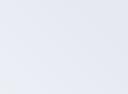
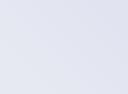


Тема 4

Контрагенты на мировом рынке и принципы их выбора



Контрагентами в международной торговле
называются стороны, находящиеся в договорных
отношениях по купле-продаже товаров или оказанию
различного рода услуг.



При выборе фирмы исключительно важно изучить *различные аспекты деятельности* потенциальных партнеров, а именно:

а) *технологический* - изучение технического уровня продукции фирмы, ее технологической базы и производственных возможностей;

б) *научно-технический* - сведения об организации научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ и затратах на них;

в) *организационный* - изучение организации управления фирмы;

г) *экономический* - оценка финансового положения и возможностей фирмы;

д) *правовой* - изучение норм и правил, действующих в стране потенциального партнера и имеющих прямое или косвенное отношение к сотрудничеству.



В целом все показатели производственно-рыночной деятельности фирмы можно разделить на две группы: *общие и частные.*

К общим показателям относятся: чистая прибыль, полученная фирмой; объем продаж (оборот); показатели рентабельности производственно-рыночной деятельности фирмы, темпы роста объемов ее продаж и активов; качественный и количественный состав оборотного капитала; соотношение между основным и оборотным капиталом; соотношение между собственным и заемным капиталом и др.



***Частные показатели* дают возможность более детально проанализировать те стороны деятельности фирмы, которые необходимы для ее комплексной всесторонней оценки как потенциального партнера. Среди них можно выделить показатели платежеспособности компании - так называемые коэффициенты ликвидности и покрытия, характеризующие возможности фирмы иметь в случае необходимости в наличии достаточное количество платежных средств, коэффициент спроса и пр.**



Другим важным принципом в выборе фирмы является ее непосредственно деловая характеристика - *деловое реноме*.

В числе принципов выбора фирмы-контрагента можно назвать и *учет опыта прошлых сделок*.

Определенное значение при выборе партнера может оказать и его *положение на данном рынке*: является ли он посредником или самостоятельным производителем (потребителем) продукции.



**Организация работы
по сбору информации и
изучению контрагентов
во внешнеторговых фирмах**



Оперативно-коммерческая работа по изучению фирм во внешнеторговых организациях должна включать:

а) предварительный сбор данных о фирме, с которой предполагается проведение переговоров или заключение сделки;

б) текущее наблюдение за деятельностью фирм и организаций, с которыми заключены контракты;

в) выявление и изучение новых фирм и организаций - возможных контрагентов по экспорту и импорту;

г) систематическое изучение фирменной структуры товарных рынков по основным статьям экспорта и импорта;

д) наблюдение за деятельностью фирм-конкурентов, играющих ведущую роль на отдельных товарных рынках.



Досье фирмы включает ряд документов, подготавливаемых специально сотрудниками внешнеэкономической организации. К таким документам, обязательным для заполнения, относятся:

- а) карта фирмы - базовый документ, в котором собирается всесторонняя информация на интересующую фирму;
- б) сведения о переговорах с фирмой;
- в) сведения о деловых отношениях.

