

# **MENADŽMENT U SPOLJNOJ TRGOVINI**



# **IZVOZ ROBE**



# **DIREKTAN I INDIREKTAN IZVOZ ROBE**

- **DIREKTAN IZVOZ – Tehnologija izvoza u svoje ize i za svoj račun**

Kada izvoznik samostalno nastupa na inostranom tržištu, odnosno, opredeli se za direktan izvoz, obavezan je da sprovede kompletnu proceduru spoljnotrgovinskog posla i obezbedi njegovu uspešnu realizaciju.

- **INDIREKTAN IZVOZ – Tehnologija izvoza u svoje ime a za tuđ račun**

Proizvođač se odlučuje da na inostrano tržište izvozi uz pomoć svog posrednika – komisionara, te bi tehnologiju spoljnotrgovinskog posla obavljao komisionar, koji u tom slučaju postaje izvoznik, dok bi proizvođač robe namenjene izvozu bio obavešten i konsultovan o svakom bitnom koraku za realizaciju posla.



# **KOMISIONI NALOG ZA IZVOZ ROBE**

Prilikom izbora komisionog preduzeća, proizvođač će se odlučiti za komisionara koji:

- Najbolje poznaje relevantna međunarodna tržišta.
  - Ima iskustva sa nastupom na pojedinim tržištima.
  - Ostvrauje visok stepen uspešnosti realizacije spoljnotrgovinskih poslova
  - Dobro poznaje tehnologiju spoljnotrgovinskog posla
  - Zahteva razumnu visinu komisione provizije.
- 
- KONTAKT IZMEŠU KOMITETNTA I KOMISIONARA se formalizuje putem komisionog naloga.
- 
- Komitent dostavlja svome komisionaru KOMISIONI NALOG ZA IZVOZ ROBE. Komitent (preduzeće zainteresovano za prodaju proizvoda na međunarodnom tržištu) zainteresovan za prodaju sopstvenih proizvoda na međunarodnom tržištu obraća se komisionaru (spoljnotrgovinsko preduzeće) sa molbom da za njen račun a u svoje ime izveze u te svrhe proizvedenu i pripremljenu robu, ili robu koju će tek proizvesti.
- 
- Komisionim nalogom se precizira vrsta i količina robe, donja granica cene ispod koje se ne može ići u dalju prodaju, paritet i rokovi isporuke.



# **UGOVOR O KOMISIONU**

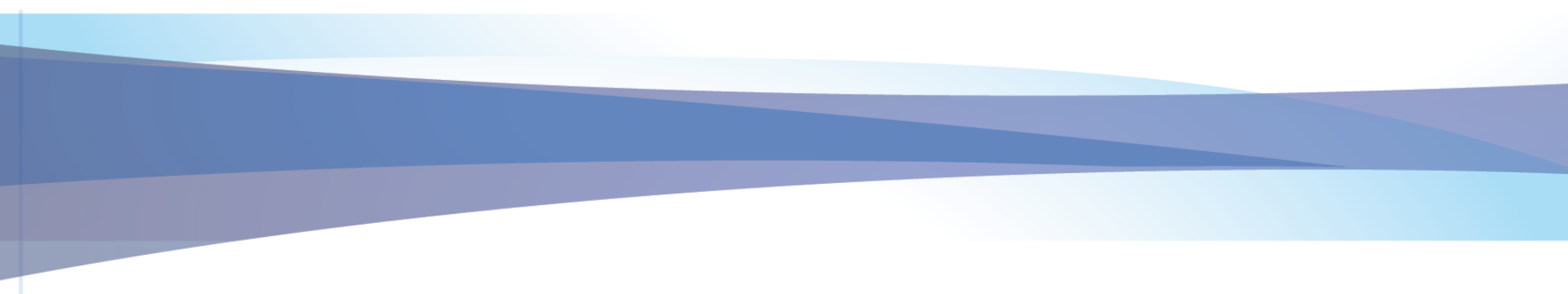
- Po prijemu komisionog naloga komisionar pristupa izradi ugovora o komisionu čiji su potpisnici komisionar i njegov komitent.
- Iako je ugovor o komisionu takva vrsta ugovora koji bi trebalo zaključivati za svaki izvozni posao posebno, u praksi se vrlo često zaključuje jedan komisioni ugovor, kojim stranke definišu bitne elemente tako da on pokriva veliki broj izvoznih poslova u nekom definisanom roku. Za komisionara zaključivanjem komisionog ugovora na dugi rok postiže se značajna sigurnost dobijanja novih poslova u dogovorenom periodu, naročito ako pri tom u ugovor unese klauzulu o ekskluzivnosti.



- Komisionim ugovorom se precizira vrsta, količina i vrednost robe koja će se izvesti u dogovorenim rokovima. Definišu se i međusobni odnosi komisionara – izvoznika i komitenta – proizvođača odnosno prodavca tj. vlasnika robe. Za komisionara je važno da se precizira koja ugovorna strana snosi zavisne troškove izvoza kao što su: troškovi špediterskih usluga, bankarski troškovi, troškovi osiguranja, carinskog evidentiranja, i sl. Po pravilu ove troškove snosi komitent.
- Za izvršenu uslugu izvoza komisionar će ostvariti pravo naplate komisije, izvozničke provizije od komisionara čiji iznos se definiše najčešće u procentu od vrednosti ostvarenog izvoza.



# **PRIPREMNE RADNJE KOJE PRETHODE IZVOZU ROBE**



Izboru najpovolnijeg kupca u inostranstvu prethodi veliki broj pripremnih radnji koje preduzima komisionar tj. izvoznik.

- Istraživanje inostranog i domaćeg tržišta (ispitivaje opštih karakteristika izvoznog tržišta, ispitivanje uslova bitnih za realizaciju konkretnog izvoznog posla na inostranom tržištu)
- Predstavljanje izvoznog proizvoda potencijalnim kupcima u inostranstvu.
- Praćenje domaćih i stranih propisa relevantnih za uspešnu realizaciju izvoznog posla.
- Informisanje o potencijalnim kupcima.



# **IZBOR CILJNOG TRŽIŠTA**

## Neki od kriterijuma izbora:

- Izvoznik će se odlučiti za ona tržišta na kojima su uvozne carine, kao i tehničke i druge necarinske barijere, za njegovu robu minimalne.
- Izvoziće tamo gde je necenovno konkurentan i gde postoji izražena tražnja za njegovim proizvodima.
- Neće izvoziti na tržištima gde je domaća proizvodnja već velika i podmiruje domaće tržište identičnim artiklima.

- Zemlja izvoza mora imati stabilno unutrašnje tržište, pravnu i ekonomsku sigurnost poslovanja.
- Prioritet dati zemljama koje su zaključile međudržavne sporazume i trgovinske sporazume sa zemljom izvoznika.
- Prednost dati visoko platežno sposobnim tržištima čiji potrošači imaju visok nivo životnog standarda.
- Izvožitina tržišta zemalja koje su članice većih regionalnih ekonomskih integracija.



**NAČINI OSTVARIVANJA  
POSLOVNOG KONTAKTA SA  
SPOLJNOTRGOVINSKIM PARTNEROM**



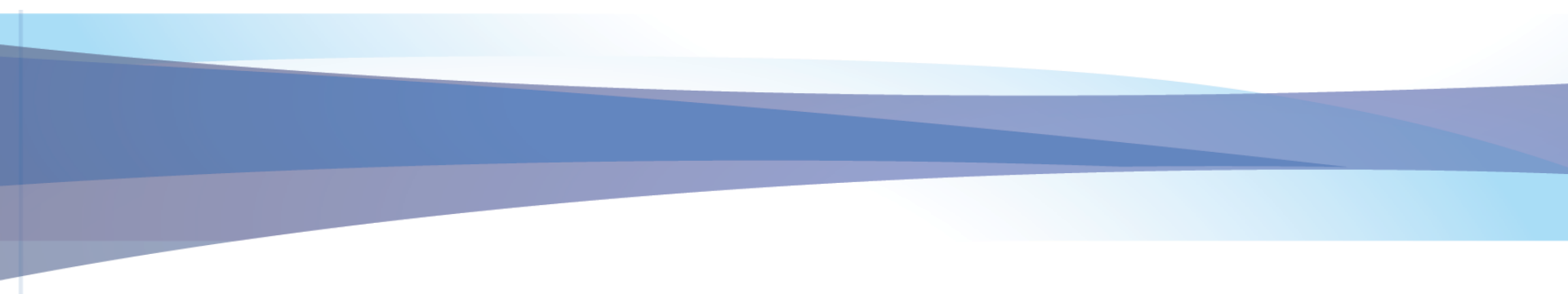
# **POSREDNI POSLOVNI KONTAKT**





To je faza koja prethodi direktnom kontaktu. Ostvaruje se posredstvom reklame i promocije proizvoda koja se plasira posredstvom različitih medija:

- Učešće na međunarodnim sajmovima i izložbama.
- Javno oglašavanje kroz sisteme medija.
- Oglašavanje kroz elektronske mreže.
- Aktivnosti raznih privrednih udruženja na inostranom tržištu.

- 
- Aktivnosti raznih privrednih udruženja na inostranom tržištu.
  - Aktivnost korespondentkih banaka u inostranstvu.
  - Agencije za promociju izvoza.
  - Posredni poslovni kontakt karakteriše neselektivnost dok je neposredni kontakt rezultat selektivnog pristupa i izbora zainteresovanih poslovnih partnera.
  - Preliminarni posredni poslovni kontakti u krajnjoj liniji vode direktnim, neposrednim poslovnim kontaktima. Iz mase poslovnih partnera se izdvajaju oni koji pokazuju konkretan interes za zaključenje spoljnotrgovinskog posla.



# **NEPOSREDNI POSLOVNI KONTAKT**

- Može ka inicirati kako prodavac tako i potencijalni zainteresovani kupac. To je prva aza pregovaranja tokom koje se ostvaruje neformalno pregovaranje između kupca i prodavca. Poslovni partneri tom prilikom upoznaju međusobno svoje potrebe, posebne želje i zahteve, na bazi čega grade svoju buduću strategiju pregovaranja.
- Spoljnotrgovinski posao nekada može biti zaključen upravo samo okončanjem faze neformalnih pregovora. Ovaj način pregovaranja je prisutan kod poslova manje vrednosti i kod poslova čiji predmet predstavljaju standardizovani proizvodi niže tehnološke intenzivnosti. Kada je predmet međunarodne kupoprodaje složen, visokosofisticiran i pri tom velike vrednosti, po pravilu će se morati preći i na drugu fazu, fazu formalnog pregovaranja kako bi se spoljnotrgovinski posao zaključio na obostrano zadovoljstvo.



# **PONUDA IZVOZNOG POSLA**

Predstavlja odgovor na učit i prvi je formalni kontakt sa konkretnim inostranim partnerom. Kvalitetno pripremljena ponuda može biti značajan faktor definitivnog opredeljenja kupca za kupovinu robe.

Najvažniji koraci od definisanja ponude izvoznog posla pa do realizacije izvoznog posla su sledeći:

- Utvrđivanje cena iz izvozne ponude
- INCOTERMS – Pravila za tumačenje međunarodnih trgovinskih termina
- Kalkulacija cene iz izvozne ponude
- Konkurentnost izvozne ponude
- Forma ponude izvoznog posla
- Prihvatanje ponude izvoznog posla
- Pregovaranje o izvoznom poslu
- Ugovor o komisionom poslu izvoza
- Realizacija posla izvoza



**Jelena Damnjanović, PhD**  
*Novi Sad School of Business*

[jdamnjanovic5@gmail.com](mailto:jdamnjanovic5@gmail.com)

**Biljana Stankov, PhD**  
*Novi Sad School of Business*

[bilja.l.stankov@gmail.com](mailto:bilja.l.stankov@gmail.com)