meg az árut, nem pedig a gyárból így nincs értelme a kérésének. Ebből úgy gondoltuk, hogy inkább tovább keresünk szállítványozó partnert. Ennek eredményeképpen kapcsolatba kerültünk az Ekol Logistics Kft-vel, aki szintén kedvező árat kalkulált ki és még engedmény is adott számunkra. Az Ekol Logistics Kft-nek kiterjedt szállítási hálózata van az egész világban, szállítanak repülővel, hajóval, vonattal és kisebb-nagyobb tehergépkocsikkal egyaránt. Kalkulációjuk alapján a leggyorsabb és legkedvezőbb út akkor van, ha Isztambulból Triesztig hajóra teszik az árut és onnan érkezik kamionnal a budapesti gyűjtő telephelyükre, ehhez kérték a hozzájárulásunkat. Összességében ezzel a szállítványozó céggel nagyon megvagyunk elégedve mind kapcsolattartásban mind szállításban egyaránt. A tanulság az, hogy mindig több partnerrel kell felvenni a kapcsolatot és nem leragadni egynél. Ez igaz mind a szállítványozó cégekre, az exportáló cégekre és a hazai partnerekre egyaránt.

BEFEJEZÉS

Munkámban szerettem volna teljes képet felvázolni egy külkereskedelmi ügyletről, a családom első import tevékenységének áttekintésén keresztül a tanultakat felhasználva. Úgy érzem sok új információval gazdagodva és felvértezve indulhatunk neki további termék beszerzéshez.

Témám olvasásakor mások is képet nyerhetnek az olyan átgondolandó kérdésekről, megoldandó feladatokról, mik az import során felvetődnek és megoldást kell találni rájuk.

A gazdasági életben úgy látom nagyon sokan tekintenek a határon túlra, de a nem kellő ismeretek hiányában kudarcba is fulladhat elképzelésük. Fontosnak tartom tehát a legalapvetőbb ismeretek és információk szűkített módon történő ismertetését. Az import során mi is találkoztunk olyan szereplőkkel, akik hangjából némi tanácstalanságot, bizonytalanságot szűrtünk ki, de további kutatások után igyekeztünk minden felmerülő problémát teljes mértékben megoldani. Voltak az ügyletnek olyan szereplői is természetesen, akik hozzáállásán, munkáján látszott a több éves tapasztalatuk. Nagyon örültünk ezen kapcsolatoknak, hiszen segítségükkel a tanultakat sokkal sikeresebben tudtam én átültetni a gyakorlatba.

Nagy fokú megelégedettséget éreztünk az első munkánk lezárása után ezért a következőket szeretném tanácsolni azoknak, akik szintén ezekkel a kihívásokkal szeretnének megbirkózni:

- Kezdje el most! Nincs ugyanis soha ideális körülmény, mindig az adott helyzet és idő lehetőségeit kell kiaknázni.
- Lelkesedjen! Az ügylet minden tagját lelkesítheti.
- Önfegyelem! A siker eléréséhez csinálja mindig akkor, ott és úgy ahogy kell.
- Kitartás! A kitűzött célokat csak így lehet elérni

Az Európai Unióban való tagságunk, a harmadik országokkal kötött megállapodások, mind könnyítik a külgazdaságba való kis és középvállalkozások

belépését. Egyre többen vállnak anyagilag is erősebbé ezen ügyletek lebonyolítására, ezért is egyre többen keresik a külkereskedelmi tevékenység beindításában a jövőt.

A hazai piac méreténél fogva már sok vállalkozónak nem elég nagy. A magyarországi piac is alkalmazkodott a külföldi piacokról érkező termékek elfogadására.

A gazdasági szakembereinknek törekednie kell arra, hogy a kis- és középvállalkozások minél nagyobb számban jelen legyenek az export-import területen. Nekik is biztosítva legyenek kedvező feltételek és a kellő segítség munkájuk elvégzéséhez.

Hozzá kell segíteni ezen vállalkozói csoportot, hogy élhessen a nagyvállalatok részére már létező segítségre, mind a bankrendszer, az oktatás, a vezetési és elemzési eszközök mind a marketing területén.

A külkereskedelem nem könnyű feladat, de megoldható és mindig új erőt kaphat egy vállalkozás egy sikeres ügylet lebonyolításából. A lehetőségek adottak és rajtunk múlik, hogy mennyit hasznosítunk belőle.

Szeretném megemlíteni Dag Veed gondolatait, aki az Amerikai Egyesült Államok volt elnökének Ronald Reagennek és George Bushnak a gazdasági tanácsadója volt.

„Ha Isten lenéz a Földre, akkor minden második ember kínai. Kínában 2,2 milliárd ember él, A Föld lakosságának közel a fele.

Kínában soha nem adatott meg sem a politikai sem a gazdasági szabadság.

Isten még egyszer lenéz a Földre – s ha éppen nem kínait lát -, akkor indiai embereket talál. A Föld második legnépesebb országa India. Az indiaiaknak sem adatott meg sohasem a vállalkozás szabadsága.

Tehát, ahol mi élünk – Magyarországon a 10 milliós létszámmal – mindez a rendszerváltás óta létezik. Kivételes helyzetben vagyunk a Föld lakosságának nagyobb részével szemben. Magyarországon politikai és gazdasági szabadság van.

Kérdés, hogy élünk-e vele?”

IRODALOMJEGYZÉK

- europa.eu (2020) Magyarország az Európai Unióban áttekintés. Forrás: https://europa.eu/european-union/about-eu/countries/membercountries/hungary_hu (letöltve: 2020.10.21)
- Pervenimus (2019) A világ 10 legerősebb hadserege.
Forrás: https://pervenimus.blog.hu/2019/04/23/a_vilag_10_legerosebb_hadserege (letöltve: 2020.10.21)
- Kormányportál (kormany.hu) Ország ismertető: Törökország Forrás: <https://2010-2014.kormany.hu/hu/dok#!DocumentSearch> (letöltve: 2020.11.10)
- Globaledge (2018) Turkey: Trade Statistics Forrás: https://globaledge.msu.edu/countries/turkey/tradestats#source_2 (letöltve: 2020.10.21)
- Régens vámprogram (2019): Elektronikus vámkezelés
Forrás: https://www.vamprogram.hu/hu/vamvilag-hirek/hir/-/asset_publisher/RZzXvUTprsEt/content/elektronikus-vamkezelessegitunk-a-regisztraciotal-a-bejelentesig (letöltve: 2020.10.24)
- Can Sözer (2020): COVID-19: Export Control Measures Updated in Turkey
Forrás: <https://sanctionsnews.bakermckenzie.com/covid-19-export-controlmeasures-updated/> (letöltve: 2020.10.24)
- CargoSteel (2016): Fuvarokmányok Forrás: <http://szallitmanyozasfuvarozas.hu/fuvarokmanyok.html> (letöltve: 2020.10.24)
- Kormányrendelet (2011): net jogtár: 343/2011. (XII. 29.) Korm. Rendelet a környezetvédelmi termékdíjról szóló 2011. évi LXXXV. törvény végrehajtásáról Forrás: <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1100343.kor>
- Magdáné Németh Ildikó (2016): A marketing alapjai Forrás: <https://docplayer.hu/7412287-Magdane-nemet-ildiko-a-marketing-alapjaia-kovetelmenymodul-megnevezese-gazdalkodasi-feladatok.html> (letöltve: 2020.11.07)

- Orcsik Gézáné: A piackutatás - azaz a piaci információk megszerzésének módszerei Forrás: <https://docplayer.hu/5437773-Munkaanyag-orcsik-gezane-a-piackutatas-azaz-a-piaci-informaciok-megszerzesenek-modszerei-a-kovetelmenymodul-megnevezese.html>
- Iskolai jegyzet (2019): Hrabovszki Ágnes Zsuzsa: Vámérték
- Az Európai Parlament és a Tanács 952/2013/EU rendelete: Az Unió Vámkódex létrehozásáról Forrás: <https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/HU/TXT/HTML/?uri=CELEX:32013R0952&from=FR>
- Az Európai Bizottság honlapja: TARIC vámtarifaszám kereső Forrás: https://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=hu
- Az Európai Tanács honlapja: Ez Eu Tanácsának elnöksége Forrás: <https://www.consilium.europa.eu/hu/council-eu/presidency-council-eu/#>
- Dr. Törzsök Éva (2015): Áruk szabad mozgása az európai unióban
- Dr. Törzsök Éva (1990): A külkereskedelmi ügylet
- Horváth Annamária és Karmazin György (2014): Nemzetközi közúti áru fuvarozás és szállítmányozás
- Az Európai Unió Kiadóhivatala (2018): Az Európai Unió: A szervezet és tevékenységei
- Szakdolgozat Kisné Galgóczy Dorottya Éva (2017): Egy családi kiskereskedelmi vállalkozás javasolt üzletpolitikája, Budapesti Gazdasági Egyetem Kereskedelem és Marketing szak
- Szakdolgozat Galgóczyné Zahorák Éva (1994): A vállalkozók világa Pénzügyi és Számviteli Főiskola
- Naturasoft: Díjbekérő, proforma számla Forrás: <https://www.naturasoft.hu/proforma-dijbekerő-számla.php>
- Marketing21, 2019: A marketing jelentése Forrás: <https://marketing21.hu/2016/12/30/mit-jelent-marketing-2/>

Melléklet 2

Vámkezelési megbízás



Vámkezelési megbízás
 [Közvetlen képviselő]
VAMKAPU ZRT. – BILK LOGISZTIKA- gyűjtő
 1239 Budapest, Európa u. 6.
 Tel.: 06 (1) 421-8615, 421-8630, Fax.: (1) 421-8565
 web: gyujtokv@vamkapu.hu

Megbízó cég		Megbízó Ügyintézője	
név:		név:	
cím:		Tel:	
VPID száma:		Fax:	
Adószáma:		Külföldi Fejladó / Címzett neve:	
Számiaszáma (IBAN kódja):			
HU:			
Áru adatai:			
Származási ország	Külföldi fuvaroktatás	Rendszám	
Fuvar paritás	Beföldi fuvaroktatás	Érték	Devizanem
Megnevezés	Bruttó súly	Csof	
Tarifaszám	Nettó súly	Csomagolmány	
A kért Vámkezelés: (A várandó!)		Rendeltetési VÁMHIVATAL:	
<ul style="list-style-type: none"> • RAKTÁROZÁS • ARUTOVÁBBÍTÁS <ul style="list-style-type: none"> 1. TC31 - 32 – 33 parandával 2. Halasztott engedéllyel • SZABAD FORGALOMBA HELYEZÉS <ul style="list-style-type: none"> 1. Azonnali frizéssel <ul style="list-style-type: none"> - natározásra, vagy - szikkulációra a Vamkapu számlájára: (JNICREDIT) 10918031-30000063-61420647 2. Vámszóttal 3. Halasztott engedéllyel 4. Vámmegfizetési kezességgel • KIVITELI ELLENŐRZÉS <ul style="list-style-type: none"> 1. - EUR/VA/TR kábités 		A vámkezelés költségviselője:	
		Csatolt okmányok:	
		
		

Jelen megbizási szerződés aláírásával el fogadom a Vamkapu Zrt. Általános Szerződési Feltételét (ÁSZF) elismervén, a szerződés az ÁSZF előírásai szerinti részletként. Az ÁSZF a www.vamkapu.hu honlapon érhető el, illetve Megbízott noda című banki számlára hozzáférhető.

Megbízó kijelentem, hogy az ÁSZF és a Vámca: Tájékoztató tartalmának megismerését Meehírom lehetőségeim azialat, hogy a fenti feltételeknek megkülnélő, illetve módosítás hozzájárulok.

Mindenek elttan az ÁSZF és a Vámca: Tájékoztató tartalmát Megbízó jelen szerződés aláírásával kifejezetten elfogadja.

Megbízó nyilatkozik, eszt is elismeri, hogy az ÁSZF és a Vámca: Tájékoztató a jogszabályi közzétett változásai miatt, harmadik munkosait, egy Megbízó kifejezetten vállalja, hogy az ÁSZF és a Vámca: Tájékoztató tartalmát rendszeresen elköveti. Megbízó ennek megfelelően nem hivatkozik arra, hogy a szerződés tartalmát módosításokkal nem szerzett indoklás.

A fenti nyilatkozat helyességét igazolom, azérí teljes átmeneti felelősséget vállalok.
 A megbízás körébe:
 - az áru jogszabályi körében kifizetés közzétételére
 - a minőség ellenőrzés közzétételére
 - az okmányok (áru) átadásának - postásos -, vámentek beszállás, származási okmányok (szá) kábités, benyújtás, átvétel közzétételére.

Datum:
 cégszemély aláírás, pecsét

Melléklet 3

A vámoláshoz szükséges nyilatkozat

NYILATKOZAT

..... nevében és képviseletében eljárva
kijelentem, hogy a társaságunk által a számú kereskedelmi számla alapján
vásárolt és importált árut

..... belföldi fuvar költség

..... külföldi fuvar költség (A fuvar költség tartalmazza az áru
szállításával, rakodásával kapcsolatban felmerült valamennyi költséget.)

..... biztosítási díj.

..... ügynöki-, vételi jutalék,

..... egyéb, áru vételárában nem szereplő díj terhel.

A fuvar költséget a számú fuvar díj számla tartalmazza.

A biztosítási díjat a számú számla tartalmazza.

Az ügynöki-, vételi jutalékot a számú számla tartalmazza.

Az egyéb, áru vételárában nem szereplő díjat a számú
számla tartalmazza.

A megadott
díj kalkulált költség, arra vonatkozóan végleges költség számla még nem áll rendelkezésre.
Tudomásul veszem, hogy a vámáru-nyilatkozaton kalkulált költséget legkésőbb a végleges
költség számla kiállítását követő hónap 15 napjáig módosítani kell, amennyiben az a
tényleges díjtól eltér. A módosítás elvégzéséhez szükséges adatokat, igazoló iratokat
legkésőbb a határidő lejártát megelőző 10. napig.

Kelt:

.....
név, beosztás, aláírás

Melléklet 4

Vámhatározat



NEMZETI ADÓ- ÉS VÁMHIVATAL

Dél-Budapesti Adó- és Vámigazgatósága Bilk Logisztikai Rt. Szolgálati Hely

Iktatószám:



Ügyintéző: Papp Miklós törzsszázlós
Telefon: 1-421-8617 Fax: 1-421-8566
Ügyszám: 5500479241
Nyilvántartási szám: HU101220242020E10294
Határozatszám: 101224GA061531
Tárgy: Szabad forgalomba bocsátás
Melléklet: db

Címzett adatai:

"GRÉTA-KER" KFT.
részére
1188 Budapest 18 Kelmé utca 7

HATÁROZAT

EORI-száma: HU0086072629
Adószáma/adóazonosító jele: 13314561 2 43
Közvetlen képviselő EORI-száma: HU0000005360
Adószáma/adóazonosító jele: 12161889 2 44
Neve: VÁMKAPU ZRT.
Székhely/lakóhely címe: 1239 Budapest Európa utca 6

Feladó adatai: AHD IC VE DIS. TIC LTS TR 1 ISTANBUL ATATURK MAH. 2244 SK. NO-9

Eljáráskód: 4000

Szállítási feltételek: EXW Üzemből Istanbul Közösségen kívül

Fuvarozási mód: 3

Rendeltetési ország: HU

Könyvelés dátuma: 2020. 04. 09.

Fizetési határidő: a határozat közzését követő naptól számított 10. nap

Bejelentéskód: EU A

Bruttó tömeg (kg): 1484,61

Számlaérték: USD 1278

Fizetési mód: A

Összesített adatok	Összeg (Ft)	Számlaszám
Általános forgalmi adó:	156 506	10032000-01037203

Tártyban nevezett vámeljárást alá vonva a fenti fizetési kötelezettséggel/kötelezettségekkel. Az összesített adatok a határozat melléklete szerinti tételek adatai alapján kerültek megállapításra. Fizetési kötelezettségének a vámtervezés, és a nem közösségi adók és díjak megfizetésére vonatkozó vámszabályok szerint kell eleget tennie. A vámeljárást kérelmével egyezően folytattam le. A határozat indokolását és a jogorvoslatról szóló tájékoztatást az uniós vámjog végrehajtásáról szóló 2017. évi CLII. törvény 66. § (4) bekezdése alapján mellőztem.

Kelt: Budapest, 2020. 04. 09.

Erről értesülnek:

1. irattár
2. címzett

.....
aláírás, bélyegzőlenyomat

1239 Budapest Európa utca 6.
Telefon: 1-421-8617 Fax: 1-421-8566

Melléklet 5

A.TR igazolás

DOLAŞIM BELGESİ (MOVEMENT CERTIFICATE)



(1) Üye ülke veya Türkiye
In case the member State or Turkey

1. İhracatçı (Ad, açık adres, ülke) Exporter (Name, full address, country) AHD İÇ VE DİŞ TİC. LİT. ATATÜRK MAH. 2344 SK. NO:9 ESENİYURT İSTANBUL TURKEY, Turkey		A.TR NO : B 1035726 (253)869000000012B1035726	
3. Malın gönderen (İhtiyari) (Ad, açık adres, ülke) Consignee (Optional) (Name, full address, country) GRÉTA-KER KFT. HU 1188 Budapest Kelenye utca 7. BUDAPEŞT MAGARISZAN Hungary		4. AET TÜRKİYE ORTAKLIĞI ASSOCIATION between the EUROPEAN ECONOMIC COMMUNITY and TURKEY	
7. Taahhata ilişkin bilgiler (İhtiyari) Transport details (Optional) BY TRUCK		5. İhrac Ülkesi Country of exportation Turkey	6. Varış Ülkesi Country of destination (Üye ülke) Hungary
9. Sıra No: Item No:		10. Koli/lerin markaları, numaraları, sayı ve cinsi (dökme mallar için, duruma göre, geminin adı, vagon veya kamyonun numarası belirtilebilir); Malların tanımı Marks and numbers; number and kind of packages (for goods in bulk, indicate the name of the ship or the number of the railway wagon or road vehicle); Description of goods Address for post-verification inquiry: İstanbul Gözetlik ve Dış Ticaret Başvekilliği Yüksek Mahkeme Akademi Cadde No:106/59/İSTANBUL	11. Brüt ağırlık (kg) veya diğer ölçüler (l, m ³ , v.s.) Gross Weight (kg) or other measure (l, m ³ , etc.)
1		AIDUR:213 PARCEL 23-00360 BIOCOL Liquid Soap 500 ml *12 Total Clean BIOCOL Liquid Soap 500 ml *12 Energetic BIOCOL Liquid Soap 500 ml *12 Goat Milk & Honey	1454,01 kg
(2) Sadece ihrac ülkesinin talebi halinde doldurulur. Complete only where the exporting country requires.		12. GÜMRÜK VİZESİ CUSTOMS ENDORSEMENT Değerlendirme beyanname başlangıcı Declaration certificate İhrac belgesi Export document No. 0034100EXE21376 Maddeler (Parçalar) Commodity description Gözetim Ofisi Customs Office Turkey Çıkış ülkesi Issuing country C.04.2020 Yer ve Tarih Place and Date İstanbul	13. İHRACA İÇİNİN BEYANI DECLARATION BY THE EXPORTER Aşağıda imzaya bağlanmış ben, yularında, belirtilen maddelerin bu belgenin verilmesi için gerekli koşullara uygun olduğunu beyan ederim. I, the undersigned, declare that the goods described above meet the conditions required for the issue of this certificate. İstanbul - 11.04.2020 Yer ve Tarih Place and date AHD İÇ VE DİŞ TİC. LİT. Atatürk Mah. 2344 Sk. No:9 ESENİYURT İSTANBUL T.C. 34100 T.C. İÇİŞİ BAKANLIĞI

Biotol kézfertőtlenítőgél 100ml

Melléklet 6



Biotol folyékony szappan 500ml

melléklet 7



Biotol fürdőszobatisztító 750ml

Melléklet 8

