

ŠKOLA ZA CESTOVNI PROMET
Trg J.F.Kennedyja 8, Zagreb

NASTAVNO PISMO
ZA PROGRAME OBRAZOVANJA ODRASLIH

Nastavni predmet :

MEĐUNARODNO POSLOVANJE

Zanimanje :

TEHNIČAR ZA LOGISTIKU I ŠPEDICIJU

3. RAZRED

Autor : Tomislav Fabijanić, prof.

SADRŽAJ :

Uvod	4
1. Osnovni pojmovi u međunarodnom poslovanju	5
1.1 Pojam vanjske trgovine	5
1.2 Osobine vanjske trgovine	6
1.3 Pojam bilance	6
1.3.1 Platna bilanca	6
1.3.2 Trgovinska bilanca	7
1.4 Međunarodno tržište i razmjena	9
1.5 Marketing	9
1.5.1 Funkcije marketinga	9
1.5.1.1 Cijena	10
1.5.1.2 Proizvod	10
1.5.1.3 Promocija	11
1.5.1.4 Distribucija	11
1.6. Međunarodni marketing	12
2. Organizacija i subjekti vanjske trgovine	13
2.1 Poduzeća za neizravan uvoz i izvoz	13
2.1.1 Komisionar	14
2.1.2 Broker	14
2.1.3. Distributer	14
2.2 Poduzeća za izravan uvoz i izvoz	14
2.2.1 Filijala	15
2.2.2 Delegat	16
2.2.3 Predstavničko poduzeće	16
2.3 Oblici prodaje roba i usluga	16
2.3.1 Prodaja na temelju uzoraka	17
2.3.2 Prodaja po viđenju robe u cijelosti	17
2.3.3 Prodaja prema standardnoj oznaci	17
2.3.4 Prodaja robe izravnim trgovačkim pregovorima	18
2.4 Specijalizirana međunarodna tržišta	18
2.4.1 Međunarodni sajmovi	18
2.4.2 Međunarodne aukcije	20
2.4.3 Burze	22

3. Vrste poslova i djelatnosti	24
3.1 Dugoročna proizvodna kooperacija	24
3.2 Poslovno-tehnička suradnja s inozemstvom	26
3.3 Transfer tehnologije	27
3.4 Zajednička ulaganja	27
3.5 Kompenzacijski poslovi	28
3.6 Leasing	29
3.7 Franšizing	30
4. Dokumentacija u međunarodnom poslovanju	31
4.1 Robni dokumenti	31
4.1.1 Trgovačka faktura	31
4.1.2 Carinska faktura	31
4.1.3 Specifikacija robe	31
4.1.4 Lista pakiranja	31
4.2 Potvrde o robi	32
4.2.1 Potvrda o podrijetlu	32
4.2.2 Potvrda o robi koja se uvozi radi izvoza	32
4.2.3 Potvrda o krajnjoj namjeni robe	32
4.2.4 Sanitarna potvrda	33
4.2.5 Veterinarska potvrda	33
4.3 Dokumenti o osiguranju robe	33
4.4 Ostala poslovna dokumentacija	33
5. Poslovni rizici i osiguranje od rizika	34
5.1 Poslovni rizici	34
5.1.1 Robni rizici	35
5.1.2 Financijski rizici	37
6. Kalkulacije	39
6.1 Kalkulacija izvoznog posla	39
6.2 Kalkulacija uvoznog posla	40

KAKO KORISTITI NASTAVNO PISMO

Cijenjeni polaznici,

nastavno pismo zamišljeno je kao is(pri)pomoć u organizaciji samostalnog učenja, pripremanja i polaganja ispita.

Na početku nastavnog pisma nalazi se sadržaj koji daje najkraći uvid u strukturu nastavnog gradiva, odnosno orijentacijski uvid u nastavne cjeline i jedinice koje su razrađene u nastavnom pismu i s kojima ćete se upoznati.

U razradi nastavnih cjelina definirani su novi pojmovi i objašnjenja koja koristimo kako bismo lakše savladali propisane sadržaje.

Na kraju nastavnog pisma nalaze se pitanja na koja je dobro odgovoriti nakon proučenog sadržaja, posebno zato što se slična pitanja pojavljuju na ispitu. Pitanja koja niste uspjeli odgovoriti, možete pronaći u dodatnoj literaturi ili na web stranicama.

Sve naučeno možete i dalje nadograđivati.

Želim Vam uspjeh na tom putu!!!

Priloženim popisom literature želio sam potaknuti one koji žele više na samostalni istraživački rad i korištenje različitih izvora znanja.

1. OSNOVNI POJMOVI U MEĐUNARODNOM POSLOVANJU

1.1 POJAM VANJSKE TRGOVINE :

VANJSKA TRGOVINA je gospodarska djelatnost koja obuhvaća razmjenu roba i usluga sa inozemstvom, tj. ukupnu razmjenu materijalnih i nematerijalnih dobara između zemalja. To je ukupnost razmjene jedne zemlje s drugom.

U **užem smislu** vanjska trgovina obuhvaća samo promet robe između gospodarskih subjekata iz različitih zemalja, pa je predmet vanjskotrgovinske razmjene samo ona roba koja prelazi državnu granicu, odnosno carinsku crtu jedne ili više zemalja.

U **širem smislu** vanjska trgovina, uz međunarodnu robnu razmjenu, obuhvaća i razmjena gospodarskih usluga, promet kapitala i ljudi (turizam) i prijenos vijesti (npr. poštanski promet).

Funkcija vanjske trgovine je funkcija posrednika između proizvođača i potrošača i to interpersonalno, interlokalno i intertemporalno. Pritom trgovina trostruko posreduje:

1. **Interpersonalno posredovanje:** posredovanje trgovine između fizičkih i pravnih osoba u prometu, a sastoji se u nabavci robe od proizvođača i prodaji robe potrošačima. Prodaja nije ograničena mjestom i vremenom pa je to ujedno i interlokalno i intertemporalno posredovanje.
2. **Interlokalno posredovanje:** međumjesno posredovanje proizašlo iz regionalnih razlika u proizvodnji i potrošnji. Trgovina osigurava povezivanje i uravnoteženje ponude i potražnje u različitim dijelovima zemlje. S ovog stajališta imamo UT i VT.
3. **Intertemporalno posredovanje:** proizlazi iz vremenske neusklađenosti proizvodnje i potrošnje. Da bi se to minimaliziralo roba se nabavlja u velikim količinama, stvaraju se zalihe na skladištu i brine se o očuvanju njene upotrebne vrijednosti.

1.2. OSOBINE VANJSKE TRGOVINE :

Uloga i značaj vanjske trgovine očituje se u sljedećem :

- opskrbljuje privredu zemlje proizvodima koje ona nije u mogućnosti proizvesti
- pridonosi svjetskoj podjeli rada
- omogućuje konkurenciju između proizvođača (smanjuje monopol)
- olakšava izvoz kapitala
- izvozom se ostvaruju devizna sredstva za uvoz robe

Osnovni zadatak međunarodnog poslovanja je po najpovoljnijim uvjetima uvesti robu koje nema u dovoljnim količinama na domaćem tržištu i po najpovoljnijim uvjetima izvesti domaću robu na inozemno tržište.

Vanjska trgovina mora omogućiti :

- skladan privredni razvoj zemlje
- utjecaj na razvoj i unapređenje proizvodnje
- zadovoljenje strane potrebe domaćeg tržišta

1.3. POJAM BILANCE :

Bilanca je statistički financijski izvještaj koji prikazuje stanje imovine, kapitala i obveze na dan bilanciranja.

Bilanca daje informacije o financijskom položaju društva.

1.3.1 PLATNA BILANCA

Platna bilanca je prikaz je ukupnih novčanih primanja i izdavanja jedne zemlje prema inozemstvu. Može biti:

- **aktivna** (novčani primici > novčana izdavanja),
- **pasivna** (izdavanja > primanja) i
- **uravnotežena** (primanja = izdavanja).

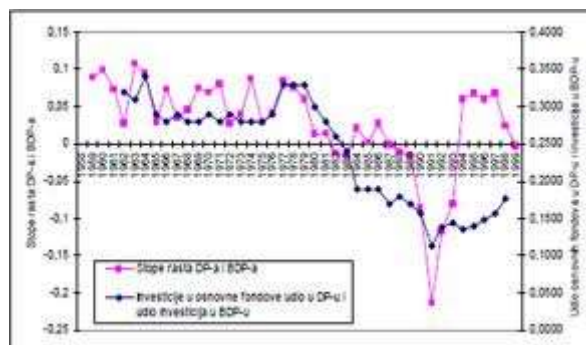
Primanje i izdavanje novca proizlazi iz svih ekonomskih transakcija zemlje s inozemstvom.

Tekući račun platne bilance (% BDP-a)

2008. procjena

Slovačka	-6,2
Slovenija	-5,8
Bugarska	-22,4
Mađarska	-7,1
Poljska	-4,7
Češka	-3,0
Rumunjska	-14,0
Srbija	-17,5
Hrvatska	-10,5

Izvor: RBA analize EUforija br.1/2009.



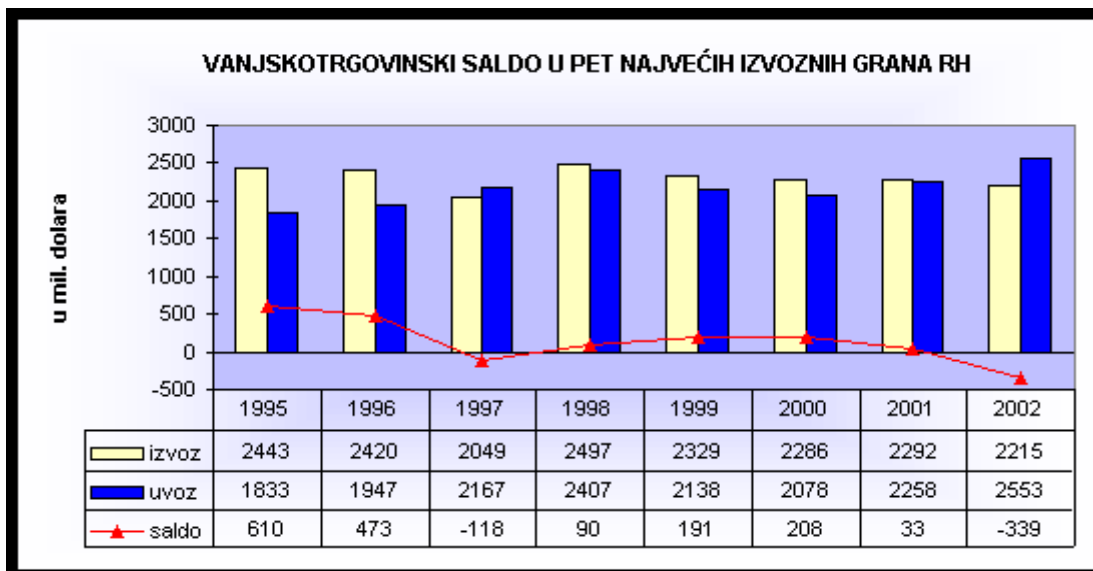
Platna bilanca

1.3.2 TRGOVINSKA BILANCA

Trgovinska bilanca je odnos je vrijednosti ukupnog izvoza i ukupnog uvoza robe jedne zemlje za određeno vremensko razdoblje, obično za 1 god. Može biti:

- **aktivna** (suficitarna) - $I > U$,
- **pasivna** (deficitarna) - $U > I$ i
- **uravnotežena** - $U = I$.

Podaci se prikupljaju kroz carinsku statistiku. Sadrži i strukturu U i I zemlje, čini najveći dio platne bilance.



Trgovinska bilanca

1.4. MEĐUNARODNO TRŽIŠTE I RAZMJENA :

Pod **TRŽIŠTEM** podrazumijevamo određeno područje na kojem se redovito ostvaruje susret prodavača i kupca robe i usluga. Uključuje skup poduzeća, ustanova i pomoćnih službi koje osiguravaju trajnu vezu ponude i potražnje i unapređenje ekonomskih odnosa.

TRŽIŠTE se definira kao skup aktivnosti ili kao mehanizam kojim se roba, usluge i čimbenici usmjeravaju u potrebnim smjerovima.

Uloga tržišta ogleda se u ostvarivanju tzv. "ravnotežne cijene", koja se oblikuje na tržištu kao odraz ujednačenih odnosa ponude i potražnje.

MEĐUNARODNO TRŽIŠTE je područje koje obuhvaća veći ili manji broj zemalja radi međusobnog održavanja stalnih trgovačkih odnosa i gospodarske suradnje. Takvo tržište, na kojem određeni broj zemalja obavlja razmjenu roba i usluga, zapravo je dio svjetskog tržišta.

1.5. MARKETING :

Marketing - rezultat posebno misaonog pristupa koncipiranju metoda i zadataka za uspješno vođenje posla
- promidžba nekog proizvoda, tvrtke ili usluge

1.5.1 Funkcije marketinga

- 1. PLACE** – distribucija
- 2. PRICE** – cijena
- 3. PROMOTION** – promocija
- 4. PRODUCT** – proizvod



1.5.1.1 Cijena

Cijena je vrijednost roba i usluga izražena u novcu.

Cijena mora biti optimalna, što znači da odgovara kupovnoj moći potrošača.

Nastaje na temelju međusobnog utjecaja ponude i potražnje nad robom na tržištu.



1.5.1.2 Proizvod

Proizvod je rezultat ljudskog rada ostvaren radi podmirjenja ljudskih potreba. Asortiman je skupina proizvoda koja imaju zajedničku komponentu.

1.5.1.3 Promocija

Promocija je skup različitih aktivnosti putem kojih tvrtka nastoji potrošače upoznati s proizvodima i uslugama koje nudi.

Promidžbene aktivnosti koje se najčešće koriste su :

- ekonomska propaganda
- osobna prodaja
- unapređenje prodaje

Ekonomski propaganda je svaki plaćeni oblik promidžbe ideja, dobara ili usluga (TV, časopisi, plakati i dr.).

Osobna prodaja je usmena prezentacija proizvoda ili usluga s ciljem prodaje ponuđenog.

Unapređenje prodaje predstavlja različite tehnike i aktivnosti koje su usmjerene poboljšanju prodaje (školovanje prodajnog osoblja, suradnja proizvođača i trgovca i sl.)

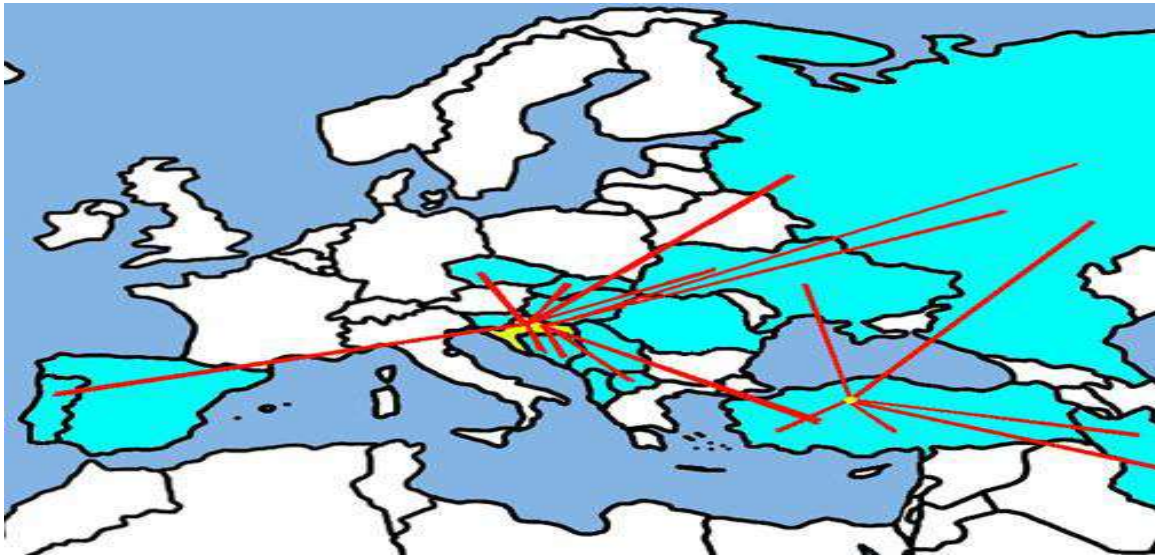
1.5.1.4 Distribucija

Osnovni zadatak distribucije je dovesti robu od proizvođača do krajnjeg potrošača.

Obavlja se preko distribucijskih kanala.

Distribucija može biti :

- izravna – prodaja robe bez posrednika
- neizravna – prodaja uz posredništvo



1.6. MEĐUNARODNI MARKETING :

MEĐUNARODNI MARKETING, kao dio vanjskotrgovinskog marketinga, je skup svih aktivnosti kojima se neko međunarodno orijentirano poduzeće koristi za pridobivanje kupaca na raznim nacionalnim tržištima.

Primjenjujući međunarodni marketing, poduzeće može (radi usvajanja najpovoljnijih mogućnosti prodaje u pojedinim zemljama) razviti djelatnosti koje se sastoje od kombinacije izvoza, izravnih investicija u više in.tržišta, reimporta ili proizvodnje po inozemnoj licenci.

Glavni cilj marketinga u vanjskoj trgovini trebao bi biti ostvarivanje interesa vlastitog poduzeća što je bolje moguće, uz uvjet da se želje kupaca mogu na odgovarajući način zadovoljiti.

Pritom treba upozoriti na sve rizike u vanjskoj trgovini i na teškoće koje se javljaju zbog pravnih, gospodarskih, kulturnih i političkih razlika na stranim tržištima.

2. ORGANIZACIJA I SUBJEKTI VANJSKE TRGOVINE :

2.1 Poduzeća za neizravan (posredan) uvoz i izvoz

Pri posrednom nastupu na inozemnom tržištu domaći se proizvođač (trgovac) uključuje u strano tržište putem specijaliziranih VT poduzeća, koja su najčešće locirana u zemlji u koju se roba izvozi.

Proizvođač robe nije direktan uvoznik/izvoznik robe već svoje proizvode prodaje/predaje VT posredniku koji obavlja sve radnje u vezi ostvarenja VT posla.

Posredničko poduzeće istražuje tržište, organizira promidžbu, pregovara s inozemnim partnerima, rješava probleme, uključuje i različite usluge izvršenja ugovora od trenutka sklapanja ugovora do realizacije.

Prednosti:

1. posrednik preuzima sve rizike i probleme kupnje ili prodaje na inozemnom tržištu, pa se proizvođač može posvetiti proizvodnji i uskladiti je sa zahtjevima tržišta, te steći prednost u odnosu na ostale
2. proizvođač nema troškove obrade i istraživanja inozemnog tržišta
3. proizvođač isključuje iz poslovanja sve financijske i dr. rizike
4. prodaja robe je brža – brži obrt kapitala – uspjeh i unosnost poslovanja
5. posrednik ima uhodanu, čvrstu i stabilnu poziciju na međunarodnom tržištu i kapital za financiranje i kreditiranje

Nedostaci:

1. proizvođač ne može aktivnije sudjelovati u prodaji svoje robe
2. ne obrađuje sustavno inozemno tržište i ne stvara čvrstu poziciju za prodaju vlastitih proizvoda (posrednik prodaje robu više proizvođača i često daje prednost jednom)
3. nema direktnog kontakta sa kupcem, pa ga se ne može upozoriti na sve prednosti i odlike proizvoda i kvalitetu

Vrste poduzeća za neizravan uvoz i izvoz :

2.1.1 Komisionar

- posrednik koji posluje u svoje ime, a za račun i po nalogu komitenta
- kupuje robu na domaćem tržištu za račun inozemnog uvoznika i šalje je inozemnom naručitelju
- ne ograničuje se na samo jednog komitenta

2.1.2 Broker

- posreduje između kupca i prodavatelja
- nema trajnih ugovora
- specijalizirani su za burzovne transakcije, pomorski promet i drugo

2.1.3 Distributer

- posrednik koji posluje u svoje ime i za svoj račun
- na nekom tržištu ima isključivo pravo prodaje proizvoda svog proizvođača
- kupuje robu od komitenta po cijenama nižim od prodajnih

2.2 Poduzeća za izravan uvoz i izvoz :

Izravan nastup je posljedica oštre konkurencije; elastična organizacija VT – direktan dodir s kupcem.

Osigurava proizvođaču robe veliku mogućnost prilagođavanja proizvodnje željama kupaca i potražnju novih, praktičnijih i sofisticiranijih proizvoda.

Proizvođač osigurava ažurne podatke o stanju na tržištu, trendovima, inovacijama.

Ovaj nastup se obično koristi za proizvode visokog stupnja obrade, složene i sofisticirane proizvode za koje je nužna uputa o rukovanju, načinu uporabe.

Prodaja je vezana za pružanje dodatnih usluga proizvođača robe (montaža, održavanje).

Prednosti:

1. proizvođač prilagođava organizaciju uvoza i izvoza svojim potrebama i tržištima na koje izvozi ili uvozi
2. temeljitom obradom stranog tržišta može stvarno ocijeniti svoje izgleda za plasman proizvoda na tom tržištu i isplativost toga
3. financijski rezultat ne dijeli s posrednicima
4. može stvoriti stabilnu i trajnu vezu sa stranim poslovnim partnerima, dobar glas i čvrstu poziciju
5. bolje poznavanje stanja na inozemnom tržištu, običaja i uzanci u VT poslovanju, brzo prilagođavanje potrebama tržišta i svakom novonastalom stanju

Nedostaci:

1. veliki troškovi za održavanje unutarnje VT organizacije i trgovačke mreže u inozemstvu
2. proizvođač u sklopu vlastite organizacije obavlja cjelokupno VT poslovanje i treba raspolagati stručnim osobljem
3. ako ne uvozi/izvozi kontinuirano veće količine roba, troškovi VT organizacijskih jedinica mogu znatno povećati troškove poslovanja i dovesti u pitanje isplativost posla
4. proizvođač preuzima sve rizike, a troškovi osiguranja od tih rizika mogu povećati troškove poslovanja
5. ako se radi o izvozu vlastitih proizvoda može zahtijevati veće angažiranje kapitala i kredite – spori obrt financijskih sredstava

Vrste poduzeća za izravan uvoz i izvoz :

2.2.1 Filijala

- samostalni dio poduzeća na inozemnom tržištu
- obavlja sve VT poslove na inozemnom tržištu za matično poduzeće
 - cjelokupna organizacija
 - skladištenje u VT skladištima
 - servisiranje i popravak

2.2.2 Delegat

- stručna opunomoćena osoba koja na inozemnom tržištu predstavlja matično poduzeće
- ostvaruje neposredne kontakte na inozemnom tržištu
- može biti :
 - stalni i povremeni
 - pojedinac ili tim stručnjaka

2.2.3 Predstavničko poduzeće

- organizacija koja na inozemnom tržištu predstavlja matično poduzeće za njegovo ime i račun
- javno zastupa matično poduzeće na inozemnom tržištu

2.3 OBLICI PRODAJE ROBA I USLUGA

U poslovnim pregovorima s inozemnim partnerima koriste se različiti oblici trgovačkog pregovaranja i poslovnog komuniciranja pri prodaji ili kupnji određene robe ili proizvodnih i neproizvodnih gospodarskih usluga.

Na oblike prodaje robe i usluga i na sklapanje VT poslova utječu:

- Vrsta, količina i kvaliteta robe koja je predmet VT posla,
- Mjesto susreta kupca i prodavatelja i međusobna udaljenost,
- Posebne institucije koje posreduju u zaključivanju VT posla,
- VT i devizni režim,
- Uobičajen način i oblik pripreme i izvršenja VT posla,
- način plaćanja i naplate,
- Specijalizirana tržišta za određene vrste roba (npr. robne burze) i posebni oblici prikupljanja ponuda,
- Poslovni rizici.

Najčešći oblici prodaje robe i usluge u VT jesu:

1. Prodaja na temelju uzoraka,
2. Prodaja po viđenju robe u cijelosti,
3. Prodaja robe prema standardnoj oznaci i
4. Prodaja robe izravnim trgovačkim pregovorima.

2.3.1 Prodaja na temelju uzoraka

Kad kupac i prodavatelj robe nemaju mogućnosti neposrednog susreta, oni se o predmetu kupoprodaje sporazumijevaju na temelju uzorka što ga prodavatelj dostavi kupcu.

To su robe koje su kvalitativno dovoljno ujednačene i kod kojih uzorak vjerno predstavlja najvažnija svojstva robe.

2.3.2 Prodaja po viđenju robe u cijelosti

Pri tom obliku prodaje prisutni su kupac i prodavatelj te sva roba koja je predmet kupoprodaje.

Kupac se na licu mjesta osvjedoči o kvaliteti i o drugim svojstvima robe.

Ako se kupoprodajni ugovor zaključi, kupac istodobno kvantitativno i kvalitativno preuzima robu prema ugovorenim uvjetima i pritom se sastavlja zapisnik o preuzimanju i ispostavljaju se drugi dokumenti.

2.3.3 Prodaja prema standardnoj oznaci

Ovaj oblik prodaje robe uveden je u međunarodnu trgovinu s razvojem velikoserijske proizvodnje, automatizacije u proizvodnji i kooperacije između proizvođača iz raznih zemalja.

Standard ili **norma** zakonski je propis kojim se utvrđuju veličine i bitne osobine proizvoda i dopuštena odstupanja od njih. Svaki standard ima svoju oznaku prema određenoj klasifikaciji i iz oznake standarda obično se vidi i podrijetlo robe

2.3.4 Prodaja robe izravnim trgovačkim pregovorima

Prodaja izravnim trgovačkim pregovorima ili **neposredna trgovačka pogodba** je najstariji oblik kupnje i prodaje robe.

Uobičajeno je da kupac zatraži ponudu od prodavatelja za određenu robu ili uslugu za koju se zanima. Prodavatelj, pošto je saznao o potrebi i interesu kupca za njegovim proizvodom ili uslugom, kupcu šalje pisanu ponudu, prospekt, katalog i sl.

Pri pisanom poslovnom komuniciranju kupac na temelju primljenih ponuda izabire onu robu koja je u komercijalno - finansijskom i tehničko - tehnološkom smislu najpovoljnija.

Kupac se često ne zadovoljava pisanom ponudom inozemnih dobavljača, već najpovoljnije ponuđače poziva na neposrednu pogodbu ili zatraži od njih da mu pisanim putem odobre povoljnije uvjete prodaje.

2.4 SPECIJALIZIRANA MEĐUNARODNA TRŽIŠTA :

2.4.1 Međunarodni sajmovi

MEĐUNARODNI SAJAM predstavlja oblik organiziranog tržišta, tj. mjesto na kojem dolazi do prostorne i vremenske koncentracije ponude i potražnje robe ponuđača iz cijelog svijeta.

Osobitost je međunarodnog sajma u tome što se izložena roba u načelu ne prodaje, već se ostvaruje neposredan susret prodavatelja i potencijalnih kupaca. Najviše poslova se sklopi nakon završetka sajma.

Dijeli se na:

- **opće** (mješovite, univerzalne) **međunarodne sajmove** – izlaže se i nudi roba široke i proizvodne potrošnje iz svih krajeva svijeta (pr. Jesenski međunarodni zagrebački velesajam)
- **specijalizirane međunarodne sajmove** – izlaže se skupina proizvoda određene gospodarske grane (pr. vino, elektronika)
- **međunarodne salone i izložbe** – pojedini proizvodi zanimljivi za određeni krug potrošača



2.4.2 Međunarodne aukcije

Međunarodne aukcije su organizirana i specijalizirana tržišta za aukcijsku prodaju velikih količina određene robe koja se prodaje onom kupcu koji za robu ponudi najvišu cijenu, tj. to je javno nadmetanje potencijalnih kupaca na javnim unaprijed poznatim mjestima.

Slične su licitacijama (javnom nadmetanju) samo što se na aukciji osim prisustva prodavatelja i kupca nalazi i roba kojom se trguje.

Karakteristike:

- prodaje se roba čija kvaliteta nije ujednačena, koja ima svoju specifičnu vrijednost i koja nije zamjenjiva
- predmet aukcije su primarni proizvodi (sirova vuna, drvo i drvna građa, sirova koža, čaj, duhan), lako pokvarljiva roba (prehrambeni proizvodi, voće, povrće, riba, cvijeće) i dr. nestandardizirana roba (vino, kakao, kava)
- havarirana roba i roba koju kupac odbija preuzeti (ne odgovara ugovornoj ili propisanoj kvaliteti)
- nezamjenjivi predmeti velike umjetničke ili povijesne vrijednosti (antikviteti)
- zaplijenjena roba i stvari tj. oduzeta vlasniku na temelju sudske odluke

Vrste:

- **stalne aukcije:** održavaju se redovito na određenom mjestu i za određenu robu u određeno vrijeme u sezoni pristizanja pojedinih proizvoda koji se tako prodaju.
- **povremene aukcije:** održavaju se prema potrebi, obično jednokratno. Posljedica su izvanrednih (nepredviđenih) događaja (pr. prodaja havarirane robe, sezonska prodaja)
- **sudske ili prisilne aukcije:** organizira ih službeni organ uprave (sud, carina, financijska policija) na temelju provedenog zakonskog postupka (npr. nakon stečaja poduzeća). Drugi razlozi: havarirana roba, roba s greškom;

- **trgovačke aukcije na veliko:** prodaja velikih količina robe čiji su kupci trgovci na veliko koji tu robu preprodaju trgovcima na malo ili veliki proizvođači koji tu izravno nabavljaju robu za svoje potrebe. Postoje i trgovačke aukcije na malo koje su lokalnog karaktera i prodaju robu trgovini na malo.

Vrste nadmetanja na aukcijama :

- **engleski način** – prodaja kreće s nižom cijenom
- **nizozemski način** – prodaja kreće s višom cijenom



2.4.3 Burze

Burza je stalno i organizirano tržište na kojem se trguje zamjenjivim (fungibilnim) tj. tipiziranim robama prema standardnoj oznaci, uslugama, VP i novcem.

To je i mjesto (zgrada) gdje se sastaju kupci i prodavatelji, koji prema posebnim pravilima i uzancama sklapaju kupoprodajne poslove.

Omogućuje sklapanje velikih trgovačkih poslova, bez prisutnosti predmeta burzovnog poslovanja, na malom prostoru i u kratkom vremenu.

2.4.3.1. Podjela burzi

Prema predmetu poslovanja imamo:

1. **robne burze:** roba proizvedena u velikim količinama, standardizirana i zamjenjiva
2. **burze usluga:** prodaju se usluge prijevoza, posredovanja, osiguranja
3. **novčane i devizne burze (valutne):** trguje se stranim novcem (valutama) i devizama
4. **efektne burze:** trguje se VP (dionicama, obveznicama...)

Prema imovinsko-pravnim obilježjima:

1. **službene burze:** pod neposrednim nadzorom državnih organa
2. **privatne burze:** posluju kao privatno dioničko društvo

Na burzama su dvije vrste posrednika:

- **brokери** (courtieri ili makleri) koji rade po nalogu nalogodavca,
- **džoberi** ("jobbers" VB i SAD-u) i **dileri** ("dealers" u SAD-u) koji posluju isključivo za vlastiti račun, tj. za račun organizacije u kojoj rade.



3. VRSTE POSLOVA I DJELATNOSTI :

3.1 Dugoročna proizvodna kooperacija

Pod **dugoročnom proizvodnom kooperacijom** podrazumijeva se **dugoročna gospodarska suradnja** domaćeg proizvodnog poduzeća i strane osobe koja se sastoji u zajedničkom programiranju razvoja, osvajanju proizvodnje, proizvodnji i međusobnim isporukama proizvoda i sastavnih dijelova.

Predmet takvih kooperacijskih ugovora uvijek je proizvodnja nekog gotovog proizvoda.

Međusobne isporuke grupirane su u 4 oblika:

1. isporuka sastavnih dijelova radi ugrađivanja u gotov proizvod:
 - slučaj: kooperanti međusobno isporučuju sastavne dijelove koje ugrađuju u iste proizvode ili proizvode iste vrste,
 - slučaj: jedan kooperant isporučuje drugom sastavne dijelove, a drugi u kontransporuci gotove proizvode u koje ugrađuje te dijelove.
2. strani partner domaćem poduzeću isporučuje sirovine ili poluproizvode, a domaći partner kontransporučuje proizvode u koje je ugradio te sirovine i poluproizvode.
3. isporuka sastavnih elemenata sustava tj. postrojenja ili uređaja (industrijski, energetska, prometna i dr. sustavi, upravljački, regulacijski, informacijski sustavi i uređaji).
4. proizvodnja i međusobna isporuka gotovih proizvoda iste vrste (proizvodi koji imaju iste ili slične dijelove i služe istoj namjeni). Ovakva kooperacija kod gotovih proizvoda mora uključivati i zajedničko programiranje razvoja i osvajanje proizvodnje.

Inozemni kooperant: suugovaratelj može biti pravna ili fizička osoba. Uvjet je da mora sudjelovati u proizvodnji sastavnih dijelova tj. proizvoda koji su predmet kooperacije, osim u slučaju da to zabranjuju propisi njegove zemlje.

Ugovor o kooperaciji je:

1. bilateralni ugovor – domaći kooperant je nositelj prava i obveza u ovom ugovoru, a on može angažirati svoje podkooperante u proizvodnji, za koje inozemni partner može i ne mora znati. S njima zaključuje interne sporazume.
2. ispunjavanje uvjeta podobnosti – radi osiguranja ispunjenja preuzetih ugovornih obveza. Podobnost domaćeg kooperanta: raspolaganje odgovarajućim osobljem, kapacitetima i proizvodnom tehnologijom za proizvodnju sastavnih dijelova iz kooperacije (minimalno 15% gotovog proizvoda).

Aktivnosti kooperacije:

- istraživački rad i razvoj
- transfer industrijskog vlasništva i razmjena znanstvenih i tehničkih podataka
- investicijska ulaganja i radovi iz projektne kooperacije
- proizvodnja na osnovi kooperacije
- marketinški program

3.2 Poslovno-tehnička suradnja s inozemstvom

Poslovno-tehnička suradnja je oblik gospodarske suradnje između gospodarskih subjekata u domaćem i međunarodnom prometu roba i usluga, radi uvođenja svih novosti i znanja u organizaciji i procesu proizvodnje i prometa.

Ona pridonosi dopunjavanju i međusobnom usklađivanju tehničke, ekonomske i poslovne suradnje usmjerene na ekonomski razvoj zemalja iz kojih partneri sklapaju ugovor o poslovno-tehničkoj suradnji.

Razlikuje se od dugoročne kooperacije jer poslovno-tehnička suradnja ima veći broj modaliteta i daje partnerima veću slobodu i kreativnost.

Ekonomске značajke poslovno-tehničke suradnje:

1. povećanje broja tehničkih inovacija,
2. unapređenje tehnologije proizvodnje,
3. školovanje i osposobljavanje osoblja,
4. prodiranje na strana tržišta,
5. povećanje konkurentnosti na tržištu.

Područja uspostavljanja suradnje:

1. **Znanstveno-istraživački rad** (plan istraživanja, razvoj i uvođenje pronalazaka, tehnička unapređenja i sl.),
2. **Intelektualne usluge** (projektantska, konzalting i inženjering poduzeća, te poduzeća koja se bave tržišnim istraživanjem i unapređenjem organizacije proizvodnje, rada i poslovanja i sl.),
3. **Proizvodnja i plasman proizvoda i usluga** (pribavljanje materijalnog prava na tehnologiju, poslovi dorade, obrade i prerade, oplemenjivanja robe i sl.).

3.3 Transfer tehnologije

Pod **transferom tehnologije** podrazumijeva se prijenos gospodarski primjenjivih tehnoloških rješenja (novi proizvodi, novi proizvodni postupci itd.) i tehničkih znanja i iskustava (know-how) s jednog gospodarskog subjekta – davatelja tehnologije i titulara prava koje se prenosi na drugog gospodarskog subjekta – stjecatelja tehnologije uz plaćanje određene naknade.

To je noviji oblik gospodarskih odnosa, a omogućuje:

- **davatelju tehnologije** da rezultate svog istraživačkog rada gospodarski eksploatira i putem trećih osoba i tako stekne financijska sredstva;
- **stjecatelju tehnologije** da bez angažiranja vlastitih financijskih sredstava i istraživačkog potencijala stječe već gotova tehnološka rješenja čime upotpunjuje ili unapređuje svoj proizvodni program što dovodi do poboljšavanja poslovnog uspjeha i konkurentnosti na tržištu.
- Ostvaruje se ugovorom o licenci, ugovorom o zajedničkom ulaganju, ugovorom o kooperaciji, o franšizingu, o izvršenju investicijskih radova...

LICENCA - označava dozvolu nosioca određenog prava industrijskog vlasništva nekoj pravnoj ili fizičkoj osobi za iskorištavanje tog prava

3.4 Zajednička ulaganja

Ulaganje inozemnog kapitala u domaća poduzeća (gospodarske subjekte) poseban je oblik dugotrajne gospodarske suradnje domaćih poduzeća i stranih osoba.

Ovi poslovi se mogu promatrati sa stajališta:

- ulaganja stranih osoba u domaće poduzeće – ostvarivanje zajedničkih poslovnih ciljeva i dobiti,
- ulaganja domaćih poduzeća u inozemstvo – lakše ostvarivanje ciljeva poslovne politike domaćeg poduzeća, tj. ostvarivanje povoljnijeg financijskog rezultata.

3.5 Kompenzacijski poslovi

Kompenzacijski poslovi predstavljaju izvoz određenih roba ili usluga vezanih za uvoz roba ili usluga odgovarajuće protuvrijednosti bez upotrebe klirinških, slobodnih ili bilo kojih drugih inozemnih sredstava plaćanja.

To je razmjena roba i usluga najnižeg tipa - **roba za robu**.

Sudionici: zainteresirani partneri (izvoznici i uvoznici), posrednici (banke, brokeri, specijalizirane agencije) i nadležna tijela svake zemlje, koja izdaju odobrenja za obavljanje takvih poslovnih aranžmana.

Vrste kompenzacijskih poslova:

1. Prema postotku vrijednosti udjela poslovnih partnera u ostvarenju kompenzacijskih poslova:

- **Potpuna kompenzacija.** 100 % isporuka robe u jednom smjeru završava 100% isporukom robe u drugom smjeru (kupnja jednake protuvrijednosti robe).

- **Djelomična kompenzacija.** Vrijednosti isporuka u oba smjera nisu ujednačene (izvoznik isporuči robu, a uvoznik zauzvrat dio u robi, dio u devizama).

- **Kontraposao.** Početni izvoznik preuzima obvezu da od svog partnera kupi robe do utvrđenog % vrijednosti svoje isporučene robe. Početni izvoznik odmah prima protuvrijednost isporučene robe, a nakon toga mu je dano određeno vremensko razdoblje u kojem treba odabrati koju će od partnerovih roba kupiti. Ako ne uzvratu uvoz plaća penale. 2 ugovora su u ovom poslu: 1) početni izvoz i njegovo plaćanje; 2) uzvratni uvoz.

2. S obzirom na broj sudionika:

- **Izravni (direktni)** imamo kad postoji neposredni interes poslovnih partnera različitih državnih (carinskih) područja za određene robe, jer je svaki od poslovnih partnera ujedno uvoznik i izvoznik u svojoj zemlji. Između partnera posreduje osoba od obostranog povjerenja (banka, špediterska tvrtka,

- **Prošireni kompenzacijski posao** je kompenzacijski posao na tržištu 1 ili 2 zemalja koje su zainteresirane za ovakvu vrstu razmjene roba i usluga u kojoj se javlja više uvoznika tj. izvoznika.

- **Mješoviti kompenzacijski posao** imamo ako kompenzacijski posao uključuje 3 sudionika. Na jednoj strani 1 partner koji je istodobno i izvoznik i uvoznik, a s druge strane 2 (ili više) sudionika (osobe uvoznika i izvoznika su odvojene).

- **Trostrani kompenzacijski posao (triangularni)** imamo kad poslovni partneri iz 2 zemalja zainteresirani za kompenzacijski posao ne posjeduju komplementarnu robu za razmjenu, zbog čega su prisiljeni u 3. zemlji pronaći odgovarajuću robu i partnera i tako zatvoriti krug kompenzacijske razmjene.

3.6 Leasing

LIZING je ugovor o uvjetima najma (zakupa) sklopljen između davatelja i jednog primatelja predmeta lizinga za određeno razdoblje koji se, u pravilu, do isteka ugovornog razdoblja najma ne može otkazati.

Glavna svrha ugovaranja je financiranje nabave nekretnina i/ili pokretnih investicijskih dobara.

Vrste lizinga:

1) Prema karakteru i stupnju ugovorne obveze:

- **Financijski lizing** - ugovara se osnovno vrijeme trajanja ugovora o lizingu i ugovorne strane ga ne mogu otkazati. Rješava se pitanje financiranja investicije.

- **Operativni lizing** - kratkoročni lizing ugovor koji se može raskinuti u svakom trenutku. Trajanje mu je kraće od ekonomskog vijeka predmeta ugovora, a naknada koju plaća korisnik manja je od vrijednosti predmeta lizinga.

2) Prema trajanju lizinga:

- **kratkoročni** - korištenje predmeta lizinga: 1 – 3 god.;
- **dugoročni** - korištenje predmeta lizinga: > 3 god.

3.7 Franšizing

FRANŠIZING je poslovna transakcija kojom se na jednog partnera u poslu prenosi pravo prodaje te stečeno znanje i iskustvo uz plaćanje određene naknade.

Prema vrsti djelatnosti postoji:

1. franšizing robe (poslovno znanje i iskustvo u prodaji robe),
2. franšizing usluga (hotelijerstvo i ugostiteljstvo),
3. industrijski franšizing (promet robe i proizvoda kako bi se približili mjestu prodaje).

Bit je franšizinga osiguranje plasmana robe i usluga na što širem tržištu i stvaranje profita (dobro poznato u svijetu i potrošači su naviknuti).

Davatelj franšizinga obično je poznata tvrtka s uhodanom markom ili trgovačkom formulom u vezi prodaje određenog proizvoda ili obavljanjem određene usluge; koja time širi svoj utjecaj i ime na svjetskom tržištu.

Primatelj franšizinga ne mora imati razvojnu službu niti se mučiti da bi stekao ugled i ime, jer sve inovacije, know-how i drugu pomoć dobiva od davatelja koji ima već marku, imidž i široki krug potrošača i koji organizira ekonomsku promidžbu.



4. DOKUMENTACIJA U MEĐUNARODNOM POSLOVANJU

Isprave i dokumenti u VT:

1. robni dokumenti
2. potvrde o robi
3. dokumenti o osiguranju robe
4. transportni dokumenti
5. ostala poslovna dokumentacija

4.1 ROBNI DOKUMENTI

4.1.1 Trgovačka faktura

je isprava koju vjerovnik (prodavatelj, dobavljač, izvršitelj gospodarske usluge) šalje dužniku (kupcu, korisniku usluge) radi podmirenja vrijednosti isporučene robe ili učinjene usluge.

Ispostavlja ju proizvođač, izvoznik ili prodavatelj tj. vršilac usluge.

To je robni dokument kojim se potvrđuje pravo vlasništva nad kupljenom i plaćenom robom, nužan u svim fazama trgovačkog posla.

4.1.2 Carinska faktura

ispostavlja se na carinskim obrascima carinskih organa zemlje uvoznika a mora biti potpisana od izvoznika i osobe koja svjedoči istinitost navoda u takvoj fakturi.

4.1.3 Specifikacija robe

je pisani dokument koji sadrži popis raznih stavki koje se mogu odnositi na robu, cijene, materijal, troškove, usluge i dr. (npr. specifikacija rezervnih dijelova, specifikacija troškova otpreme ili dopreme)

4.1.4 Lista pakiranja

je popis svih pojedinačnih komada i vrsta ambalaže po brojevima, težini i oznakama koje su na njima upisane.

Sadržaj svake jedinice pakiranja je potanko opisan i mora biti usklađen sa specifikacijom robe.

Prilaže se trgovačkoj fakturi .

4.2. POTVRDE O ROBI

Svrha je različita: dokazivanje podrijetla robe, krajnja namjena robe, zdravstveno stanje, kvalitete robe itd.

4.2.1 Potvrda o podrijetlu

isprava je koju, na zahtjev izvoznika izdaje nadležna ustanova u zemlji izvoza (gospodarska komora) kojom se potvrđuje da je roba, naznačena u potvrdi, podrijetlom iz zemlje izvoza.

Ova potvrda sadrži: naziv isprave, ime i adresa kupca i prodavatelja, opis robe, težina i količina, opis ambalaže, način transporta, naziv transportnog sredstva..

Obrazac UII



REPUBLIKA HRVATSKA
MINISTARSTVO POLJOPRIVREDE, ŠUMARSTVA I
VODNOGA GOSPODARSTVA

UPISNIK O UVOZNICIMA I IZVOZNICIMA DUHANSKIH PROIZVODA

Popunjava podnositelj zahtjeva

MATIČNI BROJ	
NAZIV PODNOSITELJA ZAHTEVA	
SIEDIŠTE I ADRESA	
ŽUPANIJA	

Popunjava Ministarstvo

UPISNI BROJ PODNOSITELJA ZAHTEVA		
DATUM UPISA		
RJEŠENJE NA TEMELJU KOJEG JE OBAVLJEN UPIS	Klasa: _____ Urbroj: _____	Datum rješenja: _____
BRISANJE IZ UPISNIKA - datum		
RJEŠENJE NA TEMELJU KOJEG JE OBAVLJEN BRISANJE	Klasa: _____ Urbroj: _____	
PRIMEDBA		

Ovlaštena osoba (podnositelj zahtjeva)

4.2.2 Potvrda o robi koja se uvozi radi izvoza

izdaje se od strane gospodarske trgovačke komore, na temelju odobrenja mjerodavnog državnog organa ili odgovarajuće ustanove.

4.2.3 Potvrda o krajnjoj namjeni robe

je dokument koji izvoznik ili zemlja iz koje se roba izvozi zahtijeva od uvoznika ili dobavljača kao potvrdu da će se roba koristiti isključivo u zemlji kupca, tj. da je kupac neće izvoziti u treće zemlje u bitno neprerađenom obliku

4.2.4 Sanitarna potvrda

je isprava kojom se potvrđuje da je određeni proizvod proizveden po važećim sanitarnim normama i da ne sadrži tvari koje mogu štetiti ljudskom zdravlju.

Izdaje ga ovlašteni sanitarni inspektorat Ministarstva zdravstva.

Pregledi se obavljaju na graničnim prijelazima i dr. određenim mjestima u zemlji.

Roba se može cariniti tek kada dođe ova potvrda.

4.2.5 Veterinarska potvrda

je isprava kojom se potvrđuje da stočarski proizvodi, divljač, riba i njihove prerađevine ne sadrže štetne tvari za zdravlje ljudi i stoke, da nisu zaraženi tj. da ne potječu iz područja u kojima je u određenom razdoblju vladala epidemija zaraznih stočnih bolesti ili da riba nije iz zagađenih rijeka i mora.

Izdaje ju granični veterinarski inspektorat.

4.3 DOKUMENTI O OSIGURANJU ROBE

UGOVOR O OSIGURANJU je dvostrani ugovor kojim se ugovaratelj osiguranja (osiguranik) obvezuje da na načelima uzajamnosti i solidarnosti udružuje određeni iznos u osiguravajuće društvo, a osiguravajuće društvo se obvezuje da će, ako se osigurani slučaj dogodi, isplatiti osiguraniku ili trećoj osobi ugovorenu svotu ili učiniti nešto drugo.

4.4 OSTALA POSLOVNA DOKUMENTACIJA

- **carinska dokumentacija**
- **bankovna dokumentacija**

5. POSLOVNI RIZICI I OSIGURANJE OD RIZIKA

RIZIK je mogućnost nastupanja budućeg neizvjesnog događaja, neovisnog o volji sudionika VT razmjene, a koji može izazvati djelomičnu ili potpunu štetu, odnosno gubitak za jednu ili obje ugovorne strane.

Oni mogu onemogućiti uspješno poslovanje i negativno utjecati na očekivane poslovne rezultate s inozemstvom.

Rizik u poslovanju s inozemstvom je prijeteća mogućnost da nastupe vremenski i prostorno nepredviđeni događaji izazvani subjektivnim okolnostima ili objektivnim okolnostima, zbog čega može nastati šteta.

5.1. POSLOVNI RIZICI

Za kupca postoji rizik hoće li primiti robu upravo one kvalitete i količine kakvu je naručio i platio. Također, uvijek postoji rizik da se robu na putu nešto dogodi (havarija transportnog sredstva, uništenje ili kvar robe...) ili da joj se smanji cijena na tržištu od trenutka sklapanja ugovora do prispjeća, pa se na taj način gubi dio dobiti.

Za prodavatelja postoji rizik naplate isporučene robe ili izvršene usluge koji može nastati zbog nesolventnosti kupca, ratnog stanja, valutnih poremećaja, stečaja kupca...

Rizik sa svojim štetnim posljedicama može onemogućiti uspješno poslovanje i negativno utjecati na poslovne rezultate. Zbog toga je politika osiguranja od rizika sastavni dio poslovne politike svakog poduzetnika.

Rizici mogu biti:

1. **Prenosivi** su rizici koji se mogu prenositi na organizacije koje se profesionalno bave ugovornim preuzimanjem snošenja rizika uz naplatu premije osiguranja prema tarifama (valutni rizici, transportni rizici, ratni rizici, politički...);
2. **Neprenosivi**, odnosno **pretežito neprenosivi** jesu oni kojima nije moguće odrediti vjerojatnost nastupa, pa time ni visinu štete. Tako se isključuje mogućnost prenošenja brige o riziku na osiguravatelja (rizik kvalitete robe, skladišni rizik, rizik izvoza, rizik cijene prodaje, rizik ispunjenja kupoprodajnog ugovora...).

Najjasnija i najjednostavnija *podjela rizika* u VT praksi:

- **Skupina robnih rizika,**
- **Skupina financijskih rizika.**

5.1.1 ROBNI RIZICI

ROBNI RIZICI se odnose na robni dio izvršenja posla i obuhvaćaju sve one događaje koji na bilo kakav način utječu na odstupanje od ugovornih klauzula koje se odnose na predmet kupoprodaje.

Najčešće se ovi rizici odnose na isporuku robe nezadovoljavajuće kvalitete, količine i drugih svojstava (rizik plasmana robe pripremljene za izvoz, rizik nabave sirovina ili repromaterijala, rizik djelomičnog ili potpunog uništenja robe u tijeku transporta...)

Ti se rizici dijele na:

1. **Rizik vrste, kvalitete i količine robe** može nastupiti zbog sniženja kvalitete robe tijekom transporta, uskladištenja i dr. manipulacija robom ili gubitka u količini. Posebno pogađa robu koja je podložna utjecaju klimatskih i temperaturnih promjena, oštećenjima ili dr. gubicima u transportu i manipulaciji (curenje, lom, rasipanje i slično) - sezonske robe ili robe prigodne potrošnje.

Od rizika vrste, kvalitete i količine robe izvoznik se može osigurati na različite načine:

- pravodobnim osiguranjem odgovarajućeg transportnog sredstva prikladnog za prijevoz određene vrste robe,
- odgovarajućim uskladištenjem robe i osiguranjem stručnog rukovanja robom,
- ugovaranjem usluga specijalizirane ovlaštene organizacije za kontrolu količine i kvalitete robe u međunarodnom prometu,
- temeljitim poznavanjem tržišta prodaje i nabave, osobito za sezonske artikle ili artikle čiji je plasman vezan uz prigodne datume,
- preciznim ugovaranjem svih pojedinosti između kupca i prodavatelja kojima se određuje vrsta, kvaliteta i količina robe, prijevozno sredstvo, način skladištenja, rok dopreme robe na tržište, kupca i način kvalitativnoga i kvantitativnog preuzimanja robe.

3. **Tržišni rizik nabave i prodaje (uvoza i izvoza)** rezultat je subjektivnih i objektivnih okolnosti koje otežavaju ili potpuno onemogućavaju izvršenje planiranog uvoza ili izvoza.

Subjektivne okolnosti odnose se na slabosti u poduzeću, sustavu rada i stručnosti osoblja u pripremi i izvršenju planiranih poslova izvoza i uvoza.

Objektivne okolnosti odnose se na vanjske utjecaje na koje poduzeće ne može utjecati (ograničenje uvoza i izvoza, devizna ograničenja, regionalno usmjeravanje uvoza i izvoza...)

3. **Rizik izvršenja kupoprodajnog ugovora** proizlazi iz mogućnosti neizvršenja dospelih obveza jedne od ugovornih strana, čime ona izravno nanosi štetu drugoj ugovornoj strani. Obično se taj rizik pojavljuje u dva slučaja:

- kad prodavatelj ne isporuči ugovorenu robu ili ne izvrši ugovorenu uslugu,
- kad kupac odbije preuzeti isporučenu robu ili kad uskrati isplatu primljene robe.

Za izvoznika postoje tri moguće vrste opasnih događaja:

- roba isporučena, dokumenti predani, dužnik se usteže od plaćanja ili postaje platno nesposoban,
- roba isporučena, dokumenti poslani, dužnik se usteže preuzeti dokumente,
- proizvodnja započeta, roba spremna za otpremu, dužnik odustaje od ugovora.

4. **Transportni rizik** predstavlja zbroj svih mogućih šteta koje mogu nastati na robi tijekom njenog transporta od mjesta polazišta do odredišta.

Dijele se na:

- **osnovne transportne rizike** (opasnost od prometnih nezgoda, elementarne nepogode, požar i eksplozija u prijevoznom sredstvu, razbojstvo, provalna krađa),
- **dopunske rizike** – vezani su uz svojstvo robe koja se prevozi (krađa, vlaga, lom, curenje, rasipanje, pokisnuće, kvarenje...). Posebnu skupinu čine manipulativni rizici koji obuhvaćaju štete što nastaju zbog neispravnog iskrcaja, ukrcaja i prekrcaja tereta.
- **ratni i politički rizici** – nastaju zbog neprijateljstva između pojedinih zemalja ili zbog izvanrednih događaja, odnosno stanja u nekoj zemlji.

5.1.2 FINANCIJSKI RIZICI

Radi se o opasnosti koja može djelomično ili potpuno onemogućiti da se plaćanje i naplata VT posla izvrši na ugovoreni način i u ugovorenom roku.

U VT praksi dijele se na:

- **komercijalne rizike** – proizlaze iz volje dužnika i/ili jamca da ne izvrši plaćanje iz zatezanja plaćanja i/ili platne nesposobnosti, uvijek kad je dužnik i/ili jamac gospodarsko, odnosno privatno poduzeće. Na veličinu komercijalnog rizika utječu trgovačke navike, bonitet dužnika, njegov poslovni ugled itd.
- **nekomercijalne rizike** – rizici kod kojih se kao dužnik i/ili jamac pojavljuje država ili neko državno poduzeće. Djele se na:
 - **katastrofičke rizike** – rezultat razarajućih prirodnih sila i događaja koji izazivaju gubitak ljudskih života i velika pustošenja pojedinih područja (potres, vulkanske erupcije, poplave, uragani, veliki požari...),
 - **političke rizike** – opasnosti koje mogu nastati zbog iznenadnih mjera državnih organa dužnikove zemlje (zabrane uvoza, otežavanje transfera, platna nesposobnost...) ili izvanredni i neočekivani događaji (ratovi, štrajkovi, građanski nemiri, smjene političke vlasti...).

Financijski rizici se mogu podijeliti prema uzrocima i posljedicama u odnosu na financijski tijek likvidacije VT poslovnih transakcija na:

1. **Rizik cijene** je opasnost da dođe do poskupljenja predmeta kupoprodaje tj. promjene visine ugovorene cijene bilo na štetu kupca ili na štetu prodavatelja.

Ukoliko zbog utjecaja ponude i potražnje na tržištu dođe do povećanja cijene predmeta kupoprodaje, štetu će snositi prodavatelj-izvoznik.

Ukoliko cijena padne, štetu snosi kupac-uvoznik.

2. **Rizik izvoznog kredita** je opasnost za izvoznika roba ili usluga na kredit da kupac u inozemstvu neće u ugovorenom roku uz ugovorene uvjete platiti isporučenu robu ili izvršenu uslugu. **Uzroci opasnosti:**

- da inozemni kupac ne izvrši obvezu plaćanja kredita u ugovorenom roku zbog insolventnosti, nesolidnosti u izvršavanju ugovornih obveza, stečaja i slično (**subjektivni čimbenici**);
- da do nemogućnosti naplate dospjelih potraživanja prema odobrenom kreditu dođe zbog djelovanja uzroka neovisnih o volji kupaca (**objektivni čimbenici**) – gospodarsko stanje u zemlji kupca, moguće političke i gospodarske promjene u zemlji kupca, opće političko stanje, ratni sukobi itd.

3. **Rizik transfera** predstavlja nemogućnost izvršenja platnih naloga iz zemlje uvoznika u zemlju izvoznika u skladu s ugovornim obvezama

4. **Tečajni rizik** nastaje kao posljedica određenog stanja na svjetskom novčanom i deviznom tržištu i znači mogućnost nastanka štete za jednog od poslovnih partnera zbog fluktuirajućih tečajeva ugovorene valute plaćanja. Pri izboru valute ugovornim stranama na raspolaganju stoje tri vrste valuta:

- **valute s potpuno varijabilnom tečajevima razmjene** – tečaj njihove razmjene određuje se postojećim odnosom ponude i potražnje za pojedinom valutom na međunarodnom deviznom tržištu,
- **valute s ograničeno varijabilnim tečajevima** – tečaj može varirati samo u okviru donje i gornje granice koje određuje nadležni državni organ.
- **valute sa službeno određenim stabilnim tečajevima** – tečajni rizik ovdje ne postoji.

5. **Politički rizik** je rizik koji nastaje kao posljedica raznih političkih događaja, kao što su ratovi, revolucije, nacionalizacije, štrajkovi, pobune itd.

Djelovanje ovih događaja prijeti opasnošću da izvoznik ne uspije naplatiti protuvrijednost isporučene robe ili izvršene usluge, ili da ne može raspolagati svojom robom prije njene predaje kupcu, jer je napustila teritorij njegove zemlje i došla pod udar neočekivanih mjera druge zemlje. U takvim uvjetima ostvarivanje naplate ili nastojanje da se naplata izvrši prisilno nije moguće.

Politički rizik može pogoditi i uvoznika, bilo da primi oštećenu robu ili da mu roba stigne sa zakašnjenjem, bilo da je uopće ne primi zbog događaja kao što su nacionalizacija, građanski nemiri, ratne zapljene robe itd.

6. KALKULACIJE :

Kalkulacije označavaju postupak računanja, izračunavanja i preračunavanja pojedinca ili gospodarskog subjekta radi donošenja neke poslovne odluke ili radi analize rezultata nekog poslovnog pothvata.

Budući da kalkulacija prethodi svakom VT poslu te prati njegovo izvršavanje i završava poslovnim rezultatom, razlikujemo:

1. **Pretkalkulacija** prethodi svakom VT poslu i služi kao temelj pri donošenju poslovne odluke o prihvaćanju određenog posla i njegovu izvršenju. Njome se utvrđuje konačna nabavna cijena pri uvozu ili moguća prodajna cijena pri izvozu.
2. **Kontrolna kalkulacija** služi za provjeru ostvaruje li se posao onako kako je predviđeno. Primjenjuje se pri opsežnijim poslovima i omogućuje poduzeću da poduzima mjere za uklanjanje uočenih odstupanja i da pri planiranju budućih poslova izbjegava te uzroke.
3. **Konačna (obračunska) kalkulacija** je računovodstveni dokument koji se izrađuje na temelju dokumentacije o stvarno nastalim troškovima pri izvršenju nekog VT posla. Svrha joj je izračunavanje konačne cijene (iskazivanje poslovnog rezultata)

6.1. KALKULACIJA IZVOZNOG POSLA

Pri izradi **kalkulacije cijene** izvoznog posla polazi se od moguće prodajne cijene na određenom tržištu.

Pribrajanjem zavisnih troškova u zemlji i troškova u inozemstvu fakturnoj cijeni i dodavanjem naknade izvozniku dobiva se prodajna cijena na određenom paritetu isporuke koja se nudi inozemnom kupcu.

Svrha pretkalkulacije izvoznog posla je utvrditi prodajnu cijenu određenog proizvoda ili usluge, koja će biti prihvatljiva za inozemnog kupca, ali i osigurati isplativost domaćem uvozniku.

Pretkalkulacija izvoznog posla mora pokazati koliko je cijena viša ili niža od one koja je realno dostižna na stranom tržištu.

Da bi opstali i napredovali, poduzetnici u vanjskoj trgovini moraju zaboraviti na uvriježeni model formiranja prodajne cijene (cijena koštanja proizvoda + potrebna dobit) i primijeniti tržišni model (dobit = konkurentska cijena + cijena koštanja proizvoda)

Cilj je takve politike cijena da se povećanje dobiti ostvari stalnim ispitivanjem i smanjenjem troškova po jedinici proizvoda.

6.2 KALKULACIJA UVOZNOG POSLA

Kalkulacija uvoznog posla sastavlja se tako da se nabavnoj cijeni uvozne robe u stranoj valuti dodaju svi troškovi u inozemstvu i u zemlji uvoznika da bi se dobila konačna cijena uvoza predmeta kupoprodaje na paritetu franko skladište krajnjeg korisnika u zemlji.

Izrada kalkulacije uvoznog posla ovisi o tome da li se radi u svoje ime i za račun i po nalogu komitenta (kojemu je uvozna roba potrebna) ili u svoje ime i za svoj račun (s namjerom plasiranja uvezene robe na domaće tržište).

Najvažnije je pronaći kupce u zemlji i inozemne dobavljače.

Za svaku od dobivenih ponuda izrađuje se **pretkalkulaciju** ukupnih troškova, nakon čega se na temelju usporedbene pretkalkulacije svih inozemnih ponuda utvrđuje čija je ponuda po cijeni i ostalim uvjetima najpovoljnija.

LITERATURA

Andrijanić, Ivo : „ Poslovanje u vanjskoj trgovini“
Andrijanić, Ivo : „ Poslovanje na robnim burzama“
Mađarić, Juraj . „ Međunarodna špedicija“
Internet

Pitanja :

1. Pojam vanjske trgovine
2. Osobine vanjske trgovine
3. Vrste platne bilance
4. Vrste trgovinske bilance
5. Funkcije marketinga
6. Međunarodni marketing
7. Prednosti i nedostaci neizravnog uvoza i izvoza
8. Poduzeća za neizravan uvoz i izvoz
9. Poduzeća za izravan uvoz i izvoz
10. Prednosti i nedostaci izravnog uvoza i izvoza
11. Vrste i prednosti međunarodnih sajmova
12. Vrste aukcija
13. Vrste nadmetanja na aukcijama
14. Burze – pojam i vrste
15. Osobe na burzama
16. Kooperacija
17. Poslovno-tehnička suradnja
18. Transfer tehnologije
19. Leasing – pojam i vrste
20. Franšizing
21. Vrste robnih dokumenata
22. Vrste potvrda o robi
23. Pojam rizika
24. Vrste robnih rizika
25. Vrste financijskih rizika
26. Pojam i vrste kalkulacija