

Popis problému

Touto prípadovou štúdiou máme rozhodnúť o voľbe komponentov marketingového mixu prispôsobeného priamemu vstupu na poľský trh.

Aký cieľ si stanoví firma Caspos?

Firma zažila obrovský pokles predaja vstrekovacích lisov v období, ktorý súvisel s rozpadom trhov po roku 1989 a recesiou v strojárskom priemysle. Do roku 1999, kedy poklesol jej predaj vstrekovacích lisov na 20 lisov ročne, bolo jej hlavným cieľom prežiť. V súčasnosti sa firma dostáva zo zlej situácie, pretože jej výskum a vývoj priniesol dlho očakávané výsledky a firma dokázala inovovať svoje produkty a patrí v súčasnosti medzi firmy s porovnateľnou kvalitou akú dosahujú popredné firmy v tomto odvetví ako je západonemecký koncern Demag Ergotech GmbH, Battenfeld GmbH a ďalší konkurenti. Napriek tomu si firma Caspos netrúfa získať v blízkej budúcnosti vedúce postavenie prostredníctvom kvality, pretože nemože z dôvodu obmedzených kapitálových zdrojov (rovnako aj zdrojov na výskum a vývoj), predčiť spomínané firmy v oblasti inovácií a kvality, môže ich však úspešne nasledovať. Firma chce znovunadobudnúť svoje „stratené“ trhy, jej cieľom je zvýšiť svoj podiel na týchto trhoch, zároveň chce zvýšiť využitie kapacity výroby a znížiť straty z jej nevyužívania a stanoví si cieľ maximalizácie rastu predaja. Firma musí stanoviť cenu tak, aby pritiahla zákazníkov.

Úlohy:

1. Aké komponenty zvoliť pre výrobkový mix? Charakterizujte jednotlivé komponenty.
2. Akú cenovú politiku uplatní Caspos?
3. Aké komponenty zvoliť pre cenový mix? Charakterizujte jednotlivé komponenty.
4. Aké komponenty zvoliť pre distribučný mix? Charakterizujte jednotlivé komponenty.
5. Aké komponenty zvoliť pre komunikačný mix? Charakterizujte jednotlivé komponenty.

Ad 1 Produkt

1. Charakteristika výrobku

Spoločnosť vstúpi na poľský trh s výrobkom Caspos 4700/800. Stroj je určený pre výrobu výstrekov vstrekaním roztavenej hmoty do osi uzatvorenej formy. Režim stroja je poloautomatický a automatický. Na stroji je možné spracovávať:

- * polystyrén
- * acetát celulózy
- * polyetylén
- * polyamid
- * polypropylén
- * tvrdý polyvinylchlorid (PVC)
- * polykarbonát
- * polyformaldehyd a ďalšie bežne používané hmoty.

Uzatváracia jednotka je horizontálnej štvorstĺpovej konštrukcie. Uzatváranie je hydraulické s posuvným valcom. Pohon stroja je hydraulický. Generátorom je dvojité čerpadlo VICKERS. Otáčky závitovky zabezpečuje dvojotáčkový elektromotor cez prevodovku s manuálnym prestavením stupňa otáčok. Riadenie stroja sa uskutočňuje riadiacou jednotkou firmy VICKERS, ktorá obsahuje moderné riadiace prvky, umožňujúce proporcionálne riadenie, uchovanie dát, opakované nahratie počítačových parametrov. Riadiaci systém na báze mikropočítača je modulárne usporiadaný s použitím najmodernejších komponentov HI-TECH. Zadávanie parametrov pomocou klávesnice, kontrola skutočných a chybných hlásení je možná na displeji.

5.a 6. prípadová štúdia z predmetu Medzinárodný marketing:
ROZHODOVANIE O MARKETINGOVOM MIXE: PRODUKT, CENA, DISTRIBÚCIA KOMUNIKÁCIA

TECHNICKÉ ÚDAJE / TECHNICAL DATA

Parameter	Typ	CASSPOS 4700/800
Max.zdvihový objem závitovky reduk. na 100 MPa Max.lifting volume of screw reduced on 100 MPa	[cm ³]	4700
Priemer závitovky Screw diameter	[mm]	90 100 125
Max.zdvihový objem závitov Max.lifting volume of screw	[cm ³]	2480 3060 4775
Max. hmotnosť výlisku s vtokovou sústavou Max. weight of moulding with estuary system	[g]	2760
Max. plocha výlisku pri tlaku hmoty vo forme 28-30 MPa Max. surface of moulding with mould material pressure 28-30 MPa	[cm ²]	3063
Max. vstrekovací tlak Max. injection pressure	[MPa]	192,8 156 100
Max. zdvih závitovky Max. stroke of screw	[mm]	390
Prítlačová sila Thrust	[kN]	160
Taviaci výkon Plast. output	[kg/hod] [kg/hr]	250
Otáčky závitovky Screw revolutions	[min ⁻¹]	0 - 118
Príkon topného valca Melting roll input	[kW]	29,1
Počet topných pásiem Number of melting zones	[ks] [pcs]	4+1
Regulácia ohrevu Heating control	[C]	50-350
Príkon el. motora závitovky Screw electric motor input	[kW]	25/38
Uzatvárací sila Closing force	[kN]	8000
Max. otvorenie Max. opening	[mm]	1750
Vonkajšie rozmery upínacej dosky Pressure plate external dimension	[mm]	1400x1400
Prechod medzi stĺpmi Passage between pillars	[mm]	860x860
Max/min výška formy Max/min mould height	[mm]	900/550
Sila hydraulického vyrážania Hydraulic ejecting force	[kN]	145
Zdvih hydraulického vyrážania Hydraulic ejecting lift	[mm]	10-250
Prevádzkový tlak Operation pressure	[MPa]	14
Druh prevádzkovej kvapaliny Operation liquid type		OH-HM 46
Náplň prevádzkovej kvapaliny Operation liquid filling	[l]	1450
Príkon el. motora čerpadla Electric motor pump input	[kW]	75
Doba 1 cyklu naprázdno Idle cycle min period	[s]	9
Hmotnosť stroja Empty machine weight	[t]	42
Rozmery stroja d x š x v Machine dimensions LxWxH	[m]	12,32x2,35x2,8
Max. spotreba chladiacej vody Max.consumption of cooling water	[l/hod] [l/hr]	2800
Celkový inštalovaný príkon Total input	[kW]	156

Argumenty pre výrobok:

- vysoká modularita - je možnosť kombinácie viacerých vstrekovacích jednotiek
- ergonómika - pomocou integrálnych ergonómických jednotiek
- úspora energie, minimálna údržba
- efektívne náklady, jednoduchá inštalácia a nábeh
- jednoduchá obsluha
- flexibilita - dovoľuje väčšie aplikačné možnosti, budovanie blokového systému
- nízka hlučnosť - obsahuje hluk tlmiace jednotky
- harmonický pohyb - istený elektronicky kontrolovanými čerpadlami (jednookruhový hydrauglický systém)
- veľké možnosti zvieracej sily

Argumenty pre systém:

- vysoká modularita - je možnosť kombinácie viacerých vstrekovacích jednotiek
- ergonómika - pomocou integrálnych ergonómických jednotiek
- úspora energie, minimálna údržba
- rýchla odpoveď - zaistená prísnu kontrolou vstrekovania
- kratšie cykly - zabezpečené parálnym pohybom formy/šablony a trisky (dvojciklový hydraulický systém poháňaný elektron. kontrolovanými čerpadlami)
- najtransparentnejší proces - cez integrovaný zber dát
- veľké možnosti zvieracej sily

Pracovné prostredie

- * Teplota okolia od +5 °C do +40 °C
- * Nadmorská výška do 1000 m
- * Relatívna vlhkosť do 80% pri 20°C
- * Prašnosť max. 1 mg prachu v 1 m³

Podmienky dodávky

Vstrekovacie lisy sú dodávané na základe objednávky a následne odsúhlasenej kúpnej zmluvy. Dodacia lehota na vstrekovacie lisy v závislosti od veľkosti a typu stroja je 12 týždňov až 28 týždňov. Casspos 4700/1000 dodaciu lehotu 15 týždňov.

Záručná doba

Záručná doba je 12 mesiacov odo dňa uvedenia do prevádzky, najdlhšie však 18 mesiacov do dňa odoslania zo závodu. Výrobca ručí za produkty za predpokladu, že :

1. pred použitím je lis uskladnený v súlade s podmienkami uvedenými v manuály
2. pri montáži, uvedení do prevádzky, prevádzke a obsluhu sú dodržiavané pokyny výrobcu uvedené v návode na obsluhu.

Doba životnosti

Doba životnosti strojov závisí od intenzity ich využívania a je od 6-9 rokov

Balenie a skladovanie

Lisy sú prekryté nepremokavou fóliou a uložené na drevenej prepravnej palete. Je potrebné ich skladovať vo vykurovaných skladoch, kde teplota nikdy neklesne pod 5°C a kde je zabránené náhlým zmenám teploty a tým aj zarosovaniu a navlhaniu strojov. Sklad má byť suchý čistý a trvale bez prachu. Pri skladovaní je nutné najmenej v šesťmesačných intervaloch kontrolovať, prípadne obnovovať konzerváciu najmä ochranné nátery lícovaných plôch a kontrolovať izolačný stav pred ďalším použitím

Bezpečnosť

Všetky práce na lise sa robia vo vypnutom stave za kľudu (výnimku tvoria niektoré úkony vykonávané pod napätím pri revízii elektrických častí), pričom je potrebné dodržiavať všetky bezpečnostné predpisy dané platnými technickými normami. Vždy je treba skontrolovať či je riadne pripojený ochranný vodič, či sú živé časti bez napätia a zaistiť, aby nedošlo k náhodnému zapnutiu.

Svorky

Pri revízii je potrebné sa presvedčiť, či všetky pripojovacie svorky vo svorkovnici a ochranné svorky lisu sú riadne dotiahnuté. V prípade potreby ich dotiahnuť.

Výmena olejovej náplne

Výmena prvej náplne oleja má byť po dvojmesačnej prevádzke, každá ďalšia výmena po 1500 prevádzkových hodinách, najmenej však jedenkrát za pol roka.

2. Komponenty produktu

1. prevádzkové vlastnosti
2. kvalita
3. záruky, servis
4. značka produktu
5. flexibilita
6. predaj produktu
7. náklady
8. desing
9. balenie
10. použitý materiál
11. názov výrobku
12. sortiment

1. Popis výrobku a technické parametre vid'. charakteristika výrobku
2. Po "nežnej" revolúcii sa podnik dostal do ťažkostí, stratil trhy v bývalom ZSSR, kde dovtedy exportoval až 60% produkcie. Nebol schopný konkurovať silným konkurentom z vyspelých krajín a tak stratil ďalších zákazníkov. Znížil výrobu, zanedbala sa výskumno- vývojová činnosť v dôsledku nedostatku potrebného kapitálu. A tak sa podnik v polovici 90-tych rokov sprivatizoval a investor poskytol potrebné prostriedky na výskumno-vývojovú činnosť. Vďaka nej sa modernizovali používané technológie a výrobky sa dostali na úroveň, ktorou sú schopné konkurovať aj zahraničným firmám. V súčasnosti firma uvádza novú modernú radu vstrekovacích lisov. Tieto lisy sú na špičkovej technickej úrovni plne porovnateľnej s podobnými produktmi konkurenčných firiem.

Spoločnosť od roku 1997 **spĺňa normu ISO 9001** - norma modelu systému kvality pri návrhu, vývoji, výrobe, inštalácii a servise. Štandard akosti produkcie trvalo prehodnocuje a dodržiava.

Rozlíšenie sa od konkurencie spočíva hlavne v rozdielnej kvalite dielenského spracovania - presnosť opracovania a licovanie na seba nadväzujúcich súčiastok.

3. V predajnej cene je zahrnuté základné školenie pracovníkov, záručný a pozáručný servis, záruka 12 mesiacov, montáž, sprevádzkovanie, odskúšanie stroja. Okrem toho firma ponúka nepretržitý servis počas celej doby životnosti, kvalifikované poradenstvo a v prípade potreby dodávku špeciálnych náhradných dielov. Avšak ak chce uspieť v silnej konkurencii so zahraničnými výrobcami, je potrebné aby neustále zvyšovala kvalitu poskytovaných služieb.
4. Ochranná značka je zaregistrovaná v Slovenskej republike a hodláme tak urobiť aj pri vstupe na poľský trh.
5. Výrobok je kompatibilný s inými strojmi to znamená, že existuje možnosť nahradenia iného stroja (aj od iného výrobcu) naším tak, že sa pripojí na spoločný zásobník. Firma je schopná vyrábať stroje na mieru, na pranie zákazníka.
6. Nakoľko ide o predmet výrobnjej spotreby, aj jeho spôsob predaj je tomu prispôsobený. Obchodní zástupcovia prichádzajú do styku s potenciálnymi klientmi a so stálymi partnermi a priamo reagujú na ich požiadavky. Klient príde s určitou požiadavkou, obchodný zástupca mu odporučí konkrétny stroj, poskytne všetky potrebné informácie, na základe ktorých sa zákazník rozhodne. V prípade potreby je možné stroj špeciálnym požiadavkám prispôbiť. Zástupca pritom využíva rôzne formy komunikácie ako sú osobný styk, poskytovanie informácií cez telefón a on-line služby cez internet.
7. Firma dosahuje náklady nižšie o 20-30% oproti nákladom konkurencie a to hlavne z dôvodu nižších mzdových a materiálových nákladov a vlastných technologických riešení.
8. Desing je podriadený funkčným vlastnostiam a konštrukčnému prevedeniu stroja. Ovládacie prvky sú riešené ergonomicky.

9. Balenie vid' charakteristika výrobku
10. Pri výrobe lisov sa využívajú hlavne kovové materiály a plasty. Výrobcovia lisov využívajú materiál na porovnateľnej kvalitatívnej úrovni.
11. Výrobky majú zložený z dvoch častí. Prvá časť pozostáva z názvu firmy t.j. Casspos a druhá časť obsahuje dve čísla - prvé číslo je maximálnz zdvihový objem závitovkz reduk. na 100 MPa a druhé číslo je uzatváracia sila.
12. Firma ponúka 3 základné skupín automatických vstrekovacích strojov a 2 skupiny vytvorené na pranie zákazníkov:
 1. CASSPOS 310/100, 110/50, 1110/250, 1500/400
 2. CASSPOS 4700/800 V
 3. CASSPOS 5400/1000
 4. CS 88/63, CS 195/100, CS 371/160
 5. CS 1025/320, CS 1025/400

Ad 1 Cena

1. Cenová politika

Na rozhodovanie o cenách vplývajú mnohé interné a externé faktory. Interné faktory zahŕňajú marketingové ciele firmy, stratégiu marketingového mixu, náklady a organizáciu tvorby cien. Externé faktory zahŕňajú charakter trhu a dopytu, konkurenciu a ostatné faktory prostredia.

Najprv musí rozhodnúť, čo chce ponukou určitého produktu dosiahnuť, t. j. stanoviť si cieľ svojej cenovej politiky. Čím jasnejšie si firma stanoví svoje ciele, tým ľahšie možno stanoviť cenu produktu. Cenotvorbou môže firma sledovať ktorýkoľvek z nasledujúcich cieľov:

- prežitie
- maximalizáciu bežného zisku
- maximalizácia bežných príjmov
- maximalizácia rastu predaja
- maximalizácia využitia trhu
- získanie vedúceho postavenia kvalitou výrobku.

Firma chce znovunadobudnúť svoje „stratené“ trhy, jej cieľom je zvýšiť svoj podiel na týchto trhoch, zároveň chce zvýšiť využitie kapacity výroby a znížiť straty z jej nevyužívania a a stanoví si cieľ maximalizácie rastu predaja. Firma musí stanoviť cenu tak, aby pritiahla zákazníkov.

Firma rieši problém tvorby cien výberom takých metód, ktoré berú do úvahy jedno alebo základné tri východiská a tými sú náklady, ceny konkurentov a ceny substitútov, a predstava zákazníka o jedinečných vlastnostiach produktu. Použitá metóda ovplyvňuje konkrétne stanovenú cenu. Hlavné metódy tvorby cien pomocou:

1. cenovej prirážky
2. vnímanej hodnoty
3. hodnoty
4. bežných cien a
5. cenových ponúk

Tvorba cien pomocou cenovej prirážky

Najzákladnejšou metódou tvorby cien je pripočítanie prirážky k nákladom najednotku. Prirážka sa mení v závislosti od druhu predávaného tovaru.

Tvorba cien pomocou vnímanej hodnoty

Za rozhodujúci faktor pri tvorbe ceny sa berie hodnota vnímaná zákazníkom. V marketingovom mixe prevládajú necenové premenné, aby sa v mysli zákazníkov posilnilo vnímanie hodnoty.

Hodnotová tvorba cien

Hodnotová tvorba cien nie je iba stanovením nižšej ceny produktov v porovnaní s cenou konkurencie. Ide o zložitý proces transformácie všetkých aktivít firmy tak, aby výsledné procesy boli skutočne menej nákladné bez straty na kvalite, aby zníženie ceny bolo dostatočne významné a prilákalo výrazne väčší počet zákazníkov presvedčených o tom, že si kupujú hodnotu.

5.a 6. prípadová štúdia z predmetu Medzinárodný marketing:
ROZHODOVANIE O MARKETINGOVOM MIXE: PRODUKT, CENA, DISTRIBÚCIA KOMUNIKÁCIA

Tvorba cien pomocou bežných cien

Firma sa riadi predovšetkým cenami svojich konkurentov a neberie príliš ohľad na svoje vlastné náklady a dopyt. Firma môže účtovať rovnaké, nižšie alebo vyššie ceny ako hlavní konkurenti.

Tvorba cien pomocou cenových ponúk

Konkurečne orientovaná cenotvorba sa bežne vyskytuje tam, kde sa vyskytujú obchodné ponuky na vykonanie práce. V tomto prípade firma určuje cenu skor podľa očakávanej ponuky konkurenčnej firmy, ako podľa nákladov a dopytu.

Akú metódu stanovenia ceny by firma Casposs mala uplatniť?

Firma Casposs podniká v odvetví, kde sa vyskytujú obchodné ponuky na vykonanie práce. Firmy so záujmom o kúpu vstrekovacieho lisu budú dokladne hodnotiť ponuky od viacerých firiem a cena bude dôležitým faktorom ich rozhodnutia. Firma Casposs im môže ponúknuť parametre vstrekovacích lisov, ktoré sú porovnateľné s konkurenciou a zároveň im môže ponúknuť cenu až o 20-30 percent nižšiu z dôvodu nižších hlavne mzdových nákladov. Z toho vyplýva že firma si zvolí poslednú metódu - tvorbu cien pomocou cenových ponúk.

2. Komponenty ceny

1. výška ceny
2. dodacie podmienky
3. platobné podmienky
4. zľavy
5. doba splatnosti

1. Predovšetkým sa firma snaží získať kontrakt, a to je podmienené v mnohých prípadoch ponukou nižšej ceny, než aká je u konkurencie. Firma tvorí cenu produktu na základe porovnania s cenami konkurenčných produktov na zahraničnom trhu, ktorých kvalita je porovnateľná s našim výrobkom. Na základe porovnania firma stanovila hornú hranicu ceny 10,1 mil. Sk (priemerná cena bez dane porovnateľnej konkurencie). Dolná hranica ceny je limitovaná výrobnými nákladmi. Firma CASSPOSS konkuruje zahraničným firmám hlavne z Nemecka nižšou cenou a porovnateľnou kvalitou. Može uplatňovať stratégiu nižších cien, nakoľko dosahuje nižšie jednotkové náklady ako konkurenti. Konkurenčné firmy z krajín strednej európy uplatňujú stratégiu rovnako nízkych cien, avšak nie sú schopné ponúknuť vstrekovacie lisy porovnateľných parametrov.

Kalkulácia predajnej ceny na 1 vstrekovací lis v Sk

Priamy materiál	2 500 000
+ Priame mzdy	1 500 000
+ Ostatné priame náklady	800 000
= Vlastné náklady výroby	4 800 000
+ správna réžia	550 000
+ odbytová réžia	650 000
= Úplné vlastné výrobné náklady	6 000 000
+ Zisková marža	2 000 000
= Základná cena bez DPH	8 000 000

V predajnej cene je zahrnuté – základné školenie pracovníkov, záručný a pozáručný servis, záruka 12 mesiacov, montáž, sprevádzkovanie, odskúšanie stroja. Okrem toho firma ponúka nepretržitý servis počas celej doby životnosti a v prípade potreby dodávku špeciálnych náhradných dielov.

2. Aké doložky INCOTERMS by mala firma Casposs uplatňovať ?

Pre cestnú dopravu sú vhodné doložky EXW, FCA, CPT, CIP, DAF, DDU a DDP. Pre exportéra je najvýhodnejšou doložkou doložka EXW- Ex Works, ktorej uplatnenie znamená, že predávajúci (fi

5.a 6. prípadová štúdia z predmetu Medzinárodný marketing:
ROZHODOVANIE O MARKETINGOVOM MIXE: PRODUKT, CENA, DISTRIBÚCIA KOMUNIKÁCIA

Casposs) si splní svoju povinnosť, ak dá kupujúcemu tovar k dispozícii vo svojom závode. Predávajúci nie je zodpovedný za naloženie tovaru ani za jeho prečlenie. Kupujúci nesie všetky riziká a náklady od prevzatia tovaru zo závodu až do miesta určenia. V prípade doložky INCOTERMS Ex Works, je to cena zo závodu, kedy sa o dopravu stará výhradne dovozca a teda sa uplatňuje vyššie vypočítaná cena.

Naša firma disponuje potrebným vozovým parkom, ktorý sa využíva na prepravu iných výrobkov, a tak je schopná zabezpečiť prepravu sama. V tomto prípade sa uplatňuje doložka CIP, t.j. carriage and insurance paid to, čo zvyšuje cenu vstrekovacieho lisu o dopravné a poistné náklady, ktoré musíme zaplatiť my ako predávajúci t.j. cena vstrekovacieho lisu sa zvyšuje o 100 000. Firma je ochotná uplatniť aj tieto pre ňu menej výhodné doložky, pretože chce poskytovať aj možnosť dodania tovaru a chce obstáť v konkurenčnom boji.

V prípade, že je potrebné uskutočniť dodávku vstrekovacieho lisu a firma má plne využitý vozový park, využije služby špedičnej spoločnosti. V zmluve sa vymedzí doprava špedičnou spoločnosťou a uplatňuje sa doložka CPT, t.j. carriage paid to, poistenie platí špedičná spoločnosť no prefakturuje ich nám vo forme ceny za ich služby, pričom cena vstrekovacieho lisu sa zvyšuje o prepravné náklady platené špedičnej spoločnosťou a jedná sa o sumu 120 000 Sk. Je možné v kúpnej zmluve rozdeliť túto sumu na sumu platenú kupujúcim a sumu platenú predávajúcim v závislosti od ceny prepravy, ktorá pripadá na územie SR a ceny prepravy, ktorá pripadá na území Poľska.

Zo strany dovozcu sa táto cena zvyšuje o sumu colného dlhu, =clo + DPH, ktorá sa počíta z frankoceny, čo je cena na hranici a obsahuje náklady na prepravu po hranicu a poistné rovnako pripadajúce na územie SR. Avšak predpokladáme, že kupujúce firmy sú platcami DPH a majú nárok na odpočet DPH na vstupe a tak je potrebné našu cenu upraviť len o výšku dovozného cla, aby sme získali náklady na obstaranie pre dovozcu, ktoré môžeme porovnávať s dovozcovými nákladmi na obstaranie v prípade kúpy konkurenčných vstrekovacích lisov. Clo z ceny vstrekovacieho lisu je 0,8%.

Predbežná predajná cena vstrekovacieho lisu je teda 8 000 000,- Sk. Firma CASSPOSS požaduje platbu v tretej mene a to v EUR, čo pri devízovom kurze SKK ku EUR 43,10 činí 185 615 EUR. Platbou v tretej mene sa chce firma vyhnúť rizikám vyplývajúcim z nestabilného poľského zlotého a chce získať konvertibilnú menu na úhradu záväzkov svojim zahraničným dodávateľom.

Výsledná cena závisí od dohody medzi partnermi a v rozhodujúcej miere od špeciálnych požiadavok odberateľa, formy platby, doby realizácie dodávky.

3.,4.,5. Aké formy platieb by mala firma využívať? Aké zľavy poskytuje a aké doby splatnosti vyžaduje?

Firma využíva tieto formy platieb

- a) zálohu
- c) platba po dodávke, dokumentárny akreditív s dobou splatnosti 60 dní
- d) leasingové splátky

Zálohou firma získava finančné prostriedky na krytie platobných výkyvov, ktoré plynú z tohto typu výroby. Spoločnosť CASSPOSS poskytuje zľavu 5 % pri obdržaní zálohy, akontácie 12% vopred, pretože pri takejto finančne náročnej operácii sama potrebuje posilniť svoju likviditu, aby mohla platiť včas svojim dodávateľom.

Platba dokumentárnym akreditívom patrí medzi najvyužívanejšie v zahraničnom obchode s nečlenskými krajinami Európskej únie. Platbou prostredníctvom dokumentárneho akreditívu firma eliminuje riziko nezaplatenia, ktoré je na nedostatočne fungujúcich trhoch strednej a východnej európy značné. Na cenu majú vplyv platobné podmienky, ktoré sú pri otvorení akreditívu najvyššie (0.3-0.7 % z akreditívnej sumy), no znamenajú minimálne riziko pre našu firmu. Náklady otvorenia akreditívu znáša importér. Firma nevyužíva hladké, nezaručené platby z dôvodu vysokého rizika.

Firma chce získať aj zákazníkov, ktorí hoci v súčasnosti nedisponujú dostatočnými finančnými zdrojmi, majú dobrý podnikateľský zámer, ktorý firma CASSPOSS dokladne preveruje. Firma CASSPOSS poskytuje vstrekovací lis za výhodných podmienok pre obe strany s dobou trvania leasingu 4 roky s mesačnými splátkami, prvou navýšenou splátkou 20% z hodnoty predmetu leasingu, náklady finančnej zložky 20%. Leasingový koeficient je 1.3. Výhody leasingu sú zjavné. Nájomca môže užívať vstrekovací lis bez toho, aby disponoval potrebnými finančnými prostriedkami na jeho

5.a 6. prípadová štúdia z predmetu Medzinárodný marketing:
ROZHODOVANIE O MARKETINGOVOM MIXE: PRODUKT, CENA, DISTRIBÚCIA KOMUNIKÁCIA

zakúpenie. Kupujúci nemusí spĺňať podmienky získania úveru z banky. Firma Casposs sa môže brániť riziku nesplácania leasingových splátok dokladným vypracovaním leasingovej zmluvy, najmä tým, že vstrekovací lis ostáva majetkom firmy Casposs až do úplného splatenia leasingových splátok nájomcom. Keďže cena dohodnutá v kontrakte je cenou len predbežnou, môže sa ešte upraviť z dôvodu presnejšej kalkulácie prepravných nákladov, kolísania kurzu a roznych iných činiteľov

Slovenské výrobky a technika, ak sa tu chcú presadiť, musia byť konkurencieschopné z hľadiska kvality, designu, ceny a dodržiavania termínov dodávok. Naše výrobky a podniky musia byť dôveryhodné. Pri uzatváraní obchodov je potrebné venovať oveľa väčšiu pozornosť príprave kontraktov, spôsobu fakturácie, dopravy, platby a zisteniu spoľahlivosti partnera. Je potrebné využívať blízkosť hraníc, prístupnosť jazykov a využiť prípadné nedostatky na trhu a umiestniť tam naše výrobky.