



Выбор контрагента

Контрагент

Т-каждая из сторон в договоре по отношению друг к другу берущая на себя определенные обязательства.

Выбор контрагента зависит

от:

✓ **Характера внешнеторговой сделки**

- экспортная
- импортная

✓ **Предмета сделки**

- товары народного потребления
- машины
- технологическое оборудование и т.д.

Выбор партнеров для импортной сделки:

- Анализ потребностей предприятия
- Составление спецификации
 - ассортимент товара
 - количество
 - качество
 - цена
- Изучение внешнего товарного рынка
- Составление списка возможных поставщиков
- Установление контактов
- Оценка
- Определение числа контрагентов

Анализируемые показатели

- I. **Абсолютные** – масштаб операций, производственная мощность, итоги производственной и сбытовой деятельности.
 - Объем продаж
 - Итог баланса
 - Прибыль и т.д.
- II. **Относительные** - коэффициенты, полученные расчетным путем или сопоставлением абсолютных показателей.

Финансово-оперативные показатели

Расчет основан на существовании
определенных соотношений между
отдельными статьями
отчетности

- Определяют круг сведений, важных для принятия решения
- Помогают глубже оценить положение контрагента в системе хозяйствования

Вариант 1. Потенциальных контрагентов много.

Стадия 1.

Отбор иностранных партнеров на основе анализа абсолютных и относительных показателей

- оценка экономического потенциала
- оценка эффективности деятельности
- оценка конкурентоспособности контрагента
- оценка финансового положение контрагента

Сводная таблица

№	Критерии выбора	Контрагенты			
		1	2	3	...
1	Экономический потенциал контрагента	3	3	2	
2	Эффективность деятельности контрагента	2	2	2	
3	Конкурентоспособность контрагента	2	2	1	
4	Финансовое положение контрагента	2	1	1	
5	Средняя оценка	2,3	2	1,5	

Вариант 1

Стадия 2.

коммерческие условия реализации контракта (договора) купли-продажи товара

- Ассортимент
- Количество
- Цена
- Базисные условия поставки
- Качество
- Форма расчета
- Сроки поставки
- ...

Вариант 2. 2-3 потенциальных контрагента.

- конкурентоспособность контрагента
- финансовое положение
- коммерческие условия реализации контракта

Посещение контрагента

- качество товара
- контроль качества товара
- возможность изменения ассортимента
- возможность получения финансовых льгот
- упаковка
- определение ассортимента и объема
- маркетинговые исследования
- соответствие качества
- список возможных партнеров
- установление контактов
- оценка потенциальных покупателей
- определение числа контрагентов