**Задание 1.**

В фирму по оказанию логистических консалтинговых услуг обратился менеджер по логистике финской фирмы с вопросом: где его компании выгоднее покупать комплектующие для производимого оборудования: в Европе или в Юго-Восточной Азии (ЮВА)?

Эксперт-консультант по логистике собрал исходные данные по нескольким вариантам, произвел варианты ответов и привел их в табл.1. Требуется обосновать выбор варианта закупок.

Таблица 1- Расчет вариантов закупки комплектующих товаров в разных регионах мира

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Исходные данные** | **Варианты** | | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |
| У - удельная стоимость поставляемого груза, евро/куб.м | 3000 | 4000 | 5000 | 6000 | 4500 |
| Тт - транспортный тариф, евро/куб.м | 110 | 140 | 120 | 105 | 130 |
| Пи - импортная пошлина на товар из Юго-Восточной Азии, % | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| Зп - ставка на запасы в пути, % | 1,4 | 2,0 | 2,2 | 2,5 | 2,1 |
| Зс - ставка на страховые запасы, % | 0,8 | 0,8 | 0,8 | 0,8 | 0,8 |
| Се - стоимость товара в Европе, евро | 112 | 135 | 128 | 140 | 138 |
| Са - стоимость товара в Юго-Восточной Азии, евро ^Юго-Восточной Азии, евро | 89 | 98 | 78 | 90 | 100 |
| **Расчетные данные** |  |  |  |  |  |
| Д **-** доля дополнительных затрат, возникающих при доставке товаров из Юго-Восточной Азии, в удельной стоимости поставляемого груза, % стоимости поставляемого груза, % |  |  |  |  |  |
| Рс – разница между стоимостью комплектующих товаров в Европе и в Юго-Восточной Азии, % |  |  |  |  |  |
| **Ответы** |  |  |  |  |  |

**Задание 2.**

Агент представляющий американскую компанию ОЛИВЕРв Финляндии, сообщил руководителю, что из России поступил заказ на бурильное оборудование для шахт среднего размера на сумму 32 млн. руб.

Компания производит оборудование, сконструированное по её собственной разработки и предназначенное для работы в малых шахтах. Отличительной особенностью его была высокая экономичность, что в совокупности с хорошим качеством позволило фирме занять лидирующее положение на этом сегменте рынка и продовать товар по высокой цене.

Компания имеет опыт работы на зарубежных рынках. Более 70% от суммы увеличения продаж за последнее пятилетие приходится на экспортные поставки. В Восточной Европе компанию представляет три агента. Послепродажное обслуживание осуществляется через местные независимые фирмы по контрактам. Рынки стран Восточной Европы являются новыми для фирмы. в связи с чем банк ОЛИВЕРотказался подтвердить аккредитив для российской торговой организации, посоветовав получить аванс.

В практике компании использовались обычно поставки на условиях ФАС Нью-Йорк для европейских покупателей и ФАС Лонг Вич- для Азии. И в том и в другом случае около 20% экспортных поставок осуществлялось по открытому счёту после 25%-ной оплаты.Продажи новому клиенту всегда осуществлялись через подтверждённый безотзывный аккредитив.

В то время как президент компании обдумывал предложение из России. её агент из Финляндии настаивал на предложении покупателю других условий. так как выяснилось, что конкуренты из Германии и Кореи проявляют особую заинтересованность в этом заказе. Несмотря на то что их машины хуже по качеству , конкуренты неоднократно выигрывали лучшими для покупателя условиями поставки или продажи.

Покупатель-крупная торговая организация в России- пока не связывалась с конкурирующими фирмами. надеясь на ответ ОЛИВЕР. Вскоре последовал телефонный звонок брокера с прекрасной репутацией из Сант-Луиса,который проявил заинтересованность в заключении сделки: в качестве оплаты за машины российская фирма может поставить партию каменного угля.Компания не имела опыта работы в этой области, но готова была пртобрести, если эта сделка положит начало постоянным связям. Но в этом агент в Финляндии не был уверен.

Президент компании был заинтересован в получении этого заказа, поскольку считал, что опыт поможет в изучении этого заказа возможностей проникновения на восточноевропейский рынок. Но он несобирался терять репутацию поставщика высококачественного и дорогого оборудования, а поскольку продажа должна была осуществлятся через финского агента, возникали подозрения, что агент может сообщить другим европейским агентам об условиях сделки. Ослабление налаженности между США и Россией объясняло поощрение американским правительством активности фирм на этом рынке, поэтому не требовалось получения экспортной лицензии. тем более, что товар компании не относился к числу стратегических.

Вопросы

1. Какие побудительные мотивы освоения нового рынка могут определить положительное решение президента?

2. Советуете ли вы президенту компании принять предложение о бартерной сделки? Положительный и отрицательный ответ аргументировать. Какие условия поставки и платежа вы могли бы предложить для этой сделки?

3. Какие конкурентные преимущества имеет предложение компании? Какими его недостатками пользуются конкуренты?