

## **Przedstawiciel handlowy – konkurs. Etap II**

### **Propozycja warunków współpracy i kalkulacja ceny**

Za nami pierwszy etap konkursu, w którym poznaliście kulturę kraju Waszego kontrahenta. Teraz nadszedł czas na przygotowanie oferty handlowej, co oznacza, że przed Wami trochę matematyki i logicznych kombinacji.

W drugim etapie Wasze zadanie składa się z dwóch części – najpierw musicie ustalić warunki wstępnej oferty handlowej, a następnie przeprowadzić kalkulacje cenowe dla minimum dwóch wybranych wariantów.

#### **Warunki współpracy**

Chociaż może się wydawać, że cena to podstawowy element oferty handlowej, dobre przygotowanie do rozmów z kontrahentem wymaga również analizy innych czynników decydujących o opłacalności umowy. Trzeba zastanowić się, jakie warunki będą najkorzystniejsze w danym przypadku. Co należy uwzględnić opracowując ofertę?

##### *Wielkość zamówienia*

To jeden z najważniejszych czynników mających decydujący wpływ na umowę. Z reguły sprzedawcom zależy, aby klienci kupowali jak najwięcej. W związku z tym często zachęcają kontrahentów do zwiększenia liczby zamówionych produktów, obiecując niższą cenę za sztukę. Zaraz przekonacie się, dlaczego takie ustępstwo im się opłaca.

**Pamiętajcie, że nasze przedsiębiorstwo jest w stanie jednorazowo zrealizować zamówienie nie większe niż 10 tysięcy sztuk zabawek.**

##### *Próg rentowności*

Dobrym punktem wyjścia do wyliczenia ceny jest określenie progu rentowności, czyli ustalenie takiej wielkości produkcji przy której dla określonej ceny sprzedaży przychody zrównoważą poniesione koszty stałe i zmienne, a przedsiębiorstwo nie osiąga zysku ani nie ponosi straty.

Koszty stałe – to te koszty, które przedsiębiorstwo ponosi bez względu na skalę produkcji. Należą do nich między innymi opłata za utrzymanie fabryki i wynagrodzenia pracowników. Niezależnie od liczby zamówionych zabawek, przedsiębiorstwo będzie musiało opłacić stałą kwotę. **W przypadku naszej fabryki zabawek, koszty stałe wynoszą 8 000 złotych.**

Koszty zmienne – to koszty, których wielkość zmienia się w zależności od wielkości produkcji. Im więcej dane przedsiębiorstwo produkuje, tym więcej zapłaci za zakup materiałów potrzebnych do wytworzenia towarów. Jeśli w danym okresie nie realizuje żadnego zamówienia, koszty zmienne wyniosą 0 złotych. **Materiały potrzebne do wyprodukowania typowej zabawki, którą oferujesz klientowi, kosztują 2 złotych za sztukę. Jeśli kontrahent życzy sobie wprowadzenia drobnych zmian, jednostkowy koszt zmienny wzrasta do 3 złotych.**

Znając wielkość zamówienia, a tym samym wielkość produkcji, możemy przekształcić tę zależność w taki sposób, aby oszacować cenę jednostkową pozwalającą na pokrycie kosztów stałych i zmiennych wyprodukowania zabawek.

$$\text{Cena wyjściowa} = \text{Jednostkowy koszt zmienny} + \frac{\text{Koszty stałe}}{\text{Wielkość zamówienia}}$$

Jeśli na przykład wielkość zamówienia wyniosłaby 2 tysiące zabawek (w wersji podstawowej, bez dodatkowych zmian), cenę wyjściową należałoby obliczyć w następujący sposób:

$$\text{Cena wyjściowa} = 2 \text{ zł} + 8000 \text{ zł} / 2000$$

$$\text{Cena wyjściowa} = 6 \text{ zł}$$

Aby lepiej zrozumieć zagadnienie progu rentowności produkcji, zachęcam Was do przeczytania artykułu pod tytułem *Ile trzeba sprzedać róż, aby zacząć zarabiać*, który znajdziecie w 11 numerze „Ekonopedii”.

### Transport

Bardzo ważną kwestią jest uzgodnienie, kto zapłaci za transport towarów od producenta do klienta. Zgodnie z Międzynarodowymi Regułami Handlu, nazywanymi Incoterms, możliwych jest kilka wariantów, w zależności od tego, który z partnerów – sprzedawca czy kupujący – będzie odpowiedzialny za poszczególne etapy dostawy zamówienia. Wybrane z nich to:

- EXW – Ex Works („od zakładu”)

Przy warunkach dostawy EXW ryzyko i koszty sprzedawcy są ograniczone do minimum, a kupujący pokrywa wszystkie koszty oraz organizuje transport.

- DDU (Delivered Duty Unpaid) („Dostarczone, cło nieopłacone”)

W tym wypadku to sprzedawca jest odpowiedzialny za cały transport aż do miejsca określonego przez nabywcę (np. do firmy nabywcy). Sprzedawca pokrywa wszystkie koszty za wyjątkiem cła w kraju odbiorcy.

Z poniższej tabelki wyczytasz, ile kosztuje transport zabawek z Polski w różne rejony świata:

	Europa	Ameryka Północna	Ameryka Południowa	Azja
Koszty transportu pojedynczego zamówienia	1 000 zł	2 000 zł	3 000 zł	3 000 zł

Oczywiście, jeśli zdecydujesz się na organizację transportu, musisz uwzględnić jego koszt w cenie zabawek. Możesz to zrobić posługując się następującym wzorem:

$$\text{Cena} = \text{Jednostkowy koszt zmienny} + \frac{\text{Koszty stałe}}{\text{Wielkość zamówienia}} + \frac{\text{Koszty transportu}}{\text{Wielkość zamówienia}}$$

Założmy, że nasze przykładowe zamówienie na 2 tysiące zabawek złożył klient z Francji, a my zdecydowaliśmy się zorganizować transport towaru. Wówczas cenę należy powiększyć w następujący sposób:

$$\text{Cena za sztukę} = 6 \text{ zł} + 1000 \text{ zł} / 2000$$

$$\text{Cena za sztukę} = 6,5 \text{ zł}$$

### *Marża*

Marża to różnicą pomiędzy ceną sprzedaży a kosztami związanymi z jego produkcją, transportem i sprzedażą. To inaczej zysk, który producent uzyska sprzedając zabawki. Trzeba się dobrze zastanowić, jaka powinna być jej wartość – z jednej strony nie może być zbyt wysoka, żeby nie zniechęcić klienta do zakupów, z drugiej to ona decyduje o opłacalności transakcji. Zwykle marża stanowi od 20 do 50 procent ceny ustalonej na podstawie wartości kosztów zmiennych, kosztów stałych i kosztów transportu, jednak tak naprawdę często jej wysokości pozostaje słodką tajemnicą producentów.

$$\text{Cena sprzedaży} = \text{Jednostkowy koszt zmienny} + \frac{\text{Koszty stałe}}{\text{Wielkość zamówienia}} + \frac{\text{Koszty transportu}}{\text{Wielkość zamówienia}} + \text{Marża}$$

Obliczając cenę sprzedaży w naszym przykładzie, ustalmy marżę na poziomie 30 procent. Oznacza to, że cena sprzedaży wyniesie:

$$\text{Cena sprzedaży za sztukę} = 6,5 \text{ zł} + 0,3 * 6,5 \text{ zł}$$

$$\text{Cena sprzedaży za sztukę} = 6,5 \text{ zł} + 1,95 \text{ zł} = 8,45 \text{ zł}$$

### *Okres współpracy*

Nie bez znaczenia jest fakt, czy negocjowana transakcja będzie jednorazową, czy też stanie się początkiem wieloletniej współpracy. Jeśli możemy spodziewać się, że klient będzie co jakiś czas zamawiał nową partię zabawek, oznacza to regularne przychody. Dlatego zwykle warto iść na ustępstwa, np. obniżając marżę lub proponując rabat, by zapewnić sobie tym samym pomyślność współpracy. Jeśli natomiast kontrahent myśli o pojedynczym zamówieniu, wielkie ustępstwa nie przyniosą nam długookresowych korzyści.

### *Termin płatności*

Sprzedaż towaru nie jest jednoznaczna z realizacją zapłaty. Inaczej niż w przypadku sklepów, gdzie klient od razu płaci za zakupione produkty, transakcje pomiędzy przedsiębiorstwami zazwyczaj charakteryzują się odroczeniem, czyli opóźnieniem w czasie. Termin płatności może być wyznaczony na 14 dni, miesiąc, a nawet kwartał od dnia zakupu.

W tym czasie producent wie, że klient jest zobowiązany wpłacić określoną kwotę, natomiast pieniądze wciąż pozostają na koncie klienta.

Oczywiście dla producenta korzystniejsza jest sytuacja, kiedy termin płatności jest jak najkrótszy, zaś klientom opłaca się wydłużenie okresu opóźnienia spłaty zobowiązań. Jeśli więc kupujący zgodzi się na szybkie uregulowanie rachunków, sprzedający często nagradza go niewielką obniżką ceny.

### *Warianty*

Zazwyczaj wstępna oferta jest wielokrotnie dyskutowana i często ostateczne ustalenia odbiegają od początkowych propozycji. W związku z tym dobrze jest przygotować się do rozmów handlowych, opracowując kalkulacje ceny dla kilku wariantów umowy. Przygotuj minimum dwie opcje zmieniając nieco warunki umowy, np. zmniejszając lub zwiększając wielkość zamówienia, oferując bądź nie organizację transportu albo wydłużając lub skracając termin płatności.

Pamiętaj, oferta musi być zarówno korzystna dla Ciebie, jak i atrakcyjna dla klienta!

## **Czas na zadanie**

Twoim zadaniem jest przygotowanie oferty handlowej, czyli zaproponowanie i uzasadnienie wyboru warunków współpracy oraz przeprowadzenie kalkulacji cenowej dla przynajmniej dwóch wariantów oferty.

### **Terminy i ogólne wymagania**

Na wykonanie całego zadania z etapu drugiego Uczestnicy konkursu mają sześć dni (24.II. – 29.II.), a ostateczny termin przesłania prac to **29 luty 2016 roku**.

1 marca Wasze prezentacje będą opublikowane na stronie, gdzie wszyscy studenci EUD będą mogli głosować na swoich faworytów.

Kalkulacje i oferta handlowa mają być opracowane **w formie prezentacji PowerPoint** (maksymalnie 5 slajdów). Gdy Twoja praca będzie gotowa, prześlij ją na adres: **[konkurs@uniwersytet-dzieciecy.pl](mailto:konkurs@uniwersytet-dzieciecy.pl)**

**Instrukcja do zadania** – przygotuj prezentację, w której zamieścisz najważniejsze informacje na temat kultury kraju wybranego kontrahenta.

Swoją pracę możesz zorganizować w następujący sposób:

1. na podstawie powyższego opisu zastanów się, jakie warunki współpracy, dotyczące między innymi transportu czy terminu płatności, chcesz zaoferować zagranicznemu kontrahentowi,
2. na pierwszych slajdach prezentacji przedstaw swoją propozycję i uzasadnij wybór warunków współpracy,
3. na kolejnych dwóch slajdach zaprezentuj kalkulację ceny sprzedaży (przygotowaną w oparciu o wzory i warunki zawarte w tej instrukcji) dla dwóch wariantów umowy (w pierwszym z nich uwzględnij warunki, które wcześniej wybrałaś/wybrałeś, a w drugim zmień np. wielkość zamówienia),
4. na zakończenie zastanów się nad graficznym układem prezentacji.

Komisja oceniająca prace będzie brała pod uwagę przede wszystkim uzasadniony i ciekawy wybór warunków współpracy oraz poprawność i przejrzystość kalkulacji minimum dwóch wariantów cenowych, a w dalszej kolejności formę graficzną prezentacji.

**Uwaga!**

Jeśli zdecydujesz się zamieścić w prezentacji jakiegokolwiek grafiki lub zdjęcia znalezione w sieci, pamiętaj by pod zdjęciem umieścić (może być drobną czcionką) adres strony, z której pochodzi.

Jeżeli szukasz informacji pomocniczych w internecie, pamiętaj, by nie przeklejać zdań znalezionych na stronach. Pisz samodzielnie! ☺.

*Jeśli masz trudności z obliczeniami albo przygotowaniem oferty, zapraszam na forum konkursu, gdzie znajdziesz wątek poświęcony wykonaniu zadania z etapu II – tam postaram się odpowiedzieć na wszystkie pytania i wątpliwości Uczestników konkursu.*

---

Regulamin konkursu dostępny jest na stronie:

[http://www.uniwersytet-dzieciocy.pl/files/Regulamin\\_konkursu\\_Przedstawiciel\\_handlowy.pdf](http://www.uniwersytet-dzieciocy.pl/files/Regulamin_konkursu_Przedstawiciel_handlowy.pdf)