МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

КАЛИНИНГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра маркетинга и коммерции

# КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

**ПРЕДПРИЯТИЯ «ИНТЕЛ-СТРОЙ»**

(по дисциплине «Внешняя экономическая деятельность»)

Работу выполнили:

Гунихина И.А.,

Селиванова С.А.,

Полева В.А.

Научный руководитель:

к.э.н., доцент

Воловик Л.А.

Калининград, 2002

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ ------------------------------------------------------------------------------------------ 3

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ООО «ИНТЕЛ-СТРОЙ» ------------------------------ 4
2. ФАБРИКА «РОНКОВСКИ» - ОПТИМАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР ФИРМЫ ---------- 10
3. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ----------------------------------------------- 11
4. ВЕДЕНИЕ ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ И ПОДПИСАНИЕ КОНТРАКТА.- 18

ПРИЛОЖЕНИЯ ----------------------------------------------------------------------------------- 21

1. СЕРТИФИКАТ СООТВЕТСТВИЯ (Россия) от 31.07.2000 г.
2. СЕРТИФИКАТ СООТВЕТСТВИЯ (Польша) от 10.02.01 г.
3. САНИТ.-ЭПИДЕМ. ЗАКЛЮЧЕНИЕ от 18.08.01 г.
4. ЛИЦЕНЗИЯ на право применения знака ГОСТ от 31.07.01 г.
5. КОНТРАКТ (Договор на поставку дверей) от 18.12.02 г.
6. ИМПОРТНОЕ КАРАНТИННОЕ РАЗРЕШЕНИЕ №542 от 18.12.02 г.
7. ДОГОВОР НА ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ УСЛУГ №108/02
8. ДОГОВОР ПОДРЯДА №4/2 (малярные услуги)
9. ДОГОВОР №48 на оказание услуг по перевозке груза
10. ЗАЯВКА №105 НА ПЕРЕВОЗКУ ПАРТИИ ГРУЗА
11. ПРЕЙСКУРАНТ ЦЕН на продукцию фабрики «Ронковски»
12. ДОГОВОР О ПРЕДОСТАВЛЕНИИ ЗАЙМА №5
13. СЧЕТ-ФАКТУРА №105 от 18.12.02 г.
14. Введение.

Калининградская область - уникальный регион РФ. Оторванность от основной части страны, близость к развитым зарубежным странам Европы создают предпосылки для развития внешней экономической деятельности. Большинству отраслей народного хозяйства области не хватает ресурсов, а ввоз их из России затруднен. В сложившихся условиях внешняя экономическая деятельность является наиболее перспективной.

Целью данной работы является изучение внешней экономической деятельности фирмы «Интел-Строй». В ходе работы будет рассмотрена деятельность фирмы «Интел-Строй» и польского предприятия Фабрика дверей «Ронковски», дана их краткая характеристика; приведены результаты маркетингового исследования поставщиков и потребителей, а также конкурентов. Исследования рынка поставщиков обосновали выбор в качестве контрагента предприятия Фабрика дверей «Ронковски». Данное предприятие имеет хорошую репутацию на польском рынке, ее продукция имеет высокий уровень качества и невысокие цены. Одним из важнейших факторов, определившим выбор поставщика, является близость Фабрики дверей «Ронковски» к границе с Калининградской областью, что позволило значительно сократить транспортные издержки.

Проведение деловых переговоров и подписание договора на поставку деревянных комплектующих для дверей на сумму 100000 USD сроком на один год стало завершающим этапом нашей работы.

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ.

Предметом изучения данной работы стала внешнеэкономическая деятельность торгово-производственного предприятия ООО «Интел-Строй». Данная сеть занимается сборкой дверей из комплектующих, а также продажей этих дверей, включая монтаж и сервисное обслуживание.

Обоснование выбора сферы деятельности.

Каждый субъект предпринимательства выбирает сферу деятельности, в которой он может максимально реализовать свой потенциал, получить большую прибыль. Фирма выбрала для себя сферу торговли деревянными дверьми. ООО «Интел-Строй» является торгово-производственным предприятием. Фирма занимается покупкой комплектующих для деревянных дверей, сборкой дверей, их продажей и установкой. Фирма занимается оптово-розничной торговлей дверьми. Предприятие работает на Калининградском рынке с1998г.

Первоначально ООО «Интел-Строй» осуществляло торговлю пластиковыми окнами, которые закупало у фирмы «Aluplast». Однако в последнее время рынок стал перенасыщен данной продукцией. На рынке Калининградской области появились сильные конкуренты, которые занимались торговлей аналогичной продукцией по более низким ценам. Деятельность по торговле пластиковыми окнами стала приносить меньшую прибыль. В связи с этим руководство фирмы «Интел-Строй» решила изменить вид своей деятельности. Было проведено исследование рынка и сделан вывод, что на такой товар как деревянные двери существует стабильный спрос.

Основные факторы, определяющие данное направление деятельности:

* рост темпов строительства (жилого, промышленного) в Калининграде и области;
* использование натурального материала (дерево) как экологически чистого, престижного, эстетически привлекательного.

Деревянные двери находят широкое применение в строительстве и ремонте объектов различного назначения: квартиры, дома, коттеджи, жилые и административные здания.

Характеристика продукции ООО «Интел-Строй».

1.Высокий уровень экологичности материалов и готовой продукции.

2.Прочность, долговечность, длительный срок службы.

3. Легкость сборки.

4.Легкость монтажа, не требующего применения сложного специального оборудования.

5.Наличие сертификатов качества, гарантий.

На основании спроса и предложения товаров с позиции цены и времени поставок в 1998 году было принято решение создать торгово-производственное предприятие «Интел-Строй». В 2002 году руководство предприятия отошло от предыдущего ассортимента продукции (пластиковые окна), выбрав направлением своей деятельности производство и продажу деревянных (сосновых) дверей. Организационная структура предприятия позволяет вести как оптово-розничную торговлю, так и выполнение заказов по образцам и каталогам – это индивидуальные дизайнерские разработки.

В нашем регионе эта отрасль считается довольно перспективной, и те предприниматели, которые сделали ставку на строительство, довольно рано поняли, какие выгоды они могут получить и своевременно заняли основные ниши в этом сегменте, рынок еще до сих пор ненасыщен, и можно с уверенностью сказать, что если политическая и экономическая ситуация в стране и в регионе будет стабильной и хотя бы такой же благоприятной, как и сейчас, торговля на рынке стройматериалов будет прибыльным бизнесом еще долгое время.

В данный момент магазин занимается торговлей деревянными дверьми производства Польши с сопутствующими комплектующими. И, несмотря на постепенное наполнение рынка этими товарами, двери этого магазина имеют более качественные параметры и небольшой ценовой запас, что делает их конкурентоспособными на местном рынке.

Система управления предприятием.

Наглядно схема организационной структуры предприятия изображена на рис.1. Схема наглядно отображает все имеющиеся структурные взаимосвязи элементов. В скобках указаны те термины, которые используются в реальной практике.

Как видно из рисунка, работа сети ориентирована на спрос. Покупатель приходит в магазин, получает информацию о продукции и делает заказ. Продавцы принимают авансовый платеж и оформляют заказ. Когда данная продукция имеется на Складе №2, то срок выполнения заказа будет включать в себя лишь время транспортировки товара (плюс затраты на сборку и покраску, если на Складе №2 имеются лишь комплектующие) и его монтажа. Если же такого продукта нет, заказ проходит через все этапы: заявка поставщику, поставка комплектующих, сборка, покраска, отправка на Склад готовой продукции №1 и монтаж. Для дверей такой срок составляет обычно 1 месяц.

В этой схеме задействованы все сотрудники обеих элементов сети. Налицо и линейные, и функциональные связи. Иерархия управления организована от высшего руководства (Директор), через менеджеров по продажам (ими являются продавцы-консультанты), которые управляют рабочими (низшее звено). Такая схема образует линейный аппарат управления. Если рассматривать сеть с точки зрения функций, то налицо такие составляющие, как Администрирование в лице директора, Кадры (работа с ними частично лежит на бухгалтере), Производство (в цехах) и Сбыт продукции (в магазине). Эти уровни управления изображены на рис.2 и 3.

(заявка)

ПОСТАВЩИК

(комплектующие)

(поставка)

|  |
| --- |
| МАЛЯРНЫЙ ЦЕХ |
| СБОРОЧНЫЙ  ЦЕХ |
| СКЛАД №2 |

|  |
| --- |
| СКЛАД №1 |
| САЛОН-МАГАЗИН |

## 

## (заказ) ПОКУПАТЕЛЬ

(Заказчик)

( его выполнение)

# Рис.1. Схема работы сети

Директор

Менеджер 1 Менеджер 2

Монтажник 1 Сборщик 1 Покрасчик 1 Шофер 1

Монтажник 2 Сборщик 2 Покрасчик 2 Шофер 2

Шофер 3

# Рис. 2. Линейные связи в сети.

Директор

Кадры Производство Сбыт

# Рабочий персонал

# Рис.3 Функциональные связи в сети.

В сети ответственность распределена в соответствии с уровнем полномочий работника. Самую высокую ответственность имеет Директор. Меньшую – менеджеры, самая низкая ответственность лежит на монтажниках, сборщиках и шоферах. Они отвечают лишь за непосредственное качественное исполнение конкретной работы. Подбор кадров проводится тщательно, кандидаты пишут резюме, проходят стажировку, все имеют квалификацию, проходят испытательный срок. Цель такой тщательной работы – организовать качественную бесперебойную работу сети. Магазин поддерживает долгосрочные связи со своими клиентами и уже приобрел известность, благодаря качеству исполнения заказов, недорогим ценам, многолетней гарантии (на двери она устанавливается на срок 10 лет) и сервису (в него входят бесплатные замеры и доставка по городу и установка).

1. ФАБРИКА «РОНКОВСКИ» - ОПТИМАЛЬНЫЙ ПАРТНЕР ФИРМЫ

Фабрика дверей «Ронковски» - это стабильное предприятие, успешно работающее на польском рынке деревообработки и строительства с 1996 г. Ее основатель и нынешний директор Карел Ронковски, в свое время окончил строительный институт. Он освоил производство сосновых дверей и за несколько лет приобрел известность среди других производителей дверей. Предприятие заключило контракт на поставку сосновых брусьев польского производства с местным деревообрабатывающим заводом. Сейчас у фабрики есть стабильная база клиентов. Кроме многочисленных частных покупателей, фирма сотрудничает с крупными строительными предприятиями. Так, межкомнатные двери производства фабрики «Ронковски» можно увидеть во многих офисах на территории Польши и в некоторых офисах и домах германии. Сотрудничество с русскими фирмами Карел Ронковски считает взаимовыгодным, т.к. российские покупатели, он уверен, будут рады приобрести высококачественные недорогие сосновые двери для своих квартир, а фабрика, приветствует расширение рынка сбыта своего товара в другие страны. «Ронковски» отвечает за качество и широкий ассортимент своей продукции, удостоверяя, что товар соответствует всем гигиеническим и санитарным требованиям, а также предоставляет гарантию безотказной службы на 10 лет. В результате предварительного разговора по телефону с менеджером фирмы, фабрика выявила желание сотрудничать с фирмой «Интел-Строй» и предложила встретиться в офисе гендиректора 18 декабря 2002 г.

1. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ.

Выбор поставщика.

Фирма «Интел-Строй» занимается сборкой дверей из комплектующих, их продажей и монтажом. Для проведения маркетингового исследования поставщиков были выбраны виды дверей, пользующиеся наибольшей популярностью у клиентов: «Витро», «Глобал», «Комфорт», «Оптима», «Элегант», «Стандарт». Через сеть Интернет были найдены предприятия производящие данный вид продукции:

1. Фабрика дверей «Ронковски», Польша, г. Костежина, ул. Малая Колевая, 4.
2. ООО «Унирап», Польша, г. Стшегом, ул. Лесная, 17 (S.Z.W.P. “Unirap” Sp. z o.o., Poland, Strzegom, ul. Lesna, 17)
3. PPU “KAN-MARK”, Poland, Wroclaw, ul. Rychtalska, 8
4. АООТ «Черняховская мебельная фабрика», Россия, Калининградская область, г. Черняховск, Заводской переулок, 2
5. ООО «Архея», Карелия, г. Петрозаводск, ул. Правды, 75.

В таб.1 представлены данные по ценам комплектующих для одной двери, условиям поставки и валюте контракта.

Таблица 1.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | “Ronkowski” | “Unirarp” Sp.z o.o. | “KAN-MARK” | Черняховская мебельная фабрика | ООО “Архея” |
| Валюта | USD | USD | USD | Руб. | Руб. |
| Условия поставки | EXW | DAF | DAF | EXW | EXW |
| Максимальный объем поставки, шт. | 100 | 200 | 50 | 250 | 300 |
| ЦЕНА:  1. “Витро” | 124 | 126 | 134 | 4495 | 3720 |
| 2. “Глобал” | 145 | 148 | 157 | 5110 | 4590 |
| 3.“Комфорт” | 144 | 148 | 157 | 5080 | 4595 |
| 4. “Оптима” | 144 | 148 | 160 | 5085 | 4598 |
| 5. “Элегант” | 137 | 140 | 150 | 4880 | 4272 |
| 6.“Стандарт” | 95 | 96 | 120 | 3570 | 2982 |

У фирмы “Интел-Строй” налажена перевозка товара через границу. Для этих целей найден перевозчик - ЧП “Елтарев Д.К., работа которого характеризуется надежностью и невысокими ценами. Таким образом, условия поставки EXW устраивают фирму «Интел-Строй».

Далее приведем цены к условиям EXW и добавим к ним стоимость перевозки от местонахождения фирмы по ценам нашего перевозчика. Цены будут приведены в рубли по курсу 1USD=31,8 руб.

Фабрика дверей «Ronkowski»:

Стоимость доставки до ООО «Интел-Строй» составляет 3000 руб. за 100 шт. Стоимость доставки 1 комплекта дверей-30 руб.

Цены комплектов:

1. 124\*31,8+30=3973 руб.
2. 145\*31,8+30=4641 руб. и т.д.

S.Z.W.P. “Unirap” Ltd:

Стоимость доставки до границы за счет фирмы «Unirap» 100 USD. Стоимость доставки одного комплекта - 0,5 USD (100/200). Стоимость доставки партии из города Стшегом до «Интел-Строй» – 4000 руб., а одного комплекта 20 руб. (4000/200).

Цены комплектов:

1. 126\*31,8 – 0,5\*31,8+20=4011 руб.
2. 148\*31,8-0,5\*31,8+20=4711 руб. и т.д.

PPU “KAN-MARK”:

Стоимость доставки до границы за счет фирмы «KAN-MARK» составляет 50 USD; одного комплекта 1 USD (50/50). Стоимость доставки из г. Вроцлав до «Интел-Строй» – 2000 руб., одного комплекта – 40 руб. (2000/50).

1. 134\*31,8-1\*31,8+40=4269 руб.
2. 157\*31,8-1\*31,8+40=5001 руб. и т.д.

Черняховская мебельная фабрика:

Цена доставки до «Интел-Строй» – 500 руб., а одного комплекта – 2 руб. (500/250).

1. 4495+2=4497 руб.
2. 5110+2=5112 руб. и т.д.

ООО «Архея»:

Цена доставки до «Интел-Строй» – 81000 руб., одного комплекта – 270 руб. (81000/300).

1. 3720+270=3990 руб.
2. 4590+270=4860 руб.

Сведем значения стоимости поставки 1 комплекта дверей на фирму «Интел-Строй» в таблицу 2.

Таблица 2.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вид товара (двери) | “Ronkowski” | “Unirap” Sp.z o.o. | “KAN-MARK” | Черняховская мебельная фабрика | ООО “Архея” |
| 1. “Витро” | 3973 | 4011 | 4269 | 4497 | 3990 |
| 2. “Глобал” | 4641 | 4711 | 5001 | 5112 | 4860 |
| 3.“Комфорт” | 4609 | 4711 | 5001 | 5082 | 4866 |
| 4. “Оптима” | 4609 | 4711 | 5096 | 5087 | 4868 |
| 5. “Элегант” | 4387 | 4456 | 4778 | 4882 | 4542 |
| 6.“Стандарт” | 3051 | 3057 | 3824 | 3572 | 3252 |

Из таблицы видно, что самый доступный по цене товар предлагает Фабрика дверей «Ронковски». Поэтому деловые переговоры на поставку деревянных дверей фирма «Интел-Строй» будет вести с ней.

Исследование конкурентов. Определение конкурентоспособности.

Главными конкурентами фирмы «Интел-Строй», торгующие аналогичной продукцией являются:

1. «Влико», г. Калининград, ул. Клубная, 11
2. «АсДом», г. Калининград, Московский проспект, 28/а
3. «Оптим», г. Калининград, Московский проспект, 196/б
4. «Богатырь», г. Калининград, ул. Казанская, 28.

На 1.12.2002 года вышеперечисленные фирмы занимали следующие доли на рынке деревянных дверей:

«АсДом» - 20 %

«Оптим» - 15 %

«Влико» - 9 %

«Богатырь» - 6 %

Остальные фирмы – 50 %.

Видно, что рынок дверей еще не сформирован. Основные конкуренты еще не успели занять наибольшую долю на рынке. Для выявления возможности занятия фирмой «Интел-Строй» определенной ниши на данном рынке была определена конкурентоспособность фирмы относительно ведущих фирм.

Были использованы следующие данные (табл.3, 4). Рассмотрены двери со средней ценой.

Таблица 3.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Качественные характеристики | «Интел-Строй» | «Влико» | «АсДом» | «Богатырь» | «Оптим» | Весомость |
| Время, в течение которого дверь будет сохранять свой первоначальный вид, лет | 5 | 4 | 5 | 3 | 2 | 0,16 |
| Качество дерева, в баллах | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 0,14 |
| Качество крепежных материалов, в баллах | 5 | 2 | 4 | 4 | 5 | 0,10 |
| Общий эстетический вид, в баллах | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 0,12 |
| Долговечность древесины | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 0,12 |
| Качество замка, в баллах | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 0,10 |
| Безопасность | 5 | 3 | 2 | 4 | 3 | 0,17 |
| Вес, в кг | 5 | 6,5 | 6 | 10 | 8 | 0,09 |

Таблица 4.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Стоимостные характеристики | «Интел-Строй» | «Влико» | «АсДом» | «Богатырь» | «Оптим» |
| 1. Цена:   «Глобал»  «Комфорт»  «Элегант» | 6497  6914  6580 | 6500  7026  6594 | 6523  7035  6612 | 6507  6952  6600 | 6520  6980  6630 |
| 2. Затраты потребителя за 10 лет | 500 | 600 | 500 | 650 | 800 |

Конкурентоспособность рассчитывается по следующим формулам.

К=

Где к – конкурентоспособность;

Iк  - индекс качества;

I ц – индекс цен.

I к  =

Где q i – относительное значение i –ого показателя качества;

A i  - весомость параметра (значимость показателя);

N – количество рассматриваемых показателей.

Q i =

Где pi – значение i –ого показателя оцениваемой продукции;

P i Б – значение i –ого показателя базовой продукции.

Данная формула применяется, если увеличению абсолютного показателя качества соответствует улучшение качества продукции. Если увеличению абсолютного показателя качества соответствует ухудшение качества продукции, то используется обратная формула.

I ц =

Где Ц п оц –цена потребления оцениваемой продукции;

Ц п конк. – цена потребления конкурентной продукции.

Цена потребления складывается продажной цены продукции и затрат потребителя на эксплуатацию продукции.

Рассчитаем конкурентоспособность по двери «Глобал».

Относительно «Влико»:

I к = 1,32 I ц =0,98 К= 1,35

Т.к. К>1, то продукция конкурентоспособна.

Относительно «АсДом»:

I к = 1,32 I ц =0,99 К=1,33

Т.к. К>1, то продукция конкурентоспособна.

Относительно “Богатырь”:

I к = 1,31 I ц =0,97 К=1,35

Т.к. К>1, то продукция конкурентоспособна.

Относительно «Оптим»:

I к = 1,38 I ц =0,95 К=1,45

Т.к. К>1, то продукция конкурентоспособна.

Рассчитывая конкурентоспособность по дверям «Комфорт» и «Элегант», приходим к выводу, что продукция фирмы «Интел-Строй» относительно своих конкурентов конкурентоспособна. Следовательно, существует возможность занятия определенной доли рынка.

Исследование потребителей.

Было проведено исследование потребителей данной продукции. Его результаты приведены в табл.5.

Таблица 5.

|  |  |
| --- | --- |
| Потребитель | Удельный вес (доля) |
| Строительные фирмы | 0,5 |
| Население | 0,2 |
| Учреждения и организации, не занимающиеся строительством | 0,2 |
| Другие | 0,1 |

Исходя из структуры потребителей, можно предложить фирме «Интел-Строй» следующие виды рекламы:

* Рассылка рекламных проспектов в строительные организации;
* Установка рекламных Щитов в районах новостроек, в элитных районах;

- Реклама в СМИ, как в специализированных (строительных), так и обычных.4. ВЕДЕНИЕ ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ И ПОДПИСАНИЕ КОНТРАКТА.

От уровня организации деловых переговоров во многом зависит успех в достижении поставленных целей, впечатление о серьезности фирмы, т.е. ее серьезности в деловых кругах.

Для ведения переговоров на средних по величине фирмах создается протокольная группа из 2-3 сотрудников, в крупных компаниях образуют специальные протокольные отделы. На мелких фирмах подобные функции поручаются помощнику или секретарю генерального директора фирмы. Для деловой встречи выделяется специальное просторное, хорошо обставленное помещение с большим, лучше овальным или круглым столом. Рядом с переговорным желательно иметь отдельное помещение с холодильником для напитков и электроприборы для приготовления чая и кофе. Для протокольного приема гостей в рабочих кабинетах может быть установлен угловой диван с низким столиком.

По мере сближения позиций сторон возникает необходимость личной встречи для окончательного согласования наиболее сложных условий договоров и их подписания. При возникновении такой необходимости стороны согласовывают место и дату встречи, а также уровень, на котором будут проводиться переговоры. Переговоры всегда должны назначаться с учетом времени, необходимого на подготовку основных вопросов. Подписание договоров без соблюдения данных условий не приводит в дальнейшем к конструктивному и взаимовыгодному сотрудничеству.

Вступать в деловые контакты путем личных встреч, по телефону и другим видам связи могут все работники фирмы, однако каждый уровень имеет пределы своих полномочий. Если решение вопроса выходит за пределы компетенции работника, то он должен согласовать ее с руководителем.

Генеральный директор возглавляет переговоры с наиболее перспективными контрагентами о сотрудничестве и заключает наиболее существенные договоры, влияющие на решение стратегических задач. Директора фирм назначают лиц, ведущих конкретные переговоры. На имя сотрудника за подписью генерального директора оформляется доверенность с указанием полномочий.

Переговоры по заключению контракта на поставку товаров проводятся обычно как продолжение предварительной коммерческой переписки. Ответственный за ведение переговоров должен:

* подобрать участников переговоров;
* ознакомиться со справочными материалами на контрагента и необходимыми коммерческими документами;
* составить проекты коммерческих документов, которые предполагается подписать в результате переговоров.

В большинстве случаев ведется запись содержания переговоров. Работник, которому поручена запись переговоров, кратко отмечает основные позиции сторон, разногласия и договоренности.

Далее приводится содержание деловых переговоров между представителями ООО «Интел-Строй» и «Фабрикой дверей Ронковски».

Стороны приветствуют друг друга на польском языке. Считается хорошим тоном, когда представители стороны, приезжающей на деловые переговоры, может поздороваться и попрощаться с партнером на его родном языке, даже если не знает данный язык в совершенстве. Переговоры начинаются с представления менеджера ООО «Интел-Строй» Полевой Веры Александровны менеджеру «Фабрики дверей Ронковски» Светлане Понковски. Полева В.А. при дельнейшем сотрудничестве будет являться представителем фирмы «Интел-Строй». Она будет вести переговоры и решать возникающие проблемы от лица фирмы.

Деловые переговоры велись на русском языке.

После предварительной договоренности по телефону, на переговорах уточняются наиболее важные пункты контракта.

Договор заключается на один год. По истечении данного срока договор может быть заключен повторно. Покупатель («Интел-Строй») будет получать товар партиями, 1 раз в месяц. На каждую партию дверей составляется счет-фактура, а которой указана дата поставки, вид продукции, ее количество и цена поставки. Стороны приходят к договоренности, что первая партия товара будет составлять 53 двери на сумму 5278 USD с учетом скидки 3%.

Контракт заключается на общую сумму 100000 USD. Поставка товара будет проходить на условиях Exworks. Риск потерь и страхование груза ООО «Интел-Строй» берет на себя.

Польской стороной предоставляется сертификат качества продукции. После обсуждения данных пунктов контракта он подписывается генеральным директором ООО «Интел-Строй» Гунихиной И.А. и менеджером «Фабрики дверей Ронковски» Светланой Ронковски.

Затем Светлана Ронковска предлагает русской стороне пройти в производственный цех, чтобы ознакомиться с процессом производства деревянных дверей на данном предприятии.