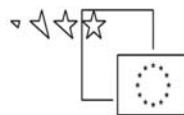




REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA ŠOLSTVO IN ŠPORT



Naložba v vašo prihodnost
OPERACIJO DELNO FINANCIRA EVROPSKA UNIJA
Evropski socialni sklad

MEDNARODNO POSLOVANJE

ALOJZIJA PREVC

Višješolski strokovni program: Ekonomist

Učbenik: Mednarodno poslovanje

Gradivo za 2. letnik

Avtor:

Alojzija Prevc, univ. dipl. ekon.

IZ Hera

Višja strokovna šola



Lektor: France Ivančič, prof. slov in nem. jez.

Ljubljana, 2008

© Avtorske pravice ima Ministrstvo za šolstvo in šport Republike Slovenije.

Gradivo je sofinancirano iz sredstev projekta Impletum 'Uvajanje novih izobraževalnih programov na področju višjega strokovnega izobraževanja v obdobju 2008–11'.

Projekt oz. operacijo delno financira Evropska unija iz Evropskega socialnega sklada ter Ministrstvo RS za šolstvo in šport. Operacija se izvaja v okviru Operativnega programa razvoja človeških virov za obdobje 2007–2013, razvojne prioritete 'Razvoj človeških virov in vseživljenjskega učenja' in prednostne usmeritve 'Izboljšanje kakovosti in učinkovitosti sistemov izobraževanja in usposabljanja'.

Vsebina tega dokumenta v nobenem primeru ne odraža mnenja Evropske unije. Odgovornost za vsebino dokumenta nosi avtor.

KAZALO

1	UVOD	7
2	SPECIALIZACIJA, MEDNARODNA DELITEV DELA, SVETOVNOTRGOVINSKI NAZORI, GLOBALIZACIJA	9
2.1	TEORIJA PRIMERJALNIH PREDNOSTI, MEDNARODNA DELITEV DELA	9
2.2	TRGOVINSKI NAZORI	10
2.2.1	Merkantilizem	10
2.2.2	Liberalizem	11
2.2.3	Protekcionizem	12
2.2.4	Poseganje države	12
2.2.5	Zaključek o trgovinskih nazorih	13
2.3	AVTARKIJA	13
2.4	GLOBALIZACIJA	14
2.5	SLOVENIJA IN MEDNARODNO POSLOVANJE	15
3	ODPRTO GOSPODARSTVO, DEVIZNI TEČAJI, PLAČILNA BILANCA, POPOLNA IN NEPOPOLNA KONKURENCA	18
3.1	MAKROEKONOMIJA ODPRTEGA GOSPODARSTVA	18
3.2	MEDNARODNA TRGOVINA IN DEVIZNI TEČAJ	19
3.3	PLAČILNA BILANCA	20
3.4	POPOLNA IN OMEJENA KONKURENCA, DAMPING	22
3.4.1	Popolna konkurenca	22
3.4.2	Omejena konkurenca	22
3.4.3	Mednarodni damping	23
4	MEDNARODNO GOSPODARSKO POVEZOVANJE IN MEDNARODNE INŠTITUCIJE, POMEMBNE ZA MEDNARODNO POSLOVANJE	26
4.1	MEDNARODNO GOSPODARSKO POVEZOVANJE	26
4.1.1	Evropska unija	26
4.1.2	EFTA	30
4.1.3	CEFTA	31
4.1.4	ASEAN	31
4.1.5	NAFTA	31
4.1.6	MERCOSUR	31
4.2	MEDNARODNE INSTITUCIJE ZA SPODBUJANJE EKONOMSKEGA SODELOVANJA MED DRŽAVAMI	32
4.2.1	Splošni dogovor o carinah in trgovini – GATT	32
4.2.2	Svetovna trgovinska organizacija – WTO	32
4.2.3	Bretonwoodski sistem	34
4.2.4	Mednarodni denarni sklad	34
4.2.5	Svetovna banka	35
4.2.6	Agencije OZN	35
4.2.7	OECD	35
5	ANALIZA OKOLIJ MEDNARODNEGA TRŽENJA, TRŽNE RAZISKAVE, SEGMENTACIJA IN IZBOR TRGOV	37
5.1	ANALIZA OKOLIJ MEDNARODNEGA POSLOVANJA	37
5.1.1	Ekonomsko okolje	38
5.1.2	Politično okolje	39
5.1.3	Pravno-zakonodajno okolje	39
5.1.4	Sociokulturno okolje	40
5.1.5	Informacijsko-tehnološko okolje	41
5.1.6	Ekološko okolje	41
5.2	TRŽNE RAZISKAVE	41
5.3	SEGMENTIRANJE, IZBOR TRGOV IN OBLIKOVANJE STRATEGIJE	42

5.3.1	Segmentiranje in izbor trgov	42
5.3.2	Oblikovanje strategije	43
6	TRŽENJSKI SPLET V MEDNARODNEM TRŽENJU	45
6.1	IZDELEK (ALI STORITEV)	45
6.2	MEDNARODNE PRODAJNE POTI – DISTRIBUCIJA	46
6.3	CENE IN PRODAJNI POGOJI	46
6.4	KOMUNIKACIJE V MEDNARODNEM POSLOVANJU	47
6.5	VPLIV INTERNETA NA TRŽENJSKI SPLET	48
6.6	STORITVE	48
7	NAČINI UVELJAVITVE NA MEDNARODNIH TRGIH	51
7.1	IZVOZNE OBLIKE	52
7.1.1	Posredni izvoz	53
7.1.2	Kooperativni izvoz	53
7.1.3	Neposredni (direktni) izvoz	54
7.2	POGODBENE OBLIKE VSTOPA NA TUJE TRGE	56
7.2.1	Pogodbena proizvodnja v tujini	57
7.2.2	Poslovno-tehnično sodelovanje	57
7.2.3	Licenčni posli	57
7.2.4	Mednarodni franšizing	59
7.2.5	Skupna vlaganja	61
7.2.6	Strateške zveze	61
7.3	NALOŽBENE OBLIKE VSTOPA ALI INVESTICIJE NA TUJEM	62
7.3.1	Izpeljava direktnih investicij	62
7.3.2	Slovenija kot okolje za direktne investicije	63
8	ODPREMNE KLAUZULE	66
8.1	INCOTERMS	66
8.2	OPIS POSAMEZNIH KLAUZUL	67
9	POSLOVNA POGAJANJA, POGODBA	71
9.1	VLOGA RAZLIČNIH KULTUR V POGAJANJIH	71
9.2	POSLOVNA POGAJANJA	72
9.2.1	Priprava pogajanj	73
9.2.2	Med pogajanj	73
9.2.3	Analiza pogajanj	74
9.3	POGODBA	74
10	ZUNANJETRGOVINSKA POLITIKA, CARINA IN CARINSKI SISTEM V EU	79
10.1	UVOD	79
10.2	POMEN ZUNANJETRGOVINSKE POLITIKE EU	79
10.3	CARINSKI SISTEM EU	81
10.4	NALOGE CARINSKE SLUŽBE	83
10.5	CARINSKI ZAKONIK EU	83
10.6	CARINSKA TARIFA	87
10.6.1	Tarifne številke – razvrščanje blaga	87
10.6.2	Integrirana tarifa Evropske unije	87
10.7	POREKLO BLAGA	89
10.7.1	Poreklo blaga v EU	89
10.7.2	Preferencialno poreklo EU	90
10.7.3	Nepreferencialno poreklo	91
10.7.4	Poreklo blaga v intrakomunitarnem prometu	91
10.8	POENOSTAVITVE V CARINSKIH POSTOPKIH	91
10.9	ZAKON O DAVKU NA DODANO VREDNOST	92
11	PLAČILNA TVEGANJA, ZAVAROVANJE PLAČIL IN MEDNARODNI PLAČILNI INSTRUMENTI	96
11.1	PLAČILNA TVEGANJA	96
11.1.1	Nekomercialna oz. politična tveganja	96

11.1.2	Komercialna tveganja	97
11.2	ZAVAROVANJE PLAČIL	97
11.2.1	Boniteta	97
11.2.2	Zavarovanje terjatev	98
11.2.3	Prodaja na odprt račun	98
11.2.4	Prodaja s pridržkom lastninske pravice na blagu	99
11.3	VLOGA BANK V MEDNARODNEM PLAČILNEM PROMETU	99
11.4	MEDNARODNI PLAČILNI INŠTRUMENTI	100
11.4.1	Nakazilo	100
11.4.2	Ček	100
11.4.3	Menica	101
11.4.4	Dokumentarni inkaso	103
11.4.5	Bančna garancija	104
11.4.6	Dokumentarni akreditiv	105
11.4.7	Factoring (factoring)	108
12	VLOGA ŠPEDITERJA V ZT IN PREVOZNI DOKUMENTI	111
12.1	VLOGA ŠPEDITERJEV V ZT	111
12.2	PREVOZNI DOKUMENTI	112
13	PRAKTIČNA IZVEDBA ZT POSLOV, POROČANJE, ZBIRANJE PODATKOV	115
13.1	UVOZNI POSTOPEK IN POSTOPEK PRIDOBITVE IZ EU	115
13.2	IZVOZNI POSTOPEK IN POSTOPEK DOBAVE V EU	117
13.3	POROČANJE, ZBIRANJE PODATKOV O MEDNARODNEM POSLOVANJU	119
14	VIRI IN LITERATURA	121

Draga študentka, dragi študent,

mednarodno poslovanje je zelo široko, zanimivo, dinamično, rastoče in tudi zahtevno področje. Znanje, ki ste si ga pridobili pri ekonomiji, trženju, pravu, v mednarodnem poslovanju nadgradimo z mednarodno dimenzijo.

Vključevanje v mednarodno menjavo je za Slovenijo kot majhno državo življenjskega pomena. Da bi podjetja lahko razvijala in uresničevala konkurenčne prednosti in zagotavljala dolgoročen razvoj, morajo mednarodno sodelovati. Tudi če podjetje ni neposredno vključeno v mednarodno poslovanje, se na domačem trgu srečuje s ponudbo tujega blaga, storitev, kapitala, znanja. Razlika med domačim in tujimi trgi je vse manjša. Svetovno gospodarsko okolje je vedno bolj globalno in vedno bolj soodvisno.

Za vključevanje v mednarodno poslovanje potrebujemo znanje. Namen tega gradiva je podati osnove, da bi lahko proučili tuje trge, ocenili in izbrali primerno obliko mednarodnega sodelovanja in jo realizirali s čim manj zapleti in čim bolj varno. Če boste vsaj del tega znanja dobili s temi gradivi, če vas zato opogumim, je moja naloga izpolnjena. Pri oblikovanju vsebine sem skušala slediti splošnim in operativnim ciljem predmeta. Vključevala sem novo literaturo, dnevno časopisje s tega področja, vsebine s svetovnega spleta, strokovne seminarje in predvsem svoje delovne izkušnje.

Kako naj se lotimo tega izziva?

V prvih poglavjih poudarimo pomen mednarodne menjave, njen vpliv na narodno gospodarstvo, predstavimo mednarodno poslovanje z narodnogospodarskega vidika in proučimo dejavnike mednarodnega okolja. V osrednjem delu proučimo različne oblike mednarodnega poslovanja in realizacijo le-teh. Naučimo se uporabljati transportne klavzule, razumemo prodajno pogodbo, pripravimo in izvedemo poslovna pogajanja in pri tem upoštevamo različna kulturna okolja. Predvidimo plačilna tveganja in se jim skušamo izogniti. Seznanimo se s pomenom zunanjetrgovinske politike, razumemo pomen carinskih predpisov in se jih naučimo uporabljati. Vemo, kako nam pri tem lahko pomaga špediter. Zaključimo s prikazom postopka uvoza in izvoza.

Gradiva so zgolj okvir, ki ga na predavanjih in vajah osmislimo z ažurnimi podatki, primeri, vajami, ki v samih gradivih večinoma niso zajeti.

1 UVOD

Kaj je mednarodno poslovanje in zakaj naj bi nas sploh zanimalo?

Trgovanje je naravni sovražnik vseh nasilnih strasti. Trgovanje omogoča ljudem neodvisnost od drugih in jim daje visoko mnenje o njihovi osebni pomembnosti: vodi jih k samostojnemu urejanju svojih zadev in jih uči, da pri tem uspevajo. Torej so zato bolj naklonjeni svobodi in manj revoluciji.

Alexis de Tocqueville, O demokraciji v Ameriki, 1840. (v: Samuelson in Nordhaus, 2002,603)

To misel sem izbrala, ker dobro opredeljuje trgovanje, ga povezuje s tem, kaj ljudem prinaša, jih vodi k samostojnosti, učenju na poti uspešnosti in ugotavlja, da so bolj naklonjeni svobodi in manj revoluciji. Lahko bi rekli, da so bolj naklonjeni prilagajanju, pogajanju, mirnejšemu reševanju problemov – in to še kako velja tudi za današnji čas.

Zamislimo si svet brez mednarodnega trgovanja, poslovanja. Bili bi brez tujih avtomobilov, holywoodskih filmov, francoskega šampanjca, restavracij McDonalds. Prav tako bi bila tujina prikrajšana za naše avtomobilske sedeže, Elanove smuči, gospodinjske aparate Gorenje, izpušne cevi Akrapovič itd., če naštejemo le nekaj primerov. Današnjega sveta si brez mednarodne trgovine, mednarodnega poslovanja ne moremo predstavljati.

Trgovanje pospešuje specializacijo in specializacija pospešuje produktivnost, na dolgi rok prinaša višji življenjski standard za vse. Odpiranje gospodarstev globalnemu trgovinskemu sistemu je pogoj za napredek in rast.

Mednarodno poslovanje vključuje vse transakcije od izvoza, uvoza, pogodbenih oblik mednarodnega poslovanja, neposrednega investiranja, ki potekajo med posamezniki, podjetji, institucijami, državami. Vse te aktivnosti se odvijajo preko meja. Mednarodno poslovanje, mednarodna trgovina je ključnega pomena za rast blaginje posameznega gospodarstva. Pomeni večje priložnosti za trgovanje, bolj raznolike proizvodne možnosti, posebej za izdelke z več znanja, z več dodane vrednosti, terja večjo inovativnost, večjo produktivnost in prinaša nižje stroške proizvodnje. Pomeni srečevanje s tujim okoljem, ki se hitro spreminja.

Kot navajata avtorja knjige Mednarodno trženje (Brenčič in Hrastelj, 2003), je svet globalna tržnica, svet postaja ekonomska, komunikacijska, informacijska celota. Uspešna so podjetja in države, ki v svoje strategije vključujejo merila svetovnega gospodarstva. Mednarodno poslovanje ni kup ovir, ampak sprejemljiv, kreativen izziv, ki je nujen za rast in razvoj podjetij.

Mednarodna trgovina, mednarodno trženje, mednarodno poslovanje so pojmi, ki so si podobni, medsebojno povezani, se prepletajo, uporabljamo jih, kadar govorimo o aktivnostih podjetja, države na mednarodnih trgih. Med njimi ni ostre ločnice, še posebej ob soočenju z dinamičnim globalnim okoljem. Različni avtorji jih različno definirajo. Če v grobem povzamemo razlike, potem velja, da je mednarodna (zunanja) trgovina ožji pojem, obsega izvoz in uvoz. Mednarodno trženje upošteva trženjski vidik, vključuje tudi trženje lokalnih podjetij, ki imajo matična podjetja na tujem. Mednarodno poslovanje, pogosto uporabljeno kot sinonim za mednarodno trženje, je najširši pojem, ki poleg trženjskih vključuje tudi druge

poslovne funkcije v tujini, kot npr. kadrovske, finančno funkcijo in drugo. (Kenda 2001; Makovec Brenčič 2006.)

Kakšne so razlike med domačim in mednarodnim poslovanjem?

Prvo razliko smo že omenili. Kot pove že ime, mednarodno poslovanje poteka preko meja, med podjetji, ki imajo sedež v različnih državah.

Različna so tudi okolja mednarodnih trgov:

- o geografsko,
 - o ekonomsko,
 - o politično,
 - o pravno,
 - o sociokulturno: razlike v kulturi, jeziku, veri, vrednotah, običajih,
 - o tehnološko.
- Ta okolja običajno precej manj poznamo.
 - Zavedati se moramo, da smo izpostavljeni spremembam, da so pravzaprav spremembe stalnica; spreminjajo se tuja okolja, udeleženci, aktivnosti, kar moramo zaznati in ustrezno reagirati.
 - Logično je, da so z mednarodnim poslovanjem povezana večja tveganja.

Poleg tega je komuniciranje s tujino vezano na znanje tujih jezikov. Znanje tujih jezikov samo po sebi še ni dovolj, komuniciranje je potrebno prilagoditi omenjenemu sociokulturnemu okolju, upoštevati posebnosti, razlike v komuniciranju. Pri korespondenci s tujimi partnerji moramo biti čim bolj natančni, pazimo na ugled podjetja in države v tujini. Posledice napak so večje kot v domačem poslovanju.

2 SPECIALIZACIJA, MEDNARODNA DELITEV DELA, SVETOVNOTRGOVINSKI NAZORI, GLOBALIZACIJA

Namen poglavja:

- spoznati smisel mednarodne menjave,
- prikazati prednosti odprtih gospodarstev in slabosti avtarkije,
- predstaviti gledanje na koristnost mednarodne menjave v zgodovini,
- globalizacijo, internacionalizacijo in
- poudariti pomen mednarodne menjave za Slovenijo.

2.1 TEORIJA PRIMERJALNIH PREDNOSTI, MEDNARODNA DELITEV DELA

»Korist mednarodne trgovine je bolj učinkovita zaposlenost produktivnih sil sveta.«

John Stuart Mill
v Samuelson, 2002, 673

Že zdrava pamet nam pove, da bodo države proizvajale in izvažale dobrine, pri katerih imajo posebno ugodne možnosti ali so zato posebno usposobljene (Samuelson, 2002, 688). Bodisi imajo naravne danosti (naravna bogastva, npr. les, rudo, nafto, plin), bodisi imajo razvito visoko tehnologijo, izobraženo delovno silo ipd.

Kot smo rekli, trgovanje pospešuje specializacijo in specializacija pospešuje produktivnost, kar na dolgi rok prinaša višji življenjski standard za vse.

Prednosti zunanje trgovine so očitne, kadar je neka država produktivnejša od drugih pri proizvodnji nekega blaga. Recimo, da je Finska produktivnejša pri izdelavi mobilnih telefonov, Nemčija pa pri proizvodnji avtomobilov. Obe državi pridobita, če se specializirata; Finska v proizvodnjo mobilnih telefonov in Nemčija v proizvodnjo avtomobilov. V tem primeru govorimo o absolutnih prednostih.

Teorija primerjalnih prednosti pa dodatno dokazuje, da lahko država z mednarodno menjavo pridobi tudi, če ni absolutno bolj produktivna od drugih. Če se vsaka država specializira v proizvodnjo tistega blaga, v kateri ima primerjalno prednost, torej v proizvodnjo, v kateri je relativno najbolj produktivna, bo mednarodna trgovina koristna za vse države.

Povedano drugače, vsaki državi koristi, če se specializira v proizvodnjo in izvoz tistih dobrin, ki jih lahko proizvajajo po relativno nižjih stroških, nasprotno pa vsaki državi koristi, če uvažata tiste dobrine, ki jih proizvajajo po relativno visokih stroških (Samuelson, 2002, 689).

S specializacijo na področju svoje največje relativne produktivnosti lahko vsaka država troši več kot proizvede. To je bistvo mednarodne trgovine (Samuelson, 2002, 688).

Realna blaginja (plače in dohodki) se povečuje, skupne koristi so večje ne glede na to, ali je neka država tudi absolutno učinkovitejša v proizvodnji določenega blaga. Zato so po mnenju Ricarda omejitve v mednarodni trgovini, kot so carine, kvote, nezaželene (Hrovatin, 2007, 266).

V skladu s primerjalnimi prednostmi mednarodna trgovina zagotavlja vzajemne koristi za vse udeležence.

Teorijo primerjalnih prednosti, ki je eden od osnovnih zakonov ekonomije oz. ekonomskega liberalizma, je leta 1817 postavil angleški ekonomist David Ricardo in z njo dokazal, da specializacija in prosta mednarodna trgovina brez carinskih in drugih omejitev koristi vsem državam.

To načelo je pojasnil na primeru dveh držav (Anglije in Portugalske) in dveh proizvodov (sukno in vino).¹

Mednarodna delitev dela pomeni udejanjanje načel absolutnih in primerjalnih prednosti, pomeni specializacijo, delitev med posameznimi državami v svetovnem gospodarskem sistemu tako, da se vsaka država usmeri v proizvodnjo tistega blaga, kjer je produktivnejša, učinkovitejša, kjer ima prednost. Je trajen proces, ki omogoča skrajšanje zahtevnih in dolgotrajnih postopkov, večanje produktivnosti, razvoj in napredek človeštva.

Zato je logično, da ni univerzalnega modela razvoja in idealne gospodarske strukture. Vsaka država, vsako gospodarstvo se razvija v skladu z danimi možnostmi.

Rezultat mednarodne delitve dela je:

- rast svetovnega gospodarstva,
- stalen tehnološki napredek,
- izboljševanje življenjskega standarda ljudi.

Hkrati pa mednarodna delitev pomeni tudi večje razlike med razvitimi in nerazvitimi, večjo izpostavljenost krizam in večjo izpostavljenost gospodarsko-političnemu okolju v svetu.

2.2 TRGOVINSKI NAZORI

Teorija primerjalnih prednosti pokaže prednosti prostega trgovanja med državami, brez poseganja države s carinskimi in necarinskimi omejitvami. Vendar države ves čas želijo ščititi svoje gospodarstvo pred »škodljivimi« tujimi vplivi. Zaščita domačega gospodarstva s carinami in drugimi omejitvami je bila v zgodovini še posebej intenzivna.

Skozi stoletja se je razvilo več teorij o koristnosti mednarodne menjave. Govorimo o svetovnotrgovinskih nazorih, ki zrcalijo gledanje na mednarodno trgovino, kažejo vpliv takratnega časa, doseženo produktivnost in razvoj. To so:

- merkantilizem,
- liberalizem in
- protekcionizem.

2.2.1 Merkantilizem

Abrahamu Lincolnu so pripisali pripombo: Ne vem dosti o carinah. Vem pa, da pri mojem nakupu angleškega plašča dobim jaz plašč in Anglija denar. Toda ko kupim ameriški plašč, imam plašč, denar pa dobi Amerika.

¹ Primer obdelamo na vajah!

(Samuelson, 2002, 703.)

Ta pripomba potrjuje logiko merkantilizma. Država, ki več proda, ima več zlata, zato merkantilisti zagovarjajo ugodno trgovinsko bilanco. Vendar so zanemarili dejstvo, da samo kopičenje denarja, zlata, še ne pomeni blaginje in višjega standarda za ljudi. Danes se ekonomisti ne strinjajo s tem, da bi višanje carinskih ovir prineslo boljši standard. (Samuelson, 2002, 703.)

Merkantilizem je bila splošna ekonomska doktrina in praksa v času prehoda fevdalizma v zgodnje oblike kapitalizma od 16. do 18. stoletja. Načela merkantilizma so:

- bogastvo države je denar oz. so samo tiste dobrine, ki se lahko spremenijo v denar;
- proizvodnja dobrin je pogoj za ustvarjanje bogastva in zato jo je treba razvijati, zato država podpira razvoj manufaktur;
- neposredni izvor bogastva je trgovina, ki izdelke spreminja v denar;
- vsaka trgovina ni izvor bogastva, ampak samo zunanja trgovina, ki povečuje količino zlata v državi.

Tem načelom ustreza ekonomski sistem, ki ekonomsko politiko države usmerja k:

- pozitivni zunanjetrgovinski bilanci,
- razvijanju proizvodnje (manufaktur) in pospeševanju mednarodne trgovine,
- zaščiti domače proizvodnje z visokimi uvoznimi carinami,
- omejitvi izvoza surovin, zato da bi jih bilo dovolj za domače manufakture (izvozne carine za surovine),
- aktivni pomoči države pri razvoju gospodarstva.

Merkantilizem je ustrezal meščanstvu, ki je takrat nastajalo, in tudi velikim absolutističnim monarhijam v tistem času, npr. Franciji v času Ludvika XIV. in Rusiji v času Petra Velikega. Ko je industrijska proizvodnja prevladala, je merkantilizem moral odstopiti mesto liberalizmu.

2.2.2 Liberalizem

Ekonomski liberalizem oz. svobodno delovanje trga brez večjega poseganja države v gospodarstvo je teoretično idealen, široko sprejet model, ki ga bolj ali manj tudi danes zagovarja veliko ekonomistov. Svobodna trgovina je osnovna ideologija liberalnega kapitalizma. Utemeljitelja, teoretika liberalizma sta Smith (nevidna roka trga) in Ricardo (teorija primerjalnih prednosti). Načela liberalizma so:

- prosto delovanje ekonomskih zakonov zagotavlja pravilen ekonomski razvoj,
- svoboda zasebne pobude,
- privatna lastnina proizvodjalnih sredstev,
- svobodna konkurenca, tudi v zunanji trgovini.

Tem načelom daje država institucionalni, pravni okvir za normalno delovanje.

Liberalizem se je razvil v 18. in 19. stoletju v državah, kjer se je začela industrijska revolucija, ki je povzročila nesluten razvoj industrijske proizvodnje in tržišča. Kapitalistični način proizvodnje se je učvrstil in meščanstvu ni bila več potrebna neposredna pomoč države pri funkcioniranju in razvoju gospodarstva. Kapitalizmu, ki je bil v velikem razmahu in se je hitro razvijal, je ustrezal liberalizem.

2.2.3 Protekcijonizem

Skupščini poslancev

Podvrženi smo neznosni konkurenci tujih tekmecev, ki uživajo dosti boljše razmere za proizvodnjo svetlobe, tako da lahko preplavijo naš narodni trg po zelo nizki ceni. Ta tekmelec ni nihče drug kot sonce. Predlagamo sprejetje zakona, po katerem bomo zaprli vsa okna, odprtine in špranje, skozi katere v naša bivališča predira sončna svetloba.

Podpis: svečarji

Frédéric Bastiat, francoski ekonomist, ki se je pošalil na račun protekcijonizma.
V Samuelson, 2002, 688

»Zaščita EU pred cenenim kitajskim tekstilom!«

Vsaka država, ki je želela razvijati svojo lastno industrijo, je morala v začetku voditi protekcijonistično trgovinsko politiko. Protekcijonizem se je torej razvil iz nujnosti, da se zaščiti gospodarstva, ki so bila manj razvita.

Najbolj razširjen ukrep protekcijonizma je carina kot poseben uvozni, redkeje izvozni davek. Carina je bila v preteklosti zelo visoka, da je praktično onemogočala uvoz. Poleg carine so protekcijonistični ukrepi še prepovedi, kvote, povračilni ukrepi, ki bolj ali manj ostro omejujejo uvoz, in razne premije, subvencije na izvozni strani.²

Protekcijonizem je najprej uvedla Anglija, preden je dosegla visoko stopnjo gospodarskega razvoja. Ko je postala svetovna velesila, ji ukrepi protekcijonizma niso bili več potrebni in niso ustrezali njeni konkurenčni sposobnosti in zahtevi po razširitvi zunanjih tržišč. Uvajanju protekcijonizma so sledile Francija, Nemčija in ZDA, kjer protekcijonizem sovпада z odcepitvijo od Anglije.

Protekcijonizem naj bi bil le začasen ukrep za zdravljenje in oživljanje razvijajočih se gospodarstev. Prej ali slej naj bi ga nadomestil liberalizem, ki je po mnenju večine teoretikov normalno stanje v mednarodni menjavi.

Vendar protekcijonizem ni stvar preteklosti, protekcijonistični ukrepi se, sicer v manjšem obsegu ali pa bolj prefinjeno, uporabljajo tudi danes. Protekcijonistični ukrepi, predvsem tisti, ki so zelo intenzivni, državam v glavnem niso koristni. Upravičeni in koristni, tudi po mnenju zagovornikov liberalizma, so takrat, ko gospodarstvo ni polno zaposleno, ko še ni dovolj razvito ali kadar želimo ščititi novo panogo. (Hrovatin, 2007, 266-270, Samuelson, 2002, 696-710)

Velikokrat pa so ukrepi tudi rezultat lobiranja vplivnih skupin, podjetij zaradi ekonomskih in političnih interesov.

2.2.4 Poseganje države

Obseg državnega nadzora nad gospodarstvom je že stoletja politično bojišče in vse države se trudijo doseči pravo mero, ravnotežje med državo in trgovino.

² V poglavju o zunanjetrgovinski politiki bomo te ukrepe podrobneje spoznali!

Gospodarska praksa je pokazala, da tržni sistem poleg velikih koristi prinaša tudi brezposelnost, gospodarske krize, padec cen, onesnaževanje, skrajno bogastvo in skrajno revščino. Zato ni države na svetu, ki ne bi posegala, posredovala v gospodarstvu. Država mora intervenirati, ker želi odpravljati slabosti trga in s tem pravičneje porazdeliti ustvarjeni dohodek, stabilizirati gospodarstvo, zagotoviti narodnogospodarsko ravnovesje in polno zaposlenost. Posredovanje v gospodarstvo država izvaja predvsem z ukrepi proračunske, denarne in zunanjetrgovinske politike. (Samuelson, 2002, 34-40).

2.2.5 Zaključek o trgovinskih nazorih

Prepletanje svetovnotrgovinskih nazorov, posebej liberalizma in protekcionizma, čutimo tudi danes. Liberalizem je osnovni koncept tržnega sistema, ideologija kapitalizma. Z bolj ali manj intenzivnim poseganjem države je prevladujoč sistem današnjega sveta. Prav tako je stalno prisoten protekcionizem.

Še danes lahko ekonomiste razdelimo na tiste, ki zagovarjajo ekonomski liberalizem, in tiste, ki zagovarjajo večje poseganje države in njenih institucij. To velja tako v svetovnem merilu kot pri nas. Ameriški ekonomisti so praviloma večji zagovorniki liberalizma kot drugje. Razlike se še posebej pokažejo ob večjih pretresih, kot je sedanja ameriška finančna kriza, ki vpliva na celoten svetovni trg.

Glej članka ekonomistov dr. Bogomirja Kovača in dr. Jožeta P. Damijana. Dr. Kovač (Priloga Dela, 19. julij 2008, 14-15) trdi, da je ekonomski liberalizem povsod pogorel. Dr. Damijan (Objektiv, 26. julij 2008, 13) pa navaja v svojem članku »Je liberalizem res mrtev?«, da imamo v Sloveniji težave z razumevanjem liberalizma, ki ga slikajo kot neki povsem divji, kaotični splet špekulativnih interakcij med posamezniki na trgu. Toda trg še ni liberalizem in potrebuje regulacijo in dober institucionalni okvir. Liberalizem pomeni svobodo posameznikov in hkrati odgovornost za lastna dejanja, enake možnosti za vse.

2.3 AVTARKIJA

Avtarkija pomeni zaprtost in samozadostnost neke države. To je težnja, da se zgradi taka gospodarska struktura, da bo gospodarstvo najmanj odvisno od tujine, da bo gradilo na lastnih silah in bo najmanj ranljivo z zunanjimi vplivi.

Še tako veliko gospodarstvo, še tako z naravnimi viri bogato gospodarstvo pri današnji visoki stopnji ekonomske razvitosti ne more v celoti zadovoljevati svojih potreb. To pomeni, da ne more v celoti preprečiti odvisnosti od tujine in se nasloniti le na lastne sile. To velja tudi za veliko ameriško gospodarstvo, toliko bolj pa za gospodarstva majhnih držav, kot je na primer slovensko, ki je zelo odvisno od tujine.

Liberalizem oz. odprto gospodarstvo s prosto menjavo je, kot smo rekli, nasproten pojem. Čim bolj se gospodarstvo razvija, čim bolj postaja proizvodnja raznovrstna, tem bolj se povečujejo tudi potrebe v proizvodnji in pri potrošnikih. Liberalizem pogojuje prosto tekmovanje in konkurenco.

2.4 GLOBALIZACIJA

V ZDA so si v preteklosti lahko privoščili, da so zaradi ogromnega domačega trga zanemarili mednarodno poslovanje. Ekonomsko povezanost z drugimi narodi so prepustili strokovnjakom na univerzah ali v zunanjem ministrstvu. Vendar so napredek v komunikacijah, transportu, spremembe v trgovinski politiki povezale različne države (Samuelson, 2002, 603). Ekonomski ukrepi neke države, politične krize na Daljnem vzhodu, revolucije, finančna kriza v ZDA, prav tako cene nafte vplivajo na druge države, na svetovno gospodarstvo.

Že klasična teorija zagovarja nujnost mednarodne delitve dela in s tem mednarodnega poslovanja v smislu uresničevanja primerjalnih prednosti posamezne države na mednarodnih trgih. Svet postaja globalna celota v ekonomskem, komunikacijskem in informacijskem smislu. Z globalizacijo svet postaja manjši, razdalje so manj pomembne. Ekonomska povezanost in soodvisnost med državami se povečujeta (Prašnikar 2005). Globalizacija poleg gospodarstva posega tudi na politično, sociološko področje, odpira tudi druga vprašanja, med drugim tudi vprašanje kulturne različnosti, in hkrati ustvarja nove kakovosti.

Kaže se v vse večji, intenzivni globalni konkurenci, brezmejnih tehnoloških inovacijah in zmanjševanju ovir za trgovanje in investiranje.

O širjenju globalizacije govorijo najmanj 4 pomembna ekonomska in sociološka dejstva (Rizman 2006):

- delež mednarodne trgovine se stalno povečuje; v zadnjih 20 letih se je delež trgovine v skupnem svetovnem proizvodu povečal za 27 %;
- prav tako se je v zadnjih 20 letih delež neposrednih tujih investicij povečal za štirikrat (rekordno vrednost so tuje investicije dosegle v letu 2000 s 1.400 mrd. USD, od tega jih je bilo 2/3 v razvita gospodarstva, predvsem v področje storitev – Prašnikar 2005);
- vedno več ljudi potuje, bodisi poslovno ali kot turisti; leta 1950 je potoval 1 človek na 100, danes že 12; povečuje se tudi migracije delovne sile, zaenkrat najmanj intenzivno; ta trend se bo v prihodnje verjetno hitreje povečal, ker se prebivalstvo v razvitih državah stara, mladih v manj razvitih državah pa je več, kot bi se jih lahko zaposlilo doma;
- po letu 1991 se je intenzivno povečala uporaba tehnologije, ki omogoča globalno komunikacijo:
 - potrojilo se je število telefonov;
 - število mobilnih telefonov je 1,8 mrd., kar pomeni približno 1/3 človeštva;
 - število uporabnikov interneta znaša blizu milijarde.

To lahko dopolnimo še z naslednjim:

- rast deleža mednarodnih storitev,
- nastajajo integrirani finančni trgi,
- pomemben je vpliv tehnologije in prenosa znanja na mednarodno poslovanje,
- večja se pomen ekonomije obsega.

(Makovec, 2006, 14.)

Za opredelitev pojma globalizacije ni enotne definicije. Opredeljena je kot proces, ki zmanjšuje pomen geografskih razdalj, vzpostavlja mednarodne ekonomske, politične in družbeno-kulturne odnose. Ustvarja mnoge priložnosti, povzroča pa tudi strah in odpor.

Ožja definicija (Klemenc, 2005) definira **globalizacijo kot proces, ki širi in pogloblja mednarodno menjavo blaga in storitev, tuje neposredne kapitalske in finančne investicije** kakor tudi portfeljske naložbe. To pomeni, da se **izkoristijo proizvodne kapacitete po vsem svetu ob hkratnem izkoriščanju konkurenčnih prednosti posameznih držav ali regij.**

Proces globalizacije postavlja pred poslovni svet mnoge izzive. Rast podjetij je vse bolj odvisna do sposobnosti, da se usmerijo na središčno dejavnost, ki jim omogoča stalno povečevanje konkurenčnosti. Globalno delujejo predvsem velika podjetja – korporacije, ki imajo svoje podružnice razpršene po vsem svetu, da lahko izkoriščajo prednosti posameznih držav ali regij za doseganje svojih ciljev, predvsem dobička. V zadnjem času se pojavljajo tudi manjša globalna podjetja, ki obvladujejo manjše niše in uspevajo zaradi svoje produktivnosti, znanja, obvladovanja procesov, npr. globalni dobavitelji v računalniški ali avtomobilski dejavnosti (Makovec, 2006).

Od pojma globalizacija lahko razlikujemo pojem internacionalizacije. **Internacionalizacija je ožji pojem in se veže predvsem na pospeševanje izvoza** v druge države brez neposrednih kapitalskih naložb in brez večjih strateških povezav s tujimi partnerji. Japonska je najbolj tipičen primer internacionalizacije, saj prodaja svoje izdelke po vsem svetu, medtem ko je njena vključenost v globalizacijske tokove zaradi nizkega deleža tujih investicij majhna. Majhna država lahko z večanjem izvoza in uvoza močno poveča rast svojega gospodarstva, vendar jo lahko globalizacijski procesi zaradi premajhnih primerjalnih prednosti obidejo.

2.5 SLOVENIJA IN MEDNARODNO POSLOVANJE

Mednarodno poslovati je za Slovenijo kot majhno državo ključno za njen razvoj. Politika Ministrstva za gospodarstvo Slovenije je usmerjena v uresničevanje vizije o Sloveniji kot uspešnem, mednarodno konkurenčnem in gibkem gospodarstvu. Usmeritve zunanjetrgovinske politike temeljijo na predpostavki, da je za stabilen in dinamičen gospodarski razvoj Slovenije ključna rast mednarodne menjave s tujino, predvsem rast izvoza. Cilj politike je zagotoviti podjetjem čim bolj enostaven, neobremenjujoč in učinkovit dostop do zelenih trgov. Politika se trudi ustvariti ugodne pogoje za izvozni prodor za vsa podjetja skladno z njihovimi konkurenčnimi prednostmi in sposobnostmi. Ukrepi za pospeševanje izvoza temeljijo na načelu dovoljenega glede Svetovne trgovinske organizacije in EU.

Za Slovenijo lahko trdimo, da se gospodarstvo internacionalizira, povečujeta se tako izvoz kot uvoz. Internacionalizacija je **regionalne narave, saj pretežni del predstavlja območje EU in držav JV Evrope.** Poslovanje z državami EU obsega več kot 2/3 uvoza in izvoza, dobro so zastopane tudi države bivše Jugoslavije, ostala področja pa precej manj.

Tabela 1: Vrednost izvoza v letih od 2005 do 2007, rast in delež izvoza v EU

Podatki v mio. EUR

IZVOZ	2005	2006	2007
Blago	14.599	17.026	19.799
Storitve	3.210	3.500	4.388
Skupaj	17.809	20.526	24.187
Rast	10,5 %	12,3 %	13,8 %
Izvoz v EU	68 %	68,4 %	70,6 %

Vir: GZS, SKEP 2008.

Tradicionalne, največje izvozne partnerice Slovenije so Nemčija, Italija, Hrvaška, Avstrija, Francija, Srbija s Kosovom, Rusija, Madžarska, Poljska, BIH in Velika Britanija.

Tabela 2: Vrednost uvoza v letih od 2005 do 2007, rast in delež uvoza iz EU

Podatki so v mio. EUR.

UVOZ	2005	2006	2007
Blago	15.625	18.200	21.490
Storitve	2.354	2.600	3.146
Skupaj	17.979	20.800	24.636
Rast	7 %	12 %	15,7 %
Uvoz iz EU	81 %	80 %	78,7 %

Vir: GZS, SKEP 2008.

Tradicionalne, največje uvozne partnerice Slovenije so Nemčija, Italija, Avstrija, Francija, Hrvaška, Nizozemska, Madžarska, Španija, Češka, Belgija in Rusija.

Opomba: ažurni podatki o slovenskih gospodarskih kazalcih in ZT menjavi so predstavljeni na vajah.

Podatke najdete na spletnih straneh:

<http://www.gzs.si>,

<http://www.gov.si> (Ministrstvo za gospodarstvo),

<http://www.izvoznookno.si>,

<http://www.podjetniski-portal.si>,

<http://www.japti.si> (Javna agencija Republike Slovenije za promocijo in tuje investicije),

<http://www.umar.si> (Urad Republike Slovenije za makroekonomske analize in razvoj).

Povzetek

Teorija primerjalnih prednosti dokazuje, da lahko država z mednarodno menjavo pridobi, tudi če ni absolutno bolj produktivna od drugih. Če se vsaka država specializira v proizvodnjo tistega blaga, v kateri ima primerjalno prednost, torej v proizvodnjo, v kateri je relativno najbolj produktivna, bo mednarodna trgovina koristna za vse države. **Mednarodna delitev dela** pomeni udeleževanje načel primerjalnih prednosti, pomeni specializacijo, delitev med posameznimi državami v svetovnem gospodarstvu.

Pogled v zgodovino nam odkrije več svetovnotrgovinskih nazorov o koristnosti mednarodne menjave. **Merkantilizem** zagovarja načelo, da je bogastvo države zlato, ki se ustvarja z izvozom. Cilj ekonomske politike je pozitivna zunanjetrgovinska bilanca, ukrepi so usmerjeni v zaščito in povečevanje domače proizvodnje in omejitev izvoza surovin.

Že uveljavljenemu kapitalističnemu načinu proizvodnje ustreza **liberalizem**. Svobodno delovanje trga brez večjega poseganja države v gospodarstvo je teoretično idealen, široko sprejet model, ki ga bolj ali manj tudi danes zagovarja veliko ekonomistov. Svobodna trgovina je osnovna ideologija liberalnega kapitalizma. Vendar je vsaka država, ki je želela razvijati svojo lastno industrijo, morala v začetku voditi **protekcionično** trgovinsko politiko z visokimi carinami, kvotami.

Tržni sistem poleg velikih koristi prinaša tudi brezposelnost, gospodarske krize, padec cen, onesnaževanje, skrajno bogastvo in revščino. Zato **država želi odpravljati slabosti trga**, s

svojimi ukrepi pravičnejše porazdeliti ustvarjeni dohodek, stabilizirati gospodarstvo in upravljati mednarodno poslovanje. To dosega predvsem z ukrepi proračunske, denarne in zunanjetrgovinske politike.

Avtarkija pomeni zaprtost gospodarstva, neodvisnost od tujine, kar pa je danes nemogoče.

Globalizacija pojmuje svet kot eno tržnico. **Opredelimo jo kot proces, ki širi in pogloblja ne le mednarodno menjavo blaga in storitev, ampak tudi investicije** in posega tudi na druga področja (kultura, tehnologija). Globalizacija prinaša širitev mednarodne trgovine, naložb, potovanj, uporabo novih tehnologij, povezanost finančnih sistemov, rast menjave storitev ipd.

Mednarodna menjava je pomembna za rast vsakega gospodarstva, še posebej majhnega, kot je slovensko. Slovensko gospodarstvo se internacionalizira, v veliki meri je usmerjeno regionalno v EU (več kot 2/3 menjave).

Vprašanja za ponavljanje

1. Kaj je mednarodno poslovanje in zakaj nas zanima?
2. Kakšne so razlike med domačim in mednarodnim trženjem?
3. Obrazložite, kaj pomeni teorija primerjalnih prednosti.
4. Katere so bistvene značilnosti svetovnotrgovinskih nazorov?
5. Komentirajte časopisni članek »*Zaščita EU pred cenanim kitajskim tekstilom*«.
6. Kaj želi država doseči s poseganjem v gospodarstvo?
7. Obrazložite pomen mednarodne delitve dela.
8. Kako bi definirali globalizacijo?
9. Komentirajte izjavo: Sinonim globalizacije so plastenke Coca Cole in ceneni kitajski izdelki, ki so preplavili svet!
10. Katera dejstva govorijo o širjenju globalizacije?
11. Kaj pomeni pojem gospodarska avtarkija? Ali je v današnjem času možna?
12. Kakšen je pomen zunanje trgovine za Slovenijo?
13. Kateri so glavni zunanjetrgovinski partnerji Slovenije?

3 ODPRTO GOSPODARSTVO, DEVIZNI TEČAJI, PLAČILNA BILANCA, POPOLNA IN NEPOPOLNA KONKURENCA

Namen poglavja je spoznati.

- vpliv mednarodnega poslovanja na BDP,
- oblikovanje deviznih tečajev,
- plačilno bilanco,
- popolno in nepopolno konkurenco, damping.

3.1 MAKROEKONOMIJA ODPRTEGA GOSPODARSTVA

Odrpto gospodarstvo izvaža in uvaža blago in storitve, kupuje tuja podjetja in vrednostne papirje, najema kredite v tujini, skratka mednarodno posluje.

Poglejmo si, kako se to odraža na makroekonomskih kategorijah.

Kot vemo iz ekonomije, je bruto družbeni proizvod proizvedena količina končnih proizvodov in storitev v določenem obdobju, običajno v letu dni.

Če bruto družbeni proizvod pogledamo s potrošne strani, s strani izdatkov, je sestavljen iz potrošnje gospodinjstev (C), naložb (I) in vladnih nakupov (G). To lahko zapišemo kot

$$\mathbf{BDP = C + I + G.}$$

Celotni domači potrošnji oz. celotnim domačim izdatkom moramo prišteti še vpliv mednarodne trgovine: uvoz in izvoz. **Neto izvoz** je izvoz dobrin in storitev zmanjšan za uvoz dobrin in storitev.

Celoten output (BDP) je tako enak potrošnji (C), domačim naložbam (I), vladnim nakupom (G) in neto izvozu (X), kar lahko zapišemo:

$$\mathbf{BDP = C + I + G + X}$$

Kadar ima država pozitiven neto izvoz, kopiči tuja sredstva oz. naložbe.

Uvoz je določen z domačim dohodkom skupaj s cenami domačih dobrin v primerjavi s tujimi dobrinami. Izvoz pa je dolgoročno odvisen predvsem od domače produktivnosti, pogojen je z dohodkom v tujini in z deviznim tečajem.

Multiplikator v mednarodni menjavi – mejna nagnjenost k uvozu

Mednarodna menjava vpliva na BDP podobno kot investicije in vladni izdatki. Ko se neto izvoz poveča, se poveča agregatno povpraševanje po domačem proizvodu. Domačemu povpraševanju se pridruži tudi povpraševanje iz tujine. **Neto izvoz ima multiplikativni učinek na BDP. Izvoz multiplikativno vpliva na rast BDP**, vendar je ta multiplikacija zmanjšana za mejno nagnjenost k uvozu.

Mejna nagnjenost k uvozu je povečanje vrednosti uvoza za enoto povečanja BDP. Mejna nagnjenost k uvozu je pojem, ki je zelo povezan z mejno nagnjenostjo k potrošnji. Mejna nagnjenost k potrošnji nam pove, za koliko se poveča potrošnja, če se poveča dohodek za

enoto. Mejna nagnjenost k uvozu pa nam pove, za koliko se poveča uvoz, če se poveča BDP za enoto oz. koliko se poveča uvoz za vsako enoto povečanega BDP.

Multiplikativni učinek izvoza oz. povečanih izdatkov na BDP je manjši za mejno nagnjenost k uvozu. Izračunamo ga po naslednji formuli

$$\frac{1}{MPS + MPm}$$

kjer je MPS mejna nagnjenost k varčevanju in MPm mejna nagnjenost k uvozu (Samuelson, 2002, 603–619).

3.2 MEDNARODNA TRGOVINA IN DEVIZNI TEČAJ

Kako vplivajo devizni tečaji na trgovino?

Devizni tečaj oz. cena za ameriški dolar se spreminja, sploh če vzamemo obzir daljše obdobje. Trenutno je dolar »poceni« nasproti evropski valuti. Kaj to pomeni v mednarodni trgovini?

Izdelki iz EU so zato v ZDA dražji samo zaradi neugodnega tečaja za izvoznike. To pogosto slišimo tudi od slovenskih izvoznikov, ki veliko prodajajo na ameriški trg (npr. Lek – Novartis).

Na drugi strani pa je uvoz iz ZDA za EU ugodnejši, cenejši samo zaradi deviznega tečaja, četudi se osnovne cene v dolarjih ne spreminjajo. Prav tako velja za storitve: ob trenutnem tečaju dolarja je za nas ugodneje potovati v ZDA, izkoriščati njihove turistične aranžmaje, obratno pa so za Američane potovanja v Evropo dražja.

Blago in storitve v mednarodni menjavi morajo biti tudi plačane. Srečujemo se s tujimi valutami. Devizni tečaj pri tem opravlja vlogo skupnega imenovalca (Hrovatin, 2007, 296).

Devizni tečaj je cena ene valute v enotah druge valute. Oblikuje se kot ravnovesje med ponudbo in povpraševanjem na deviznem trgu. *Npr. ponudbo tvorijo Američani, ki želijo kupiti tuje izdelke, tuje storitve, nalagati v tuje vrednostne papirje. Tujci, ki želijo kupiti ameriške dobrine, storitve, nalagati v ameriške vrednostne papirje, tvorijo povpraševanje po dolarjih.*

Država oz. centralna banka lahko oblikuje **trdni** (fiksni, stalni) ali **drseči** (prilagodljivi, plavajoči) devizni tečaj. Pri fiksnem tečaju država določi uradni tečaj glede na zlato ali na neko drugo valuto. Tečaj lahko niha le v ozkem razponu okoli uradnega tečaja (npr. $\pm 1,5\%$). Če je povpraševanje ali ponudba prevelika ali premajhna in bi se tržni tečaj izoblikoval izven meja toleranc, mora centralna banka intervenirati: kupiti ali prodati devize. Tega ne more delati v nedogled, ker bi lahko ogrozila državne rezerve ali povzročila inflacijo. Zato spremeni uradni tečaj. Če je na trgu večje povpraševanje po devizah, kot je ponudba, potem poveča devizni tečaj za tujo valuto, temu pravimo **devalvacija**. In obratno, če je na trgu večja ponudba od povpraševanja, prav tako ne more v nedogled kupovati presežnih deviz, ker bi to vodilo v inflacijo, zato zmanjša ceno tuje valute, temu pravimo **revalvacija**.

Devalvacija ima lahko pozitivne učinke na gospodarstvo, ker se s tem stimulira izvoz.

Drseči tečaj ni uradno določen, oblikuje se prosto na trgu kot rezultat ponudbe in povpraševanja po devizah. Padec cene ene valute imenujemo **depreciacija** (v sistemu trdnih tečajev devalvacija), povišanje cene valute je pa **apreciacija** (revalvacija v primeru trdnih

tečajev). V večini držav z drsečim tečajem država uravnava drsenje oz. uravnava tečaj, če je preveč nestabilen.

Kot vidimo, se pri deviznih tečajih uporabljajo posebni izrazi, ki jih dostikrat zasledimo v dnevnem tisku, v vsakdanjem življenju.

Če bi npr. Japonska uvedla protekcionistične ukrepe, bi bilo povpraševanje po ameriškem blagu in po dolarjih manjše in rezultat bi bil nižji devizni tečaj, dolar bi depreciral, jen pa appreciral.

Pariteta kupnih moči – PPP (purchasing power parity) pravi, da se drseči devizni tečaji oblikujejo glede na pariteto kupne moči dveh valut. Primerjajo se cene košarice dobrin v eni in drugi državi. Pariteta kupnih moči je vezana na realno kupno moč oz. na relativen nivo cen in je uporabna tudi za napovedovanje gibanja deviznih tečajev.

Mednarodna trgovina, denarna politika, devizni tečaj, BDP in cene so člani verige, ki so povezani. Povezava je izjemno zapletena, tako da se ne da z nekimi modeli napovedovati učinka sprememb denarne politike na devizne tečaje ali učinek tečaja na neto izvoz. (Samuelson, 2002, 673–682.)

3.3 PLAČILNA BILANCA

Oglejte si plačilno bilanco Slovenije za nekaj let na spletnih straneh Banke Slovenije in Urada za Makroekonomske Analize in Razvoj (UMAR)

Ekonomisti spremljamo in analiziramo dogajanje z bilancami stanja in uspeha. Bilanca na področju mednarodnega poslovanja je plačilna bilanca.

To je sistematičen zapis vseh ekonomskih transakcij med državo in preostalim svetom. Bilanca je izravnana, čeprav velikokrat slišimo o plačilnobilančnem primanjkljaju. Vsa plačila, ki jih plačajo tujci, se zapišejo s pozitivnim predznakom (v plus), ker pride priliv v državo, vsa plačila, ki jih plačajo domači državljani v tujino, se štejejo v minus, ker denar odteče iz države. Če npr. Nova Ljubljanska banka najame posojilo pri tujih bankah, se to evidentira kot plus, ker gre za priliv v našo državo. Če pa nekdo nekaj uvozi iz tujine, pa se to evidentira kot minus, ker gre denar iz države (Hrovatin, 2007, 276).

Posojanje denarja je transakcija v minus (na debet), sposojanje pa je transakcija v plus (kredit), ker prejmemo priliv (Samuelson, 2002, 684).

Plačilna bilanca je sestavljena iz dveh glavnih sestavnih delov: tekočega računa in kapitalskega računa.

Shema plačilne bilance je naslednja.

1. Tekoči račun

- a. Trgovinska bilanca, ki beleži uvoz in izvoz blaga
- b. Bilanca storitev (turizem, transport)
- c. Dohodki
- d. Enostranski transferi

Trgovinska bilanca beleži le izvoz in uvoz blaga, storitvena pa izvoz in uvoz storitev. Pri storitvah gre predvsem za transport, turizem, finančne, računalniške storitve. Dohodki zajemajo dohodke od dela in kapitala, ki je bil na delu v tujini. Dohodki od dela so npr. plače, ki jih prejema naša državljan, ki so zaposleni v tujini, zaslužki od kapitala oz. naložb v

tujini so npr. dividende, če imajo naši državljani delnice v tujini, dobički od neposrednih naložb. Enostranski transferji so, kot že ime pove, transakcije v eno stran, ki jih prejme ali plača določena država oz. njeni prebivalci. To so npr. prispevki v proračun ali iz proračuna EU, nakazila zdomcev, razne rente, pokojnine in drugi socialni prejemki, darila, dotacije, pomoči ipd.

Saldo trgovinske bilance upošteva le blago in se danes manj uporablja. Ker se večja pomen storitev, samo trgovinska bilanca ne da vedno prave slike. **Bilanca tekočega računa** je zelo pomemben pokazatelj in nam pove, koliko deviznih prilivov in odlivov ustvari država s svojimi rednimi dejavnostmi. Presežek v bilanci tekočega računa pomeni, da država ustvari več deviznih sredstev, kot jih potrebuje, oz. da je neto izvoznica kapitala in obratno. (Mrak 2005.)

Saldo tekočega računa je podoben je neto izvozu v makro računih, ki ga lahko zapišemo kot $X - M$.

2. Kapitalski in finančni račun

a. Kapitalski račun

- i. Kapitalski transferi
- ii. Patenti in licence

b. Finančni račun

- i. Neposredne naložbe
- ii. Naložbe v vrednostne papirje
- iii. Ostale naložbe
 1. terjatve
 2. obveznosti

c. Mednarodne denarne rezerve

d. Statistična napaka.

Kapitalski in finančni račun pojasnjujeta, kako je nastal saldo tekočega računa. Ali smo posodili ali si sposodili v tujini. Zajema nakupe in prodajo premoženja in najemanje ali dajanje kreditov v toku enega leta. Vključuje nakup in prodajo neposrednih naložb, delnic, obveznic, kreditne tokove. Vsi nakupi tujine se štejejo kot plus (kot kreditna postavka), ker pride priliv v državo. Vsi nakupi v tujini se štejejo kot minus (kot debetna postavka), ker jih je treba plačati in to pomeni odliv.

Kapitalski račun zajema nakupe materialnega premoženja v tujini s strani države in vse nakupe nematerialnega premoženja, kot so patenti, licence, franšizing, in drugih pravic intelektualne lastnine.

Finančni račun pa obsega vse nakupe in prodaje materialnega premoženja in kreditne tokove. Kot neposredne naložbe se štejejo tiste, ki presegajo 10 % vrednosti podjetja/naložbe, pod tem odstotkom pa so investicije obravnavane kot portfeljske investicije oz. kot naložbe v vrednostne papirje.

Ostale naložbe se nanašajo na najemanje ali dajanje kreditov in se delijo na *terjatve* za dane kredite in *obveznosti* za najete kredite.

Mednarodne denarne rezerve pomenijo imetje, ki ga ima država oz. njena centralna banka v tujini pri tujih bankah in se uporabi za reševanje plačilno-bilančnih težav ali kadar želi posegati na devizni trg. Plus pomeni zmanjšanje rezerv in minus pomeni povečanje rezerv (Hrovatin, 2007, 275–293).

Bilanca je vedno izravnana.

Tabela 3: Tekoči račun plačilne bilance Slovenije za leta od 2005 do 2007

	Podatki v mio. EUR.		
	2005	2006	2007
Saldo: izvoz – uvoz blaga	-1.026	-1.111	-1.664
Saldo: izvoz – uvoz storitev	856	857	1.040
Dohodki od dela in kapitala	-283	-347	-725
Saldo tekoči transferov	-94	-171	-292
Skupaj	-547	-773	-1.641

Vir: Povzeto po Banka Slovenije – Poročila,
http://www.bsi/iskalnik/letna_porocila.

3.4 POPOLNA IN OMEJENA KONKURENCA, DAMPING

3.4.1 Popolna konkurenca

Kot vemo iz ekonomije, je popolna konkurenca taka struktura trga, ki uresničuje družbeno in podjetniško ekonomsko učinkovitost hkrati. Z družbenega vidika so v popolni konkurenci stroški najnižji in produkcijski dejavniki so najbolj racionalno uporabljeni. Hkrati pa se uresničuje tudi podjetniški interes po maksimizaciji dobička (Hrovatin, 2007, 109).

Vendar so predpostavke popolne konkurence bolj kot ne teoretična abstrakcija, ideal pravičnosti, ki zahteva uresničitev naslednjih predpostavk:

- množica majhnih ponudnikov in kupcev, od katerih se tržni ceni vsak prilagaja, vendar na ceno ne more vplivati;
- ponudba je elastična, kar pomeni, da se ob dvigu cene povpraševanje bolj zmanjša, kot se je dvignila cena, in obratno;
- izdelki niso diverzificirani, ampak homogeni, identični, za izdelke obstajajo substituti;
- proizvodni dejavniki so popolnoma gibljivi, tako da lahko prosto vstopajo iz panoge v panogo, profitne stopnje so povsod enake;
- tržišče je dovolj veliko. (Kenda, 2001).

Te predpostavke večinoma niso uresničene in v realnosti se srečujemo s tržnimi strukturami, ki imajo omejeno konkurenco, z monopolom in oligopolom.

3.4.2 Omejena konkurenca

Omejena konkurenca pomeni, da ima eden ali nekaj ponudnikov tak položaj, da lahko določajo ceno ali vplivajo nanjo. Če je na strani ponudbe en ponudnik, govorimo o **monopolu**, kadar jih je nekaj, pa o **oligopolu**.

Različne stopnje tržne koncentracije so:

- **monopol**, kjer ima eno podjetje 100-odstotni tržni delež, npr. pošta, elektrogospodarstvo, železnica;

- **dominantno podjetje**, kjer ima eno podjetje več kot 40-odstotni tržni delež, npr. letalska industrija;
- **oligopol**, kjer je skupni tržni delež vodilnih štirih podjetij več kot polovica, npr. predelava kovin, bančništvo, trgovina na drobno z živili, pohištvena industrija;
- **monopolistična konkurenca**, kjer večje število ponudnikov ne presega 10-odstotnega tržnega deleža, npr. tekstilna industrija;
- **čista konkurenca**, kjer je na trgu več kot 50 ponudnikov, vsi z majhnimi tržnimi deleži, npr. kmetijski izdelki.

(Hrovatin, 2007, 152.)

Vzroki za nastanek monopolov so različni. O prihranku obsega oz. o naravnem monopolu govorimo predvsem v infrastrukturnih panogah, na primer na področju telekomunikacije, elektrogospodarstva, železnice, vodovodnega omrežja ipd. Potrebe trga lahko pokrije eno podjetje. Vstop v panogo je otežen, ker so potrebne velike investicije.

Razlog je lahko v tem, da ima možnost izkoriščati posebne naravne danosti (npr. izkoriščanje naravnih bogastev), poseduje redka znanja ipd. Monopolni položaj mu lahko omogočijo tudi novi izumi, patenti. Monopol nastane s pomočjo države, ki le enemu podjetju podeli pravico, koncesijo za opravljanje dejavnosti v neki panogi. (Hrovatin, 2007, 112-114, Prašnikar, 2008, 220,221).

Obseg proizvodnje v monopolni strukturi je manjši in monopolne cene so višje od tistih v popolni konkurenci. S tem se omejuje nadaljnja ponudba in zaposlenost, proizvodne zmogljivosti niso zasedene v celoti, družbeni standard se znižuje.

Zato si vse razvite države prizadevajo omejevati negativne posledice moči monopolov s protimonopolno zakonodajo. Zakonodaja preprečuje združevanja podjetij, ki bi vodila do pretiranega povečanja tržne moči, dogovarjanj o cenah, razdelitvi trgov, izločanju konkurentov.

V Sloveniji imamo Zakon o varstvu konkurence in Zakon o preprečevanju omejevanja konkurence. Urad za varstvo konkurence ugotavlja kršitve in sproža postopke. (Hrovatin, 2007, 107–162).

3.4.3 Mednarodni damping

V mednarodnem poslovanju se pogosto srečamo tudi s pojmom damping (angl. dumping). Damping pomeni nadpovprečno nizke cene, s katerimi se na tujem trgu povzroča škoda. Oblike dampinga so različne:

- socialni damping, kadar je cena dela zaračunana manj, lahko zaradi davčnih olajšav, daljšega delavnika ali zaradi nizke razvitosti, nizke produktivnosti,
- valutni damping, ko tečaj ni uravnotežen, ampak je domača valuta podcenjena in tuja valuta precenjena,
- **dampinške cene pomenijo izvoz po cenah, ki so nižje od normalnih, in s tem diskriminacijo kupcev na različnih tržiščih.**

Motivov za damping je več, npr. razprodaja zalog; lansiranje novih izdelkov je včasih možno le po dampinških cenah; prodaja po cenah, ki krijejo le variabilne stroške, zaradi večjih serij za izvoz. O **ofenzivnem dampingu govorimo, kadar izvažamo s čisto izgubo, samo da bi izločili konkurenco.**

Dampinške cene omogočajo nelojalno konkurenčno prednost, zato se države borijo proti dampingu z ukrepi trgovinske zaščite. Antidampinški ukrepi se izvajajo tako, da prizadete države povečujejo uvozne dajatve. Tudi v EU so protidampinški ukrepi pogosti.

Povzetek

Mednarodna menjava vpliva na BDP podobno kot investicije in vladni izdatki. Neto izvoz ima **multiplikativni učinek na BDP**. Izvoz multiplikativno vpliva na rast BDP, vendar je ta multiplikacija zmanjšana za mejno nagnjenost k uvozu.

Devizni tečaj je cena ene valute v enotah druge valute. Oblikuje se kot ravnovesje med ponudbo in povpraševanjem na deviznem trgu. Država lahko oblikuje **trdni** ali **drseči** devizni tečaj. Pri fiksnem tečaju država določi uradni tečaj in ta lahko niha le v ozkem razponu. Spremembi uradnega trdnega tečaja pravimo **devalvacija ali revalvacija**. Devalvacija ima lahko pozitivne učinke na gospodarstvo, ker se s tem stimulira izvoz.

Drseči tečaj ni uradno določen, oblikuje se prosto na trgu kot rezultat ponudbe in povpraševanja po devizah. Padeč cene ene valute imenujemo **depreciacija**, povišanje pa **apreciacija**. V večini držav z drsečim tečajem država uravnava drsenje oz. uravnava tečaj, če je preveč nestabilen. **Plačilna bilanca** je sistematičen zapis vseh ekonomskih transakcij med državo in preostalim svetom. Sestavljena je iz dveh glavnih sestavnih delov: tekočega računa in kapitalskega računa. **Bilanca tekočega računa** nam pove, koliko deviznih prilivov in odlivov ustvari država s svojimi rednimi dejavnostmi. Presežek v bilanci tekočega računa pomeni, da država ustvari več deviznih sredstev, kot jih potrebuje, oz. da je neto izvoznica kapitala in obratno. Kapitalski in finančni račun pojasnjujeta, kako je nastal saldo tekočega računa. Ali smo posodili v tujino ali si sposodili v tujini. Zajema nakupe in prodajo premoženja in najemanje ali dajanje kreditov v toku enega leta.

Popolna konkurenca je taka struktura trga, kjer so stroški najnižji in produkcijski dejavniki najbolj racionalno uporabljeni. Hkrati pa se uresničuje tudi podjetniški interes po maksimizaciji dobička. Vendar so predpostavke popolne konkurence bolj kot ne teoretična abstrakcija, v praksi je konkurenca omejena z monopoli, oligopoli. Obseg proizvodnje v monopolni strukturi je manjši in monopolne cene so višje od tistih v popolni konkurenci. Zato si vse razvite države prizadevajo omejevati negativne posledice moči monopolov s protimonopolno zakonodajo.

O **ofenzivnem dampingu** govorimo, kadar izvažamo s čisto izgubo, samo da bi izločili konkurenco. Dampinške cene omogočajo nelojalno konkurenčno prednost, zato se države borijo proti dampingu z ukrepi trgovinske zaščite. Tudi v EU so protidampinški ukrepi pogosti.

Vprašanja za ponavljanje

1. Kako sta povezana neto izvoz in BDP?
2. Kakšen je učinek izvoza in uvoza na BDP?
3. Kaj je devizni tečaj?
4. Kaj pomeni devalvacija in revalvacija?
5. ZDA imajo drseči devizni tečaj. Povpraševanje po dolarjih je manjše; kaj to pomeni za tečaj dolarja? (Devalvacijo, depreciacijo, revalvacijo, apreciacijo?)
6. Kaj je plačilna bilanca, iz katerih delov je sestavljena?
7. Komentirajte tekoči del plačilne bilance – tabela št. 3.
8. Kaj lahko ugotovite iz spremljanja plačilne bilance za Slovenijo za zadnjih nekaj let?

9. Kaj pomeni monopol, oligopol in zakaj ni dober?
10. Kako se države borijo proti monopolu?
11. Kaj je ofenzivni damping?

Razmislite!

Povežite multiplikativni učinek neto izvoza in podatke iz tekočega dela plačilne bilance za Slovenijo? Kaj lahko ugotovite?

Komentirajte:

Po podatkih UMAR znaša primanjkljaj tekočega računa plačilne bilance v letu 2007 1,6 mrd. EUR, kar je za 756 mio. EUR več kot leta 2006 in hkrati največ po osamosvojitvi. K povečanju sta lani največ prispevala višja primanjkljaja v trgovinski bilanci in bilanci faktorskih dohodkov. Nekoliko višji je bil tudi primanjkljaj v tekočih transferih, predvsem zaradi neto odliva sredstev iz proračuna Slovenije v proračun EU. Na drugi strani se je presežek v menjavi storitev še povečal in tako pozitivno vplival na saldo tekočega računa.

Vir: UMAR – Tekoča gospodarska gibanja, 29. 2. 2008.

http://www.umar.gov.si/informacije_za_javnost/obvestila_in_sporocila_za_javnost/obvestilo/zapisi/tekoca_gospodarska_gibanja.29.2.2008

Na vajah pregledamo podatke za Slovenijo in nekatere države:

- **BDP, rast BDP,**
- **vrednost izvoza in uvoza in stopnje rasti,**
- **plačilno bilanco za zadnjih nekaj let.**

4 MEDNARODNO GOSPODARSKO POVEZOVANJE IN MEDNARODNE INŠTITUCIJE, POMEMBNE ZA MEDNARODNO POSLOVANJE

Namen poglavja:

- spoznati smisel mednarodnega gospodarskega povezovanja,
- dobiti vpogled v različne oblike povezovanja,
- podrobneje spoznati EU in
- spoznati vlogo mednarodnih inštitucij, ki so pomembne za liberalizacijo mednarodne trgovine.

4.1 MEDNARODNO GOSPODARSKO POVEZOVANJE

Da bi poživile mednarodno poslovanje, predvsem izvoz, in s tem vplivale na povečano rast bruto domačega proizvoda, se države odločajo za različne vrste povezovanja. Hkrati pa povezovanje pomeni tudi izgubo določene samostojnosti.

Stopnje povezovanja so različno intenzivne:

- prostotrgovinski sporazumi, ko članice ukinejo carine v medsebojnem trgovanju in samostojno urejajo carinsko tarifo do tretjih držav,
- carinska unija je nadaljnja stopnja, kjer države članice odpravijo tudi necarinske omejitve v medsebojnem trgovanju in poenotijo carinsko tarifo do tretjih držav,
- skupno tržišče, kjer so poleg carinskih ovir za prost pretok blaga odpravljene tudi ovire za pretok kapitala, delovne sile, storitev,
- ekonomska unija kot najvišja faza integracije, kjer sta poenoteni tudi davčna politika in monetarna politika, dejavniki proizvodnje so popolnoma gibljivi. (Makovec, 2003, 36).

Povezovanje je za Slovenijo kot majhno državo ključno za obstoj in razvoj. Delež uvoza in izvoza v BDP je visok, kar kaže na to, da je zelo vpletena v mednarodne gospodarske tokove. Z vstopom v Evropsko unijo je uresničen eden od najpomembnejših ciljev naše države.

4.1.1 Evropska unija

Predstavitev, podatke o Evropski uniji si oglejte na spletnih straneh Evropske unije!
(http://europa.eu/abc/index_sl.htm).

Tu povzemamo le osnovno predstavitev.

Evropska unija je največji trgovinski blok na svetu in šteje skoraj pol milijarde potrošnikov in 27 držav. Osrednji cilj je blaginja državljanov in stabilnost, gospodarsko uspešna družba, ki spodbuja gospodarski napredek, ustvarjanje novih delovnih mest. Temelji na skupnem trgu, kjer se prosto trguje z blagom, storitvami in kapitalom, pomemben je tudi prost pretok delavcev.

Zgodovina EU

Zametki Evropske Unije so nastali takoj po drugi svetovni vojni.

1951 – S Pariško pogodbo je bila ustanovljena Evropska skupnosti za premog in jeklo. Pobudnik je bil francoski zunanji minister Robert Schuman, ki je 9. maja 1950 predlagal ustanovitev naddržavne evropske institucije, ki bi usklajevala proizvodnjo premoga in jekla. Pariško pogodbo je leta 1951 kot podpisalo šest držav: Francija, Nemčija, Italija, Belgija, Nizozemska in Luksemburg.

1957 – Z Rimsko pogodbo je bila ustanovljena Evropska gospodarska skupnost EGS s ciljem prostega pretoka blaga, storitev in delavcev. Ustanovljena je bila tudi Evropska skupnost za atomsko energijo (Euratom).

1973 – vstopijo nove članice: Velika Britanija, Irska in Danska, ki jih je vzpodbudilo dobro delovanje EGS.

1981 postane Grčija nova članica.

1986 se pridružita dve novi članici: Španija in Portugalska.

7. februar 1992 je bila podpisana Maastrichtska pogodba – Pogodba o Evropski uniji, ki vzpostavlja pravila za skupno valuto, zunanjo in varnostno politiko in uvaja tesnejše sodelovanje na področju pravosodja in notranjih zadev. S tem dobi unija politično nadgradnjo. Spremeni se tudi ime: Evropska Unija namesto ES.

Zgodovinske spremembe v tem času z razpadom Varšavskega pakta, združitvijo Nemčije in razpadom Jugoslavije so prinesle nov izziv: širitev na države srednje in vzhodne Evrope. EU je zanje pomenila zgled, strateški model njihovega razvoja. EU je doumela pomembnost in je sprejela izziv širitve.

1995 – nove članice: Avstrija, Finska in Švedska.

1997 – Amsterdamska pogodba, ki je dopolnila Maastrichtsko pogodbo na področju zaposlovanja in zunanje politike.

1999 je zaživela ekonomska in denarna unija.

1. januarja 2002 se je 12 držav članic odpovedalo lastnim nacionalnim valutam in sprejelo evro (euro).

Leta 2000 je bila sklenjena pogodba v Nici, ki je vsebovala vrsto reform, ki naj bi zagotovile nemoteno vključitev novih članic.

Z nadaljnjo širitvijo EU v letu 2004 (**Ciper, Češka, Estonija, Latvija, Litva, Madžarska, Malta, Poljska, Slovaška, Slovenija**) in 2007 (**Bolgarija in Romunija**) je evropski prostor postal stabilnejši, varnejši in bogatejši, tako da se lahko v času globalizacije kot združen partner lahko bolje uveljavi v svetovnem prostoru.

4.1.1.1 Notranji trg in štiri svoboščine

Temelj za skupni trg so štiri svoboščine: prost pretok blaga, oseb, storitev in kapitala. Notranji trg oz. notni gospodarski prostor je nastajal postopoma.

Štiri svoboščine omogočajo povezanost držav članic, potovanje, delo in življenje izven svoje države, enostavno poslovanje s tujino, večjo izbiro na policah in nižje cene.

Prost pretok blaga pomeni, da nobena od držav EU ne sme postavljati ovir izdelkom, ki so legalno na trgu. Za doseg tega je bila potrebna carinska unija in odprava količinskih omejitev uvoza in izvoza.. Uskladiti je bilo potrebno številne postopke, tehnične predpise in standarde.

Prost pretok oseb **pomeni pravico do vstopa, bivanja in dela v drugi državi članici**. Fizične in pravne osebe ne smejo biti diskriminirane v primerjavi z državljani države, v kateri delujejo. Vendar splošnega prostega gibanja oseb ni, posameznik v drugi državi lahko biva le, če tam dela, študira, je upokojen ali ima dovolj lastnih sredstev za svoje preživljanje.

Maastrichtska pogodba 1992 uvaja **državljanstvo EU**, ki je vezano na državljanstvo ene od članic. Če ima oseba državljanstvo od katerekoli članice, ima lahko tudi državljanstvo EU. Državljanstvo EU le dopolnjuje nacionalno državljanstvo.

Ta svoboščina vključuje tudi **vzajemno priznavanje poklicnih kvalifikacij**.

Prost pretok kapitala

Za državljane prost pretok kapitala pomeni možnost odpiranja računov v tujih bankah, trgovanje z vrednostnimi papirji na tujih borzah, ustanavljanje lastnih podjetij v tujini, naložbe v tuja podjetja in finančne institucije, najemanje posojil v tujini in možnost prenosa gotovine preko meje v skladu s pravili o preprečevanju pranja denarja. Pomeni, da ni deviznih in plačilnih omejitev, odpravljene so tudi druge omejitve, ki bi lahko negativno vplivale na prost pretok kapitala.

Prost pretok kapitala omogoča gospodarstvu širši in cenejši dostop do finančnih virov, investiranje in s tem večjo učinkovitost gospodarske aktivnosti. Možnosti prostega pretoka kapitala so povezana tudi s tveganji, ki jih nosi nosilec odločitve.

Prost pretok storitev

Storitvena menjava je povsem neovirana. To pomeni, da podjetje ali posameznik, ki opravlja neko dejavnost, to lahko opravlja kjerkoli v EU.

Največje storitvene dejavnosti so: prevozne storitve, finančne storitve (bančne, zavarovalne storitve, trg vrednostnih papirjev), turizem, svetovanje. Neovirano poslovanje poveča trg storitev, potrošnikom pa prinaša konkurenčne storitve.

Edine ovire pri prostem pretoku storitev lahko izhajajo iz javnih potreb, varnosti ali zdravja.

4.1.1.2 Pravni red Skupnosti

Evropski pravni red je celota predpisov, usmeritev, praks in je sestavljen **iz primarne in sekundarne zakonodaje**.

Primarni viri so ustanovitvene pogodbe, ki so ustvarile skupnost, dopolnitve pogodb, pristopne pogodbe, ki so jih sklenile države članice, in vse pogodbe med EU in tretjimi državami.

Pogodbe, ki ustanovljajo Skupnost

- **1951 Pariška pogodba** – Pogodba o ustanovitvi Evropske skupnosti za premog in jeklo (ESPJ).
- **1957 Rimska pogodba** z dvema pogodbama:
 - Pogodba o ustanovitvi Evropske skupnosti za jedrsko energijo (EURATOM) in
 - Pogodba o ustanovitvi Evropske gospodarske skupnosti (EGS).

- 1965/67 – Pogodba o ustanovitvi enotnega Sveta in enotne Komisije Evropskih skupnosti. Svet in Komisija sta postala enotna organa za vse tri skupnosti.
- 1986/87 – Uvedba enotnega evropskega akta EEA, ki zavezuje EGS, da do konca leta 1992 uvede notranji evropski prostor. S to pogodbo se okrepi pristojnost organov nasproti državam članicam.
- **1992 Maastrichtska pogodba** – Pogodba o ustanovitvi Evropske unije. Gospodarskemu sodelovanju se doda politična dimenzija – državljanstvo EU. Prinese tudi druga nova področja skupnih dejavnosti: izobraževanje in mladina, kultura, zdravstvo, zaščita potrošnika, sodelovanje na področju industrije in razvoja.
- **1997 (veljava 1999) Amsterdamska pogodba**. Večji poudarek na spoštovanju človekovih pravic, boj proti brezposelnosti, boj proti organiziranemu kriminalu.
- **2001 (veljava 2003) Pogodba iz Nice** – širitev Evropske Unije.
- **2004 Pogodba o evropski ustavi**, ki ni bila ratificirana.
- **2007 Lizbonska pogodba o ustavi**, ki je bila zavrnjena na referendumu na Irskem.

Sekundarni pravni viri

- Uredbe, ki so zavezujoče in jih je mogoče neposredno prenesti v zakonodajo vsak članice.
- Direktive, ki obvezujejo članice, da uredijo neko področje skladno s cilji uredbe.
- Odločbe, ki so zavezujoče za tistega, na katerega so naslovljene.
- Svet EU in Evropska komisija sprejemajo tudi neobvezujoča:
 - priporočila, ki predlagajo določeno obnašanje,
 - mnenja, ki ocenjujejo trenutni položaj ali dejstvo,
 - resolucije, ki izražajo politično željo po ukrepanju na določenem področju. To troje ni pravno zavezujoče.
 -

4.1.1.3 Institucije in organi EU

Institucije EU so:

- Svet EU (do leta 1993 ministrski svet) in Evropski svet,
- Evropski parlament in Evropska komisija,
- Evropsko sodišče in računsko sodišče,
- Evropska centralna banka in Evropska investicijska banka,
- Odbor za gospodarske in socialne zadeve, Odbor regij in Varuh človekovih pravic.

Svet EU (glas držav članic) je institucija, kjer so zastopane vlade držav članic. Je najpomembnejša ustanova za sprejemanje odločitev. Sestavo in ime spreminja glede na področje dela; kateri ministri sedijo na zasedanjih, je odvisno od obravnavane teme (zunanji odnosi, pravosodje, kmetijstvo, promet, izobraževanje). Vsaka članica predseduje Svetu EU šest mesecev.

*Slovenija je predsedovala v prvi polovici leta 2008. Kakšne so bile njene naloge, prioritete? Kako jih je izpolnila?

Katera država predseduje EU sedaj?

Evropski svet je najvišje politično telo, ki ga sestavljajo predsedniki držav ali vlad članic in predsednik Evropske komisije. Je politična koordinacija na najvišji ravni. Sestanki junija in decembra.

Evropski parlament (glas ljudstva) izvolijo državljani EU vsakih pet let na volitvah. Tako izvoljenih poslancev je 785, od tega 7 Slovencev. Poslanci so predvsem odgovorni nacionalni politični stranki, nato politični skupini, ki ji pripadajo. Zastopajo svoje volivce in interese evropskih političnih strank.

Evropska komisija (nosilec skupnih interesov) je najpomembnejša za delovanje evropske integracije in je gonilna sila pri gradnji Evrope. Je pobudnica, pripravlja predloge zakonodajnih aktov in skrbi za izvajanje. Evropska komisija je varuh sprejetih pogodb. Pred skupnim sodiščem lahko toži druge evropske ustanove ali države članice.

Evropsko sodišče (varuh zakonov) skrbi za pravilno razlago in izvajanje evropske zakonodaje. Vsaka država članica imenuje enega sodnika. Sodišče je pristojno za tolmačenje evropske zakonodaje, svetovanje, sodne ustanove držav članic morajo nasvet spoštovati. Sodišče rešuje tudi spore med državami članicami in institucijami, med institucijami in fizičnimi osebami.

Računsko sodišče (skrb za gospodarjenje z denarjem) nadzira porabo denarja iz evropskega proračuna in finančno poslovanje vseh teles.

Evropska centralna banka (stabilen evro) s sedežem v Frankfurtu se skupaj z nacionalnimi bankami držav članic EU združuje v evropski sistem centralnih bank. Ustanovljena je bila leta 1998 in je središče gospodarske in denarne unije EU. Odgovorna je za vodenje denarne politike, devizno-tečajne politike, upravljanja z deviznimi rezervami in skrbi za stabilnost evra.

Evropska investicijska banka na neprofitni podlagi posoja denar javnemu in zasebnemu sektorju v državah članicah in povezanih državah (kandidatke, pristopnice). Posojila so namenska, projekte praviloma financira do polovice njihove vrednosti. Največ posojil daje za področje telekomunikacij in prometa in tudi Slovenija je za te projekte dobila največ denarja.

Odbor za gospodarske in socialne zadeve (glas civilne družbe) je posvetovalni organ za širša družbena in gospodarska vprašanja.

Odbor regij (lokalni vidik) je drugi posvetovalni organ. Odbor regij sestavljajo predstavniki regionalnih in lokalnih skupnosti. Njihova naloga je svetovati Svetu EU in Evropski komisiji na področju regionalnih in lokalnih zadev ter zastopati interese regij na evropski ravni.

Odločanje v EU je rezultat institucionalnega trikotnika, ki ga tvorijo Evropski parlament, Svet EU in Evropska komisija. Po navadi: predlog Komisije, odločanje v Parlamentu in Svetu EU. Odloča se s soglasjem ali kvalificirano večino. (Povzeto po http://gzs.si/Mednarodno_sodelovanje/EU, 2004. http://europa.eu/abc/index_sl.htm, 2008), (GZS, Poslovni vodnik, 2003. GZS, Slovenija in EU, 2003).

4.1.2 EFTA

Evropski sporazum o prosti trgovini (European Free Trade Agreement) je nastal leta 1960 kot odgovor na ustanovitev EGS.

Ustanoviteljice so bile: Danska, Norveška, Švedska, Avstrija, Švica, Portugalska, Velika Britanija, Finska in 1970 še Islandija. Ambicije EFTE niso bile tako visoke kot EGS, danes so

članice le še: Islandija, Liechtenstein, Norveška in Švica, druge pa so »pobegnile« v EGS oz. EU.

EFTA določa pravila trgovanja med članicami, kjer se trguje prosto, medtem ko lahko vsaka država ureja poslovanje s tretjimi državami po svoje. EFTA ni politično obarvano združenje, ne postavlja posebnih pogojev za vstop in je lahko tudi za tranzicijske države čakalnica oz. šola usposabljanja pred vstopom v polnopravno članstvo EU.

4.1.3 CEFTA

To je Srednjeevropski sporazum o prosti trgovini (Central European Free Trade Agreement). CEFTA je nastala z višegrajsko deklaracijo leta 1991, ki so jo sprejele takratna Češkoslovaška, Madžarska in Poljska.

Kasneje so se pridružile še Slovenija (s 1. 1. 1996), nato še Bolgarija in Romunija, v letu 2003 pa tudi Hrvaška. Vse članice so (bile) države v tranziciji, na različnih stopnjah razvoja, ki so si želele oblikovati tržno gospodarstvo, zagotoviti nadaljnji razvoj in večjo blaginjo prebivalstva.

Večina članic CEFTA: Poljska, Češka, Slovaška, Madžarska in Slovenija so leta 2004 vstopile v EU. Sedaj so članice CEFTA Albanija, BIH, Srbija, Črna gora, Hrvaška, Makedonija in UNMIK (Kosovo).

4.1.4 ASEAN

Združenje držav jugovzhodne Azije je bilo ustanovljeno leta 1967 v Bangkoku z državami Indonezija, Malezija, Filipini, Singapur, Tajsko kot ustanoviteljicami. Danes je skupaj 10 članic, poleg naštetih še Kambodža, Laos, Mjanmar (bivša Burma), Brunei in Vietnam. V začetku je bilo sodelovanje bolj na političnem področju, za ohranjanje miru v tem delu Azije. Kasneje se je delovanje preneslo tudi na gospodarsko in kulturno področje. Cilj je pospeševanje gospodarske rasti, socialni in kulturni napredek – medsebojna pomoč na vseh področjih in sodelovanje z drugimi združenji..

Tudi iz tega združenja je nastalo Azijsko področje proste trgovine AFTA. Uspešnost in razvoj tega združenja bosta zelo odvisna od vključevanja in podpore močnih sosed, kot sta Kitajska in Japonska.

4.1.5 NAFTA

Severnoameriški sporazum o prosti trgovini (North America Free Trade Agreement) je leta 1994 sklenjen sporazum o prostem pretoku blaga, storitev in investicij med ZDA, Mehiko in Kanado. To je trg s 360 milijoni prebivalcev.

4.1.6 MERCOSUR

MERCOSUR je trgovinsko-carinska zveza južnoameriških držav Argentine, Brazilije, Paragvaja in Urugvaja. 90 odstotkov blaga je prostih carine, za preostalih 10 % se odpravlja. Rezultat je velik porast blagovne menjave. Združenje si prizadeva za sodelovanje z EU, s

katero več trguje kot z bližjimi ZDA. Želi si investitorjev iz Evrope. Tudi druge južnoameriške države se želijo pridružiti: Čile, Bolivija, Peru.

Omenimo še tri regionalne skupine držav, ki jim EU priznava ugodnosti v trgovanju (preferencialno poreklo):

- CACM – Skupni trg srednjeameriških držav (Kostarika, Honduras, Gvatemala, Nikaragva, Panama, Salvador);
- Andska skupnost (Bolivija, Kolumbija, Ekvador, Peru in Venezuela);
- SAARC – Južnoazijska zveza za regionalno sodelovanje (Bangladeš, Butan, Indija, Maldivi, Nepal, Pakistan in Šrilanka).

4.2 MEDNARODNE INSTITUCIJE ZA SPODBUJANJE EKONOMSKEGA SODELOVANJA MED DRŽAVAMI

V svetu, kjer so gospodarstva vse bolj povezana z mednarodnim poslovanjem, je soodvisnost neizogibna. Mednarodno sodelovanje je nujno, cilj sodelovanja je odpravljanje neskladij, motenj, neuspehov, ki preprečujejo polno izrabo virov in prosto trgovanje. Pri tem pomagajo mednarodne institucije, ki si jih na kratko oglejmo.

4.2.1 Splošni dogovor o carinah in trgovini – GATT

Zadnjih 50 let je mednarodna trgovina zelo porasla, v letu 2000 je bila (po podatku WTO) kar 22-krat večja kot leta 1950. GATT in WTO imata velike zasluge pri vzpostavljanju sistema trgovanja, ki je to rast omogočal!

GATT (General Agreement on Tariff and Trade ali Splošni dogovor o carinah in trgovini) je bila mednarodna organizacija, ki je imela veliko pospeševalno vlogo pri razvoju mednarodne trgovine. S svojim delovanjem je prispevala k odpravljanju ovir v mednarodnem trgovanju. Nastala je zaradi vse večjih neskladij med ZDA in takratno SZ, kar je zaviralo mednarodno trgovino. Ustanovljena je bila leta 1947 v Ženevi s podpisom 23 držav ustanoviteljic. V letu 1992 je bilo v GATT vključenih več kot 120 držav, ki so dosegale 90 odstotkov svetovne menjave.

Pravila trgovanja oz. sporazumi so se oblikovala s serijo pogajanj ali rund. Prve so bile namenjene zmanjšanju carinskih omejitev, kasneje so pogajanja vključevala tudi necarinske omejitve, antidamping, storitve, intelektualno lastnino. S sklepnim dokumentom urugvajске runde je bila 1. 1. 1995 ustanovljena Svetovna trgovinska organizacija – WTO.

4.2.2 Svetovna trgovinska organizacija – WTO

World Trade Organization ali **Svetovna trgovinska organizacija** se ukvarja s pravili trgovanja med narodi. **Njeno osnovno poslanstvo je zagotavljati, da tečejo trgovinski tokovi med državami čim bolj neovirano.**

Svetovna trgovinska organizacija deluje kot forum za trgovinska pogajanja med državami, skrbi, da se trgovinski sporazumi izvajajo, in rešuje trgovinske spore. Nadzira ukrepe trgovinske politike posameznih članic, da ne bi bili na škodo drugih držav, pomaga državam v razvoju s tehnično pomočjo in izobraževanjem in sodeluje z Mednarodnim denarnim skladom, Svetovno banko in drugimi mednarodnimi organizacijami.

Osrednji del WTO so njeni trgovinski sporazumi, ki so rezultat pogajanj z vladami članic. Rdeča nit sporazumov so **načela** WTO, ki si prizadevajo vzpostaviti osnovo za prosto, predvidljivo in pošteno trgovanje.

Načela WTO

- Trgovanje brez diskriminacije
 - a) Klavzula največjih ugodnosti (MFN – most favoured nation); če država dovoli posebno ugodnost, npr. nižjo carinsko stopnjo za nek izdelek, neki državi, potem mora to dovoliti vsem članicam WTO.
 - b) Nacionalni tretma, kar pomeni, da morata biti uvoženo in domače blago obravnavana enako. Enako velja za storitve.
- Prosto trgovanje s težnjo zniževanja trgovinskih ovir.
- Predvidljivo trgovanje. Predvidljivo in stabilno poslovno okolje, kjer se ve, da se ovire trgovanju ne bodo postavljale naknadno.
- Spodbujanje konkurenčnosti s sistemom pravil, posvečenih prostemu, poštenemu trgovanju z odpravljanjem izvoznih subvencij in z onemogočanjem dampinške politike cen (še posebej sporazumi na področju kmetijstva, intelektualne lastnine, storitev).
- Vzpodbijanje razvoja v državah v razvoju, ki potrebujejo več časa za prilagajanje. Več kot tri četrtine članic WTO so države v razvoju ali države v tranziciji. V zadnjem času so razvite države začele uvajati prost uvoz skoraj vseh proizvodov iz najmanj razvitih držav (npr. EU).

WTO-sporazumi vsebinsko pokrivajo:

- blago (GATT),
- storitve (GATS) in
- intelektualno lastnino (TRIPS).

Reševanje sporov je edinstven doprinos WTO k dejanskemu izvajanju sprejetega mednarodnega trgovinskega reda. Reševanje sporov je v pristojnosti posebnega telesa v sklopu generalnega sveta **Dispute Settlement Body**. Ta imenuje **panel strokovnjakov** (od 3 do 5), ki preučijo vsak primer in predstavijo svoje ugotovitve. WTO njihovo določitev sprejme ali zavrne in nadzoruje nadaljnje izvajanje rabsodb.

Organizacija WTO

WTO ima 150 članic, ki predstavljajo 97 % svetovne trgovine, približno 30 držav se o članstvu dogovarja.

Vrhovno telo je ministrska konferenca, ki se sestane vsaj enkrat na dve leti. Poroča ji generalni svet, ki ga običajno sestavljajo veleposlaniki in vodje delegacij v Ženevi. To je telo za pregled trgovinske politike in telo za reševanje sporov. V svoji sestavi ima več svetov: Svet za blago, Svet za storitve in Svet za intelektualno lastnino, ki pokrivajo glavna področja sporazumov. Posebni odbori in delovne skupine obdelujejo posamezne sporazume in področja: okolje, razvoj, sprejem novih članic.

WTO zagotavlja večjo pravno varnost udeleženkam v mednarodnih trgovinskih pogodbah in večjo učinkovitost reševanja mednarodnih sporov.

Vse določbe in dogovori so obvezujoči. (Povzeto po <http://www.wto.org>.2008)

Kljub velikim prizadevanjem so se večletna pogajanja o nadaljnji liberalizaciji svetovne trgovine letos v Ženevi končala neuspešno. Ta pogajanja, ki naj bi prinesla predvsem koristi revnejšim državam, odražajo spremenjeno sliko svetovnih gospodarskih sil. Dosedanjim največjim (ZDA, EU, Japonska, Kanada) so se pridružile Kitajska, Indija, Brazilija. Dosedanje največje so svoje rešitve vedno uspele realizirati, vsiliti. Nova, velika, razvijajoča se gospodarstva pa zahtevajo položaj, ki ustreza njihovi moči. Kitajska in Indija sta v pogajanjih zahtevali, da se jima ob nenadnih velikih podražitvah hrane dovoli izjemoma povišati carine za uvoz nekaterih kmetijskih izdelkov, kar naj bi bilo po nekaterih krivo za neuspeh pogajanj.

Vir: Delo, Sobotna priloga, 9. november 2008, 15

4.2.3 Bretonwoodski sistem

Bretonwoodski sistem deviznih tečajev omenjamo, ker sta v Breton Woodsu v državi New Hampshire v ZDA leta 1944 nastali tudi mednarodni denarni instituciji Mednarodni denarni sklad in Svetovna banka. Države udeleženke so se sporazumele o uvedbi stalnih deviznih tečajev, vezanih na dolar in na zlato, ki pa jih je bilo mogoče prilagoditi. Spremembe oz. prilagoditve naj bi določali kooperativno. **S tem naj bi ohranili prednosti stalnega tečaja in dobili prednosti drsečega.** Tako naj bi se izognili veliki deflaciji in brezposelnosti, ki je bila nujna za vzpostavitev ravnovesja pri zlatem standardu.

Prva tri desetletja po vojni je bil dolar ključna valuta, tako rekoč svetovna valuta. Mednarodna trgovina se je večinoma opravljala v dolarjih, plačila prav tako, tudi zasebne in vladne rezerve so bile v dolarjih. Dolar je bil stabilen, zanesljiv, konvertibilen in široko sprejemljiv, zato je bil lahko svetovna valuta. Ameriško in svetovno gospodarstvo je raslo. Z večanjem trgovinskega primanjkljaja, vietnamske vojne in ameriških naložb v tujini je dolar je začel izgubljati zaupanje. Nixon je 15. avgusta 1971 ukinil povezavo med dolarjem in zlatom in tako prekinil bretonwoodski sistem.

Nastalo je novo obdobje oblikovanja tečajev, ki so mešanica prostega oblikovanja na trgu, uravnavanja s strani držav ali vezave na določeno valuto oz. košarico valut (Samuelson, 2002, 718–720).

4.2.4 Mednarodni denarni sklad

Mednarodni denarni sklad (IMF – International Monetary Fund) upravlja mednarodni denarni sistem in deluje kot centralna banka sveta oz. centralna banka centralnih bank. Nadzoruje sisteme deviznih tečajev. Države članice mu posojajo denar, Mednarodni denarni sklad pa pomaga državam s težavami v plačilni bilanci. Predpisuje metodologijo za sestavo plačilnih bilanc. (Samuelson, 2002, 719).

4.2.5 Svetovna banka

Svetovna banka pridobiva kapital od bogatih držav in daje posojila z ugodnimi obrestmi za projekte, ki so ekonomsko zdravi, pa nimajo drugih virov financiranja.

4.2.6 Agencije OZN

UNECE – The United Nations Economic Comision for Europe je ena od petih regionalnih komisij OZN, ki zagotavlja, da so regionalni problemi spremljani na regionalni ravni.

UNCTAD – The United Nations Conference on Trade and Development ima za cilj razvojno prijazno integracijo držav v razvoju v svetovno gospodarstvo.

ITC – The International Trade Centre je agencija za tehnično sodelovanje, ki podpira razvoj in tranzicijo v gospodarstvih, podpira njihove napore pri uresničitvi potencialov za razvoj izvoznih poslov in izboljšanje uvoznih postopkov.

4.2.7 OECD

Organizacija za gospodarsko sodelovanje in razvoj (OECD – Organisation for Economic Cooperation and Development) ima 30 držav članic, ki si prizadevajo za tržno ekonomijo in demokratično vlado. Sodeluje z nadaljnjimi 70 državami, ima globalen dostop. Pokriva več področij: makroekonomijo, trgovino, izobraževanje, razvoj, znanost in inovacije. Slovenija si prizadeva v naslednjih letih postati članica OECD.

Povzetek

Mednarodno gospodarsko povezovanje je ključnega pomena za povečanje mednarodne menjave in s tem za povečano rast DBP. Države se povezujejo, da bi zmanjšale ovire za medsebojno trgovanje, da bi lažje uveljavljale svoje konkurenčne prednosti in tako krepile svoj konkurenčni položaj v globalnem svetu.

Povezave so različno intenzivne, od priznavanja določenih ugodnosti do močne gospodarske in politične povezave. Najpomembnejša je EU, ki iz gospodarske prerašča tudi v politično zvezo. Njen osnovni cilj je gospodarski napredek in razvoj s ciljem, da EU postane najbolj dinamično in konkurenčno gospodarstvo, z ustvarjanjem novih delovnih mest, v skladu s socialno in okoljsko politiko.

Druge povezave so mehkejše, ohlapnejše in v glavnem ne presegajo zmanjševanja trgovinskih ovir.

Povečevanje mednarodne menjave oz. zmanjševanje ovir pri mednarodnem trgovanju imajo za cilj tudi mednarodne institucije, predvsem WTO. Članstvo WTO obsega skoraj vso svetovno trgovino. Pravila (sporazumi) WTO in možnost reševanja sporov omogoča, da je trgovanje čim bolj nediskriminatorno, prosto, predvidljivo, konkurenčno in prijazno do držav

v razvoju. Pri tem Svetovni trgovinski organizaciji pomagajo tudi mednarodne institucije, kot sta Mednarodni denarni sklad in Svetovna banka.

Vprašanja za ponavljanje

1. Kakšno vlogo ima mednarodno gospodarsko povezovanje?
2. Kakšne so različne stopnje mednarodnega gospodarskega povezovanja in kam bi uvrstili EU?
3. Kaj pomeni dvanajst zvezdic v krogu na modri podlagi kot simbol EU?
 - a) Število držav ustanoviteljic.
 - b) Število držav, ki so uvedle evro.
 - c) Ni povezano s številom držav.
4. Katere so najpomembnejše pogodbe, ki tvorijo EU?
5. Katere so temeljne svoboščine in kaj pomenijo?
6. Obrazložitev posamezne svoboščine.
7. Kaj tvori primarno zakonodajo EU?
8. Kaj je sekundarna zakonodaja EU?
9. Kratak opis institucij EU:
 - a) Svet EU
 - b) Parlament
 - c) Evropska komisija
 - d) Evropsko sodišče
 - e) Računsko sodišče
 - f) Evropska centralna in Evropska investicijska banka
10. Kakšen je pomen EFTA, CEFTA?
11. Katere druge integracije med državami poznate?
12. Kakšna je bila vloga GATT in kakšen prehod na WTO?
13. Katera so osnovna načela WTO?
14. Kako ocenjujete neuspeh pogajanj v okviru WTO avgusta 2008 v Ženevi?

EU predstavijo študenti na vajah!

5 ANALIZA OKOLIJ MEDNARODNEGA TRŽENJA, TRŽNE RAZISKAVE, SEGMENTACIJA IN IZBOR TRGOV

Namen poglavja:

- razumeti pomen tujih okolij (ekonomsko, politično, pravno-zakonodajno, sociokulturno, tehnološko, ekološko),
- spoznati razlike med domačim in tujimi trgi,
- spoznati namen in način izvedbe tržne raziskave,
- način in smisel segmentiranja trgov,
- odločitev o izboru trga in strategiji trženja.

5.1 Analiza okolij mednarodnega poslovanja

Mednarodno poslovanje ni ločeno od drugega mednarodnega dogajanja, ampak je del svetovnega dogajanja in je zelo odvisno od mednarodnega okolja, ki je zelo dinamično.

Tuje okolje slabše poznamo, na tujih trgih se srečujemo z večjim tveganjem.

Značilnosti okolja mednarodnega poslovanja pred koncem prejšnjega stoletja so bile:

- velik pomen triade (Severna Amerika, EU in Japonska),
- večino svetovne ekonomije sestavljajo kapitalski in ne trgovinski tokovi;
- intenzivno se uveljavljajo nove tehnologije;
- združitev obeh Nemčij, razpad Jugoslavije, SZ in Varšavskega pakta, razdruževanje Češkoslovaške;
- temu sledi intenziven proces ekonomske in politične tranzicije nekdanjih socialističnih držav;
- liberalizacija mednarodne trgovine s pomočjo GATT – WTO;
- gospodarsko združevanje Evrope (EU) in držav izven Evrope (NAFTA, ASEAN ...).

V zadnjih desetih letih pa so svetovni trg popestrili novi udeleženci Kitajska, Indija, Brazilija s hitro rastočimi, velikimi gospodarstvi, ki želijo ustrezno mesto v svetovnem gospodarstvu in mednarodnih institucijah. Velik mednarodni vpliv ima tudi Rusija, ki se hitro razvija, še posebej zaradi velikih naravnih bogastev, nafte in plina.

Boj za prevlado nad viri energije in mednarodni terorizem dajeta velik pečat mednarodnemu okolju. Tudi vojna v Iraku, napetosti zaradi Irana, Afganistana, spor med Izraelci in arabskim svetom so dejstva, ki vplivajo na mednarodno okolje in mednarodno poslovanje.

Okolje si bomo ogledali z ekonomskega, političnega, pravno-zakonodajnega, sociokulturnega, tehnološkega in ekološkega vidika.

5.1.1 Ekonomsko okolje

Kateri kazalniki nam največ povedo o ekonomskem okolju neke države? Kaj lahko izvemo iz tega?



Preglejte podatke o posameznih državah na spletni strani www.izvoznookno.si!

Kazalniki, ki nam veliko povedo o ekonomskem okolju neke države, so:

- bruto domači proizvod, BDP na prebivalca,
- rast oz. gibanje BDP,
- struktura BDB,
- stopnja nezaposlenosti,
- delež izvoza v BDP,
- saldo trgovinske, storitvene, plačilne bilance,
- stopnja inflacije,
- naravna bogastva, naravno okolje: voda, nafta, gozdovi, rude.

(Povzeto po Makovec Brenčič, 2003, 30–34)

Bruto domači proizvod (BDP) sam po sebi ne pove kaj dosti, ker je odvisen ne le od gospodarske aktivnosti, ampak tudi od velikosti države, BDP na prebivalca pa je prvi, že zgovoren in mednarodno primerljiv podatek. Dopolnimo ga z rastjo BDP v nekaj letih. Kakšen delež obsegajo storitve, industrija in kmetijstvo v njegovi strukturi? Visok delež storitev (nad 2/3) in skorajda zanemarljiv odstotek (2 do 3 %) za kmetijstvo sta značilna za razvito gospodarstvo. Trend nezaposlenosti se povečuje, tako 10-odstotna brezposelnost ni redkost tudi v razvitih državah (npr. v Španiji, Franciji v letu 2006). Plačilna bilanca in delež izvoza oz. uvoza v BDP pove, kako in koliko država posluje s tujino.

Makroekonomski kazalniki, ki kažejo na razvitost države, so:

- visoka vrednost BDP,
- visoka poraba na prebivalca,
- nizka stopnja rasti prebivalstva,
- majhen delež zaposlenih v primarnem sektorju,
- razvit sektor storitev,
- raznovrstnost proizvodnje,
- presežna ponudba izdelkov in storitev,
- razpoložljiv investicijski kapital,
- razvita tehnologija in velika vlaganja v raziskave in razvoj,
- dostopni viri energije po nizki in enotni ceni.

(Povzeto po Makovec Brenčič, 2003, 34)

Temu lahko dodamo še trend staranja prebivalstva in manjših gospodinjstev. Presežna ponudba je povezana tudi z manjšo lojalnostjo blagovnim znamkam, ki imajo vedno krajšo življenjsko dobo.

Poleg makrokazalnikov tržnika nadalje zanima, kako razširjeni in dostopni so mediji, kako delujejo razni inštituti, patentni uradi, kakšni sejmi in razstave se prirejajo, ali so na razpolago marketinške agencije ipd. Pomembno je tudi, kakšne so možnosti skladiščenja, kako delajo špediterji in kakšna je prometna struktura.

Podatke o sejmih najdete na straneh: <http://www.tsn.com>;
http://globaledge.msu.edu/ibrd/GR_ShowsAndEvents.asp;
<http://www.eventseye.com/>.

Finančno okolje – plačilna tveganja

Vnaprej moramo zagotoviti, da bo blago plačano. Poznati moramo pogoje kreditiranja komercialnih bank v tujem okolju, preverimo, ali obstaja vladna agencija za zavarovanje in financiranje mednarodnih poslov (podobno kot banka SID v Sloveniji). Meddržavni sporazumi o medsebojnem spodbujanju investicij bi nam lahko pomagal pri odločitvi za naložbo.

Več o plačilnih tveganjih in zavarovanju plačil v poglavju 10.

5.1.2 Politično okolje

Politično nestabilno okolje lahko ovira ali prekine poslovanje, lahko izgubimo premoženje v tuji državi.

Politično okolje je dejavnik, ki ga moramo še posebej upoštevati pri odločanju za investicije v neki državi, zato je ocena političnega tveganja ena od ključnih. Pri tem so nam v pomoč mednarodni, dostopni kazalniki, npr. BERI-Index (Business Environment Risk Intelligence Index), ki vključuje ovrednotenje investicijskega ozračja, to je političnega in pravnega okolja (Makovec Brenčič, 2003, 43-44).

Euromoneyjev kazalnik tveganja držav (Country risk assesment) je Slovenijo septembra 2007 uvrstil na 26. mesto med 184 državami, kar je pred vsemi novinkami v EU. Najbolj politično varne v isti objavi so Luksemburg, Norveška, Švica, Danska, Švedska, Irska, ZDA, Nizozemska, Finska, Avstrija.

Za analizo političnega okolja si pomagamo z vprašanji:

- kakšen je vladni sistem,
- ali je ideološka naravnana,
- kakšno je poseganje vlade v poslovanje podjetij,
- ***kakšen je odnos države do tujih podjetij in investicij.***

➡ Preverite, kako je Slovenija kot politično okolje ocenjena letos!

5.1.3 Pravno-zakonodajno okolje

V tuji državi je običajno pristojno nacionalno pravo, ki verjetno ni enako kot domače. Pri mednarodnem poslovanju nas zanima predvsem:

- kakšne so carinske in necarinske omejitve za uvoz in izvoz,
- kakšna je davčna zakonodaja,
- kaj predpisuje zakon o zaposlovanju tujcev,
- kakšne so omejitve neposrednih naložb,
- kakšni so sporazumi, ki so sklenjeni z našo državo ali z EU.

Pri sklepanju poslov dosežemo tudi dogovor o tem, katero pravo velja v primeru sporov in kje se spori rešujejo!

Različni pravni sistemi v mednarodnem poslovanju:

- anglosaško pravo (common law), temelji na tradiciji in običajih;
- srednjeevropsko pravo (code law), zapisan pravni red;
- islamsko pravo, ki ga spoštujejo vse islamske države, temelji na interpretaciji Korana.

Code law, ki ga sestavljajo pisane pravne norme, se običajno deli na trgovinsko, civilno in kazensko pravo. Mednarodnega tržnika zanima predvsem trgovinsko pravo.

Pravne razlike se zmanjšujejo z različnimi konvencijami, sporazumi v okviru WTO, OZN, EU, kot npr. ekologija, zaščita porabnikov, standardizacija izdelkov in storitev, spodbujanje neposrednih naložb, vendar so še vedno precejšnje. (Makovec Brenčič, 2003, 45-48).

5.1.4 Sociokulturno okolje

⇒ Glejte http://www.izoznookno.si/drzave:druzbeni_obicaji_in_navade.

Svoboda kot vrednota: za Američana pomeni svobodo v poslu, za drugega morda le osebno svobodo.

Sociokulturno okolje je tisto, ki v mednarodnem trženju pridobiva pomen. To so t. i. mehke razsežnosti trženja. Koncept kulture pomeni obvladovanje razlik v vrednotah, veri, jeziku, materialni kulturi.

Kaj je kultura?

- So osvojene norme, ki izhajajo iz vrednot, prepričanj, odnosov. Niso dedne, ampak priučene.
- **Je način življenja skupin oseb.**
- Je integriran sistem priučenih vzorcev obnašanja, značilnih za člane neke družbe.
- Je sinonim za civilizacijo.

Kultura je vedno skupinska. Ni kultura posameznika, pri posamezniku gre za lastnost.

Sestavine kulture, ki vplivajo na mednarodno poslovanje, na nakupne navade, so vrednote in norme, kjer so vrednote trajna prepričanja, zakoreninjene ideje, norme pa so sprejeta pravila obnašanja, standardi in vedenjski modeli na osnovi vrednot. **Vrednote so jedro vsake kulture.**

Koncept visoko- in nizkokontekstnih kultur

Nizkokontekstne kulture temeljijo na pisnem in verbalnem komuniciranju, z neposrednimi sporočili. Pošiljatelj sporočila pričakuje, da bo prejemnik razumel sporočilo. To so: švicarska, nemška, skandinavske kulture, severnoameriška, angleška.

Visokokontekstne kulture komunicirajo bolj zapleteno, bolj posredno, uporabljajo višje stopnje interpretacije in več elementov razumevanja sporočila. To so: francoska, italijanska, španska, latinskoameriška, arabska, japonska. (Makovec Brenčič, 2003, 49-59).

5.1.5 Informacijsko-tehnološko okolje

Tehnološki napredek je motor za razvoj in preoblikovanje trgov, je jedro konkurenčnosti. Nove tehnologije poganjajo mednarodno poslovanje. Informacijska tehnologija je omogočila, da je poslovni svet postal bolj dinamičen, nujne so hitre odločitve. V tehnološko-informacijskem smislu je svet globalna tržnica (Makovec Brenčič, 2003, 59-63). Novi tehnologiji 21. stoletja sta nano- in biotehnologija.

5.1.6 Ekološko okolje

Naravni viri so neobnovljivi in omejeni. Ekološka zavest se vedno bolj vzpostavlja, kar je potrebno upoštevati pri vstopu na trg, pri oblikovanju izdelkov. Zelo občutljivi so kmetijski in živilski izdelki. Potrebno je poznati predpise, ki eventualno prepovedujejo vgradnjo določenih materialov, substanc (Makovec Brenčič, 2003, 64).

5.2 TRŽNE RAZISKAVE

Tržnim analizam se boste podrobneje posvetili pri drugih predmetih, tu bomo dali poudarek na uporabo virov sekundarnih podatkov, ki jih lahko dobite na spletu.

Dogajanja in trende mednarodnega okolja je potrebno spremljati, prepoznati priložnosti in se jim prilagoditi s svojo ponudbo. Odločanje le na osnovi preteklih izkušenj ali na pamet, brez argumentiranih podatkov, bi bila prevelika pustolovščina.

Za odločitve potrebujemo pravočasne, točne in kvalitetne informacije. Analizo okolja dopolnimo s tržno raziskavo, ki želi ugotoviti, kaj si potencialni odjemalec želi. Pomeni sistematično načrtovanje, zbiranje in analizo podatkov o problemu, ki ga raziskujemo (Makovec Brenčič, 2003, 71 – 96).

Potek

1. **Definicija raziskovalnega problema in ciljev:** kaj bomo raziskovali?
2. **Kako bomo zbrali podatke?** V podjetju (naročila, prodaja, ponudbe, protokoli) in zunaj: sekundarni, primarni viri.
3. **Izvedba raziskave:** sekundarni, primarni viri podatkov.
 - a) Najprej preverimo **sekundarne**, že objavljene vire, ki so hiter in poceni vir. Viri sekundarnih podatkov so podatki, ki jih pripravljajo:
 - i. vladne agencije v obliki raznih statistik, poročil,
 - ii. zbornice, raziskovalni inštituti, banke, internet,
 - iii. viri so tudi neposredno konzulati oz. veleposlaništva – ekonomski atašeji, članstvo v gospodarskih delegacijah,
 - iv. EUROSTAT,
 - v. Agencija RS za gospodarsko promocijo Slovenije in tuje investicije.

Spletni sekundarni viri:

- domači viri: <http://www.podjetniski-portal.si/>, <http://www.izvoznookno.si>, <http://www.gzs.si/>,
- tuji viri: <http://www.fita.org/webindex/index.html>, <http://globaledge.msu.edu/ibrd/ibrd.asp>, <http://www.intracen.org/menus/sitemap.htm>,
- zbornice: <http://www.eurochambres.eu/ournetwork/index.shtml>, <http://www.iccwbo.org/>,
- tržnoraziskovalne hiše: <http://www.datamonitor.com/>, <http://www.euromonitor.com/>, <http://www.gfk.si/>, <http://www.forrester.com/>, <http://www.freedoniagroup.com/>,
- že narejene tržne raziskave: <http://www.researchandmarkets.com/>, <http://www.internationalbusinessstrategies.com/>, <http://www.profound.co.uk/> (ta je plačljiva; dostop preko GZS Infolink).

Ko so zbrani sekundarni viri, se odločimo, ali je nadaljevanje raziskave potrebno.

- b) **Primarne raziskave:** primarni viri podatkov pomenijo zbiranje in analizo novih, še ne objavljenih podatkov. Zahtevajo veliko denarja in časa.
4. **Analiza rezultatov** z zdravo mero skeptičnosti. Možnosti napak pri zbiranju (predvsem pri mednarodnih). Predstavitev mora biti jasna, razumljiva in osredotočena na reševanje ciljnega problema.
5. **Alternativne odločitve**, ki jih hkrati lahko ponudi raziskava.

5.3 SEGMENTIRANJE, IZBOR TRGOV IN OBLIKOVANJE STRATEGIJE

5.3.1 Segmentiranje in izbor trgov

Ko se odločimo, da bomo poslovali tudi na tujih trgih, kmalu vidimo, da naše ponudbe ne moremo prilagoditi za vse porabnike, za vse tuje države. Podjetje mora izbrati, na katerih trgih – **v katerih državah, v katerih segmentih, v katerih nišah** – želi nastopiti v skladu s svojimi viri, cilji. Zato je potrebno razvrstiti tuje trge, države, porabnike na posamezne skupine, tako da so v posamezni skupini porabniki, ki so si močno podobni po svojih zahtevah glede naših izdelkov/storitev. Takšne skupine imenujemo tržni segmenti, razvrščanje pa segmentiranje.

Meril za segmentiranje je veliko. Najbolj splošna so geografska, demografska in psihografska merila. Izbrati moramo taka merila, da bodo oblikovani segmenti čim koristnejši z vidika naše ponudbe.

Z vidika mednarodnega trženja so najbolj merljiva in dostopna naslednja merila:

- geografski dejavniki,
- jezik,
- politični dejavniki,
- demografski dejavniki,
- ekonomski dejavniki,
- struktura panoge,
- tehnologija,
- sociološki dejavniki,
- vera,
- izobrazba.

Posebna merila, ki so težje merljiva in manj dostopna, vendar pa so v konkretnem primeru pomembnejša: kulturološke značilnosti, navade, življenjski slogi ... (Makovec Brenčič, 2003, 97–111).

Podjetje mora izbrati take segmente/trge, kjer bo svoje konkurenčne prednosti najbolje izkoristilo. Izbrani segmenti/trgi morajo biti:

- zadosti veliki,
- imajo možnost nadaljnje rasti,
- niso zasedeni s strani tekmecev,
- imajo potrebe, ki jih podjetje lahko pokrije.

Tržno pozicioniranje je odločitev o vstopu na določen trg ali tržni segment. S pozicioniranjem se želi podjetje umestiti na zeleno mesto v primerjavi s tekmeči.

5.3.2 Oblikovanje strategije

Osnovno vprašanje v zvezi z oblikovanjem strategije je : **ali bo naša strategija »standardizirana« ali »diferencirana«?** oz. koliko in kako bomo pričagajali našo ponudbo.

Bistvo nediferenciranega trženja je enoten trženjski splet za vse izbrane trge. Enaki programi trženja z enakimi (standardiziranimi) izdelki, s katerimi si podjetje prizadeva za čim več kupcev. To pomeni manjše izdelavne, prodajne stroške. Ti segmenti so lahko manj donosni zaradi velikega števila tekmecev.

Diferencirano trženje, kjer podjetje spreminja trženjski splet, spreminja svojo ponudbo za posamezen segment. To pomeni večje izdelavne stroške, večje zaloge in večje prodajne stroške. Večje prilagajanje na daljši rok naj bi prineslo večanje naročil, prodaje in s tem zmanjševanje stroškov.

Koncentrirano trženje. Kadar ima podjetje malo virov na razpolago, se osredotoči na en segment, ki mu popolnoma prilagodi ponudbo, popolnoma prilagodi trženjski splet. S tem tudi tvega, da se trg spremeni in niša izgine.

Makovec (2003, 111) daje splošen napotek o standardiziranem proti diferenciranemu trženju: **»toliko standardizacije, kolikor je možno, in toliko diferenciacije, kolikor je potrebno.«** Odločitev je odvisna od:

- virov, ki jih ima podjetje na voljo,
- od tega, kakšne izdelke tržimo, v kateri fazi življenjskega cikla so,
- od tega, kakšni so trgi, kamor želimo prodajati,
- od ravnanja tekmecev. (Makovec Brenčič, 2003, 111-125).

Povzetek

Tuja **okolja** slabše poznamo in so povezana z večjimi tveganji. Osnovno sliko o ekonomskem okolju nam ponazorijo že najpomembnejši makroekonomski kazalniki. Za tržnika je še posebej pomembno finančno okolje, da bi lahko zagotovili tudi plačilo blaga oz. storitve. Odločitve o investicijah so odvisne od rezultatov analize političnega in pravno-zakonodajnega okolja. Sociokulturno okolje kot mehka razsežnost trženja pomeni obvladovanje razlik v vrednotah, veri, jeziku, materialni kulturi. Tehnološko okolje – tehnološki napredek je motor konkurenčnosti nekega okolja.

Podlaga za odločitev v zvezi z načinom trženja je kvalitetna informacija o tem, kaj porabnik želi, kar je naloga **tržnih raziskav**. Pomeni sistematično načrtovanje, zbiranje in analizo podatkov.

Tržni segment je skupina držav ali njihovih delov, ki se podobno odzivajo na strategije trženja. Podjetje izbere tisti segment, kjer lahko najbolje izkoristi svoje konkurenčne prednosti in v skladu s tem oblikuje svojo ponudbo.

Vprašanja za ponavljanje

1. Po katerih makroekonomskih kazalnikih lahko sklepamo o razvitosti države?
2. Pri katerih odločitvah je pomembna analiza političnega okolja?
3. Kaj nas najbolj zanima pri analizi pravnega okolja neke države?
4. Kakšne so sestavine kulture in kako vplivajo na trženje?
5. Zakaj je pomembno tehnološko okolje?
6. Kako upoštevamo ekološko okolje?
7. Kateri so koraki tržne raziskave?
8. Kakšni so lahko viri sekundarnih podatkov tržne raziskave?
9. Kaj je tržni segment in kakšnim zahtevam mora ustrezati izbrani segment?
10. Glavne skupne meril za segmentiranje trgov?
11. Kaj je bistvo nediferenciranega, diferenciranega in koncentriranega trženja?

Na vajah podrobno pregledamo spletne strani, kjer najdemo podatke o tujem okolju in obdelamo primer tržne raziskave!

6 TRŽENJSKI SPLET V MEDNARODNEM TRŽENJU

Namen poglavja:

- spoznati osnovne elemente trženjskega spleta,
- ponazoriti kako se odraža mednarodna dimenzija elementov spleta,
- predstaviti storitve in vpliv interneta na trženjski splet.

Ko podjetje vstopa na zunanja tržišča, se sooči tudi z vprašanjem, ali bo nastopalo s trženjskim spletom, ki ga uporablja doma, ali ga bo potrebno spremeniti – diferencirati, koliko in kako?

Trženjski splet ali konkurenčni splet vsebuje osnovne štiri sestavine, 4 P:

- izdelek ali storitev (product),
- ceno in prodajne pogoje (price),
- prodajno pot, distribucijo (place) in
- komuniciranje (promotion).

Sestavine so enakovredne, čeprav le izdelek zagotavlja trajno rast in razvoj. Je prvi med enakimi, je strateško jedro. Nekatere elemente spreminjamo pogosteje, nekatere bolj redko. Izdelka ne moremo zelo pogosto spreminjati, distribucije še manj, lahko pa spreminjamo prodajne pogoje in komunikacijo.

Na tem mestu bomo elemente spleta obravnavali le z vidika mednarodnega poslovanja.

6.1 IZDELEK (ALI STORITEV)

Izdelek razumemo kot skupek lastnosti, od katerih kupci pričakujejo neko korist. Pri presojanju izdelka/storitve za tuj trg sprejemamo odločitve o naslednjih vprašanjih:

- ali so vsi izdelki primerni za tuje trge,
- kako in koliko jih spreminjati,
- ali ustrezajo tujim tehničnim predpisom, standardom,
- ali so izdelki primerno oblikovani za tuj trg, ali so uporabljene prave barve,
- ali so upoštewane okoljevarstvene zahteve,
- kakšne so jezikovne variante izdelka,
- ali moramo prilagoditi izdelek kulturološkim posebnostim,
- kako bomo izvajali poprodajne storitve.

To so le najbolj običajna vprašanja, kakovost izdelkov je seveda prvi pogoj in je tu posebej ne omenjamo.

Blagovna znamka

Ali je ime blagovne znamke lahko izgovorljivo za tujce? Ali je ime kulturološko primerno? Nekateri pozitivni primeri so: *Duracell, Coca cola, Pampers, Swatch.*

Negativni primeri imen blagovnih znamk: Chevrolet Nova v špančiščini pomeni, da ne deluje; Fiat Uno v finskem jeziku pomeni bedak; Osram v poljščini pomeni iztrebek. (Makovec Brenčič, 2003, 204).

6.2 MEDNARODNE PRODAJNE POTI – DISTRIBUCIJA

Mednarodna prodajna pot je pot, po kateri se premikajo izdelki od proizvajalcev do končnih kupcev. Praviloma je daljša od domače, obsega več členov, več posrednikov (npr. posrednik doma, izvoznik, uvoznik, prodajalec na debelo, prodajalec na drobno, končni potrošnik). Odločamo se, katere posrednike bomo vključili v prodajno pot, kar je odvisno od tega, kateri posredniki so na razpolago, kako so učinkoviti, kako dragi in kakšen vpliv želimo imeti na prodajno pot. Na prodajni poti potekajo aktivnosti, kot so komuniciranje, pogajanja, prenos lastništva in manipulacija z blagom: prevoz, skladiščenje, prenos tveganja.

Mednarodno utečeno distribucijsko pot redkeje spreminjamo, vendar to ne pomeni, da moramo nujno vztrajati na tradicionalni poti. Pot lahko spremenimo, še posebej, če smo razvili novo skupino izdelkov, če imamo nesorazmerno velike stroške, da sledimo konkurenci, če nastopijo nove pravne okoliščine ipd.

Kako preverjamo prodajno pot? **Učinkovita prodajna pot omogoča, da so izdelki ob pravem času pri odjemalcih.** Preverjamo, kako so razporejena skladišča, ali imajo primerno raven zalog, kako so organizirani prevozi in kako so obdelana posamezna naročila. Čas od prejema naročila do dobave blaga mora biti čim krajši in dobave zanesljive (Makovec Brenčič, 2003, 213–222).

6.3 CENE IN PRODAJNI POGOJI

Cene moramo izračunati tako, da ne bomo imeli izgube, in tako, da zaradi previsoke cene ne bomo izgubili posla. Cena je edini element trženjskega spleta, ki neposredno vpliva na višino prihodka. Oblikovanje cen v mednarodnem trženju je težje in bolj zapleteno kot oblikovanje cen na domačem trgu.

Na oblikovanje cen vplivajo predvsem:

- stroški, lastna cena,
- vedenje tekmecev,
- povpraševanje na trgu.

Seveda moramo poznati stroške in lastno ceno, vendar imajo pri postavljanju cen, pri pozicioniranju na tujih trgih naši tekmeči, predvsem vodilni svetovni ponudniki, največjo vlogo. Svoje cene običajno oblikujemo v relaciji do teh izdelkov. Zato je nujno, da sistematično zbiramo podatke o cenah konkurenčnih izdelkov v daljšem obdobju.

Višina cene je odvisna tudi od zapadlosti plačila.

Ni vseeno, ali je blago prodano s takojšnjim ali z odloženim plačilom. Zapadlost plačila se računa ali od datuma fakture, ali datuma odpreme, redkeje od datuma dospetja. Kupcu lahko damo možnost za predhodno plačilo z odbitkom plačilnega popusta – skonta.

Cena in valuta. Cena je lahko dogovorjena

- v valuti izvoznika, kar je zanj ugodneje, ker ima manjše bančne stroške in ni odvisen od eventualne devalvacije tuje valute, razen nevarnosti razvrednotenja lastne valute,
- v valuti uvoznika (obratno),
- v (stabilni) valuti tretje države.

Ob prehodu na evro in vezanosti našega izvoza na EU-območje to vprašanje mnogokrat odpade!

Običajno nimamo enakega cenika za vsa tržišča. Po navadi imamo nekaj cenikov, najmanj dva, enega za domači in drugega za mednarodne trge.

Kalkulacija je računski postopek za ugotavljanje cen.

Je nepogrešljiv element za odločanje pri nastopanju na tujih trgih. Predhodne kalkulacije izdelamo pred sklenitvijo posla. Neresno bi bilo iti v sklepanje posla brez predhodne kalkulacije. Ni nujno, da je kalkulacija za vse izdelke pozitivna, najpomembneje je, da je dobiček posla znan in kontroliran. Končna kalkulacija je računski postopek, kjer dobijo posamezne postavke v kalkulaciji dejansko osnovo, ko prejmemo račune za prevoz, za zavarovanje, bančne stroške. Lahko se zgodi tudi kaj nepredvidenega, npr. stojnina, ki smo jo morali plačati, poškodbe pri transportu blaga. Končna kalkulacija pokaže dejanski rezultat, smiselno jo je primerjati s predhodno.

Za izdelavo kalkulacij moramo poznati:

- stroške proizvoda – lastno ceno,
- zapadlost plačila,
- dobavni pogoji, pariteto (Incoterms...),
- menjalniško razmerje med domačo in tujo valuto,
- prevozne stroške (teža, volumen, dimenzije).

Uvozna kalkulacija je izdelana v obratni smeri.

6.4 KOMUNIKACIJE V MEDNARODNEM POSLOVANJU

Komunikacije so najbolj izpostavljene spremembam in so tudi najbolj izpostavljene javnosti. Cilj komuniciranja je povedati ciljnim potrošnikom, zakaj naj kupijo oz. poslujejo z izdelkom. Sestavine komunikacijskega spleta so:

- oglaševanje (EP-materiali, tiskani oglasi, TV-oglasila, radijski ...),
- pospeševanje prodaje (prodajne demonstracije, nagradne igre, dogajanje na prodajnem mestu, sejmi); s pospeševanjem prodaje kratkoročno spodbujamo nakupe,
- odnosi z javnostjo so posebne novice o podjetju, ki jih sproži podjetje samo,
- osebna prodaja kot ustna predstavitev izdelkov, tesna povezava s pogajanjem.

Sestavine so različno pomembne glede na izdelek in trg.

Kako izbiramo posamezne sestavine, je odvisno od cilja podjetja, namena izdelkov, pravnih omejitev, razpoložljivosti in priljubljenosti medijev. Komuniciranje na tujih trgih prilagodimo kulturološkim razsežnostim (Makovec Brenčič, 2003, 233-240).

6.5 VPLIV INTERNETA NA TRŽENJSKI SPLET

Trženje preko interneta se zelo hitri širi. Spletna predstavitev podjetij in njihove ponudbe je nujna, še posebej za izdelke in storitve za končnega potrošnika. Spletno trženje je lahko dopolnilo klasični prodaji ali prevladujoči način trženja.

Glede **izdelkov in storitev** lahko rečemo, da internet ni primeren za vse enako. Bolj je primeren za knjige, digitalizirane izdelke, videokasete, zgoščenke, letalske karte in za tiste izdelke, ki jih je sicer težko najti. Velikokrat se po internetu »povprašuje«, medtem ko se nakup izvrši na klasičnem prodajnem mestu – npr. turistična potovanja.

Internet je lahko zelo učinkovit pri ponujanju rabljenih ali odvečnih izdelkov (spletne licitacije).

Pri **cenah** ima internet zaradi preglednosti vpliv predvsem na izenačevanje cen in ne toliko na znižanje.

Internet povzroča spremembe klasičnih **prodajnih poti**, uvaja novo, spletno prodajno mesto. Pri logistiki so zaradi majhnih in hitrih dobav pomembni »hitri dostavljavci« DHL, UPS, GLS itd. Obdelava in izpeljava naročil sta hitrejši in cenejši.

Izdatki za oglaševanje na internetu strmo naraščajo. **Učinek oglaševanja se da učinkovito izmeriti.** Pri komuniciranju je še posebej učinkovita elektronska pošta. (Makovec Brenčič, 2003, 243 – 249).

Pomanjkljivost interneta je predvsem v tem, da izdelka ne moremo otipati, pomeriti, emocionalna komponenta nakupovanja je zapostavljena in ostaja nezaupanje pri plačevanju.

6.6 STORITVE

Storitve ustvarijo večino novih delovnih mest!

Storitve so postale prevladujoče še posebej z razvojem računalništva, informatike, telekomunikacij. Mednarodna storitev je nevidna menjava storitev med ekonomskimi subjekti iz različnih držav. V strukturi mednarodnih storitev zavzemajo največji del potovanja in transportne storitve, povečujejo pa se finančne, komunikacijske, gradbene, zavarovalne, oglaševalske, računalniške, svetovalne, franšizniške storitve.

Storitve so neotipljive, zato je zelo pomembno okolje ponudnika, ki mora vlivati zaupanje v ponudnika storitve, na primer okolje v banki. Kakovost storitve je odvisna od tega, kdo in kako jo opravi. Osebni stiki med kupcem in izvajalcem je bistven za storitev. Storitvena podjetja izvajajo nadzor kakovosti storitev, skrbijo za izobraževanje zaposlenih, njihovo motiviranje, spremljajo zadovoljstvo odjemalcev.

Obeg mednarodnih storitev se hitro večja:

- zaradi razvoja tehnologije, predvsem računalniške tehnologije in komunikacij nastajajo nove storitve,
- prodiranje franšizinga, lizinga, faktoringa, forfeiranja kot oblik mednarodnega poslovanja,
- zmanjšujejo se državne omejitve, čeprav je diskriminatorno obravnavanje tujih ponudnikov še vedno prisotno; Svetovna trgovinska organizacija se zavzema za odpravo omejitev pri storitvah.

Meja med trženjem izdelkov in storitev se zmanjšuje.

Povzetek

S **trženjskim spletom** oblikujemo, konkretiziramo ponudbo glede na naše konkurenčne prednosti. Najosnovnejši elementi trženjskega spleta so: izdelek, prodajna pot, cena in komuniciranje. Ti elementi so si med seboj enakovredni, pa vendar je izdelek prvi med enakimi. Z vstopom na tuje trge se odločimo, ali bomo nastopili s trženjskim spletom, ki je tak kot doma, ali ga diferenciramo.

Izdelek je skupek lastnosti, od katerih kupci pričakujejo neko korist. Odločiti se moramo, ali so vsi izdelki primerni za tuje trge, koliko in kako jih spreminjamo. **Mednarodna prodajna pot** je pot, po kateri potujejo izdelki od proizvajalca do kupca. Vključuje pogajanja, prevzem lastništva, prevzem tveganja, plačevanje, skladiščenje in fizično distribucijo. Odločitev o tem, katere posrednike bomo vključili, je odvisna od učinkovitosti posrednikov, stroškov, še bolj pa od tega, kakšen vpliv želimo in moremo imeti na prodajni poti.

Cena neposredno vpliva na višino prihodka, ne sme biti previsoka, da ne izgubimo posla, in ne prenizka, da ne bomo imeli izgube. Pri oblikovanju cene lahko upoštevamo stroške, povpraševanje ali konkurenco. Stroške moramo poznati, cene običajno postavljamo glede na konkurenco na trgih.

S **komuniciranjem** želimo kupcem povedati, zakaj naj kupijo naš izdelek. Komuniciranje sestavljajo oglaševanje, pospeševanje prodaje, odnosi z javnostjo in osebna prodaja. Kako jih izbiramo, je odvisno od cilja, namena izdelka, kulturoloških razlik.

Trženje preko **interneta** se hitro širi, vendar ni primerno za vse izdelke enako. Internet je pripomogel k večji transparentnosti – k izenačevanju cen, uvedel novo, spletno prodajno mesto. Pri logistiki so pridobili hitri dostavljavci. Učinkovitost komuniciranja lahko spremljamo. Pomanjkljivost interneta je predvsem v tem, da izdelka ne moremo otipati, pomeriti, emocionalna komponenta nakupovanja je zapostavljena in ostaja nezaupanje pri plačevanju.

Obseg **storitev** zelo hitro narašča, storitve so vedno pomembnejše v mednarodnem poslovanju. Tudi Svetovna trgovinska organizacija ureja trgovanje s storitvami. Storitve so neotipljive, težko kontroliramo njihovo kakovost, ne moremo jih uskladiščiti, zelo pomemben je osebni stik. Tem lastnostim je prilagojen tudi trženjski splet za ponudbo storitev. Zelo hitro naraščajo predvsem zaradi razvoja tehnologije, prodiranja posebnih pogodbenih oblik poslovanja kot npr. franšizing, lizing, factoring, forfeitiranje ... in zaradi liberalizacije trženja s storitvami.

Vprašanja za ponavljanje

1. Katere so najosnovnejše prvine trženjskega spleta?
2. Opredelite izdelek!
3. Kaj pomeni upoštevanje mednarodne komponente pri izdelku?
 - a. Naštete 5 blagovnih znamk, ki se jih spomnite ta trenutek!
 - b. Kaj menite ali so primerne za tuje trge?

4. Kakšne so aktivnosti na mednarodni prodajni poti?
5. Kako preverjamo mednarodno prodajno pot?
6. Kaj upoštevamo pri oblikovanju cene?
7. Kaj je kalkulacija, kratek opis predhodne in končne kalkulacije.
8. Kaj moramo upoštevati pri oblikovanju komunikacijskega spleta?
9. Kako ocenjujete vlogo interneta v mednarodnem trženju?
10. Zakaj storitve rastejo tako hitro?

Praktične primere, priporočila obdelamo na vajah!

7 NAČINI UVELJAVITVE NA MEDNARODNIH TRGIH

Namen poglavja:

- pridobiti vpogled v različne možnosti vstopa na tuje trge: izvozne, pogodbene, naložbene;
- spoznati prednosti in slabosti posameznih oblik.

Slovenija je majhna in odprta država, zaradi česar je konkurenčnost njenega gospodarstva neposredno povezana z globalnim trgom. Zato je treba slovenskim podjetjem zagotoviti takšne pogoje poslovanja, ki bodo omogočali širitev njihovih poslovnih aktivnosti v tujini na nove trge in ki bodo spodbujali razvijanje višjih oblik internacionalizacije. Na drugi strani moramo oblikovati privlačno poslovno okolje v Sloveniji, ki bo privabljal investitorje iz tujine, kajti neposredne tuje investicije so eden ključnih dejavnikov konkurenčnosti gospodarstva, ki je pogojen prav s privlačnostjo poslovnega okolja.

Vir: Izsek iz Bele knjige predlogov GZS za večjo konkurenčnost slovenskega gospodarstva 2007 v GZS, Navigator izvoza, 2007.

Podjetja želijo ohranjati in izboljševati svojo tržno pozicijo, svoj konkurenčni položaj. Domači trgi majhnih gospodarstev, kot je slovensko, so običajno premajhni, zato je nujno, da podjetja širijo svoje poslovanje na mednarodne trge.

Konkretni razlogi za vstop na tuje trge so:

- povečanje prodaje,
- povečanje tržnega deleža,
- znižanje stroškov, višji profit,
- zmanjšanje odvisnosti od domačega trga,
- boljša izkoriščenost proizvodnih zmogljivosti,
- oblikovanje novih delovnih mest,
- znanje, učenje od razvitih trgov,
- povečanje konkurenčnosti,
- zagotavljanje rasti.

Podobni razlogi so tudi na strani uvoza, ki jim lahko dodamo še večjo možnost izbire na tujem trgu.

Načine vstopa na tuji trg lahko grobo razdelimo (Makovec Brenčič, 2003, 137–185; Kenda 2001):

- izvozne oblike, kjer proizvajamo doma in izvozimo neposredno, posredno ali kooperativno;
- pogodbene oblike, kjer na osnovi pogodbe prenesemo v tujino eno od poslovnih funkcij, običajno proizvodnjo;
- naložbene ali premoženjske oblike izvoza, kjer investiramo v tujini.

Poglejmo si, kakšne so bistvene razlike oz. kaj pomeni določen način vstopa.

Pri **izvoznih oblikah** se srečujemo z nizko stopnjo nadzora, relativno majhnim tveganjem, smo zelo fleksibilni, iz posla lahko hitro izstopimo.

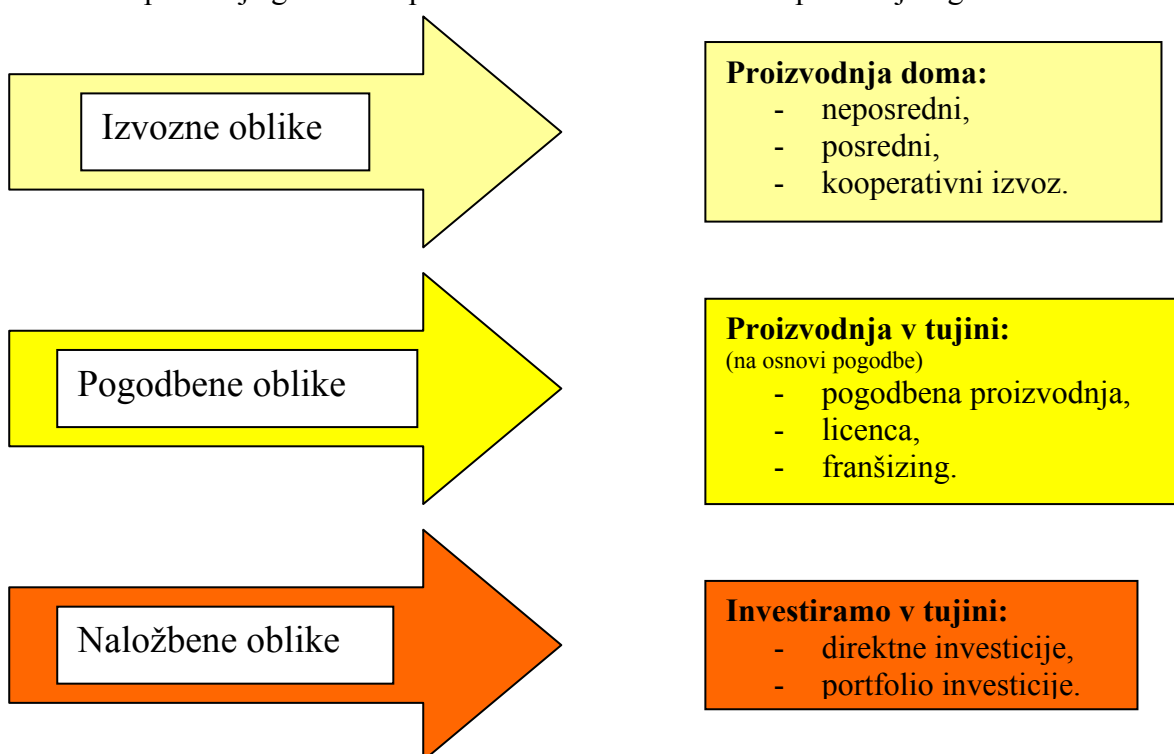
Pogodbene oblike pomenijo deljeno tveganje in nadzor in tudi deljeno lastništvo.

Investicijske oblike pa pomenijo visoko stopnjo nadzora, smo lastniki premoženja, visoko tvegamo in smo manj fleksibilni, težje spreminjamo obliko, ko je naložba izvedena.

Glavni kriterij in cilj vstopa je seveda dobiček. Za kakšen način vstopa se odločimo, je odvisno od značilnosti in zahtev ciljnega trga in od možnosti podjetja. Večje podjetje, z več viri, večjimi izkušnjami in znanjem na zunanjih trgih ima praviloma večje možnosti. Pomembno je tudi, kako prodorno, ambiciozno je vodstvo in koliko je pripravljeno tvegati.

Najpogosteje se podjetja odločajo za postopno internacionalizacijo.

Slika št. 1 prikazuje glavne značilnosti različnih načinov vstopa na tuje trge.



Slika 1: Glavne značilnosti načinov vstopa na tuj trg

7.1 IZVOZNE OBLIKE

Pri tem načinu vstopa izdelke ali storitve izdelamo doma (ali v tretji državi) in jih izvozimo na tuji trg neposredno, posredno ali preko kooperativne oblike.

Izvozna oblika je najstarejša, najenostavnejša in tudi prevladujoča oblika vstopanja na tuj trg. Zato ni nujno, da klasični izvoz uporabljajo le manjša, neizkušena podjetja s skromnimi viri.

Značilnosti

- Najmanj tvegana oblika.
- Postopnost – začinjamo z manjšimi dobavami, nabiramo izkušnje; spoznavamo posebnosti trga, kupcev. Postopno zbrane izkušnje so najboljše jamstvo, da izberemo ustrezno razvojno strategijo.
- Izvoz blaga in še posebej storitev (bančništvo, zavarovalništvo, transport, računalniški programi, internetne transakcije) sta v zadnjih desetletjih zelo porasla.

7.1.1 Posredni izvoz

O posrednem (indirektnem) izvozu govorimo, kadar podjetje postane izvoznik, posel in vse aktivnosti s tem v zvezi pa izvede neko drugo podjetje. Podjetje nima stika s končnim odjemalcem in ne izvaja nobenih izvoznih dejavnosti. Ne pozna situacije na izvoznem trgu, nima pregleda nad cenami, promocijo, ne pozna kupcev. Ta oblika je primerna za posle manjših vrednosti, za manjša podjetja, za slučajna naročila. Posredniki so lahko različni.

- **Izvozni komisionar** je posrednik, ki izvažata blago v svojem imenu za tuj račun (za domače podjetje). Blaga ne kupi od proizvajalca, ampak opravi posel kupoprodaje in pripravi dokumentacijo. Njegov zaslužek je provizija.
- **Izvozni kupec** posluje v svojem imenu in za svoj račun Blago odkupi od proizvajalca in proda z maržo. Marža – razlika v ceni je njegov zaslužek Lahko opravlja še druge stvari: priprava strategije, promocija, financiranje.
- **Družba za izvozni menedžment** (export management company), ki dobro pozna zakonodajo, finančne posebnosti, logistiko določene dejavnosti – branže. Običajno so to majhne, visoko profesionalne, specializirane družbe.
- **Splošna izvozna družba** (general exporter, international trading company) je velika družba, ki se usmerja na posamezna geografska področja. Običajno so ta geografska področja povezana z večjimi stroški ali zahtevajo poseben pristop (npr. za Bližnji in Daljni vzhod, za Latinsko Ameriko). Blago kupuje in ga prodaja z namenom, da doseže razliko v ceni. Dobro pozna tržišča, ima dobre poslovne zveze, praviloma ima mrežo predstavništva po svetu.

7.1.2 Kooperativni izvoz

Kooperativni izvoz pomeni sodelovanje pri izvozu z drugimi podjetji. Sodelovanje je lahko omejeno na skupen nastop na tujih trgih (skupna raziskava trga, oglaševanje, servisiranje), skupne prodajne biroje ali pa gre za posebej oblikovane družbe, ki izvedejo celoten posel mednarodnega poslovanja za nekaj podjetij. Takšno sodelovanje je pomembno predvsem za manjša podjetja, ki nimajo izkušenj in virov.

- **Izvozno združenje** običajno nastane pod okriljem zbornic in združuje podjetja iz ene panoge, npr. kmetijske ali obrtne dejavnosti. Namen izvoznega združenja je skupen nastop na tujih trgih in manjši stroški.

- **Konzorcij** kot začasno združevanje za določen rok in za izvedbo določene naloge, v tem primeru na področju vstopa na zunanji trg.

7.1.3 Neposredni (direktni) izvoz

To je že trajnejša oblika internacionalizacije. Gre za neposreden stik proizvajalca s prvim posrednikom na tujem trgu. Podjetja sama pridobijo in izpeljejo izvozni posel od raziskave trga, stikov s kupci, preko obvladovanja distribucije, vodenja politike cen, do izvoznega carinjenja. Največkrat so prvi partnerji v tujini pri neposrednem izvozu **zastopniki in distributerji**.

7.1.3.1 Zastopnik

Zastopnik je pomembna odskočna deska, na začetku to pogosto pomeni optimalno pot pred neposrednim nastopom, pred ustanovitvijo lastnega predstavništva oz. lastnega podjetja. Zastopnik je samostojna pravna oseba, ki na osnovi pogodbe, v imenu in za račun komitenta sklepa ali le posreduje nakup, prodajo za naročnika.

Zastopniška pogodba mora biti čim bolj precizna, da ne bi prihajalo do nesporazumov in sporov. Pri sestavi pogodbe upoštevamo poenotena pravila Mednarodne trgovske zbornice (MTZ) za zastopniško pogodbo, ki določajo, da je potrebno upoštevati lokalno zakonodajo, natančno določiti področje in predmet zastopanja in se dogovoriti o eventualni ekskluzivnosti, izključnosti.

- **Pravice in dolžnosti principala:**
 - jasno je treba opredeliti, ali principal pooblašča zastopnika za sklepanje ali le za posredovanje – pripravo poslov;
 - principal mora obveščati zastopnika o spremembah cen, plačilnih pogojev, o novostih;
 - preskrba z vzorci in reklamnim materialom;
 - promocija (nastopanje na sejnih, oglaševanje).
- **Pravice in dolžnosti zastopnika:**
 - poslovati kot dober gospodar za interese principala,
 - upoštevati prodajne pogoje, prodajno politiko principala,
 - poročati principalu (o poslih, konkurenci ...),
 - spoštovati konkurenčno klavzulo,
 - lahko uvede podzastopnike, če se principal s tem strinja,
 - lahko vodi konsignacijsko skladišče (posebna pogodba),
 - lahko vodi servisno službo (posebna pogodba),
 - ne sme sprejemati naročil kupcev, za katere ve, da ne bodo mogli plačati.
- Zastopniku za njegovo delo pripada nagrada – provizija, ki se lahko določi:
 - proporcionalno od realizacije,
 - progresivno – degresivno,
 - kot fiksni znesek (na začetku).

Osnova za obračun provizije mora biti točno določena, kdaj se obračunava, za katera naročila.

- Klavzula »del credere« pomeni, da zastopnik jamči za neplačila kupca in za to jamstvo prejme dodatno del credere provizijo. Treba je natančno določiti, ali to velja za vsak posel ali le za posebej dogovorjene, ali je njegova odgovornost neomejena ali le v določenem odstotku. Ta obveznost za zastopnika ne velja, če je izguba nastala iz razlogov, za katere je odgovoren principal.

Po navadi zastopniške pogodbe niso trajne, so le prva stopnja, potem principal nastopa samostojno. Večja konkurenčnost, večja transparentnost in znižanje transakcijskih stroškov ne govorijo več v prid klasičnemu zastopniku. Ostajajo le tisti, ki opravljajo zahtevne naloge in imajo zadostno razvejano mrežo.

7.1.3.2 Distributer

Distributer je zelo razširjena oblika vstopanja na tuj trg. Osnovna naloga distributerja je pospeševanje prodaje in organiziranje distribucijske mreže.

Pogodba o distribuciji je pogodba, s katero proizvajalec, izvoznik distributerju podeli pravico prodajanja proizvodov. Distributer posluje v svojem imenu in za svoj račun.

Odnos proizvajalca z distributerjem je **trajnejši**, ne gre le za enkratni nakup kot pri izvoznem kupcu. Distributer **vzpostavi prodajno mrežo** za prodajo na pogoddbeno določenem območju. Na tem območju ima privilegirani položaj, običajno tudi **ekskluzivno pravico** distribucije. Večinoma gre za distribucijo **proizvodov z blagovno znamko**.

Obveznosti distributerja so:

- obveznost minimalnega nakupa, ob katerem velja izključnost,
- obveznost promoviranja izdelkov,
- držati se mora prodajne politike proizvajalca glede prodajnih pogojev, servisiranja kupcev; pri cenah pa naj bi imel distributer več svobode, priporočila proizvajalca niso obvezna,
- obveščanje o aktivnostih v zvezi s prodajo in splošnim stanjem na trgu.

Dolžnosti proizvajalca:

- zagotavlja vso potrebno dokumentacijo o izdelkih in nudi tehnično pomoč,
- priskrbi promocijski material,
- obvešča o novostih.

Lansiranja novih izdelkov in druge večje promocijske akcije običajno pripravljata skupaj.

Pri obeh načinih (zastopniku in distributerju) je ključno vprašanje dodeljevanja ekskluzivne pravice prodaje na določenem področju. Zastopnik in distributer želita dobiti to pravico, da lahko delata dolgoročno, temeljiteje, medtem ko se principal ne želi omejevati na zgolj enega distributerja/zastopnika. Zato je toliko bolj pomembno, da izberemo »pravega« distributerja.

Kaj je potrebno upoštevati pri podeljevanju ekskluzive? Tu so zbrani kriteriji, po katerih »izbiramo«, ocenjujemo partnerja ne le za dodeljevanje izključne pravice prodaje, ampak tudi ko se odločamo za dolgoročno sodelovanje s partnerjem v tujini. Vedeti moramo, da tuji partnerji tudi nas ocenjujejo po podobnih kriterijih. Ti kriteriji so:

- Ustrezna pokritost (zgrajena distribucijska mreža) in poznavanje trga.
- Obvladovanje in poznavanje tehnologije in značilnosti izdelka.
- Ustrezna velikost podjetja.

- Primerna organizacija prodaje.
- Fizična infrastruktura.
- Pripravljenost za vzdrževanje zalog.
- Opravljanje poprodajnih storitev.
- Znanje in sposobnost za izvajanje promocije.
- Sloves pri dobaviteljih in odjemalcih, kupcih, bankah.
- Dokazila o izkušnjah v poslovanju.
- Sprejemljiva stroškovna raven prodaje.
- Finančna sposobnost in kreditni rating.
- Splošna izkušnost; kako dolgo časa obstaja podjetje.
- Značaj, da ne špekulira na več koncih.
- Odnos do lokalnih oblasti.
- Znanje jezikov.
- Poznavanje in uporaba modernih poslovnih tehnik.
- Poznavanje poslovnih navad v državah.

(Povzeto po Makovec Brenčič, 2003, 147)

7.2 POGODBENE OBLIKE VSTOPA NA TUJE TRGE

Pogodbene oblike so vmesne oblike med izvozom in neposredno tujo investicijo. Proizvodnjo (ali drugo poslovno funkcijo) prenesemo v tujino na temelju pogodbe z nekim lokalnim podjetjem. Za pogodbene oblike se najpogosteje odločamo:

1. da smo bližje odjemalcem,
2. ker so manjši stroški proizvodnje v tuji državi,
3. ker želimo skrajšati prodajne poti in znižati transportne stroške,
4. da se izognemo (carinskim in necarinskim) omejitvam vstopa,
5. da smo na trgu navzoči kot domači proizvajalec, če nam to prinaša določeno korist.

Najpogostejše oblike so: pogodbeni proizvodnja, licenčno poslovanje, franšizing, skupna vlaganja, strateške zveze.

Pogodbene oblike vstopa se nanašajo na vprašanje intelektualne lastnine, kjer se mora podjetje kot imetnik intelektualne lastnine odločiti, ali jih bo tržilo.

7.2.1 Pogodbena proizvodnja v tujini

O pogodbeni proizvodnji govorimo, kadar se proizvodnja odvija v tujini, vse druge funkcije, razvoj in raziskave, trženje, poprodajne storitve, pa se izvajajo doma. Podjetje vidi v proizvodnji v tujini neko prednost, najsi bo cenejšo delovno silo in s tem manjše proizvodne stroške, carinske in necarinske omejitve, status domačega proizvajalca, nižje transportne stroške, še posebej če gre za blago z velikim volumnom, itd.

Gre za pogodbo med kontraktorjem, ki obvladuje razvoj izdelka in trg, in kooperantom, ki proizvajajo po navodilih, normativih, recepturah, dizajnu. Za pogodbeno proizvodnjo je značilen neenak položaj obeh partnerjev. Kontraktor lahko pogodbo prenese na drugega kooperanta in je pri tem bolj fleksibilen, kooperant pa lahko posel hitro izgubi. Običajno je kontraktor iz razvitih držav, kooperanti pa iz manj razvitih.

Pogodbena proizvodnja temelji na:

- kapacitetni proizvodnji, tj. na zapolnitvi kapacitet pri kooperantu
 - s tem si kooperant zagotovi večje serije, cenejšo in bolj učinkovito nabavo,
 - to pomeni tudi nižje stroške za delovno silo (predvsem pri delovno intenzivni proizvodnji),
- specializiranih znanjih, veščinah izdelave, ki jih kontraktor nima in jih najame pri kooperantu. Ta oblika je dolgoročno najbolj vzdržljiva.

Gre za izkoriščanje virov, ki so cenejši ali bolj specializirani. Enakopravnejši položaj kooperant lahko doseže z večjim angažiranjem kapitala in znanja. V zadnjem času se pogodbeno proizvodnjo prenaša v nove panoge – npr. informacijsko tehnologijo.

7.2.2 Poslovno-tehnično sodelovanje

oz. dolgoročna proizvodna kooperacija je sodelovanje, kjer več partnerjev iz različnih držav skupno izvede neki zahtevnejši projekt, ki bi ga vsak zase realiziral težje ali z večjimi stroški. Gre za sodelovanje na bolj enakopravni osnovi, ki prinaša prednosti v razvoju, proizvodnji, trženju in financiranju.

7.2.3 Licenčni posli

Licenčno poslovanje je način mednarodnega poslovanja, kjer podjetje (dajalec licence) daje dovoljenje podjetju v tujini (jemalcu licence) za odstop zaščiteneh pravic in znanja, ki imajo zanj vrednost. V zameno za licenco plača kupec licence odškodnino, ki ji pravimo licenčnina ali royalty.

Gre za pravno razmerje, ki dovoljuje gospodarsko izkoriščanje pravic industrijske lastnine (patenta, vzorca in modela, blagovne in storitvene znamke).

Obligacijski zakonik definira licenčno pogodbo: »**Z licenčno pogodbo se dajalec licence zavezuje, da bo pridobitelju licence v celoti ali delno odstopil pravico izkoriščanja patentiranega izuma, tehničnega znanja in izkušenj, znamke, vzorca ali modela, ta pa se zavezuje, da mu bo za to dal določeno plačilo.**« (Obligacijski zakonik, 704.čl., dostopna na <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?stevilka=4826&urlid=200797>)

Bistveno je, da nosilec pravic industrijske lastnine ne prenaša pravice same, ampak daje privolitev za uporabo te pravice. Zato to ni enako kot nakup ali prodaja.

V licenčni pogodbi morata dajalec in prejemnik licence natančno definirati bistvene sestavine: vsebino licence, višino licenčnine, reševanje sporov, čas trajanja pogodbe.

Licenčnino določamo na tri načine:

- kot začetno plačilo v enkratnem znesku,
- kot zjamčen letni minimalni znesek ne glede na količino proizvodnje,
- kot pristojbina od dobička ali od obsega prodaje.

Licenčni posli se običajno sklepajo za daljšo dobo, 10 do 20 let. Prejemnik licence je v negotovem položaju. Dajalec licence običajno sklene pogodbo le za toliko časa, da spozna lokalno zakonodajo, si pridobi izkušnje, potem nastopa samostojno. Na drugi strani pa jemalec licence ni pripravljen investirati v raziskavo tržišča, pripravo proizvodnje, izgradnjo prodajne mreže, če je pogodbeni rok prekratek.

Kakšne so prednosti in slabosti licenčnega posla na strani dajalca licence?

Prednosti

- Dajalec licence ohranja svojo tehnološko superiornost tudi zato, ker mu ni treba investirati v trg, lahko se intenzivno posveča razvoju.
- Hitro spozna trg in pridobi izkušnje, kar pomeni, da hitro vstopa na trg.
- Ohranjanje blagovne znamke, sploh če je izdelek/BZ na koncu življenjskega cikla.
- Uživa ugodnosti zaradi razlik v davkih, cenejših delovnih silah, cenejših materialih, carinskih predpisih.
- Zaslužek iz licenčnih lahko porabi za dodatna vlaganja v raziskave in razvoj.

Slabosti

- Lahko vzgoji tekmece ne le v tej, ampak tudi v tretjih državah, kar je zelo realna slabost oz. nevarnost.
- Ne more kontrolirati proizvodnje in trženja.

In na strani prejemnika licence?

Prednosti

- Skrajša čas uvajanja nekega izdelka v proizvodnjo in na tržišče.
- Odpadejo visoki stroški za raziskave in razvoj.
- Prodaja po preizkušenih prodajnih metodah.

Slabosti

- Prejemnik (praviloma) ne dobi najnovejših, tehnološko zanimivih licenc, lahko dobi licenco za izdelek, ki je na koncu življenjskega cikla.
- Slabost je lahko v tem, da nekritično posnema prodajne metode brez upoštevanja lokalnih posebnosti.
- Nabava po višjih cenah zaradi navodil dajalca.
- Povečana odvisnost.

Mednarodno licenčno poslovanje zavzema najmanj 8 % svetovnega izvoza. Spodbuja druge oblike in načine mednarodnega poslovanja. (Kenda, 2001, 177-185; Makovec Brenčič, 2003, 153-157)

Transfer tehnologije – know-how

Tudi transfer tehnologije se ureja z določili o licenčni pogodbi, le da know-how ni pravno ščiteno kot industrijska lastnina, razen če ni registriran kot patent, vzorec in model, znamka.

Know-how so vse tehnično, komercialno, administrativno in drugo znanje in izkušnje, ki jih je možno uporabiti v praksi vodenja podjetij. Obsega: tehnično dokumentacijo, specifikacijo surovin, podroben opis postopka, opreme, tehnične standarde, kvaliteto proizvodov, napotke za vzgojo kadrov, lahko tudi elemente trženja.

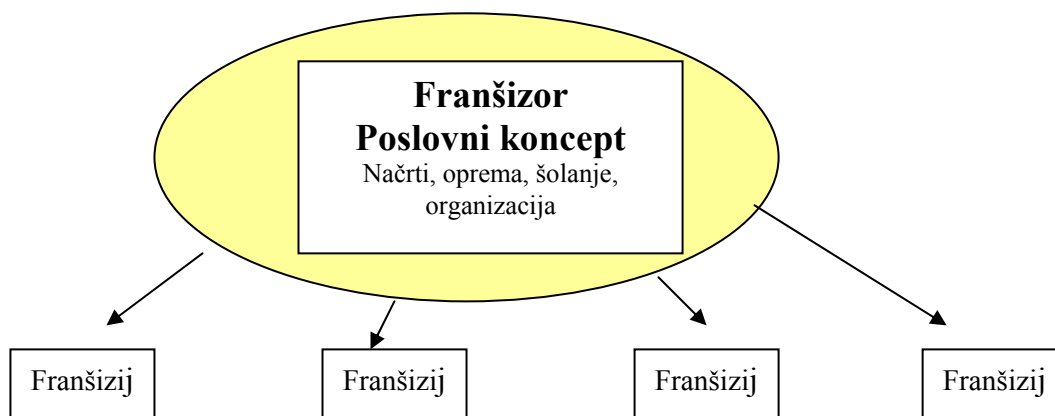
Razlika med licenco in know-howom je formalno pravne narave. Industrijsko lastnino zaščitimo, know-howa pa ne moremo zaščititi, vendar se enako prenaša s pogodbo.

7.2.4 Mednarodni franšizing



Sam izvor besede je francoski in pomeni oprostitev davkov in carin, anglosaško pravo kasneje doda pomen podelitev pravic in dovoljenje za uporabo zaščiteneh pravic.

Franšizing je sistem trženja blaga in storitev, ki je zasnovan na tesnem in stalnem sodelovanju med franšizorjem in posameznimi franšiziji. Je pogodbeno razmerje med dvema ali več poslovnimi partnerji, pri katerem daje franšizor svojo pridobljeno večino trženja, proizvodnje in menedžmenta oz. **prodaja preverjen poslovni koncept jemalcu franšize v zameno za začetno pristojbino in tekočo provizijo**. Poslovni koncept oz. franšizinški splet običajno vsebuje: načrte, opremo, šolanje, organizacijo, komuniciranje. Franšizing je izvajanje storitev na višji profesionalni ravni. To je učinkovito povezovanje osredotočenega znanja ob operativni decentralizaciji.



Slika 2: Prikaz koncepta franšizinga

Prevzamejo distribucijo, vložijo svoj kapital in se osebno angažirajo.

Franšizni odnos nastane, ko neodvisni podjetniki prevzamejo distribucijo nekega proizvoda ali storitve pod nadzorstvom franšizorja in v to vložijo kapital. Franšizinški odnos je običajno trajnejši pogodbeni odnos. Pomeni sodelovanje večjih podjetij, poslovnih sistemov z večjo možnostjo vlaganja v razvoj in raziskave, z manjšimi podjetji, ki so pripravljena vložiti kapital in se osebno angažirati za prodajo blaga ali storitev porabnikom pod nadzorstvom, po navodilih.

Jemalci franšizinga so običajna majhni in srednje veliki podjetniki, ki so samostojni, delujejo na osnovi pogodbe na določenem področju in so člani močne, vplivne družčine. Ravnati se morajo po pogodbeno določenih standardih, varovati in pospeševati imidž, izvajati določene prodajne akcije. Osrednja točka franšizinga je v totalni strategiji imena in s tem povezanega imidža dajalca franšize.

Franšizor jim pomaga pri načinu prodaje, oskrbi, informatiki, vzgoji kadrov.

Obveznosti dajalca franšizinga so:

- podelitev izdelčnih, podjetniških in drugih znakov, systemskega know-howa in uporabnih pravic do celostne podobe sistema,
- promocija, pospeševanje prodaje,
- šolanje, svetovanje, izmenjava izkušenj,
- skupna nabava,
- dodelitev izključnosti za določeno območje.

Obveznosti jemalca franšizinga:

- poslovanje v okviru usmeritev, vzdrževanje systemskih standardov,
- brezpogojno angažiranje,
- uporaba znamk, nasvetov, izkušenj,
- poročanje, dopuščanje kontrole.

Prednosti

- Partnerji (franšiziji) so večji privrženci enotnega sistema kakor pri licenci.
- Veliko majhnih, neodvisnih investitorjev.
- Možnost hitrega širjenja posla (za dajalca) ob tem, da investirajo jemalci.
- Racionalizacija poslovanja, večja specializacija.
- Manjše tveganje (propade le pribl. 10 % takih poslov v primerjavi s 50 % pri samostojnih poslih).
- Franšizing je običajno donosnejši od samostojnih poslov.
- Pomoč pri vodenju posla za jemalca: izobraževanje kadrov, uvajanje v posle, nadzor; predhodne izkušnje niso potrebne.
- Ugodneje do bančnih posojil – franšizor kot garant.
- Uveljavljena blagovna znamka je za končnega potrošnika jamstvo kvalitete; dajalec zahteva enoten proizvod in servis.
- Učinkovitost operacij: skupna nabava po nižjih cenah, kontrola zalog, načrt prodajnega mesta, dizajn.
- Promocija: franšizor promovira znamko in izvaja promocijske programe, kakršnih samostojni podjetniki ne morejo.

Slabosti

- Za dajalca: lahko zapravi ugled zaradi nekvalitetnega poslovanja jemalca.
- Za jemalca:
 - pristojbine niso majhne, tudi gotovinski polog franšizorju za poroštvo pri bančnem posojilu;
 - kontrola – uboganje, izguba velikega dela samostojnosti;
 - lastništvo traja le za čas pogodbe in ga ni mogoče prodajati ali prenašati.
- Franšizing je mešan način poslovanja, ki vsebuje prvine licence, zastopstva, prodaje, distribucije, lizinga. Zato so tudi pogodbe obsežne. Pri nas zakonsko ni urejen. Uporablja samo določila sorodnih pogodb iz Zakonika o obligacijskih razmerjih (ZOR).

Franšizing je danes med najbolj rastočimi oblikami vstopa na tržišče, prav zato, ker **združuje prednosti velikih podjetij** (koncentriranega znanja v trženju, razvoja in raziskav, razvoja izdelkov, promocije) **s prednostmi malih podjetij** (visoka stopnja motivacije, poznavanje lokalnih posebnosti, fleksibilnost). Govorimo o franšiznih verigah, franšiznih sistemih.

Najbolj se je uveljavil v hitri prehrani, poslovnih storitvah, pri storitvah, ki so vezane na hišo ali stanovanje, v drobnoprodajnih verigah trgovin. Prav tako je uveljavljen v pralnicah, čistilnicah, hotelskih verigah, verigah za izposojno avtomobilov, kampingih, pri organiziranju rekreacije. (Kenda, 2001, 185-193; Makovec Brenčič, 2003, 157-164).

7.2.5 Skupna vlaganja

Skupna vlaganja pomenijo solastništvo premoženja skupnega podjetja med lokalnimi in sonaložbenimi (tujimi) podjetji. Praviloma gre za ustanovitev novega skupnega podjetja v državi uvoznici z enim ali več partnerji iz države izvoznice.

S tem podjetja pridobijo neposreden vpliv na poslovanje in upravljanje, tveganja so manjša in zahteve za naložbe bistveno manjše od direktnih naložb. Lokalni poslovni partner običajno pozna tržišče, ima razvito poslovno dejavnost: proizvodne zmogljivosti, zaposleno delovno silo, oblikovane prodajne poti.

Skupna vlaganja imajo prednosti še posebej tam, kjer

- je uvoz omejen z visokimi carinami,
- so tuja vlaganja v popolni lasti tujcev omejevana, medtem ko so sonaložbe dovoljene,
- partner v manj razviti državi želi pridobiti oz. dopolniti tehnološka in menedžerska znanja.

S tem tuje podjetje hitro vstopi na tržišče in zmanjša stroške poslovanja, domače lokalno podjetje pa poveča zaposlenost, izboljša tehnološko opremljenost in si pridobi novo znanje.

Slabost skupnih vlaganj so lahko težave v komuniciranju, različni pogledi na bodoči razvoj, različni koncepti, cilji, razlike v interesih.

Pomembno je izbrati prave partnerje. Kriteriji so zelo podobni kot pri izbiri izključnega distributerja ali zastopnika. Uskladiti moramo način kontroliranja poslovanja, upoštevati kulturološke razlike in se dogovoriti tudi za scenarij izhoda. (Makovec Brenčič, 2003, 165-169)

7.2.6 Strateške zveze

Partnerji za izvedbo skupnih poslov ne investirajo kapitala ali pa zelo malo. To so različne oblike partnerstev, kjer dvoje ali več podjetij razvije skupno dolgoročno, globalno strategijo z nekim namenom: postati tržni vodja, doseči vodilni tržni delež ipd. Vsak od partnerjev ima pri tem določeno posebno znanje, prednost ali moč, ki jo deli z drugimi. Vir prednosti je lahko know-how, proizvodnja, trženje ... Delovanje strateške zveze ni usmerjeno le na en trg, pač pa je cilj doseči boljše rezultate na globalnem trgu. Strateške zveze so torej zveze med podjetji, tudi tekmeci zato, da dosežejo boljši položaj na globalnih trgih. Makovec (171) navajaj »najbolj znano povezavo med Mc Donald'som, Disneyem in Coca Colo.«

Partnerji so enakovredni, tudi po vstopu v zvezo ostanejo neodvisni, na voljo dajo le nekatere vire: know-how, trženjsko znanje, delijo tveganja, kontrolo, ustvarjene prednosti in dobiček.

Partnerji se morajo temeljito poznati, cilji zveze morajo biti enotni. (Makovec Brenčič, 2003, 170-172)

7.3 NALOŽBENE OBLIKE VSTOPA ALI INVESTICIJE NA TUJEM

Naložbeno poslovanje je najbolj prodoren način internacionalizacije podjetja, s katerim podjetje v celoti prevzema nadzor in lastništvo. Poleg kapitala podjetja prenašajo na tuja tržišča tudi razna znanja. V zadnjih dveh desetletjih je to najhitreje rastoča oblika vstopa in mednarodnega poslovanja.

Nagibi za investiranje na tujem so zelo podobni kot pri pogodbenem načinu vstopa. To so predvsem prodajni nagibi in znižanje stroškov.

Prodajni nagibi:

- možnost za povečanje prodaje,
- vstop na hitro rastoča tržišča,
- ohranitev in utrditev položaja na tržišču,
- pridobitev nove prodajne poti,
- hitrost dobav, servisiranja.

Znižanje stroškov:

- bolj rentabilna lokalna proizvodnja,
- zagotoviti surovine po nižjih cenah,
- prevozni stroški, predvsem za proizvode, kjer so prevozni stroški veliki.

Večje mednarodno investiranje omogočajo in vzpodbujajo mednarodne ekonomske integracije (EU, EFTA ...) s carinskimi in davčnimi olajšavami. Hkrati investiranje daje tudi smisel integracijam.

Glede na težnjo po upravljanju podjetja ločimo direktne investicije od portfeljskih naložb. **Direktna investicija pomeni lastništvo in nadzor nad opredmetenim premoženjem v tujini, portfolio investicija pa predvsem nakup vrednostnih papirjev.** Razlika ni pravno-formalna, ker gre v obeh primerih za kapitalsko naložbo, ampak vsebinska. Direktne naložbe zagotavljajo večino lastništva (so večinske) in s tem vpliv in nadzor nad poslovanjem. Portfeljska naložba je manjšinska in brez težnje po upravljanju, gre za nakup ali prodajo zaradi kapitalskih donosov (dividend).

Bistvena razlika je torej v tem, ali želimo imeti v podjetju kontrolni vpliv, upravljati podjetje, ali želimo le zaslužiti – dividende.

Direktne investicije poleg tega, da zagotavljajo vpliv na upravljanje, ali pa prav zato, prinašajo tudi več znanja.

7.3.1 Izpeljava direktnih investicij

Za izpeljavo ima podjetje več možnosti.

Prva je **naložba od začetka** (greenfield), to pomeni izgradnjo novega obrata od začetka, kar je zamudno, drago, tvegano in povezano z organizacijskimi in kadrovskimi zahtevami. Druga možnost je **prevzem ali akvizicija** obstoječih podjetij, kar je ceneje, hitreje, manj tvegano. Pridobimo tudi kadre, tehnologijo, blagovno znamko, distribucijsko mrežo, lahko se znebimo tekmeča. Hkrati pa pridobimo tudi vsa bremena in slabosti, zaradi katerih je podjetje naprodaj. Težko pridobimo prave podatke o podjetju, ki ga želimo kupiti.

Akvizicije oz. prevzemi so uspešni predvsem zaradi sinergičnih učinkov na poslovnih področjih in zaradi hitrejšega vstopa na nove trge. Hkrati so tudi tvegani zaradi velikih finančnih vložkov, premalo komuniciranja s prevzetim podjetjem, težav pri vodenju prevzetega podjetja ipd.

Pravno sta dve različici prevzema:

- pripojitev (take over) ob nasprotovanju bivših lastnikov in
- združitev (merger) z dejavnim sodelovanjem bivših lastnikov (Novartis – Lek).

Nekateri trdijo, da gre vedno le za pripojitev in je združitev bolj marketinška skovanka kot pa dejansko stanje. (Kenda, 2001, 204-212; Makovec Brenčič, 2003, 172-183)

7.3.2 Slovenija kot okolje za direktne investicije

Na spletni strani http://www.investslovenia.org/why_slovenia/ je prikazana Slovenija kot privlačno okolje za tuje investitorje z vsemi podatki, ki bi utegnili zanimati tuje investitorje.

Slovenija želi povečati delež tujih investicij in pri tem izkoristiti primerjalne prednosti naše države, kot so lokacija, komunikacijska struktura, izobražena delovna sila, politična in ekonomska stabilnost, razvita infrastruktura, relativno visoka življenjska raven. Sektorji, ki so privlačni za investicije: proizvodnja kovin, proizvodnja električnih strojev, proizvodnja komponent za avtomobilsko industrijo, kemikalije, transportna oprema in turizem.

Za tuje investitorje so zanimiva uspešna, tehnološko in kadrovske perspektivna večja podjetja z velikimi tržnimi deleži, učinkovito organizacijo, uveljavljeno blagovno znamko. Kakovostna delovna sila in vstop na trg sta največja motiva. Tuje investitorje najbolj moti prevelika davčna obremenitev, plačilna nedisciplina, počasno sodstvo, dolgotrajni administrativni postopki in »težave« pri odpuščanju zaposlenih.

Za neposredne investicije velja osnovno pravilo, da lahko tuje osebe vlagajo pod enakimi pogoji kot domače.

Prenos dobička, kupnine je prost, če so poravnane vse davčne obveznosti v Sloveniji.

Pri tem mora tuji vlagatelj upoštevati slovenske predpise v zvezi s prevzemi in varstvom konkurence. (Kenda, 2001, 212-215)

Povzetek

Možnih načinov vstopa na tuje trge je več, vsak s svojimi prednostmi in slabostmi. Podjetje se odloča za posamezno obliko glede na značilnosti ciljnega trga in glede na svoje zmožnosti in znanje: velikost, viri, izkušnje, pripravljenost na tveganje.

Za **izvozno** obliko se odločamo, ko še nimamo veliko izkušenj in znanja, kadar nimamo velikih finančnih možnosti, kadar ne želimo veliko tvegati, čeprav nimamo nadzora nad poslovanjem. Izvažamo lahko preko posrednika (*posredni izvoz*), v sodelovanju z drugimi podjetji (*kooperativni izvoz*) in *neposredno*. Prevladujoči obliki pri neposrednem izvozu so zastopniki in distributerji na tujih tržiščih.

Pogodbene oblike so vmesne med izvozom in naložbeno obliko, kjer proizvodnjo (ali drugo poslovno funkcijo) na osnovi pogodbe selimo v tujino. Pogodbene oblike so lahko:

- *licenčni posli*, kjer jemalec licence pridobi pravico izkoriščati industrijsko lastnino ali know-how,
- *franšizing*, kjer manjša podjetja prevzemajo preverjen poslovni koncept, investirajo in se osebno angažirajo,
- *skupna vlaganja*, ki pomenijo solastništvo skupnega podjetja na tujem trgu,
- *strateške zveze*, ki nastanejo na osnovi pogodbe med enakopravnimi partnerji, da razvijejo skupno dolgoročno strategijo za nastop na globalnem trgu.

Naložbena (kapitalska) oblika je najbolj prodoren način vstopa, s katerim v celoti prevzamemo nadzor nad poslovanjem, hkrati pa pomeni veliko tveganje. Je najhitreje rastoča oblika internacionalizacije. Direktno investicijo lahko izpeljemo z naložbo od začetka ali s prevzemom že obstoječega podjetja s pripojitvijo ali združitvijo.

Vprašanja za ponavljanje

1. Kakšne so možne oblike vstopa podjetja na tuje tržišče?
2. Katere so izvozne oblike vstopa? Kakšne so prednosti in slabosti izvoznih oblik?
3. Kakšne so prednosti in slabosti neposrednega, posrednega in kooperativnega izvoza?
4. Kaj pomeni posredni izvoz za podjetje in s katerimi posredniki se lahko sreča?
5. Kakšne so pravice in dolžnosti zastopnika in principala?
6. Kaj pomeni klavzula del credere?
7. Kaj je značilno za distributerski odnos?
8. Izbirate zastopnika, distributerja v tujini. Na osnovi katerih kriterijev ga boste izbrali?
9. Kdaj je pogodbeno proizvodnja zanimiva za kooperanta? Kako jo lahko spremenimo v enakopravnejši odnos?
10. Kakšne so prednosti in slabosti za dajalca in prejemnika licence?
11. Kaj je bistvo franšizinga?
12. Kakšne so prednosti in slabosti za dajalca in jemalca franšizinga?
13. Kakšni so nagibi za naložbe – za investiranje v tujini?
14. Kako ocenjujete Slovenijo kot okolje za tuje investicije?
15. Kaj je pomembno pri ločevanju investicij na direktne in portfolio investicije?
16. Kaj pomeni portfolio investicija?
17. Kako lahko izpeljemo direktne investicije?

Primeri za razpravo

1. Podjetje »Obrt«, d. o. o., zaposluje 8 ljudi, ukvarja se s proizvodnjo kovinske galanterije. Odjemalci so nekatera večja slovenska podjetja: Iskra, Merkur ... Z nabavo nove, modernejše tehnologije ima možnost izdelave bolj zapletenih izdelkov z več znanja, 40 % kapacitet je prostih. Prodajo želi širiti tudi na tuja tržišča. Kakšno pot bi mu svetovali in zakaj?
2. Podjetje za proizvodnjo in trženje farmacevtskih izdelkov Pharma, d. d., ima dobro razvito prodajno mrežo doma in tudi na tržiščih Hrvaške, BIH, Srbije in Makedonije. Svoj proizvodni in prodajni program želi razširiti z novo skupino zdravil za starejše. Razvoj teh izdelkov je za podjetje drag in dolgotrajen. Kaj bi mu svetovali? Za kakšen način poslovanja naj se odloči?
3. Slovensko proizvodno podjetje MEDPO, d. d., Kranj prodaja svoje izdelke tudi na poljsko tržišče, podjetju za distribucijo IMPEX, Sp. z o. o. Warszawa. Poljski distributer poleg programa MEDPO prodaja še program nekaj drugih podjetij. Rezultati prodaje podjetja

MEDPO so slabši od pričakovanih in tudi slabši od rezultatov na drugih, manjših, manj obetavnih trgih. Po mnenju tržnika, ki je obiskal tržišče, prodaji izdelkov MEDPO ni dana taka pozornost, kot bi jo morala imeti.

Vrednost prodaje je znašala v letu 2006 800.000 EUR, v letu 2007 850.000 EUR in v letu 2008 prav tako 850.000 EUR.

Kaj svetujete podjetju MEDPO, d. d., in zakaj?

Ali lahko razmišlja tudi o ustanovitvi lastne prodajne podružnice?

Primere obdelamo na vajah!

8 ODPREMNE KLAVZULE

Namen poglavja:

- spoznati pomen odpremnih klavzul pri dogovarjanju o izvedbi zunanjetrgovinskih poslov,
- znati uporabiti pravo odpremno klavzulo v konkretnem primeru.

Cena je vedno določena z dobavno pariteto, z odpremno klavzulo!

8.1 INCOTERMS

Trgovski običaji med državami se razlikujejo, kar lahko privede do nesporazumov, sporov z izgubo časa in denarja. Zato je ICC (International Chamber of Commerce ali MTZ – Mednarodna trgovinska zbornica) že leta 1936 izdala pravila za razlago trgovinskih klavzul. Ta pravila poznamo kot Incotermse. Incoterms je okrajšava za International commercial terms. Osnovni namen je zavarovati prodajalce in kupce tako, da bi že ob sklepanju pogodbe izključili nesporazume, napačne razlage.

Prvotna izdaja je bila večkrat spremenjena in dopolnjena v letih 1953, 1967, 1980, 1990 in zadnjič v letu 2000. V pogodbi se je potrebno sklicevati na zadnjo verzijo Incotermsov (tipske pogodbe).

Odpremne klavzule jasno določajo:

- kraj in čas izročitve blaga,
- kraj in čas prehoda nevarnosti,
- kraj in čas prehoda stroškov.

Poleg tega se nanašajo na številne posebne obveznosti pogodbenih strank:

- na obveznosti izvoznega, uvoznega carinjenja,
- pakiranja blaga,
- obveznosti kupca, da prevzame blago,
- obveznost, da si priskrbi dokaz, da so bile posamezne obveznosti pravilno izpolnjene.

Incoterms zajemajo 13 klavzul, razvrščenih v 4 osnovne skupine E, F, C in D. Zajemajo skupino paritet, s katerimi se uravnavajo ekonomsko-pravni odnosi med izvozniki in uvozniki in vključujejo tudi druge udeležence, ki so delujejo v zunanji trgovini, kot so špediterji, zavarovalnice, carinske službe, prevozniki, pomorski agenti idr.

Klavzule so razdeljene v štiri skupine.

- Skupina E, kjer **prodajalec da blago na razpolago v prodajalčevih prostorih**: ex works, franko tovarna.
- Skupina F, kjer **prodajalec dobavi blago prevozniku**, ki ga določi kupec: FCA, FAS in FOB.
- Skupina C, kjer mora **prodajalec skleniti prevozno pogodbo**, vendar **ne prevzema nevarnosti izgube ali poškodovanja blaga**, ki bi nastali potem, ko je blago naloženo in odpravljen: CFR, CIF, CPT in CIP. To so t. i. **klavzule dveh točk**, ker stroški (voznina in drugo) in nevarnost izgube ali poškodovanja blaga ne preideta od

prodajalca na kupca v isti točki, ampak v dveh različnih točkah: na eni točki preidejo stroški, na drugi točki pa tveganje.

- Skupina D, po kateri mora **prodajalec nositi vse stroške in nevarnost do namembnega kraja**: DAF, DES, DEQ, DDU in DDP.

Tabela 4: Skupine klavzul z bistvenimi poudarki

	Skupina E – ODHOD	
EXW	ex works – franko tovarna (prodajalca)	Prodajalec izroči blago kupcu v svojih prostorih.
Odpravni kraj	Skupina F – PREVOZ NEPLAČAN	
FCA	franco carrier – franko prevoznik	Prodajalec izroči blago prevozniku, ki ga imenuje kupec.
FAS	free alongside ship – franko ob ladijski bok	
FOB	free on board – franko na ladijski krov	
Namembni kraj	Skupina C – PREVOZ PLAČAN	
	klavzule dveh točk, v eni preidejo stroški od prodajalca na kupca, v drugi pa tveganje poškodbe	
CFR	cost and freight – cena z voznino	Glavni prevoz plača prodajalec, vendar ne nosi tveganja za izgubo ali poškodbo blaga.
CIF	cost, insurance and freight – stroški, zavarovanje in prevoznina	
CPT	carriage paid to – prevoz plačan do	
CIP	carriage and insurance paid to – prevoz in zavarovanje plačana do	
Namembni kraj	Skupina D – PRIHOD	
DAF	delivered at frontier – dobavljeno na meji	Prodajalec nosi vse stroške in tveganje do namembnega kraja.
DES	delivered ex ship – dobavljeno na ladji	
DEQ	delivered ex quay – dobavljeno na obali	
DDU	delivered duty unpaid – dobavljeno, neocarinjeno	
DDP	delivered duty paid – dobavljeno, ocarinjeno	

8.2 OPIS POSAMEZNIH KLAUZUL

EXW – franko tovarna

Klavzula pomeni, da prodajalec blago dobavi, ko da blago na razpolago kupcu v svojih prostorih ali na drugem navedenem kraju, izvezno neocarinjeno, nenaloženo na vozilo.

To je minimalna obveznost za prodajalca. Kupec nosi vse stroške in nevarnosti. Ni priporočljiva, težko izvedljiva, posebno takrat, kadar kupec ne more opraviti izvoznih formalnosti.

FCA – free carrier, franko prevoznik, naveden kraj

Klavzula pomeni, da prodajalec blago dobavi, ko preda blago izvozno ocarinjeno prevozniku, ki ga določi kupec, na dogovorjenem mestu.

Dobava je izvedena:

- ko je blago naloženo na prevozno sredstvo, ki ga je priskrbel prevoznik, če so prodajalčevi prostori kot naveden kraj,
- ko je blago dano na razpolago prevozniku, če je naveden katerikoli drug kraj.

Prodajalec nosi tveganje do navedenega momenta.

Ta klavzula se lahko uporablja za vse vrste prevoza, vključno z multimodalnim prevozom.

FAS – free alongside ship, franko ob ladji, odpravno pristanišče

Klavzula pomeni, da prodajalec izpolni svojo obveznost predaje, ko blago dostavi ob bok ladje na pomolu v označenem odpravnem pristanišču. Kupec nosi vse stroške in tveganje izgube ali poškodovanja od tega trenutka naprej.

Prodajalec mora poskrbeti za izvozno carinjenje blaga. To je novo, prej je to izvajal kupec.

Klavzula se uporablja samo za pomorski oz. rečni prevoz.

FOB – free on board, franko na ladijski krov z navedbo odpravnega pristanišča

Klavzula pomeni, da prodajalec izpolni svojo obveznost, ko blago preda čez ograjo ladje v označenem pristanišču. Kupec nosi vse stroške in tveganje izgube ali poškodovanja blaga od tega trenutka dalje.

Tudi ta klavzula se lahko uporablja le za pomorski oz. rečni prevoz.

Klavzule dveh točk

CFR – cost and freight, stroški in voznina, namembno pristanišče

Klavzula pomeni, da prodajalec nosi stroške in voznino do dogovorjenega namembnega pristanišča, vendar tveganje izgube ali poškodovanja blaga (in vseh drugih stroškov, ki bi nastali potem, ko je bilo blago izročeno na ladjo) preide na kupca v trenutku, ko je blago prešlo ograjo ladje v odpravnem pristanišču.

Tudi ta klavzula se lahko uporablja le za pomorski oz. rečni prevoz.

CIF – cost, insurance and freight, stroški, zavarovanje in prevoznina, namembno pristanišče

Klavzula pomeni, da mora prodajalec poleg obveznosti, ki jih ima po CFR (stroški in voznina do namembnega pristanišča), priskrbeti pomorsko zavarovanje proti tveganju izgube ali poškodovanja blaga med prevozom, torej mora skleniti pogodbo o zavarovanju in plačati zavarovalno premijo. Tveganje izgube ali poškodovanja blaga preide na kupca v trenutku, ko je blago prešlo ograjo ladje v odpravnem pristanišču.

Kupec se mora zavedati, da je prodajalec dolžan priskrbeti zavarovanje le po minimalnih pogojih.

Tudi ta klavzula se lahko uporablja le za pomorski oz. rečni prevoz.

CPT – carriage paid to, prevoz plačan do namembnega kraja

Klavzula pomeni, da prodajalec plača stroške prevoza do dogovorjenega namembnega kraja. Tveganje za izgubljeno ali poškodovano blago preide na kupca v trenutku, ko je blago predano na razpolago prevozniku, prvemu, če jih je več.

Prevoznik pomeni osebo, ki v pogodbi o prevozu prevzame nase obveznost, da bo opravila ali priskrbela izvedbo prevoza.

Ta klavzula se uporablja za vse vrste prevoza, vključno z multimodalnim.

CIP – carriage and insurance paid to, prevoz in zavarovanje plačana do namembnega kraja
Klavzula pomeni, da ima prodajalec enake obveznosti kot pri CPT s tem, da dodatno sklene pogodbo o zavarovanju in plača zavarovalno premijo. Tveganje za izgubljeno ali poškodovano blago preide na kupca v trenutku, ko je blago predano na razpolago prevozniku, prvemu, če jih je več.

Kupec se mora zavedati, da je po klavzuli CIP prodajalec dolžan priskrbeti zavarovanje le po minimalnih pogojih.

Ta klavzula se uporablja za vse vrste prevoza, vključno z multimodalnim.

Sledijo klavzule ene točke.

DAF – delivered at frontier, dobavljeno na meji z navedbo kraja

Klavzula pomeni, da prodajalec izpolni svojo obvezo, ko je izvozno ocarinjeno blago dal na razpolago v določenem kraju na meji ali pred carinsko mejo sosednje države. Takrat preide tudi tveganje na kupca.

Klavzula meja se lahko uporablja za vsako mejo, vključujoč mejo države izvoznice. Zato se mora meja natančno določiti.

DES – delivered ex ship, dobavljeno na ladji, namembno pristanišče

Klavzula pomeni, da prodajalec izpolni svojo obvezo, ko je blago, uvozno neocarinjeno, dal kupcu na razpolago na ladji v dogovorjenem pristanišču.

Prodajalec nosi vse stroške in tveganje, vezane na dostavo blaga do dogovorjene luke namembnosti.

Uporablja se samo za pomorski in rečni prevoz.

DEQ – delivered ex quay, dobavljeno na obali, namembno pristanišče

Klavzula pomeni, da prodajalec izpolni svojo obvezo, ko je blago dal na razpolago kupcu na obali v dogovorjenem pristanišču. **Po tej klavzuli mora po novem kupec blago uvozno ocariniti in plačati vse formalnosti, carine, davek in druge dajatve ob uvozu.**

V trenutku predaje blaga preide tudi tveganje.

DDU – delivered duty unpaid, dobavljeno neocarinjeno, namemben kraj

Klavzula pomeni, da prodajalec izpolni svojo obvezo predaje takrat, ko je blago dal na razpolago v imenovanem mestu v državi uvoza. Do tu nosi prodajalec tudi vse stroške in tveganje.

Uporablja se za vse vrste prevoza.

DDP – delivered duty paid, dobavljeno ocarinjeno, namemben kraj

Klavzula pomeni, da prodajalec izpolni svojo obveznost predaje blaga, ko je blago dal na razpolago na določenem mestu v državi uvoza. Prodajalec nosi vse stroške in tveganje do dogovorjenega mesta. Stroški vključujejo tudi uvozno carinjenje in vse dajatve s tem v zvezi.

(INCOTERMSI, 2000; Rudman, 2001)

Povzetek

Trgovski običaji med državami se razlikujejo, zato je MTZ, da bi zavarovala kupce in prodajalce, izdala pravila za razlago trgovinskih klavzul – Incoterms. Prvotna izdaja je bila objavljena leta 1936, zaradi spreminjajoče prakse je bila večkrat dopolnjena, zadnjič v letu 2000.

Odpremne klavzule jasno določajo:

- kraj in čas izročitve blaga,
- kraj in čas prehoda nevarnosti,
- kraj in čas prehoda stroškov.

Zajemajo 13 klavzul, razdeljenih v 4 osnovne skupine E, F, C in D.

- Skupina E (prodajalec da blago na razpolago v prodajalčevih prostorih): ex works, franko tovarna.
- Skupina F, kjer prodajalec dobavi blago prevozniku, ki ga določi kupec: FCA, FAS in FOB.
- Skupina C, kjer mora prodajalec skleniti prevozno pogodbo, vendar ne prevzema nevarnosti izgube ali poškodovanja blaga, ki bi nastali potem, ko je blago naloženo in odpravljen: CFR, CIF, CPT in CIP. To so t. i. klavzule dveh točk, ker stroški (voznina in drugo) in nevarnost izgube ali poškodovanja blaga ne preideta od prodajalca na kupca v isti točki, ampak v dveh različnih točkah: na eni točki preidejo stroški, na drugi točki pa tveganje.
- Skupina D, po kateri mora prodajalec nositi vse stroške in nevarnost do namembnega kraja: DAF, DES, DEQ, DDU in DDP.

Vprašanja za ponavljanje

1. Kaj določajo odpremne klavzule – Incotermsi?
2. Prodajalec proda blago ex works Ljubljana. Ko prispe kamion kupca, prodajalec blago tudi naloži. Ali je ravnal pravilno? Obrazložite!
3. Kaj pomeni klavzula CPT Budimpešta in kdaj jo lahko uporabimo?
4. Podjetje iz Ljubljane je prodalo blago s klavzulo FAS Koper. Ali blago tudi izvozno carini?
5. Kaj pomenijo klavzule dveh točk?
6. Slovensko podjetje proda blago CIF Alexandria. Do kam nosi stroške in tveganje za izgubo ali poškodbo blaga?
7. Kaj nalaga klavzula DDU prodajalcu?
8. Kaj nalaga klavzula CIP Moskva, Incoterms 2000, slovenskemu prodajalcu. Prodajalec izpolni svojo obveznost, ko (obkrožite pravilne trditve in dopolnite!):
 - a) pripravi blago,
 - b) naloži blago na kamion,
 - c) pripelje blago v luški terminal,
 - d) izvozno ocarini,
 - e) sklene pogodbo o prevozu in plača prevoz do _____,
 - f) sklene pogodbo o zavarovanju blaga in plača stroške zavarovanja blaga do _____,
 - g) nosi tveganje izgube, poškodbe blaga do _____,
 - h) blago uvozno carini,
 - i) blago razloži pri kupcu.

Vse klavzule obdelamo na vajah, s primeri!

9 POSLOVNA POGAJANJA, POGODBA

Namen poglavja:

- spoznati pomen pogajanj,
- upoštevati vlogo različnih kultur v pogajanjih,
- naučiti se pripraviti na pogajanja, poslovni sestanek,
- pravni viri mednarodne prodajne pogodbe,
- bistveni elementi pogodbe.

9.1 VLOGA RAZLIČNIH KULTUR V POGAJANJIH

»Kulture niso boljše ali slabše,
ampak le drugačne.«

(Makovec Brenčič, 2003, 261)

Prenašanje lastnih pravil vedenja in lastne kulture v tuje okolje bi bilo neuspešno. Srečevanje tržnikov s tujimi kulturami je lahko izziv in priložnost za uspeh, še posebej, če upoštevamo, da so tuja okolja različna, z različno kulturo, ki se ji morajo tržniki zmerno prilagoditi. Da bi znali komunicirati z drugimi kulturami, moramo poznati tako lastno kulturo kot kulturo tujih okolij. Upoštevanje kulturološkega dejavnika tržniku omogoči taka **poslovna pogajanja**, kjer ne bo komunikacijskih ovir oz. bodo zmanjšane. *Vedeti moramo, da bo na koncu odločala oseba in ne računalnik.*

Vrednote so jedro vsake kulture (gl. poglavje Analiza okolij, Sociokulturno okolje). Pri pogajanjih jih ne smemo zanemariti.

Nacionalne vrednote zelo vplivajo na pogajalski stil določenega kulturnega okolja (Hrastelj, 1994).

Nekatere nemške vrednote

Zaradi decentralizirane oblasti so deželni organi pomembni. Prednost dajejo celoti in ne sestavnim delom in **stvarni ekonomiji pred ekonomijo denarja**, zaradi velikih kriz v letih 1922 in 1923 in po 2. svetovni vojni. Trg delnic slabše razvit, prav tako je manj plačevanja s kreditnimi karticami. So bolj introvertirani in nedostopni.

Francozi so **strastno prepričani o vzvišenosti francoske kulture**. Preteklost je bolj odlična od sedanjosti in prihodnosti. Visoka moda, eleganca je način življenja. Revolucije so oblikovale sistem vrednot kot kombinacijo solidarnosti in izzivov nasproti okostenelim institucijam. Akademski naslovi, diplome pomembne.

Za Veliko Britanijo je značilno dobro komuniciranje in obvladovanje pravno-zavarovalnih poslov. Vendar menedžerji na splošno niso zelo vplivni v družbi in tudi niso zelo izobraženi. V nasprotju z Nemci **dajejo prednost neblagovnim (nekontaminiranim) oblikam ustvarjanja bogastva**. Delovna sila je v povprečju nizko kvalificirana in slabo plačana.

Nizozemci so **odprti in pripravljeni za mednarodno trgovanje**, kar je pogojeno že z njihovo zgodovino. Znanje je osrednji vir pooblastil. Njihova večnacionalna podjetja poslujejo decentralizirano, enote imajo velika pooblastila. Pripravljeni so pomagati manj razvitim. Skušajo iskati dogovor in so pripravljeni na dialog.

Za Italijane so značilna **davčna izigravanja**. Sicer je Italija neenotna, kar izhaja iz zgodovine (male državice, vplivi Etruščanov, Grkov, Rimljanov ...), z velikimi razlikami med severom in jugom. Oblast je precej neučinkovita, zbirokratizirana, velikokrat se menja. Za Italijo so značilna močna **družinska podjetja** (največja so: Agnelli, Pirelli, Ferrero, Benetton). Siva ekonomija je precej prisotna. Veliko je sodelovanja na podlagi sorodstvenih povezav – **nepotizem**. Pobožnost in levičarstvo sta povezana. **V oblikovanju so v svetovnem vrhu.**

In kaj velja za nas? Za slovensko kulturo (Trstenjak, Musek v Hrastelj 2001) je značilno **nezaupanje do tujcev**, kar je razumljivo, ker smo mejni in majhen narod. Nezaupanje se kaže kot občudovanje Nemcev, podcenjevanje Italijanov in obračanje hrbta Madžarom in južnoslovanskim narodom in pa v odporu do tujih vlaganj. Smo napadalni, tako smo se lahko ohranili kot Slovenci (to se bolj kaže v avtoagresivnosti in nevoščljivosti).

Smo pridni, pošteni in delavni (naj bi bili!!), storilnostno naravnani, vendar nam zmanjka sape za zadnji korak do ustvarjalne produktivnosti, do velikopoteznih projektov. Kar se tiče organiziranosti, smo redoljubni in organizirani, smo bližje nemški kulturi. **Smo bolj individualisti**, nismo najbolj kooperativni v mednarodnih timih. Smo prepirljivi (sloga že dolgo ni v čislih), zamerljivi, občutljivi. Ne zavračamo več tveganj (po letu 1991). **Bolj zaupamo lastnini kot pogodbenemu odnosu. Hočemo popoln nadzor.** (Makovec Brenčič, 2003, 273-279)

9.2 POSLOVNA POGAJANJA

Pogajanja so pomemben del mednarodnega poslovanja, z njimi določamo, potrdimo najbolj bistvene elemente sodelovanja. Kljub poplavi informacij, elektronski pošti, telefonom, dragim potovanjem so pogajanja še vedno pomemben del mednarodnega poslovanja. **Posel delamo ljudje, ljudje se želimo srečevati, spoznati.**

Beseda **negotiare** je latinskega izvora in pomeni negacijo brezdelja. Že stari Rimljani so vedeli, da pogajanja pomenijo trdo delo.

Temeljne sestavine:

- udeleženi sta najmanj dve stranki,
- imata tako skupne kot različne interese,
- obe želita doseči cilj – sporazum,
- sporazum pomeni koristi za oba.



Pogajanja zajemajo tri sklope aktivnosti: **pripravo, pogajanja sama in analizo** pogajanj.

9.2.1 Priprava pogajanj

Predstavljajte si, da pride šef in vam naloži, da se pogovorite s potencialnim kupcem iz Avstrije. Pojma niste imeli o obisku, on pa vas že čaka v recepciji, tako kot se je dogovoril z vašim predpostavljenim. Šef še omeni, da vam je pozabil povedati.

Komercialist, tržnik se mora na pogajanja, na poslovni sestanek dobro pripraviti. Pravzaprav je ta faza najpomembnejša, nihče je ne bo opravil namesto nas.

Zakaj je priprava tako pomembna?

- Ker je uspeh pri pogajanjih je v veliki meri odvisen od dobre priprave.
- Ker slaba priprava nas ali našega partnerja podaljšuje čas pogajanj.
- Če smo slabo pripravljeni, lahko popuščamo po nepotrebem!
- Zaradi slabe priprave so pogajanja lahko zapletena, neprijetna.

Kaj naredimo za dobro pripravo pogajanj, še posebej, če vemo, da je velika vloga tržnikov pri pripravi pogajanj, sestankov?

- Postavimo si jasen cilj, kaj želimo doseči s pogajanjem. Kakšen je namen sestanka?
- Zberemo podatke o okolju stranke:
 - o o državi, o položaju na trgu, o konkurenci, o tržnih deležih;
 - o o stranki sami – kakšna je pravna oblika družbe, število zaposlenih, vrednosti prometa, organizaciji ipd.;
 - o o pogajalcu, kakšen je njegov položaj oz. kakšne so njegove pristojnosti, kakšne so njegove osebne lastnosti;
 - o če smo s stranko že sodelovali, pregledamo korespondenco, zapise dogovorov, zberemo podatke o prodaji, plačilih, problemih distribucije,
 - o preverimo podatke o boniteti.
- Iz tega zberemo, izluščimo argumente za pogajanja.
- Oblikujemo dnevni red.
- Pripravimo in uredimo dokumentacijo, ki jo imejmo pri sebi.
- Določimo pogajalski tim, določimo, kdo bo sodeloval na pogajanjih, sestanku in kakšna bo posamezna pogajalska vloga.
- Predvidimo dovolj časa, časovna stiska nas sili v sprejemanje slabih kompromisov.
- Ne pozabimo rezervirati prostora za razgovor, mesta za parkiranje, poslovnega darila, organizirati prevajanje, če je potrebno ...

9.2.2 Med pogajanja

Potrudimo se za spodbuden začetek in zagotovimo, da nam bo začetna scena v prid!

Napotki za obnašanje med pogajanja

- **Aktivno poslušaj!** Aktivno poslušanje je polovica pogajanj.
- Z informacijami, navedbami nastopaj premišljeno!
- Izhajaj iz navedb partnerja in jih izkoristi v svoj prid!

- **Bodi prepričan o tem, kar govoriš!**
- Popuščaj v majhnih korakih!
- Ne skleni posla pod prisilo!
- Ne smeš nasprotnikov!
- Bodi trd do problemov in blag do ljudi!
- Podpiši sporazum pred odhodom!
- Tudi kosilo je del poslovnega razgovora!

Kakšen mora biti dober pogajalec?

- Imeti mora izostren čut za opazovanje.
- **Znati mora poslušati.**
- Imeti miren in potrpežljiv značaj.
- Imeti zdravo presojo.
- Vživeti se mora v položaj svojega partnerja.
- Biti mora zadržan, ne sme prezgodaj izražati predlogov.
- Temeljito mora biti seznanjen z namenom pogajanj.
- Poznati mora okolje partnerja.
- **Ne obljublja, česar ne more izpolniti.**
- Prilagodi se navadam države, v katero vstopa.
- Izdela pisni zapis o pogajanjih s pisnim portretom udeležениh.

9.2.3 Analiza pogajanj

Po končanih pogajanjih, sestanku analiziramo dosežene rezultate, pregledamo, koliko so drugačni od pričakovanj in zakaj. Kje smo naredili napako? Preprečimo, da bi se napaka lahko ponovila. Na napakah se učimo, napake so sestavni del uspeha.

Povzetek nekaterih pogajalskih slogov:

- **Nemci** se dobro pripravijo na pogajanja, se počasneje odločajo, so manj zaupljivi, ponosni na Made in Germany,
- **Francozi** »igrajo« pogajanja, uživajo v pogajanjih, so manj pripravljeni in se zanašajo na navdih,
- **Angleži** so hladni pogajalci, sprejemajo in uporabljajo humor v pogajanjih, odlično komunicirajo,
- **Američani** si prizadevajo oblikovati jasne pogajalske cilje, njihovo vodilo je: »Naj zmaga boljši.« (Makovec Brenčič, 2003, 262-285)

9.3 POGODBA

Že v fazi pogajanj moramo vedeti, kakšna naj bo videti pogodba, kakšna določila želimo, da vsebuje.

Že v fazi pogajanj moramo poznati strukturo pogodbe in vprašanja, o katerih bi s partnerjem morali doseči soglasje. Poznati moramo vse elemente kalkulacije, predvideti, kako naj bi se posel izvajal, od planiranja, naročanja, potrjevanja naročil, prevoza, prevzema, reklamacij, do načina plačila.

{PRIVATE}

Prodajna pogodba

Prodajna pogodba je med gospodarskimi pravnimi posli najbolj razširjena oblika pogodbe in zaradi tega tudi najbolj raznolika. Urejena je v vseh nacionalnih zakonodajah, prav tako pa je urejena tudi v mednarodnem prometu bodisi z bolj ali manj obvezujočimi pravili.

Obligacijski zakonik definira prodajno pogodbo: »**S prodajno pogodbo se prodajalec zavezuje, da bo stvar, ki jo prodaja, izročil kupcu tako, da bo ta pridobil lastninsko pravico, kupec pa se zavezuje, da bo prodajalcu plačal kupnino.**«

(Obligacijski zakonik, člen 435, <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?stevilka=4826&urlid=200797>)

Temeljni pravni vir, ki ureja prodajno pogodbo, je kot navedeno, Obligacijski zakonik. Štejejo tudi mednarodni poslovni običaji, splošni pogoji za prodajo posameznih vrst blaga, tipizirane pogodbe in nezapisani poslovni običaji.

Med mednarodnimi pravnimi viri je posebnega pomena Konvencija Združenih narodov o pogodbah v mednarodni prodaji blaga – **Dunajska konvencija**, ki pri nas velja od 1. 1. 1988 in jo je pri sklepanju mednarodnih prodajnih pogodb potrebno upoštevati. Konvencija velja, kadar sta obe ali vsaj ena pogodbeni stranka iz držav podpisnic, razen če je pogodbeni stranki izrecno ne izključita. Konvencijo je ratificiralo 56 držav, med njimi vse naše sosede in države, ki so naši pomembni trgovinski partnerji (Nemčija, Rusija, Češka, Slovaška, ZDA ...). Dunajska konvencija je nekakšen kompromis med kontinentalnim pravnim sistemom in sistemom common law. Zaradi mednarodnega značaja in uravnoteženega upoštevanja interesov tako prodajalca kot kupca pravni strokovnjaki priporočajo uporabo Dunajske konvencije v mednarodnih pogodbah.

V praksi se široko uporabljajo tudi že obravnavane prevozne klavzule Incoterms.

Sestavine prodajne pogodbe

Pri prodajni pogodbi govorimo o:

bistvenih sestavinah prodajne pogodbe, ki so obvezne in brez katerih prodajna pogodba ni sklenjena, in o drugih sestavinah prodajne pogodbe, ki natančneje določajo razmerje in vsebino obveznosti med pogodbenima strankama, vendar na veljavnost pogodbe nimajo vpliva.

Bistveni sestavini prodajne pogodbe sta stvar in cena.

Če ti dve sestavini v prodajni pogodbi nista določeni oziroma nista določljivi ali če o teh dveh sestavinah med pogodbenima strankama ni soglasja, potem prodajna pogodba ni sklenjena.

Med neobvezne sestavine pogodbe štejemo zlasti določbe pogodbe, ki govorijo o izročitvi blaga, o kraju, času in načinu plačila, pakiranju, prevozu, zavarovanju, ugotavljanju kakovosti in količine blaga, reklamacijah ...

Pri sestavljanju pogodbe ne smemo pozabiti na način reševanja sporov, ki je lahko v postopkih pred sodiščem (treba je navesti pred katerim, po katerem pravu) ali pred arbitražo. Arbitraža je v zadnjih petnajstih letih v mednarodni poslovni praksi vedno bolj uveljavljena oblika pri prodajnih pogodbah, distribuciji, trgovinskem zastopanju, franšizingu itd. Spore

pred arbitražo rešujejo domači in tuji arbitri, ki so vrhunski strokovnjaki s posameznih področij trgovskega oziroma gospodarskega prava (GZS, Navigator izvoza 2007).
Možni so tudi drugi, dogovorni načini.

Shema prodajne pogodbe:

- pogodbene stranke (firma, naslov, navedba zastopnikov oziroma pooblaščenec),
- predmet pogodbe (opis blaga, tehnični podatki),
- cena, dospelost in način plačila,
- čas, kraj in način izročitve,
- embalaža, prevoz blaga, zavarovanje,
- priskrba dokumentov,
- prehod rizika,
- ugotavljanje kakovosti in količine in postopek uveljavljanja napak (reklamacije),
- garancije prodajalca,
- posledice neizpolnitve pogodbe (pogodbena kazen, zamudne obresti ...), možnosti razveze in spremembe pogodbe,
- druge pogodbene sestavine (oblika, reševanje sporov, jezik, začetek veljavnosti ...),
- podpisi pooblaščenec in datum.

Praktični nasveti pri sklepanju pogodb

- Priporočam aktivno sodelovanje komercialistov pri sklepanju pogodb. To ni le delo pravnega oddelka. Od vas je odvisno, kakšen tekst pogodbe bo sprejet. Vi poznate kupca, vi imate izkušnje in na osnovi tega skušajte oblikovati tekst. Pravniki vam je pri tem le v pomoč.
- Pogodbeni izdelek natančno specificirajte. Točno se mora vedeti, za kakšen izdelek, za kakšno blago gre. Po navadi so za tuje kupce izdelki prilagojeni: jezikovna verzija, posebna izvedba. Vse te zahteve morajo biti s strani kupca jasno dorečene in priporočljivo je, da si pridobite njegovo pisno potrditev.
- Uvozne licence, dovoljenja in ostala dokumentacija za izvoz. Skoraj v vsaki državi, skoraj za vsako blago, je potrebna določena dokumentacija, atesti, poročilo o laboratorijskih testih, razna potrdila različnih ministrstev (Certifikat o preizkušanju Instituta za varovanje zdravja za kozmetične izdelke, interni certifikati). Ni nujno, da vaš partner te zahteve pozna, zato ga opozorite, da preveri, kaj vse je potrebno. Zahtevano dokumentacijo v pogodbi specificirajte, navedite, kdo jo priskrbi in na čigave stroške.
- Vključujemo dokumentacijo po evropskih merilih. Če blago ustreza evropskim standardom, potem to tudi navedimo v pogodbi in navedimo tudi standard, kateremu ustrezajo izdelki.
- Pri načinu plačila z akreditivom, bančno garancijo ali inkasom je priporočljivo v pogodbi točno navesti, kateri dokumenti morajo biti predloženi, pri kateri banki naj se akreditiv odpre, kakšen naj bo, do kdaj ipd. Sami predlagajte take dokumente, ki so običajni in ki jih lahko priskrbite: faktura, prevozna listina, specifikacija, potrdilo o izvoru blaga. Včasih lahko pride do zapletov, ker kupec kot akreditivni dokument navede kak »eksotični« dokument, ki je drag, ki ga ne moremo pridobiti v Sloveniji, za katerega je potreben določen čas itd. (npr. Dunaj – Egiptovska trgovinska

zbornica). Preden pridemo do takega dokumenta, lahko poteče veljavnost akreditiva in imamo dodaten neljubi zaplet.

- Glede na zakonodajo EU:
 - je potrebno preveriti, ali je vaš partner v EU identifikacijski zavezanec za davek na dodano vrednost ali ne, in v pogodbo vnesti, da partner odgovarja za škodo, ki bi nastala zaradi dajanja napačnih podatkov;
 - se prepričati, ali imata blago enako tarifirano, da je številka carinske nomenklature enaka;
 - ali oba enako razumeta uporabljeno klavzulo Incoterms.
- Reševanje reklamacij: naj bo natančno dogovorjena procedura, da ne bi prihajalo do zlorab, nepotrebnih sporov.
- Pri uporabi Dunajske konvencije, ki je splošno priporočljiva, bodimo pozorni na dodatke, odstopanja, ki bi jih želel uveljavljati naš partner, na primer: Dunajska konvencija velja, **razen** v členih ... Izjeme običajno niso v našo korist.
- Prav je, da je v pogodbi predviden uradni jezik, način razdrtja pogodbe, reševanje sporov. Pri reševanju sporov lahko uporabimo tudi mediacijo ali arbitražo.

Povzetek

Bistvo pogajanj je v tem, da si stranke želijo doseči sporazum, ki bo koristen za obe strani. Pogajanja ne izgubljajo pomena kljub poplavi informacij, elektronski pošti, telefonom. V zunanjetrgovinskem poslovanju se srečujemo s tujimi kulturnimi okolji, ki jih je dobro poznati in se jim delno prilagoditi.

Pri pogajanjih, poslovnih srečanjih poteka več aktivnosti: **priprava, sama pogajanja in analiza** doseženega. Dobra priprava je osnova za uspeh, pri pripravi je vloga tržnika zelo pomembna. Na pogajanja se pripravimo tako, da določimo jasen cilj, oborožimo se s podatki o stranki, izluščimo argumente, določimo pogajalce in protokol. Med pogajanja se potrudimo za spodbuden začetek, aktivno poslušamo, smo prepričani o tem, kar govorimo, imamo zbrano dokumentacijo, smo potrpežljivi in vljudni, modro navajamo argumente in ne sklepamo posla pod prisilo. Analiziramo doseženo, da ne bi ponavljali istih napak.

Že v fazi pogajanj moramo poznati strukturo pogodbe in vprašanja, ki jih je treba doreči. Prodajna pogodba je najbolj razširjena oblika pogodbe in tudi najbolj raznolika. Pravna definicija: **s prodajno pogodbo se prodajalec zavezuje, da bo stvar, ki jo prodaja, izročil kupcu tako, da bo ta na njej pridobil lastninsko pravico, kupec pa se zavezuje, da bo prodajalcu plačal kupnino.**

Pravni okvir: Obligacijski zakonik, Dunajska konvencija, prevozne klavzule Incoterms in mednarodni poslovni običaji.

Bistveni sestavini prodajne pogodbe sta predmet in cena. Nebistvene oz. neobvezne sestavine so določbe, ki govorijo o izročitvi blaga, kraju, načinu in času plačila, pakiranju, prevozu, zavarovanju, ugotavljanju kakovosti in količine blaga, reklamacijah idr.

Vprašanja za ponavljanje

1. Zakaj so pogajanja pomembna?

2. Katere so temeljne značilnosti pogajanj?
3. Zakaj je potrebno upoštevati vlogo različnih kultur v pogajanjih?
4. Zakaj je faza priprave pogajanj pomembna?
5. Kako se pripravimo na pogajanja?
6. Kako se obnašamo med pogajanja in kakšne so lastnosti dobrega pogajalca?
7. Kakšni so pravni viri mednarodne pogodbe?
8. Kateri so bistveni elementi prodajne pogodbe?
9. Shema prodajne pogodbe!

Vpliv različnih kultur, pripravo pogajanj, primere obdelamo na vajah!

10 ZUNANJETRGOVINSKA POLITIKA, CARINA IN CARINSKI SISTEM V EU

Namen poglavja:

- spoznati vlogo zunanjetrgovinske politike,
- razumeti skupno zunanjetrgovinsko politiko EU,
- spoznati osnove delovanja carinskega sistema EU:
 - pomen in uporabo carinske tarife,
 - poreklo blaga,
 - davek na dodano vrednost pri zunanjetrgovinskih poslih.

10.1 UVOD

Cilj vsake države, vsakega gospodarskega področja je, da se čim hitreje razvija, da se večja rast domačega bruto proizvoda in s tem blaginja državljanov. Vse to je v tesni zvezi z rastjo mednarodnega poslovanja. V smislu doseganja ugodnejših rezultatov želi država na eni strani pospeševati mednarodno trgovino in hkrati zaščititi domače gospodarstvo pred vplivi, ki bi mu lahko škodovali. To nalogo opravlja zunanjetrgovinska politika z izbiro instrumentov – ukrepov za pospeševanje mednarodnega poslovanja in s protekcionističnimi ukrepi za zaščito svojega gospodarstva.

10.2 POMEN ZUNANJETRGOVINSKE POLITIKE EU

Odprta in pravična mednarodna trgovina je ključni element evropske konkurence.

EU kot največja gospodarska integracija z enotnim trgom je pomemben dejavnik na svetovnem trgu. Ima 7 % svetovnega prebivalstva in predstavlja eno petino svetovnega izvoza in uvoza ter je največja investitorica v tujini. To ji zagotavlja vodilno vlogo pri pogajanjih v okviru Svetovne trgovinske organizacije. Prizadeva si za pravično trgovanje in iskanje priložnosti, ki jih prinaša globalizacija.

Zunanjetrgovinska politika EU je skupna in se neposredno izvaja v vseh državah članicah. Cilji skupne zunanjetrgovinske politike so zaščititi gospodarske interese EU in zagotavljati takšna pravila globalizacije, ki bodo sprejemljiva za vse udeležence svetovne trgovine. Države članice aktivno sodelujejo pri oblikovanju skupne zunanjetrgovinske politike (SZTP) in zastopajo interese svojega gospodarstva.³

Skupna trgovinska politika pomeni, da velja na celotnem področju EU, temelji na enotnih načelih in pravilih glede tretjih držav nečlanic tako glede ukrepov liberalizacije trgovine kakor tudi glede carinskih stopenj in drugih zaščitnih ukrepov. *To pomeni, da se bo na primer Rusija kot nečlanica EU, če kupuje ali prodaja iz/v EU, srečala z istimi zunanjetrgovinskimi*

³ Oglejte si spletne strani www.gzs.si, www.izvoznookno.si/mednarodno_trgovanje, Bela knjiga o trgovini in investicijah, avgust 2007.

ukrepi ne glede na to, ali posluje s Slovenijo, Avstrijo, Nemčijo ali katerokoli drugo članico EU.



Za izvajanje SZTP EU uporablja različne ukrepe, kot so na primer (http://www.izvoznookno.si/mednarodno_trgovanje, Bela knjiga o trgovini in investicijah 2007):

- trgovinski sporazumi,
- ukrepi trgovinske zaščite (protidampinški ukrepi in izravnalni ukrepi),
- količinske omejitve,
- carinske opustitve,
- splošni sistem preferencialov,
- nadzor izvoza blaga z dvojno rabo,
- zavarovanje in financiranje mednarodnih gospodarskih poslov,
- prepoved uvoza, nadzor nad izvozom blaga, ki bi se lahko uporabilo za namene nečloveškega ravnanja, idr.

Trgovinski sporazumi pospešujejo mednarodno poslovanje. EU jih ima celo vrsto, sklenjeni so bili z različnimi razlogi, na primer za sodelovanje sosedih, za stabilnost, trajnejši gospodarski razvoj, za vstop na nove trge. Sporazumi so več kot le trgovinski, EU jih sklepa skrbno, dolgoročno. Različni sporazumi so sklenjeni tako z evropskimi državami, v okviru Evro-mediteranskega partnerstva kot tudi z državami Južne Amerike, Afrike, Karibskih držav. Poleg teh so tudi sporazumi o carinski uniji (s Turčijo, Andoro in San Marinom) za industrijske in del kmetijskih izdelkov.⁴

Sporazume o prosti trgovini EU lahko razdelimo:

- z evropskimi državami,
 - kamor spada tudi stabilizacijsko-pridružitveni s Hrvaško, Makedonijo in Albanijo⁵,
 - o Evropskem gospodarskem prostoru z Norveško, Lihtenštajnom, Islandijo
 - o prosti trgovini s Švico in
 - o prosti trgovini s Ferskimi otoki (Danska).
- v okviru Evro-mediteranskega partnerstva,
- o carinski uniji,
- sporazumi z drugimi deli sveta.

Slovenija je bila že pred vstopom v EU zelo naklonjena sklepanju trgovinskih sporazumov, ker je življenjsko odvisna od mednarodnega poslovanja. Približno 85 % blagovne menjave je

⁴ Spisek sporazumov si oglejte na spletni strani www.izvoznookno.si, analize, Bela knjiga o trgovini in investicijah, avgust 2007.

⁵ V aprilu 2008 je bil podpisani tudi začasni stabilizacijski sporazum s Srbijo.

bilo pokrite s sporazumi o prosti trgovini, med drugim tudi s Hrvaško, Makedonijo in BIH. Tem sporazumom se je morala odpovedati ob vstopu v EU.

Ob vstopu so torej prenehali veljati vsi bilateralni trgovinski sporazumi, ki jih je imela Slovenija (npr. med Slovenijo in CEFTA, EFTA, baltskimi državami, Hrvaško, BIH, Makedonijo, Izraelom, Turčijo). Hkrati za Slovenijo sedaj tako kot za vse članice EU veljajo trgovinski sporazumi, ki jih je sprejela EU.

Ukrepi trgovinske zaščite so naperjeni proti nepošteni trgovinski praksi in so dovoljeni v okviru Svetovne trgovinske organizacije. Nanašajo se predvsem na občutljiva področja kemije, jekla, tekstila in elektronike. Izvajajo se s protidampinškimi, izravnalnimi in zaščitnimi ukrepi. Protidampinških ukrepov je največ, to so dajatve, ki odpravljajo škodljive posledice uvoza po dampinških cenah. Izravnalni ukrepi odpravljajo oz. nevtralizirajo razne državne subvencije, ki so jih deležni izvozniki v EU. Zaščitni ukrepi so zelo redki in se uporabljajo v izjemnem primeru motenj na trgu.

Količinske omejitve ali kvote so protekcionistični ukrep, ki po pravilih STO ni dovoljen, razen izjemoma. EU jih uporablja za jeklo in tekstil.

Carinske opustitve omogočajo delno ali popolno oprostitev plačila carin za vso ali le del uvožene količine. Opustitve so predlagane premišljeno, če bi koristile gospodarstvu EU, da se poživi določena dejavnost in da ne ogroža konkurenčnosti. Opustitve se uvedejo za razne surovine, polizdelke, sestavne dele, ki se ne proizvajajo v EU.

Splošni sistem preferencialov pomeni ugodnosti za države v razvoju. Uveden je bil na pobudo UNCTAD, EU ga je uvedla prva že leta 1971. Vključuje 178 držav, ki so upravičene do ugodnejše carinske obravnave, z odpravo ali zmanjšanjem carin za več tisoč izdelkov.

Blago z dvojno rabo je npr. programska oprema, tehnologija, ki se lahko uporablja v civilne in vojaške namene. Za tako blago so izdelani natančni spiski in sistem, ki omogoča **nadzor** nad izvozom takega blaga.

Sistem zavarovanja in financiranja mednarodnih gospodarskih poslov, s katerim država preko svoje izvozno-kreditne agencije (v Sloveniji je to SID banka) spodbuja izvoz z zavarovanjem in ugodnejšim financiranjem. To poteka po mednarodno sprejetih pravilih v okviru OECD.

Prepoved uvoza in nadzor nad uvozom blaga, ki bi se lahko uporabilo za namene nečloveškega ravnanja, se nanaša na razno policijsko in varnostno opremo, ki lahko povzroča tveganje zlorabe in neupravičenih poškodb.

(Povzeto po http://www.izvoznookno.si/util/bin_mednarodno.php?id=2007101613152227)

10.3 CARINSKI SISTEM EU

Carinski sistem je bistveni sestavni del trgovinske politike, bistveni del pravnega reda, s katerim država ali integracija, kot je EU, ureja uvoz, izvoz in tranzit blaga. S carinskim sistemom država ali integracija praktično izvaja zunanjetrgovinsko politiko.

EU je visoko razvita integracija z enotnim notranjim trgom. Bistven pogoj za delovanje enotnega notranjega trga je, da je EU tudi carinska unija. Carinska unija je gospodarski

prostor s prostim, brezcarinskim pretokom blaga. Na enotnem trgu EU ni več notranjih gospodarskih meja med državami članicami, na zunanjih mejah pa so enotna pravila. Glavne značilnosti carinske unije so:

- ni carin in količinskih omejitev znotraj unije,
- uporaba skupne zunanje carinske tarife do tretjih držav.

Poleg tega se v EU prostotrgovinska območja (FTA) in ukrepi trgovinske politike določajo na ravni EU.

To nadalje pomeni, da nobena država članica ne more enostransko odločati o carinskih zadevah. Delovanje carinske unije je mogoče le z izvajanjem skupnih, enotnih pravil na zunanjih mejah EU. Republika Slovenija z vstopom v EU v celoti uporablja evropske predpise, ki urejajo delovanje carinske unije in ostale ukrepe skupne zunanjetrgovinske politike.

Trgovanje med državami članicami je prosto, to je promet znotraj skupnosti oz. intrakomunitarni promet.

Vrste prometa blaga v EU prikazuje slika 3.



Slika 3: Vrste prometa v EU

- **Uvoz** iz nečlanic.
- **Izvoz** v države nečlanice.
- **INTRAKOMUNITARNI PROMET:**
 - odpreme (dobave) skupnostnega blaga članicam EU (dosedanji izvoz v EU) in
 - pridobitve (prejemi) skupnostnega blaga iz članic EU (dosedanji uvoz iz EU).

Statistični podatki za spremljanje blagovne menjave v EU se zbirajo po dveh metodologijah:

- **Intrastat** – statistika blagovne menjave za intrakomunitarni promet med državami članicami EU in
- **Extrastat** – statistika blagovne menjave – izvoza in uvoza – s tretjimi državami nečlanicami.

Podatki za Intrastat se zbirajo neposredno od podjetij. Poročajo podjetja, ki presežejo vključitveni prag – ta je trenutno 200.000 EUR. Statistični obrazec za poročanje je narejen po vzoru carinske deklaracije, v bistvu je poenostavljena carinska deklaracija in vsebuje najpomembnejše podatke za statistiko. Podatki za Extrastat se zbirajo direktno iz carinskih deklaracij.

Naštetim vrstam prometa ustreza tudi **carinski status blaga** v EU, ki je **skupnostno** (domače) ali **neskupnostno** (carinsko) blago.

Pravni viri carinskega prava EU:

- Carinski zakonik (Uredba Sveta 2913/92 z dne 12. 10. 1992),
- Uredba komisije za izvajanje zakonika (2454/93 z dne 12. julija 1993),
- Carinska tarifa EU (uporaba TARIC-a),
- mednarodni sporazumi,
- uredbe Sveta,
- uredbe Komisije.

10.4 NALOGE CARINSKE SLUŽBE

Dobro delovanje evropskega enotnega trga je odvisno tudi od dobrega dela 150.000 carinikov iz vseh držav članic. Tudi slovenski cariniki (Seminar: Priprave na področju carinskega sistema za vstop v EU 2003) igrajo vlogo vratarjev. Kontrolirajo namreč uvoz izdelkov iz tretjih držav preko skupne zunanje meje, pobirajo carinske dajatve, davek in trošarine in varujejo interese in koristi EU.

Naloge carinske službe **opravlja Carinska uprava RS**, ki je v pristojnosti Ministrstva za finance. Carinsko upravo sestavljajo carinski organi: *Generalni carinski urad, carinski uradi za posamezno območje in carinske izpostave*. Generalni carinski urad, poleg ostalih nalog, skrbi za izvajanje predpisov EU in sodeluje z organi EU.

Glavne naloge carinske službe so:

- **opravljanje carinskega in trošarinskega nadzora**,
- pobiranje uvoznih in izvoznih dajatev (vključno s prisilno izterjavo),
- preprečevanje in odkrivanje carinskih in trošarinskih prekrškov,
- zbiranje statističnih podatkov o blagovni menjavi med državami članicami EU,
- izvajanje predpisov EU in sodelovanje z organi EU,
- kontrola vnosa, iznosa in tranzita blaga, za katero so predpisani posebni ukrepi zaradi interesov varovanja zdravja in življenja ljudi, rastlin in živali, varstva okolja, varovanja nacionalnih vrednot arheološkega, zgodovinskega ali umetniškega pomena,
- nadzor nad prijavo vnosa in iznosa domačih in tujih plačilnih sredstev.

(Povzeto po Zakonu o carinski službi, dostopno na <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=200457&stevilka=2667>).

10.5 CARINSKI ZAKONIK EU

Carinski zakonik je osnovni carinski zakon, ki določa zakonske okvire carinskega postopka, prilagojenega hitrejšemu pretoku blaga čez meje Skupnosti ob istočasnem upoštevanju zahtev po preprečevanju zlorab v carinskem postopku. Poglejmo si nekaj definicij iz zakonika.

Carinsko območje Skupnosti je območje držav članic z izjemo tretjih ozemelj (Ferskih otokov, Ceute in Melile ...) in vkjučno z ozemlji izven EU (Monako, San Marino).

Carinski status blaga. Blago je lahko **skupnostno** (prej smo rekli domače blago) ali **neskupnostno** (carinsko) blago.

Skupnostno blago je:

- v celoti pridobljeno v EU,
- uvoženo v eni od držav članic in sproščeno v prost promet,
- blago, izdelano iz teh dveh.

Vse ostalo blago je **neskupnostno** – carinsko blago. Neskupnostno blago je pod carinskim nadzorom od trenutka vnosa na carinsko območje do predložitve blaga carinskemu organu ali pooblaščenemu prejemniku.

Carinski dolg je obveznost osebe, da plača znesek uvoznih ali izvoznih dajatev, **carinski dolžnik** pa je oseba, ki je odgovorna za plačilo tega dolga.

Uvozna ali izvozna dajatev so

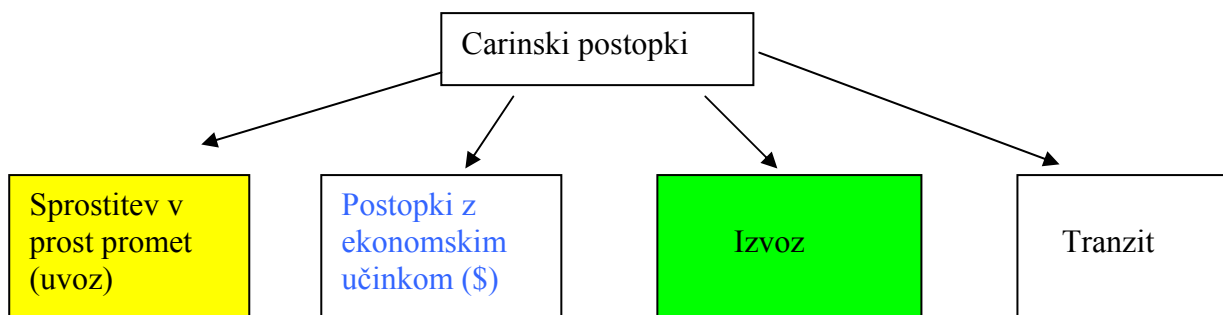
- carina in druge dajatve, ki se plačujejo ob uvozu,
- posebne dajatve, ki se plačujejo pri uvozu kmetijskih proizvodov in živil.

Carinsko dovoljena raba oz. uporaba:

- predložitve blaga v **carinski postopek**,
- vnos blaga v prostocarinsko cono,
- ponoven izvoz blaga iz carinskega območja,
- uničenje pod carinskim nadzorom,
- prepustitev blaga carinskim organom v prosto razpolaganje oz. odstop blaga državnim blagajni.

Carinski postopek je lahko:

Vrste carinskih postopkov prikazuje slika št. 4:



Slika št. 4: Osnovne vrste carinskih postopkov

- Sprostitev blaga v prost promet (ali kot smo mu rekli uvoz) je zelo pogost carinski postopek, pri katerem uvoženo neskupnostno blago postane skupnostno; to pomeni, da je za blago predložena carinska deklaracija in da so plačane vse uvozne dajatve; po končanem postopku je blago sproščeno v prost promet,
- Izvoz blaga; izpolnitev izvoznih formalnosti pomeni, da je za izvoz blaga potrebno vložiti deklaracijo, ki mora vsebovati predpisane podatke na predpisan način; izvozna deklaracija ima namreč več funkcij; omogoča izvedbo carinskega postopka in služi za davčne in statistične namene Extrastat.
- Tranzitni postopek predvideva le formalnosti pri carinskem uradu odhoda in pri namembnem uradu.

Ločimo:

- tranzit skupnosti, ki poteka znotraj držav članic EU za neskupnostno (carinsko) blago; postopek se konča z enim od carinskih postopkov;
 - skupni tranzitni postopek, ki poleg EU vključuje države EFTE (vključuje še Švico Norveško in Islandijo), ki omogoča enostavnejše gibanje skupnostnega (domačega) blaga tudi preko ozemelj EFTE, npr. prevoz blaga Skupnosti iz Slovenije v Grčijo ali preko Švice v Francijo; gre za ohranitev statusa skupnostnega blaga, kar pomeni, da ob prečkanju tretjega ozemlja blago ne izgubi statusa skupnostnega blaga in ni potrebno plačati carin.
- Carinski postopki z ekonomskim učinkom: omogočajo deklarantu izkoriščanje različnih ugodnosti, npr. odlog plačila carine, povračilo plačane carine, delno plačane carine, oprostitev plačila carine in plačilo carine po končani proizvodnji oz. po določenem času. Posamezne postopke dovoli carinski organ z odločbo, ki je izdana tehtno, da ne bi bila povzročena škoda proizvajalcem v EU oz. da ne bi bila na škodo konkurenčnosti. V novem carinskem zakoniku bodo postopki z ekonomskih učinkom še poenostavljeni, združeni. Pred vstopom v EU so se slovenska podjetja precej posluževala teh postopkov, v EU pa je »domači« trg razširjen in za to ti postopki niso več tako pogosti.
1. **Carinsko skladišče.** Tu se skladišči blago, ne da bi bilo zavezano plačilu carine ali bilo pod drugimi ukrepi carinske politike. Za zavarovanje obveznosti carinski organ praviloma zahteva ustrezen instrument zavarovanja. Carinsko skladišče je lahko katerikoli prostor, ki ga odobri carinski organ in je pod carinskim nadzorom. Npr. japonski avtomobili so v carinskem skladišču v Sloveniji, carino in druge dajatve plačamo šele, ko avtomobil zapusti skladišče.
 2. **Aktivno oplemenitenje – uvoz blaga za proizvodnjo za izvoz.** Postopek uvoza zaradi proizvodnje za izvoz omogoča, da se uvoženo blago, ki je zavezano plačilu carine, uvozi brez carine, ali da se vrne že plačana carina pod pogojem, da se iz tega blaga pridobljeni proizvodi ponovno izvozijo. Ob uvozu morajo biti izpolnjeni t. i. gospodarski pogoji. To pomeni, da tak postopek uvoza izboljšuje pogoje za izvoz in da tak uvoz ne prizadene interesa proizvajalcev Skupnosti. Npr. uvažamo cink za baterije, ki jih potem izvozimo. Za cink ne plačamo uvoznih dajatev.
 3. **Predelava pod carinskim nadzorom.** Postopek omogoča, da se uvoženo blago predela, spremeni njegovo stanje ali oblika, ob uvozu pa ni potrebno plačati carine in drugih dajatev. **Carino plačamo šele ob sprostitvi pridobljenih proizvodov v prost promet.** Carinski dolg se pri tem obračuna po stopnji, ki velja za pridobljene proizvode. Npr. uvažamo stare stroje, ki jih predelamo v rezervne dele, carino in druge

dajatve plačamo po končani predelavi za rezervne dele, kar je ugodneje, kot če bi dajatve plačali za stroje.

4. **Začasni uvoz.** Po postopku začasnega uvoza se lahko uvozi blago zaradičasne rabe na carinskem območju Skupnosti in je namenjeno ponovnemu izvozu v enakem stanju, razen normalnih sprememb zaradi rabe. Rok vračila blaga v tujino mora biti vedno določen in je lahko največ dve leti. Blago v začasnem uvozu je lahko popolnoma ali delno oproščeno plačila carine in dajatev. Npr. začasno uvozimo izdelke, ki jih bomo razstavili na sejmu in jih potem vrnil.
5. **Pasivno oplemenitenje** upravičencu dovoljuje, da skupnostno blago začasno izvozi, da bi bilo oplemeniteno in da se tako oplemeniteno blago z delno ali popolno oprostitvijo plačila carine sprost v prost promet. Oplemenitenje pomeni npr. obdelavo, predelavo, popravilo. Popolno oprostitev carine lahko upravičenec uveljavlja samo, če je predmet oplemenitenja popravilo, izvršeno brezplačno ali v garancijski dobi. Npr. konfekcijo damo šivati po naših navodilih v neko tretjo državo, ob uvozu oplemenitenega blaga oz. izdelanih oblek v EU se plača carina le za oplemenitenje.

Carinska deklaracija je dejanje, s katerim oseba na predpisan način izrazi namen, da se za blago začne določen carinski postopek. Dokument je enotna upravna listina – EUL.

Carinski deklarant je oseba, ki vložil carinskemu organu carinsko deklaracijo v svojem imenu ali oseba, v imenu katere je oddana deklaracija.

Imetnik dovoljenja je oseba, ki ji je bilo dano dovoljenje za poenostavljene carinske postopke.

Carinski zavezanec je oseba za račun katere je bila carinska deklaracija vložena.

Zastopanje pred carinskimi organi:

- neposredno, tj. zastopanje v imenu in za račun pooblastitelja, kjer zastopnik nastopa v tujem imenu in za tuj račun in
- posredno, kjer zastopnik nastopa v svojem imenu za račun pooblastitelja.

Blago s poreklom

Plačilo uvoznih dajatev ali določitev carinske stopnje je lahko odvisno od porekla blaga. Blago s poreklom iz določene države je blago, ki je v celoti pridobljeno v tej državi ali zadosti predelano blago.

Carinska vrednost je vrednost blaga, ki služi kot osnova za obračun carine po stopnjah iz carinske tarife.

Carinska vrednost pri uvozu je transakcijska – fakturna vrednost blaga, od te vrednosti se plačujejo uvozne dajatve. Predpostavlja se, da je fakturna vrednost poštena, realna, da kupec in prodajalec nimata kakšnih »špekulativnih« dogovorov glede cene, ki bi vodili v plačevanje neupravičeno manjših dajatev. Zato je razumljivo, da so cene povezanih podjetij pri mednarodnih transakcijah pogosto pod drobnogledom.

Če carinske vrednosti ni mogoče ugotoviti, ker sta kupec in prodajalec medsebojno povezana, pri brezplačnih pošiljkah itd., se carinska vrednost določi za blago enake kvalitete ali enakih

lastnosti. Uporabijo se t.i. pravila o enakem blagu. (Carinski zakonik EU, dostopno na <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?ur>)

10.6 CARINSKA TARIFA

Carinska tarifa je »cenik« za plačevanje carin. (Kenda, 2001). V carinski tarifi so zbrani vsi ukrepi trgovinske politike za posamezno blago in za posamezno državo, področje.

Carinska tarifa vsebuje tarifne številke z opisom blaga, carinsko stopnjo za izračun carine in drugih dajatev in vse ugodnosti iz sporazumov, vse enostransko sprejete ugodnosti in druge ukrepe trgovinske politike.

10.6.1 Tarifne številke – razvrščanje blaga

Blago mora biti smiselno razdeljeno, razvrščeno po določenih principih in sistemu. Do leta 1950 je vsaka država uporabljala svojo klasifikacijo, kar je postajalo ovira za hiter razvoj zunanje trgovine. Svet za carinsko sodelovanje je leta 1983 izdelal **Harmonizirano nomenklaturu** za potrebe vseh uporabnikov v mednarodni menjavi. S tem naj bi se

- olajšal potek mednarodne menjave,
- omogočilo enotno zbiranje in obdelava statističnih podatkov,
- omogočilo enostavnejše in poenoteno razvrščanje blaga v državi izvoza in uvoza.

Blago je razvrščeno v logično celoto in nomenklatura obsega nad 5000 vrst blaga, od katerih ima vsaka vrsta **šestmestno številčno oznako** in tekstualni opis blaga.

Kombinirana nomenklatura za potrebe statistike EU dodaja šestmestni številčni oznaki še dve mesti za natančnejšo razvrstitev blaga. Kombinirana nomenklatura je bila v Sloveniji v uporabi že pred vstopom v EU.

10.6.2 Integrirana tarifa Evropske unije

Vlogo carinske tarife V EU opravlja **TARIC**. V sistemu **TARIC** (**T**arif **I**ntégré de la **C**ommunauté) so zbrani vsi ukrepi za posamezno blago, za vsako državo oz. področje ob uvozu ali izvozu. V praksi je TARIC je elektronska zbirka podatkov, ki se dnevno osvežuje in v elektronski obliki posreduje nacionalnim carinskim upravam. Tiskana verzija je praktično neuporabna.



[Nomenklatura](#)
[Uvoz/Izvoz](#)
[Meursing](#)
[Uredbe](#)
[Protidamping/Izravnalne dajatve](#)
[Računsko-kontrolni modul](#)

[Stanje po kvotah](#)
[Lista blokiranih kvot](#)
[Lista izčrpanih kvot](#)
[Lista ponovno odprtih kvot](#)

Slika 5: TARIC v slovenskem jeziku – prva stran
Vir: <http://taric-curs.gov.si/taric>.

S TARIC-om upravlja Evropska komisija – Generalna direkcija za davke in carine.

Vsebina TARIC-a

a) Nomenklatura blaga

Osnova TARIC-a je kombinirana nomenklatura, ki vsebuje približno 10.000 postavk na nivoju 8-mestne tarifne oznake. TARIC vsebuje poleg tega še dodatnih 18.000 poddelitev, kodiranih z dodatnima dvema ali štirimi mesti.

b) Opis blaga, kjer je opisano za kakšno blago gre.

c) Dodatna TARIC-podštevilka ima še 4 mesta, ki dopolnjuje TARIC-kodo z različnimi dodatnimi ukrepi.

d) Nomenklatura za izvozna nadomestila – izvozniki nekaterih kmetijskih proizvodov lahko zahtevajo izvozna nadomestila.

e) Geografsko področje, za katerega velja ukrep. Geografsko področje je lahko država, skupina držav ali regija.

f) Ukrepi kot npr.

- carinske stopnje:
 - o za tretje države,

- preferencialne carinske stopnje,
- ukinitvev carine,
- tarifne kvote,
- protidampinške in protisubvencijske dajatve itd.

g) Opombe, ki dodatno pojasnjujejo posamezno navedbo.

h) Zakonodaja: ob vsakem ukrepu je navedena št. predpisa Evropskega sveta ali Evropske komisije.

i) Certifikati – informacija o eventualno potrebnem posebnem certifikatu za uvoz.

Vsaka država določi vsaj en centralni carinski urad za kvote. Naloga tega urada je, da zbira zahteve in jih dnevno posreduje po elektronski poti v Bruselj.

10.7 POREKLO BLAGA

Klasični protekcionistični ukrepi oz. klasične metode urejanja mednarodne trgovine se zmanjšujejo ali odpravljajo. Države si še vedno hočejo zadržati pravico posredovanja zaradi zaščite svojega gospodarstva, zato uvajajo vse bolj prefinjene metode. V ta namen se uporabljajo posodobljena pravila o poreklu blaga.

Poreklo blaga je orodje (orožje) (Seminar: Priprave na področju carinskega sistema za vstop v EU 2003), s katerim države najbolj prefinjeno in učinkovito izvajajo ukrepe trgovinske politike.

10.7.1 Poreklo blaga v EU

EU si je zgradila svoj splet pravil o poreklu, ki ga je ob vstopu prevzela tudi Slovenija. Slovenija je že od leta 1995 pravila o poreklu gradila tako, da je ščitila svoje interese in hkrati izpolnjevala zahtevo po harmonizaciji z EU.

Pravila o poreklu niso nekaj statičnega, ampak se ves čas spreminjajo. Zelo pomembno je, da poznamo osnovna načela, poti uveljavljanja sprememb in način in obliko objave predpisov v zvezi s poreklom.

Poreklo blaga in pravila o poreklu blaga služijo za:

1. uporabo carinske tarife in preferencialnih carinskih stopenj,
2. uporabo drugih ukrepov trgovinske politike za posamezno blago (količinske omejitve, protidampinški ukrepi),
3. izdajanje potrdil o poreklu blaga,
4. ugotavljanje porekla v zvezi z različnimi zakonskimi področji (nacionalna pravila o označevanju porekla izdelkov, javna naročila, resolucije Varnostnega sveta ZN v zvezi z embargom zoper določene države, uredbe o prepovedi uvoza živali iz določenih držav zaradi zaščite zdravja potrošnikov idr.).

Evropska zakonodaja loči:

- nepreferencialno poreklo, to so pravila o poreklu, ki niso povezana s carinskimi ugodnostmi,
- preferencialno poreklo, to so pravila o poreklu, ki so povezana s carinskimi ugodnostmi; ugodnosti lahko izhajajo iz medsebojnih, mednarodnih pogodb ali pa so določena enostransko s strani EU.

10.7.2 Preferencialno poreklo EU

1. Panevropsko poreklo pomeni enotna pravila o poreklu za vse pristopnice – podpisnice in priznavanje ugodnosti druga drugi, kar je zelo poenostavilo in spodbudilo gospodarsko sodelovanje v Evropi. Prav poreklo blaga je dalo zalet območju proste trgovine. Pravila o poreklu blaga so v državah, ki so vključene v sporazume, enaka. To pomeni, da lahko na (panevropskem) območju brez omejitev nabavljamo materiale in tja prodajamo. Takšna prosta trgovina je mogoča le s proizvodi, ki imajo status blaga s poreklom v skladu z enotnimi evropskimi predpisi.

**Spomnimo se, da smo pri trgovinskih ukrepih najprej omenili trgovinske sporazume o prosti trgovini, ki jih ima EU veliko. Pravila o poreklu blaga so del teh sporazumov.*

Panevropska kumulacija porekla velja za:

- a) EEA – European Economic Area, ki zajema EU in EFTA (Islandija, Norveška in Liechtenstein) brez Švice,
 - b) Švico,
 - c) dodatno so v ta sistem vključeni še Turčija, San Marino in Andora,
 - d) Kot rečeno, so vsi ti sporazumi med seboj povezani z enotnimi pravili o poreklu, ki dovoljuje diagonalno kumulacijo porekla.
1. EU je sklenila tudi stabilizacijsko-pridružitveni sporazum s Hrvaško, Makedonijo in Albanijo s posebnimi pravili o poreklu, ki pa so zelo podobna panevropskim.
 2. EU ima sklenjene sporazume s sredozemskimi državami: Alžirija, Tunizija, Maroko, Izrael, Palestina, Egipt, Jordanija, Libanon, Sirija in Turčija. Pravila niso popolnoma identična, ampak se odvija proces poenotenja.
 3. Posebni sporazumi EU z Južno Afriko, Mehiko in Čilom – pravila posebna za vsako državo.
 4. EU enostransko priznava carinske ugodnosti prekomorskim deželam in teritorijem (OCT), državam Afrike, Karibov in Pacifika (ACP) s programom EBA (Everything but Arms Initiative).
 5. Enostranske uredbe EU za zahodnobalkanske države (Albanija, BIH, Srbija in Črna gora).
 6. EU enostransko priznava DVR v okviru evropske sheme preferencialov (GSP – General Scheme of Preferences) ugodnosti pri uvozu. Sem spada 179 držav, tudi regionalne skupine, ki smo jih že omenili: ASEAN, CACM, Andska skupnost, SAARC.

V vseh navedenih preferencialnih sistemih je spoštovanje pravil o poreklu ključnega pomena za uživanje dogovorjenih carinskih ugodnosti. Kontrola izvajanja je v pristojnosti carinikov.

10.7.3 Nepreferencialno poreklo

Nepreferencialno poreklo je uvedeno, da se doseže enotna uporaba instrumentov komercialnih politik (npr. protidampinških ukrepov, nepreferencialnih količinskih omejitev, različnih zaščitnih ukrepov), za potrebe statistike in za označevanje blaga z napisom »Made in ...«.

Potrdila se imenujejo CERTIFICATE OF ORIGIN; izdajata jih Gospodarska in Trgovinska zbornica Slovenije.

10.7.4 Poreklo blaga v intrakomunitarnem prometu

Izjava o poreklu v intrakomunitarnem prometu služi za dokazovanje porekla v EU, običajno je to izjava, ki jo da dobavitelj blaga svojemu kupcu – izvozniku. Besedilo izjave je predpisano.

Kadar carinski organi želijo preveriti izjavo dobavitelja, pozovejo izvoznika, da od dobavitelja pridobi Informativno potrdilo INF 4. INF 4 izdajo carinski organi države, kjer je sedež dobavitelja. S tem potrdilom navedejo, ali je bila izjava dobavitelja točna ali ne. Carinski organi lahko zahtevajo kakršna koli dokazila in izvedejo preglede dobaviteljevih poslovnih knjig.

10.8 POENOSTAVITVE V CARINSKIH POSTOPKIH

Carinski zakonik omogoča uporabo poenostavitev v carinskih postopkih. Te poenostavitve so se pokazale kot posebna ugodnost za podjetja, ker omogočajo hitrejšo izvedbo carinskih postopkov in hitrejši prevzem blaga. Pristojni carinski organi lahko dovolijo naslednje poenostavitve.

- Sprejem nepopolne carinske deklaracije, ki omogoča, da deklarant naknadno po preteku določenega roka predloži vse potrebne dokumente za dopolnilno carinsko deklaracijo.
- Poenostavljen postopek prijavljanja na osnovi komercialnega dokumenta (npr. fakture) namesto EUL, kjer mora po preteku obračunskega obdobja deklarant vložiti dopolnilno carinsko deklaracijo.
- Prijavljanje blaga na osnovi hišnega carinjenja, ki omogoča imetniku dovoljenja, da blago uvede v postopek carinjenja v prostorih podjetja ali drugje, kjer mu to odobri carinski organ. Ob koncu obračunskega obdobja imetnik dovoljenja predloži dopolnilno carinsko deklaracijo.
- Status pooblaščenega prejemnika pomeni, da blaga, ki se prevaža v tranzitu, ni treba predložiti namembnemu carinskemu uradu.
- Status pooblaščenega pošiljatelja pa pomeni, da blaga, ki se prevaža v tranzitu, ni treba predložiti odhodnemu carinskemu uradu.

Dovoljenje za posamezno poenostavitev navaja postopke, ki se jih je treba držati pri posamezni poenostavitvi, zagotovljena mora biti učinkovita kontrola in spoštovanje predpisov, ki se nanašajo na določeno poenostavitev. Zaposleni morajo biti usposobljeni, da postopke pravilno izvajajo. (GZS, Navigator izvoza 2007.)

Poenostavitev omogoča imetniku prihranek časa in stroškov. Smiselno je, da ima podjetje, ki želi uporabljati poenostavitve, tudi pooblastilo za izdajo dokazil o poreklu blaga (pooblaščen izvoznik).

10.9 ZAKON O DAVKU NA DODANO VREDNOST

Davek na dodano vrednost je oblika obdavčevanja v EU. Ob uvozu se DDV plača, zato ga tudi omenjamo, izvoz pa je plačila DDV oproščen.

Trošarina ali akciza, ki se prav tako plačuje ob uvozu, pomeni posebno visok davek na določene potrošne proizvode, ki ga predpisuje država zaradi različnih namenov. Država želi zmanjšati porabo zdravju škodljivih proizvodov (alkohol in tobačni izdelki) ali pa zagotoviti proračunski priliv na najbolj učinkovit in preprost način. Trošarine so običajen, pomemben vir državnih dohodkov. Pri nas plačujemo trošarino od: alkohola in alkoholnih pijač, tobačnih izdelkov, mineralnih olj in plina in električne energije.

DDV se obračunava in plačuje od:

- i. prometa blaga in storitev, ki ga davčni zavezanec opravi na ozemlju Slovenije za plačilo,
- ii. **uvoza blaga v Skupnost**,
- iii. **pri pridobitvah blaga** od davčnega zavezanca iz druge države članice EU se DDV le obračuna (in ne plača) in to ob naslednjih pogojih:
 1. prodajalec je identificiran davčni zavezanec v državi članici,
 2. promet je opravljen za plačilo,
 3. blago je pridobljeno na ozemlju Slovenije,
 4. pridobitelj je identificiran davčni zavezanec.

Pridobitev pa ni predmet obdavčitve:

1. če je prodajalec mali davčni zavezanec,
2. če blago instalira ali sestavi dobavitelj ali druga oseba za njegov račun ali
3. če se uporabljajo pravila prodaje na daljavo.

Kraj obdavčitve

Upoštevanje načela namembne države.

- Pri prometu blaga ali storitev, ki ga opravi identificiran davčni zavezanec iz ene država članice identificiranemu davčnemu zavezancu v drugo državo članico, je kraj obdavčitve v državi, kjer je dejanski prejemnik storitve oz. blaga.

Načelo države porekla pa se uporablja:

- pri prodaji blaga končnemu potrošniku v državi porekla;
- pri dobavah blaga netipičnim davčnim zavezancem, ki se ne identificirajo z ID-številko;

- v primeru dobav končnim potrošnikom, vrednost dobav pa ne presega limita 35.000 evrov v Sloveniji.

Davčni zavezanci poročajo o dobavah blaga v EU vsake tri mesece Davčni upravi (DURS), ki podatke posreduje v skupni sistem za izmenjavo podatkov o dobavah znotraj EU – VIES (VAT Information Exchange System). Identifikacijske številke davčnih zavezancev, ki so navedene na dokumentih, se morajo ujemati s podatki VIES.

Nasvet

Ker je obračun in plačilo DDV vezano na to, ali sta partnerja identificirana zavezanca za DDV ali ne, moramo vedeti, ali je naš partner iz EU identificiran zavezanec za DDV ali ne.

Zato mora imeti vsak davčni zavezanec, ki opravlja takšne dobave, možnost, da hitro in zlahka preveri, ali so njegovi kupci v drugi državi članici davčni zavezanci in imajo veljavno identifikacijsko številko za DDV. V ta namen vsaka davčna uprava vzdržuje elektronsko bazo podatkov, ki vsebuje podatke o davčnih zavezancih za DDV. Taka informacija obsega identifikacijsko številko za DDV, datum izdaje, ime davčnega zavezanca, naslov davčnega zavezanca in, kjer je to upravičeno, tudi datum prenehanja veljavnosti identifikacijske številke za DDV. Podatke o davčnih zavezancih za DDV zbirajo nacionalne davčne uprave, pri nas DURS.

Glej spletno stran:

http://ec.europa.eu/taxation_customs/vies/vieshome.do?selectedLanguage=EN

V zadnjem času je veliko slišati tudi o davčnih utajah. Da bi se izognili eventualnim postopkom v zvezi s tem, lahko zaprosimo DURS (Davčno upravo RS) za potrdilo oz. za poizvedbo o tem, ali naš partner iz EU plačuje davke.

Povzetek

Zunanjetrgovinska politika ima nalogo, da s svojimi instrumenti pospešuje mednarodno trgovino in hkrati ščititi svoje gospodarstvo pred škodljivimi vplivi. EU ima skupno zunanjetrgovinsko politiko. Bistven pogoj za delovanje enotnega trga je bila vzpostavitev carinske unije.

Carinska unija pomeni, da

- ni carin in količinskih omejitev znotraj unije,
- se uporabljajo skupne zunanje carinske tarife do tretjih držav.

Poleg tega se v EU prostotrgovinska območja (FTA) in ukrepi trgovinske politike določajo na ravni EU. Tako je tudi Slovenija z vstopom v EU prevzela vse sporazume in ukrepe EU, prenehali so veljati bilateralni sporazumi.

Ukrepi SZTP (skupne zunanjetrgovinske politike) EU so trgovinski sporazumi, trgovinska zaščita s protidampinškimi in izravnalnimi ukrepi, količinske omejitve, carinske opustitve, splošni sistem preferencialov, nadzor izvoza blaga z dvojno rabo, zavarovanje in financiranje mednarodnih gospodarskih poslov idr.

Na **intrakomunitarnem trgu** se srečujemo z **odpremo in prejemom blaga** v ali iz Skupnosti, izvoz in uvoz pa sta vezana na tretje države nečlanice. Promet na notranjem trgu spremlja **Intrastat**, izvoz in uvoz pa **Extrastat**.

Za dobro delovanje enotnega trga skrbijo cariniki vseh 27 držav. Naloge carinske službe v Republiki Sloveniji opravlja **carinska uprava s carinskimi uradi in izpostavami**.

Najpogostejši carinsko postopki so sprostitev blaga v prost promet (uvoz), izvoz in carinski postopki z ekonomskim učinkom. Ti prinesejo imetnikom dovoljenj za te postopke določeno korist.

Carinska tarifa je cenik za plačevanje carin, kjer so poleg carinske stopnje zbrani tudi vsi drugi ukrepi trgovinske politike za posamezno blago in za posamezno državo oz. področje. V EU to nalogo opravlja TARIC.

Ugodnejša carinska obravnava je pogosto odvisna od **porekla blaga**. Poreklo blaga je orodje, s katerim države najbolj učinkovito izvajajo ukrepe zunanjetrgovinske politike. V EU veljajo enotna pravila o poreklu, ki poenostavljajo trgovanje ne le med članicami, ampak tudi širše – panevropska kumulacija. Poleg te ima EU tudi številne druge sporazume z državami ali regijami za medsebojno ugodno carinsko obravnavo.

Davek na dodano vrednost ima pri zunanjetrgovinskih poslih pomembno mesto, in sicer zato, ker se plačuje ob uvozu v Skupnost. Pri pridobitvah in dobavah iz/v Skupnosti se DDV ne plačuje, če sta partnerja davčna zavezanca. Zato moramo pridobiti podatke o naših partnerjih v smislu, ali so identificirani davčni zavezanci ali ne. Prav tako se DDV ne plačuje pri izvozu iz EU.

Vprašanja za ponavljanje

1. Kaj je naloga zunanjetrgovinske politike in kako jo opravlja?
2. Kako se zunanjetrgovinska politika izvaja v EU?
3. Kateri so ukrepi SZTP in kakšen je njihov namen?
4. Kaj je bil pogoj za delovanje enotnega trga?
5. Kakšne so glavne značilnosti carinske unije?
6. Ali sporazum o prosti trgovini med Slovenijo in Makedonijo velja? Obrazložite!
7. Kakšne so vrste prometa v EU?
8. Kaj pomeni Intrastat, prejem, odprema blaga, Extrastat?
9. Kakšne vrste blaga ločimo glede na carinski status v EU?
10. Naštejte carinske postopke!
11. Kaj pomeni sprostitev blaga v prost promet?
12. Kakšen je smisel carinskih postopkov z ekonomskim učinkom?
13. Opišite carinski postopek z ekonomskim učinkom!
14. Kaj je carinska deklaracija?
15. Kaj je carinska tarifa?
16. Kako je carinska tarifa urejena v EU, kje so zajeti vsi ukrepi carinske tarife v EU?
17. Kaj pomeni kombinirana nomenklatura carinske tarife?
18. Kaj je preferencialno poreklo?
19. Kaj pomeni panevropsko poreklo?
20. Kako ocenjujete sistem preferencialnega porekla EU? Katere sporazume poznate?
21. DDV – kaj je predmet obdavčitve?
 - a) uvoz blaga
 - b) izvoz blaga

22. DDV – kaj je predmet obdavčitve?

- a) pridobitev blaga – kdaj?
- b) dobava blaga – kdaj?

Vprašanja za razmišljanje

- 1. Kako ocenjujete ukrepe SZTP EU v smislu EU kot odprtega gospodarstva?
- 2. Kakšna je pri tem vloga preferencialnega porekla?

Na vajah pregledamo delovanje TARIC, obdelamo primere in vprašanja!

11 PLAČILNA TVEGANJA, ZAVAROVANJE PLAČIL IN MEDNARODNI PLAČILNI INSTRUMENTI

Namen poglavja:

- spoznati plačilna tveganja in načine, kako se jim izogniti,
- spoznati mednarodne plačilne instrumente,
- spoznati pomen bonitetnih podatkov,
- vloga Slovenske izvozne družbe,
- vloga bank,
- znati se odločiti za pravi plačilni instrument.

Posel je zaključen, ko je plačan.

Uspešnost izterjave je odvisna od dogovorjenega načina plačila, od volje in plačilne sposobnosti dolžnika. Način plačila dogovorimo s pogodbo. Kadar je blago plačano vnaprej ali takoj ob dobavi, s plačevanjem ni težav. Vendar je v praksi odloženo plačilo bolj običajno. Pri tem pa se lahko zaplete. V tem poglavju si bomo ogledali, kako se lahko tem zapletom izognemo.

Za podrobnejši študij priporočam dela dr. Falatova: Plačila v mednarodnem poslovanju, Dokumentarni akreditiv v mednarodnem poslovanju, Bančna garancija; Publikacije MTZ – Enotna pravila in običaji za dokumentarne akreditive, za inkaso.

11.1 PLAČILNA TVEGANJA

Plačilna tveganja razvrščamo v dve osnovni skupini:

- nekomercialna in
- komercialna tveganja.

11.1.1 Nekomercialna oz. politična tveganja

Značilna so predvsem za poslovanje z državami v razvoju, z nestabilnim političnim in gospodarskim položajem, nekonvertibilno valuto in deviznimi omejitvami. Nekomercialna tveganja se nanašajo na državo, na okolje. Nekomercialna tveganja so klasična in monetarna.

- Klasična nekomercialna tveganja so tveganja nacionalizacije, vojne, revolucije, upora, naravne katastrofe.
- Monetarna tveganja vključujejo:
 - prepoved plačil, ki je izrazit državni ukrep dolžnikove države, na katerega stranki nimata vpliva; v praksi se ta ukrep šteje kot višja sila (force majeure),
 - moratorij plačil, kar pomeni odlog plačila s strani zakonodajalce države dolžnika, brez soglasja upnika; tudi na ta ukrep stranke nimajo vpliva,
 - nezmožnost konverzije iz lokalne v konvertibilno valuto kot posledica deviznih restrikcij države,
 - valutna tveganja, ki nastajajo zaradi nihanja vrednosti posamezne valute.

11.1.2 Komerzialna tveganja

Pri komercialnih tveganjih gre predvsem za tveganje plačilne nesposobnosti tujega dolžnika (in ne države), zlasti v primerih, ko je nad njegovim premoženjem uveden stečajni postopek, postopek sodne poravnave, ali se ugotovi, da ni izgledov za poplačilo terjatve. (Falatov, 1999, 5 – 9)

11.2 ZAVAROVANJE PLAČIL

Kako lahko omilimo plačilna tveganja?

11.2.1 Boniteta

Plačilna sposobnost je eden od bistvenih podatkov, ki nam ga da bonitetno poročilo, zato se pozanimajmo za boniteto.

Pomembno je poznati partnerja, s katerim želimo poslovati, še posebej partnerja, s katerim želimo dolgoročno sodelovati. »Zaupati je dobro, diskretno preveriti še bolje«, navaja I d.o.o., ena od bonitetnih hiš, na svoji spletni strani (<http://www.idoo.si/>). Bonitetno poročilo je slika gospodarske zmožnosti podjetja – potencialnega partnerja in nam je v pomoč pri uspešnem sklepanju poslov.

Kako lahko pridemo do podatkov o boniteti?

Nič nenavadnega ni, če zaprosimo kupca, naj priskrbi finančne podatke kot npr. bilanco stanja, uspeha, izkaz denarnih tokov. Tuji kupci morajo biti pripravljeni na predložitev teh podatkov, ker morajo take podatke predložiti tudi za izposojanje denarja od svojih bank. Pomembno je preveriti, ali so dokumenti pravi.

Izvoznik lahko zaprosi tudi svojo banko, da stopi v stik s korespondenčno banko tujega kupca in tako pridobi ustrezne finančne in tržne informacije o podjetju.

Lahko uporabimo storitve neodvisnih raziskovalnih podjetij, ki imajo podatke za podjetja po vsem svetu. Te vire uporabljajo tudi banke. Največje mednarodno podjetje za oceno bonitete je Dun & Bradstreet, ki ima v svojih zbirkah podatke o boniteti za 80 milijonov podjetij. Zastopstvo ima tudi v Sloveniji – I d.o.o., kjer lahko dobimo podatke z vsega sveta. Boniteto lahko naročimo tudi prek GZS Infolink ali pri SID Banki, AJ PES in drugih. V Sloveniji imajo zastopstvo tudi druge bonitetne hiše kot npr. Intercredit in Creditreform.

Bonitetno poročilo običajno vsebuje naslednje podatke:

- pravna oblika podjetja (d. o. o., d. d. ...),
- kdaj je bilo podjetje ustanovljeno,
- družbeniki in njihovi deleži,
- osnovni kapital,
- direktor,
- dejavnost družbe, sedež, pomembnejši kupci, pomembnejši dobavitelji,
- število zaposlenih,
- letni promet za nekaj let,
- bilančni podatki,

- plačevanje – plačilna disciplina,
- kreditna ocena, praviloma je podana tudi ocena o rejtingu podjetja v obliki nekega bonitetnega indeksa.

11.2.2 Prodaja na odprt račun

Plačilno tveganje je pri plačilih na odprt račun največje, vendar je v praksi ta način precej pogost. Prodajalec zaupa v plačilno sposobnost in disciplino kupca, država kupca je ekonomsko in politično stabilna.

Prodajalec odpremi blago in izroči dokumente ter izgubi možnost razpolaganja z blagom. Kupec lahko zavlačuje s plačilom, del ali celotno vrednost kupnine želi pobotati s svojo protiterjatvijo, možne pa so tudi špekulativne reklamacije z namenom naknadnega znižanja cene.

11.2.3 Zavarovanje terjatev

Pri prodaji na odprt račun komercialna in nekomercialna tveganja lahko zavarujemo v okviru izvoznih kreditnih agencij. V veliko državah so namreč ustanovljene posebne institucije za promocijo izvoza – izvozne kreditne agencije, kjer je vlada vselej vsaj delno udeležena v lastništvu. Dejavnost je različno široka, od zavarovanja plačila do kreditiranja prodajalca ali kupca, odkup terjatev ipd. Take institucije so npr. slovenska SID banka, francoska COFACE, angleška ECGD ali nemški Hermes, ameriška Exim Bank, japonski Jexim itd. Kriteriji zavarovanja morajo biti usklajeni z načeli OECD, da ne bi preveč vplivali na konkurenčnost izvoznikov.

Osnovno poslanstvo **SID – Slovenska izvozna in razvojna banka, d. d.** (bivša Slovenska izvozna družba) je zagotavljanje čim večje varnosti pri internacionalizaciji za slovenska podjetja. Ponuja širok spekter storitev za spodbujanje konkurenčnosti v mednarodnem gospodarskem sodelovanju in pomeni dopnilo slovenskemu finančnemu trgu na zunanjetrgovinskem področju. Ponudba zajema:

- zavarovanje zunanjetrgovinskih terjatev, kreditov, investicij,
- financiranje mednarodnih gospodarskih poslov,
- izdajanje garancij,
- bonitete in druge kreditne informacije,
- pravno in poslovno svetovanje,
- pomoč pri izterjavi dolgov in
- faktoring.

(povzeto po spletni strani SID Banke, dostopno na <http://www.sid.si/sidslo.nsf>).

SID krije terjatev do višine določenega odstotka, ki je naveden v pogodbi in ki je odvisen od bonitete in predvsem od države, v kateri je kupec. SID je glede na tveganje razdelila države v šest razredov od A do F. A so najbolj stabilne, F pa najbolj rizične.

11.2.4 Prodaja s pridržkom lastninske pravice na blagu

Pri prodaji na odprt račun skušamo terjatev zavarovati s pridržkom lastninske pravice. To pomeni, da prodajalec ostane lastnik blaga, čeprav je blago izročil kupcu, dokler blago ni plačano.

Zelo pomembno je, da je pridržek lastninske pravice **javno overjen pri notarju**, samo tako lahko učinkuje v primeru stečaja kupca, kar je velika praktična prednost pridržka lastninske pravice. (Falatov, 1999, 9–14)

(Besedilo za uveljavljanje pridržka lastninske pravice je objavljeno na spletni strani <http://www.sid.si>.)

11.3 VLOGA BANK V MEDNARODNEM PLAČILNEM PROMETU

Poleg kreditne, naložbene funkcije imajo banke pomembno vlogo tudi v mednarodnem plačilnem prometu.

Banka Slovenije je centralna banka Slovenije. Je banka bank in nadzorni organ bančnega sistema. Edini komitent so ministrstva in druge vladne institucije, medtem ko s fizičnimi in pravnimi osebami ne posluje. Po prevzemu Evra v Sloveniji so njene pristojnosti manjše, posluje v skladu z določili statuta evropske centralne banke. Denarna politika EU je skupna, le izvaja se v vsaki državi članici evroobmočja. Poleg izvajanja denarne politike in soupravljanja z uradnimi deviznimi rezervami držav članic EU, je ena od glavnih nalog podpirati nemoteno delovanje plačilnih sistemov.

Plačilni promet s tujino opravljajo banke, ki za to pridobijo dovoljenje Banke Slovenije. Banka Slovenije predpiše pogoje in način opravljanja plačilnega prometa s tujino, ki ga morajo banke uporabljati in poročati o transakcijah. Tako zbrani podatki so potrebni centralni banki za izdelavo plačilne bilance, za spremljanje stanja terjatev in obveznosti. Banka, ki posluje v mednarodnem prostoru, naveže stike s tujimi bankami, ima svojo korespondenčno bančno mrežo.

Plačila se izvajajo prek plačilnega sistema, katerega cilj je, da svojim uporabnikom omogoča varno in pravočasno izvrševanje plačil.

V EU je vzpostavljeno več plačilnih sistemov. Sistem **TARGET** (trans European automated real-time gross settlement express transfer system) je sistem za medbančni prenos sredstev v evrih v EU. Namenjen je vzpodbujanju plačilnega prometa v okviru EU. Njegova prednost je nizka cena, visoka varnost in kratek čas izvedbe znotraj dneva.

Banka Slovenije je vključena tudi v sistem **STEP 2** za avtomatiziranje manjših plačil do 12.500 EUR. To je panevropski plačilni sistem.


Uvaja se enotni plačilni sistem **SEPA** (single euro payments area), ki zajema države evroobmočja, druge članice EU in EFTE (Švica, Liechtenstein, Norveška, Islandija). S poenotenimi plačilnimi instrumenti se plačila v domači državi ne bodo v ničemer razlikovala od plačil na območju SEPA.

SWIFT (Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication) je komunikacijska podlaga za večino plačilnih sistemov, vključeno je več kot 6700 bank v 200 državah sveta.

Plačila v tujino se izvršujejo z mednarodnimi plačilnimi instrumenti.

11.4 MEDNARODNI PLAČILNI INŠTRUMENTI

Vedeti moramo, da je potrebno pri izbiri ustreznega plačilnega instrumenta v zunanji trgovini upoštevati tudi razlike v pravnih sistemih in v poslovni praksi v posamezni državi.

 Pri izbiri mednarodnega plačilnega instrumenta in izpeljavi plačil v mednarodnem poslovanju sodelujte tudi z banko, upoštevajte njen nasvet, priporočila in izkušnje.

11.4.1 Nakazilo

Nakazilo predstavlja hkrati najbolj enostaven in tudi najbolj pogosto uporabljen način plačila med partnerjema. Ločimo nostro (uvozni) in loro (izvozni) nakazilo. Pri nakazilu gre za enostaven prenos sredstev z računa kupca oziroma plačnika na račun dobavitelja. Ta način plačila predpostavlja visoko stopnjo zaupanja med pogodbenima strankama. Prodajalec nima zagotovila, da bo kupec dejansko plačal, saj lahko zaradi različnih razlogov ustavi plačilo (nezadovoljstvo z blagom, nova, boljša ponudba, likvidnostne težave) ali pa se plačilu skuša izogniti.

Nalog za plačilo v tujino morajo podpisati pooblaščen osebe, na računu mora biti ustrezno kritje in plačani morajo biti bančni stroški.

Kljub temu da nakazilo ne pomeni varnosti za prodajalca, se ta način veliko uporablja, predvsem pri pogodbenih partnerjih, ki se poznajo in si zaupajo.

11.4.2 Ček

Ček je vrednostni papir, s katerim trasant (izdajatelj – komitent) daje banki nepogojni nalog, da iz njegovega kritja plača čekovnemu upravičencu (remitentu) določeno vsoto. Ček je plačilni instrument, ki predpostavlja, da gre za takojšnje plačilo.

Da lahko govorimo o čeku, mora ta vsebovati:

- oznako, da je ček,
- nepogojno nalog, naj se plača določena vsota iz trasantovega kritja,
- ime tistega, ki naj plača (trasat),
- kraj, kjer je treba plačati,
- dan in kraj izdaje čeka,
- navedba izdajatelja čeka (trasanta).

Nekatere vrste čekov

- Gotovinski ček vsebuje nalog za izplačilo določenega zneska v gotovini.
- Prenosni ček – z njim da izdajatelj nalog banki, da z njegovega računa prenese denar na račun remitenta.
- Obračunski ček vsebuje klavzulo »samo za obračun«, ki prepoveduje gotovinsko izplačilo.
- Bariran ček ima dve diagonalni črti in je unovčljiv samo pri določeni banki.

Izvoznik pogosto prejme plačilo od tujega kupca s čekom. Kupec s tem prihrani čas, ker je njegov račun obremenjen šele, ko pride ček na unovčenje v njegovo banko. V takem primeru je še posebej pomembno, da poznamo boniteto.

Ček urejata Ženevska konvencija, na kateri temelji tudi naš zakon o čeku, in anglosaški pravni sistem. (Falatov, 1999, 89–100).

11.4.3 Menica

Kot navaja Falatov (1999, 41–88), je **menica klasičen instrument zavarovanja plačila**, s katero se pogosto srečujemo tudi pri drugih vrstah plačila, npr. pri poslu inkasa, pri akreditivu, pri raznih vrstah kredita, pri forfetiranju. Menica (kakor tudi ček) je cirkulacijski vrednosti papir. V praksi manj poznamo posebnosti tega vrednostnega papirja.

Menica je po svoji definiciji obligacijski vrednostni papir, ki pomeni enostavno izjavo prevzemanja ali nalaganja obveznosti plačila. Da lahko govorimo o menici, moramo imeti izjavo, ki obljublja plačilo (lastna menica), ali izjavo, ki nekomu nalaga plačilo določenega zneska (trasirana menica). Poleg tega mora vsebovati še izraz »menica« (v jeziku, v katerem je izdana).

Je orderski vrednosti papir, ki se prenaša z indosamentom.

Funkcije menice:

- plačilno sredstvo, ko jo kupec da prodajalcu;
- jamstvo (zavarovanje obveznosti dolžnika),
- kreditna funkcija (pri nakupu blaga na kredit).

Prodajalec lahko menico tudi proda banki. Banka jo eskontira, od meničnega zneska odbije provizijo, stroške, obresti od dneva eskonta do dneva zapadlosti menice.

Menično pravo je razdeljeno v dva velika sistema:

- kontinentalno – evropsko pravo, ki je povzelo Ženevsko konvencijo o menici v svoje zakonodaje, in
- anglosaško menično pravo.

Vrste menice po našem (evropskem) pravu

- **Trasirana menica** (gezogener Wechsel, Bill of Exchange) – ta je najpomembnejša. Izdajatelj menice (trasant) pozove meničnega dolžnika (trasata), da ob dospelosti plača menični znesek upniku (remitentu).
 - o **Trasirana lastna menica**, kjer je izdajatelj menice tudi glavni menični dolžnik.
 - o **Trasirana menica po lastni odredbi** (an die Order eigene, to the order of our own), kjer je izdajatelj menice tudi menični upnik. Slovenski izvoznik, ki izvaža blago na kredit, menico običajno formulira tako. Pojavlja se kot izdajatelj menice in istočasno kot menični upnik.

- **Lastna menica** (eigener Wechsel, Promissory Note), kjer plačnik (trasat) ni posebej označen, izdajatelj menice (trasant) nastopa v vlogi glavnega meničnega dolžnika, trasata.

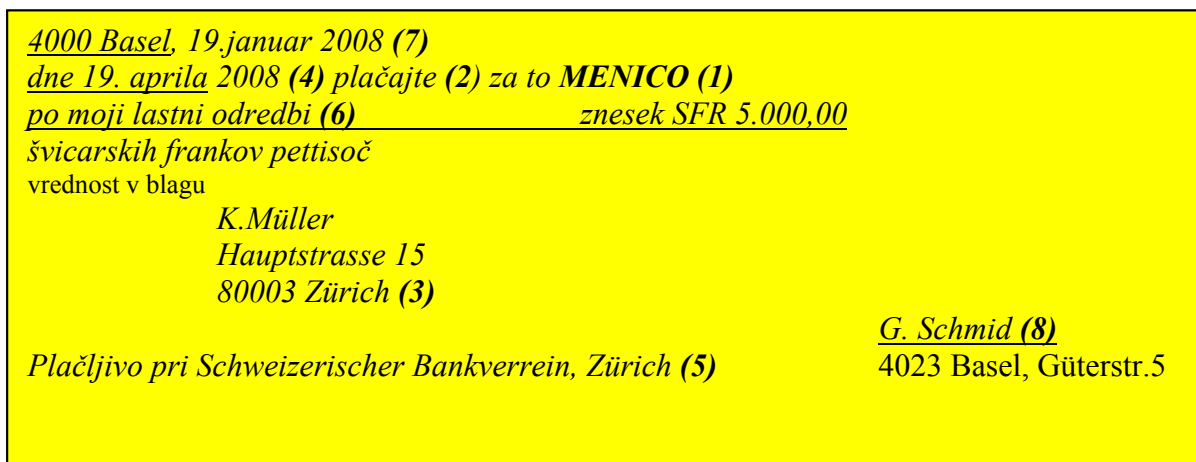
P.S. Pri uvoznih poslih, kjer je uvoznik dolžnik, so menice običajno lastne menice ali lastne trasirane menice.

- (**Bianko menica** kot posebno vrsta nepopolne menice – kot instrument zavarovanja plačila v internem prometu.)

Trasirana menica ima osem predpisanih sestavin:

1. označba, da gre za menico, napisana z besedo v jeziku, v katerem je sestavljena (der Wechsel, cambiale, lettre de change, Bill of Exchange),
2. nepogojni nalog – poziv, naj se plača določen znesek denarja, ta mora biti napisan s številko in besedo,
3. ime tistega, ki naj plača (trasat),
4. navedba dospelosti, npr. na vpogled, na določen čas po vpogledu, na določen čas od dneva izdaje, na določen dan,
5. kraj plačila,
6. ime tistega, ki mu je treba plačati, oz. tistega, po čigar odredbi je treba plačati (remitent),
7. navedba dneva in kraja izdaje menice,
8. podpis tistega, ki je menico izdal (trasant).

Na sliki št. 6 vidimo primer menice s predpisanimi sestavinami.



Slika št. 6 primer menice s predpisanimi sestavinami

Vir: Falatov, 1999, str.47

(Glavna) menična dejanja so:

- Izdaja menice. Šteje se, da je gospodarska družba, ki je pravna oseba, tudi menično pravno sposobna za izdajo menice.
- Akcept menice je izjava plačnika (trasata), da sprejema plačilo meničnega dolga. Na menico napiše sprejemam, akceptiram. Menični upnik menico lahko
 1. predloži v plačilo ob dospelosti, uporabi kot inštrument plačila, tako da jo indosira svojemu upniku,

2. da v eskont banki,
 3. uporabi kot inštrument zavarovanja plačila za odobren kredit.
- Prenos menice pomeni prenos menične terjatve od enega upnika na drugega. Prenša se z indosamentom (običajno) ali z odstopom ali cesijo.
 - Aval – menično poroštvo pomeni, da avalist prevzema solidarno obvezo za plačilo menice ob dospelosti. (Avalist je dobri stric!)
 - Plačilo menice ob dospelosti.
 - Regres menice, če menica ob dospelosti ni bila plačana ali če je bila plačana le delno. To pomeni, da menični upnik zahteva poplačilo dolga.
 - Protest menice je javna listina, ki se napravi pri pristojnem organu (sodišče, notar). Ta listina potrjuje, da menica ni bila akceptirana, plačana. Protest je pogoj za uveljavljanje regresa.
 - Amortizacija menice je poseben sodni postopek, s katerim se razveljavi menica, ki je izgubljena, uničena ali ukradena.
 - Ugovor meničnega dolžnika nasproti upniku. To je možno pri menici (trasirana menica po lastni odredbi), ki se pri izvozu, kot smo navedli, uporablja zelo pogosto. Ker sta udeleženca na menici le dva (izvoznik in kupec), je ugovor iz osnovnega posla možen. Če pa menica zakroži, je indosirana, je dana v eskont banki, pa taki ugovori niso možni, takrat menica postane abstraktna.

11.4.4 Dokumentarni inkaso

Inkaso je plačilni instrument, ki se v mednarodni trgovini precej uporablja med partnerji, ki se poznajo in si zaupajo. Kupec zaupa, da bo prodajalec dobavil, kot je dogovorjeno v pogodbi, prodajalec pozna plačilno disciplino in finančno stanje kupca.

Pri inkasu je **vloga banke posredniška. Obveznosti banke za plačilo ni.** Banke niso dolžne pregledovati dokumentov, ki jih pošiljajo v inkaso.

Poznamo dve glavni različici inkasa:

- **D/P**, dokumenti proti plačilu ali documents against payment, kar pomeni gotovinsko plačilo ob predložitvi pogodbenih dokumentov,
- **D/A**, dokumenti proti meničnemu akceptu ali documents against acceptance, kar pomeni izročitev dokumentov na podlagi akcepta menice s strani kupca. To tudi pomeni odloženo plačilo oz. kreditiranje kupca, v transakcijo je vključena menica kot kreditni inštrument.

Ločimo loro in nostro inkaso.

Tveganja pri inkaso poslu za kupca in prodajalca

Prodajalec tvega, da bo blago, ki ga je odpremil, obležalo pri kupčevem špediterju, dokumenti pa v kupčevi banki, ker kupec dokumentov ne more ali noče odkupiti. V skrajnem primeru prodajalec nosi stroške transporta, skladiščenja, zavarovanja blaga.

Kupec je dolžan odkupiti dokumente, ne da bi prej ugotavljal kakovost in količino blaga. Če dokumentov ne odkupi, nosi vse posledice dolžniške zamude. (Kritna prodaja pomeni, da je prodajalec prisiljen prodati drugemu kupcu in za negativno razliko v kupnini bremeni kupca.) Potem, ko je dokumente plačal, blago prevzame in ga lahko reklamira, ne more pa se izogniti plačilu.

Enotna pravila za inkaso so objavljena v publikaciji MTZ 522, ki se uporabljajo le, če so stranke na njihovo uporabo izrecno pristale. So torej dispozitivne narave. (Falatov, 1999, 19-40)

11.4.5 Bančna garancija

Razvoj mednarodnega poslovanja kaže, da ni večje ali resne poslovne transakcije, v katere ne bi bile vključene banke s svojimi garancijami. Bančna garancija pomeni **visoko jamstvo za prodajalca**. Za kupca je to zelo drag **način zavarovanja** in pogostosto prav zaradi tega nedosegljiv za finančno šibka podjetja.

Bančna garancija je pravni posel, s katerim **banka prevzema obvezo, da bo prejemniku garancije poravnala obveznost, ki je tretja oseba ob zapadlosti ne bo izpolnila**, pri čemer pa morajo biti izpolnjeni garancijski pogoji.

Značilnosti bančne garancije

- Pomeni **brezpogojno obveznost banke**, ki ni vezana na osnovni posel med pogodbenima strankama iz pogodbe. Za plačilo je dovolj, da upravičenec pozove za plačilo glavnega dolžnika, ta pa svoje obveznosti ne izpolni. Brezpogojnost je v teksta garancije označena: na prvi poziv.
- Je **nepreklicna** v roku veljavnosti, kar mora biti tudi navedeno v tekstu garancije.
- **Vedno je izplačana v denarju**.
- Nanaša se na **bodoči riziko**, to pomeni, da je garancija izplačana le, če osnovni dolžnik po garanciji svoje obveznosti ne izpolni. Povedano enostavneje, če gre vse v redu, bančna garancija ni izplačana.

Garancije **morajo biti pisne**. V garanciji morajo biti navedeni:

- naročnik garancije (kupec – uvoznik),
- upravičenec garancije (prodajalec),
- garant (banka),
- navedba osnovnega posla,
- znesek,
- rok veljavnosti in
- pogoji, pod katerimi se zahteva plačilo.

Kvaliteta garancije je odvisna od »kvalitete« banke. Če dvomimo v banko garanta, lahko garancijo potrdi oz. da kontra garancijo tudi naša banka. V tem primeru naša banka nastopa kot porok za banko garanta.

V zakonu je bančna garancija skopo urejena, zato se je toliko bolj izoblikovala praksa oz. pravila.

Banke oblikujejo besedilo za vsakega naročnika posebej, vendar so oblikovana tipična besedila – obrazci za nekatere tipične situacije, npr. garancija za plačilo, garancija za vračilo avansa, garancija za udeležbo na licitaciji, garancija za dobro izvršitev posla.

Poleg **plačilne garancije**, s katero kupec garantira plačilo prodajalcu, nastopajo tudi druge **vrste garancij**.

- Ponudbena garancija (bid bond, tenderska garancija) je garancija za resnost ponudbe. Če bi bil ponudnik izbran, pa pogodbe ne bi hotel skleniti, se garancija unovči.
- Garancija za vračilo avansa se izda pri investicijskih projektih, pri prodaji blaga na kredit. Je garancija, ki zavaruje pred tveganjem nevrčila avansa v primeru neizvršitve ali slabe izvršitve posla.
- Garancija za dobro izvršitev posla zagotavlja plačilo upravičencu, če nasprotna stran svojih pogodbenih del ne bi izvršila. V bistvu gre za povračilo škode, penale.
- Garancija za odpravo napak, s katero ima kupec možnost hitrega plačila odškodnine, če prodajalec ne odpravi napak.

Za banko je izdajanje garancij zanimivo zaradi zaslužka in zaradi uveljavljanja, nastopanja na trgu. Banke ne dajejo garancij brez dodatnega zavarovanja, tudi z zastavno pravico na nepremičninah.

Po izkušnjah strokovnjakov NLB so garancije vedno bolj pogoste, tudi za države članice EU. Strah pred stečajem velja tudi za zahodna podjetja. Garancije se uporabljajo za dolgoročne posle, v nasprotju z akreditivom, ki se bolj uporablja za kratkoročne oz. enkratne posle.

Enotna pravila za garancije na prvi poziv – Publikacija ICC, št. 458.

11.4.6 Dokumentarni akreditiv

Dokumentarni akreditiv sodi med najpomembnejše in najbolj varne instrumente mednarodnega plačilnega prometa. Varuje kupca in prodajalca. Prodajalcu jamči plačilo, kupcu jamči, da bo dobil blago. Pri akreditivu so interesi kupca in prodajalca uravnoveženi. **Akreditiv je najbolj zanesljiv, varen način plačila.**

Dokumentarni akreditiv je dogovor, kjer je akreditivna/uvoznikova banka dolžna plačati upravičencu iz akreditiva akreditivni znesek proti predložitvi predpisanih dokumentov in pod pogojem, da so dokumenti skladni z navedbami akreditiva. Banka s svojim ugledom zagotavlja, da bo kupec plačal kupnino kupcu šele takrat, ko bo imela banka kot njegov pooblaščenec v posesti dokumente, ki dokazujejo, da je prodajalec pravočasno in pravilno izpolnil svojo obveznost. (Falatov, 1998, 11.)

Nasvet: Kadar se dogovarjamo za plačilo z dokumentarnim akreditivom, moramo v plačilni klavzuli zelo natančno določiti, do kdaj mora biti odprt akreditiv, preko katere banke, kakšen akreditiv, katere dokumente je treba predložiti. S tem se izognemo kasnejšim zapletom.

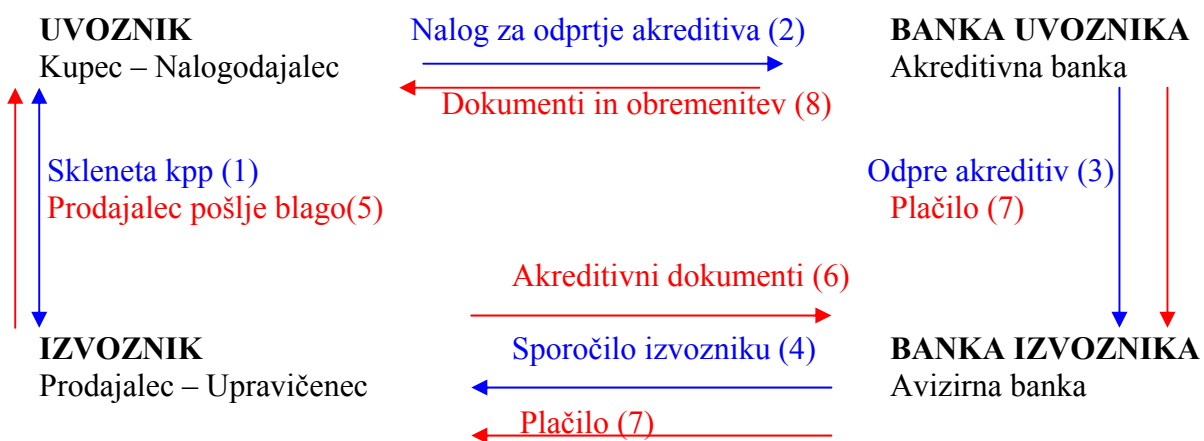
11.4.6.1 Potek akreditivnega posla

V akreditivnem poslu običajno nastopajo štirje udeleženci:

- nalogodajalec, to je kupec oz. uvoznik,
- akreditivna banka, ki odpre akreditiv po nalogu uvoznika,
- obvestilna banka (izvoznikova, avizirna ali nominirana banka), preko katere akreditivna banka obvešča izvoznika, da je akreditiv odprt,
- upravičenec akreditiva – izvoznik, ki dobavi blago, predloži dokumente in črpa akreditiv.

Izvoznik in uvoznik skleneta kupoprodajno pogodbo, kjer v plačilni klavzuli dogovorita plačilo z akreditivom. Uvoznik da svoji banki pisni nalog za odprtje dokumentarnega akreditiva in ji da tudi ustrezno kritje. Akreditivna (uvoznikova) banka odpre akreditiv v dobro upravičenca (izvoznika) in o tem obvesti sporočilno (avizirno, izvoznikovo) banko. Avizirna/izvoznikova banka sporoči izvozniku, da je akreditiv odprt. Izvoznik (upravičenec) odpremi blago in predloži zahtevane dokumente svoji (sporočilni, avizirni) banki, ki jih pošlje akreditivni (uvoznikovi) banki. Akreditivna banka plača akreditiv, če so dokumenti pravilni in če so izpolnjeni vsi pogoji in roki akreditiva. Akreditivne dokumente preda nalogodajalcu (uvozniku).

Potek akreditivnega posla prikazuje slika št. 7



Slika št. 7 Potek akreditivnega posla

11.4.6.2 Načela akreditivnega prava

- Načelo inkorporacije pomeni, da mora biti v akreditivu jasno zapisano, po katerih pravilih se akreditiv presoja. V večini (ali skoraj vedno) se uporabljajo Enotna pravila in običaji za akreditivno poslovanje, ki jih izdaja Mednarodna trgovinska zbornica. Trenutno je v veljavi Revizija 2007, ki velja od 1. 7. 2007 dalje.
- Načelo, da stranke poslujejo z dokumenti in ne z blagom. To pomeni, da veljajo le dokumenti in ne osnovni posel. Banke se ukvarjajo samo z dokumenti in jih ne zanima, kakšen je osnovni posel. Banka, ki prejme dokumente, je dolžna ugotoviti, ali so prejeti vsi dokumenti in ali so vsi dokumenti pravilni.

- Načelo ločenosti akreditivnega posla od osnovnega posla pomeni, da je akreditivna obveza banke samostojna obveza, ki je odvisna le od izpolnitve rokov in obvez, ki izhajajo iz akreditiva.
- Načelo strogosti bančnega pregleda akreditivnih dokumentov, ki pomeni, da so banke dolžne pregledati dokumente z razumno skrbnostjo.

11.4.6.3 Plačilne klavzule v akreditivih

V akreditivih so naslednje plačilne klavzule:

- na vpogled – takoj (v razumnem roku sedem delovnih dni) po predložitvi pravih dokumentov,
- z odloženim rokom plačila – določeno število dni po predložitvi dokumentov,
- z akceptom menice, ki je lahko izstavljena na sporočilno banko, potrdilno banko ali akreditivno banko, ne sme pa biti na nalogodajalca (akcept menice pomeni odloženo plačilo – kreditiranje uvoznika),
- z negociranjem, pri čemer lahko sporočilna ali potrdilna banka odkupi dokumente ali akreditivno menico pred dospelostjo.

11.4.6.4 Vrste akreditivov

Preklicni in nepreklicni

Z novo revizijo Enotnih pravil so vsi akreditivi nepreklicni. Nepreklicni akreditiv je vsak akreditiv in pomeni nepreklicno plačilno obveznost akreditivne banke. Ne more se spremeniti niti preklicati brez dogovora med nalogodajalcem, upravičencem in akreditivno banko.

Nepotrjen in potrjen akreditiv

Če upravičenec akreditiva dvomi v kakovost akreditivne banke, v politično in gospodarsko stabilnost države, akreditiv lahko potrdi še njegova banka. S tem se izogne tveganju ekonomskega okolja.

Banka, ki potrdi akreditiv, prevzame solidarno z akreditivno banko obveznost, da bo akreditiv izplačala, če se bo to od nje zahtevalo.

Prenosni akreditiv

Akreditiv je prenosen, kadar je izrecno navedeno, da je prenosen (*This credit is transferable*). Prenosni akreditiv je akreditiv, kjer lahko prvi upravičenec zahteva od banke, da akreditiv v celoti ali delno prenese na razpolago drugemu upravičencu.

Uporablja se, kadar prvi upravičenec sam ne dobavlja blaga, ampak je le posrednik, organizator posla med proizvajalcem in kupcem. Posrednik nima dovolj denarja, da bi plačal prodajalcu, ne želi pa, da bi kupec izvedel za dejanskega dobavitelja. Prvi upravičenec lahko akreditiv spremeni, npr. zniža akreditivni znesek, skrajša rok veljavnosti, ne more pa spremeniti vrste in količine blaga.

Akreditiv se lahko prenese le enkrat.

Podakreditiv

Podakreditiv se uporablja prav tako pri poslih posredovanja, kadar se akreditiv ne da prenašati. Podakreditiv se odpre na podlagi glavnega akreditiva. Pravno gledano sta glavni in podakreditiv ločena. Za odprtje podakreditiva mora naročnik položiti določeno zavarovanje, kar mu pri prenosnem akreditivu ni treba. Tveganja za posrednika so pri podakreditivu še večja.

Obnovljivi (rotativni, revolving) akreditiv

Obnovljivi akreditiv se po novih pravilih ne ureja več. Uporablja se, ko kupoprodajna pogodba predvideva več pošiljk v določenem časovnem razdobju. Namesto da bi kupec odprl akreditiv na ves pogodbeni znesek ali več posamičnih akreditivov za posamezne pošiljke, lahko kupec odpre en obnovljivi akreditiv.

Standby akreditiv

V ameriški praksi so se razvili standby akreditivi, ki zamenjujejo bančne garancije na prvi poziv. Ameriške banke ne izdajajo garancij, zato ameriška podjetja niso mogla sodelovati pri mednarodnih poslih, kjer se je zahtevala bančna garancija kot oblika zavarovanja. Tako se je oblikoval standby akreditiv, ki je tudi urejen po Enotnih pravilih MTZ.

O standby akreditivu govorimo, kadar se banka po nalogu naročnika akreditiva obveže izplačati določen denarni znesek upravičencu akreditiva v primeru, če naročnik akreditiva ne izpolni svojih obveznosti.

Po vsebini je to garancija. Upravičenec lahko unovči akreditiv, kadar naročnik standby akreditiva ne izvrši svoje obveznosti iz temeljnega posla.

Razlika med navadnim, dokumentarnim in standby akreditivom je v tem, da se dokumentarni akreditiv črpa po izvršeni pogodbeni obveznosti, pri standby akreditivu pa le v primeru, ko naročnik akreditiva obveznosti iz temeljnega posla ni izvršil.

Standby akreditiv se hitro izplača, dovolj je enostavna izjava, da pogodbeni stranka ni izpolnila svojih obveznosti.

Kot rečeno, so Enotna pravila in običaji za dokumentarne akreditive (EPODA) v publikaciji Mednarodne trgovinske zbornice revidirani in veljajo od julija 2007.

11.4.7 Faktoring (factoring)

Na tem mestu omenjamo tudi faktoring in forfeiting, ki nista mednarodna plačilna inštrumenta. V mednarodni praksi izvozniki uporabljajo tudi ta dva načina poplačila svojih terjatev do upnikov.

Podjetja se pogosto soočajo z likvidnostnimi težavami, ki onemogočajo optimalno poslovanje na kratek rok. Faktoring omogoča podjetju, da odstopi svoje kratkoročne terjatve faktorju v zameno za izplačilo večjega dela vrednosti terjatve. Razliko med knjigovodsko vrednostjo terjatve in izplačano vrednostjo, ki jo dobi podjetje upnik, predstavlja provizija faktoring organizacije oz. nadomestilo faktorju za prevzem terjatev. Velikost provizije je odvisna od likvidnosti terjatev in finančnega stanja dolžnika. Za slabe plačnike bodo vsekakor provizije večje.

Pogodba o faktoringu pomeni, da bo faktoring organizacija prevzete terjatve skušala izterjati na svoj račun in na lastno tveganje, v zameno za odstopljene terjatve pa bo prvotnemu upniku izplačala del izterjane vrednosti. Predmet faktoringa so praviloma kratkoročne terjatve z rokom zapadlosti, ki ni daljši od 150 dni (običajno od 30 do 120 dni).

Faktoring hiše širijo svojo ponudbo na celotno upravljanje s terjatvami, na vodenje poslovnih knjig, opominjanje in terjanje namesto klientov.

Forfeiting

Gre prav tako za odkup terjatev enako kot pri faktoringu, le da gre tu za manj likvidne, srednjeročne terjatve z rokom zapadlosti, daljšim od 150 dni. Delež provizije je višji, delež izplačanih terjatev pa manjši.

Povzetek

Posel je zaključen, ko je plačan. Plačilni zapleti nastajajo predvsem pri odloženih plačilih, ki so v praksi običajna. **Plačilna tveganja** so nekomercialna ali politična, ki so vezana na državo kupca, in komercialna tveganja, ki se nanašajo na plačilno nesposobnost našega dolžnika.

Svojo bodočo terjatev lahko zavarujemo na več načinov. Prvo informacijo o plačilnem tveganju nam da **bonitetno poročilo** o našem partnerju, terjatev lahko zavarujemo pri zavarovalnici oz. izvozni kreditni agenciji, kot je **SID**. Tudi če prodajamo na odprt račun, se s kupcem lahko dogovorimo za **pridržek lastninske pravice** na blagu. S pogodbo se skušamo dogovoriti za varen mednarodni plačilni inštrument.

Pri mednarodnih plačilih imajo **banke pomembno vlogo**. Mednarodni plačilni promet opravljajo banke, ki pridobijo dovoljenje centralne banke. Centralna banka – Banka Slovenije predpiše pogoje in način opravljanja plačilnega prometa s tujino. Banke oblikujejo korespondenčno bančno mrežo s tujimi bankami, tako da lahko v okviru plačilnega sistema varno in pravočasno izvršujejo plačila in aktivno vstopajo v izterjavo.

Glede na bonitetne informacije, možnost in stroške zavarovanja, poznavanje kupca in njegovega okolja se dogovorimo za **ustrezen plačilni inštrument**. **Akreditiv** je varen inštrument, ki ščiti oba, prodajalca in kupca. Hkrati je precej drag in lahko zapleten zaradi zahtevanih dokumentov. **Bančna garancija** je za prodajalca zelo varen inštrument, vendar je za kupca zelo drag, za majhno, finančno šibko podjetje zelo težko sprejemljiv način. **Dokumentarni inkaso** je razmeroma varen inštrument, vendar se prodajalec in kupec srečujeta z delnim tveganjem. **Menica in ček** sta cirkulacijska vrednostna papirja, ki se tudi v zunanjetrgovinskem poslovanju uporabljata precej pogosto. **Menica** je klasičen inštrument zavarovanja plačila. Potrebno je poznati posebnosti tega vrednostnega papirja, še posebej, ker se uporablja tudi pri drugih načinih plačila, kot na primer pri akreditivu, pri inkaso poslih, pri različnih vrstah kredita, forfeiranju itd.

Podjetje se zaradi reševanja likvidnostnih težav lahko odloči za odstop kratkoročnih terjatev faktorju (**faktoring**) v zameno za izplačilo določenega dela vrednosti terjatve. **Forfeting** je podoben postopek, le da gre za dolgoročne terjatve.

Vprašanja za ponavljanje

1. Zakaj je pomembno zavarovanje plačil?
2. Vrste plačilnih tveganj.
3. Kaj preverjamo z boniteto?
4. Kakšno vlogo pri zavarovanju terjatev ima Slovenska izvozna družba?
5. Kaj pomeni pridržek lastninske pravice in kaj je potrebno storiti, da ima učinek?
6. Kakšna je vloga bank v mednarodnem plačilnem prometu?
7. Zakaj se nakazilo pogosto uporablja in ali je nakazilo varen plačilni inštrument?
8. Kaj je ček in kako ga ocenjujete z vidika varnosti plačila?
9. Kaj je menica in zakaj je pomembno poznati menico in njene posebnosti?
10. Kakšne vrste menic pozna evropsko (naše) pravo?
11. Naštejte predpisane sestavine menice!
12. Zakaj je pomemben akcept menice?
13. Za kateri plačilni inštrument gre, kadar je plačilo označeno D/P ali D/A?
14. Kakšna so tveganja pri inkaso poslu za kupca in prodajalca?
15. Kaj je bančna garancija in kakšne so njene značilnosti?
16. Kakšno jamstvo pomeni bančna garancija za prodajalca?
17. Zakaj je akreditiv varen plačilni inštrument?
18. Kakšna je razlika med preklicnim in nepreklicnim akreditivom?
19. Kakšna je razlika med potrjenim in nepotrjenim akreditivom?
20. Kaj je faktoring?

Za razmislek

Ste pred sklenitvijo izvoznega posla s partnerjem iz Hrvaške. Kaj vse boste storili, da boste zagotovili, da bo blago plačano?

Kako bi zavarovali plačilo, kakšen plačilni inštrument bi predlagali, če bi poslovali s partnerjem iz Egipta, ki blaga ni pripravljen plačati z avansom?

Primere in vprašanja predelamo na vajah!

12 VLOGA ŠPEDITERJA V ZT IN PREVOZNI DOKUMENTI

Namen poglavja:

- spoznati vlogo špediterjev,
- pomen prevoznih dokumentov.

12.1 VLOGA ŠPEDITERJEV V ZT

Špediterji so specializirana logistična podjetja z zelo raznoliko dejavnostjo, ki se hitro odzivajo in so običajno zelo prilagodljivi. Ukvarjajo se z organiziranjem cestnega, železniškega, pomorskega in letalskega prevoza blaga. Lahko izvedejo vse postopke v zvezi s carinjenjem blaga, postopke z agentom ladjarja za pomorski prevoz. Blago lahko tudi skladiščijo, zavarujejo, izdelajo primerjalne kalkulacije stroškov za izbiro ekonomičnega prevoza in izvajajo fizično distribucijo, to je poskrbijo za dostavo blaga prejemniku.

Nekateri špediterji opravljajo tudi storitve zbiranja in distribucije kosovnih pošiljk – zbirni prevozi. Svojim strankam svetujejo tudi pri sklepanju kupoprodajnih pogodb, zlasti glede izbora trgovinskih klavzul, zavarovanja blaga idr. Lahko tudi svetujejo najprimernejše pakiranje za varen prevoz, organizirajo pakiranje, označevanje pošiljk.

Sodobni špediterji nastopajo v vlogi svetovalcev za prevoz, logistiko in izvedbo carinskih postopkov.

Svoje storitve opravljajo kot zastopnik (v imenu in za račun pogodbenika, to je neposredno zastopanje po carinskem zakoniku) ali kot komisionarji (v svojem imenu in za račun pogodbenika, to je posredno zastopanje). Stroški njihovih storitev so izvozni/uvozni strošek, ki ga upoštevamo v kalkulaciji.

Ko je blago pripravljeno, moramo špediterju omogočiti vpogled v dobavne pogoje, pogoje akreditiva, da lahko preveri pravilnost dokumentov in organizira potrebne dejavnosti. Običajno damo špediterju pisni nalog – dispozicijo, kjer navedemo vse podatke, ki so potrebni: o prejemniku/dobavitelju blaga, roku dobave, načinu prevoza, instrumentu plačila, zahtevanih dokumentih, obvestimo ga tudi o prevozu nevarnih snovi.

Katerega špediterja bomo izbrali, je odvisno od odgovorov na naslednja vprašanja:

- ali lahko z njim vzpostavimo dobre poslovne odnose,
- ali je zanesljiv, finančno stabilen in ima ustrezno poslovno boniteto,
- ali je član mednarodnega združenja špediterjev FIATA.

Prevoz blaga izvede prevoznik, lahko tudi špediter za vse vrste prevoza. Multimodalni prevoz pomeni kombinacijo več vrst prevoza.

12.2 PREVOZNI DOKUMENTI

Prevozni dokumenti imajo velik komercialni in pravni pomen. So dokaz o sklenjeni pogodbi o prevozu blaga, dokazujejo izročitev blaga špediterju ali prevozniku, nastopajo lahko kot akreditivni dokument in v nekaterih primerih pomenijo tudi lastništvo blaga, torej imajo značaj vrednostnega papirja.

Izpolnjevanje prevoznih dokumentov, še posebej, če so to tudi akreditivni dokumenti, mora biti pravilno in natančno. Že majhna napaka v tovornem listu lahko povzroči vrsto negativnih posledic pri črpanju akreditiva.

Pomorska nakladnica ali konosament, Bill of Lading (B/L), je najpomembnejši prevozni dokument, ki je hkrati tudi vrednostni papir. Kdor ima v posesti tovorni list, je lastnik blaga.

Konosament je

- potrdilo ladijske družbe, da je blago prevzela, obljuba, da ga bo izročila po končanem potovanju legitimiranemu in pooblaščenemu imetniku konosamenta,
- dokazilo, da je prevozna pogodba sklenjena,
- **vrednostni papir**, ki daje imetniku pravico razpolagati z blagom; to pomeni, da se blago lahko proda še v času, ko pluje,
- je tudi listina, ki služi za dokazovanje izvora blaga.

Po konosamentu je odgovoren lastnik ali zakupnik ladje. Kapitan je le čuvaj blaga. (Bruseljska konvencija iz leta 1924).

Konosament je samostojen dokument in ni vezan na določeno pogodbo.

Konosament je zelo pogosto akreditivni dokument. Za izplačilo dokumentarnega akreditiva mora biti banki predložena »čisti« konosament, to pomeni, brez pripomb glede stanja blaga ali embalaže. Nakladnica/konosament s tako pripombo je za banko nesprejemljiva.

Lahko se glasi na ime, po odredbi ali na prinosnika. Nakladnica na ime določene osebe se prenaša z odstopom (cesijo), nakladnica po odredbi z indosamentom, nakladnica na prinosnika pa z izročitvijo.

Špediterska skladiščnica je prav tako vrednostni papir in pomeni lastništvo na uskladiščenem blagu. Imetnik skladiščnice je lastnik blaga. Skladiščnik bo izročil blago le na osnovi originala (ali pravilno indosirane) skladiščnice.

Cestni tovorni list CMR se izda ob sklenitvi prevozne pogodbe in ob izročitvi blaga v prevoz. Tovorni list izpolni prevoznik in s tem potrjuje prevzem blaga. Za vsako pošiljko se izstavi en tovorni list. V mednarodnem prometu se uporablja obrazec tovornega lista z označbo CMR (mednarodna konvencija), ki ga priporoča Mednarodna unija za cestni prevoz IRU.

Železniški tovorni list CIM je temeljni dokument v železniškem prevozu, ki je dokaz o sklenjeni prevozni pogodbi. Železniški tovorni list je javni dokument in nima značaja vrednostnega papirja, služi pa kot spremni dokument pošiljke in kot dokaz o izročitvi pošiljke železnici. Z duplikatom tovornega lista razpolagamo z blagom v smislu, da ga lahko predisponiramo vse do namembne postaje. V mednarodnem železniškem prometu se uporablja mednarodno standardizirani tovorni list CIM.

Letalski tovorni list AWB je prav tako dokaz o sklenjeni prevozni pogodbi in o izročitvi blaga prevozniku. Je tudi dokument, s katerim lahko pošiljatelj oz. prejemnik razpolaga z

blagom. Blago se prejemniku dostavi, ko dokaže svojo identiteto, tj. dokaže, da je oseba, ki je imenovana na letalskem tovornem listu. Nima značaja vrednostnega papirja.

Zaključnica je predhodni dogovor o sklenitvi cestne prevozne pogodbe in jo prevoznik izstavi pred izdajo tovornega lista. Obrazec zaključnice določi prevoznik po svoji presoji.

Karnet TIR je dokument, ki izhaja iz mednarodne carinske konvencije in se uporablja v mednarodnem cestnem prevozu. To je v bistvu carinski dokument, ki se izda za vsako vozilo in za vsak mednarodni prevoz blaga posebej. Namen karneta TIR je poenostavitev carinskih postopkov pri prečkanju (tranzit) državnih meja, kjer se pregledujejo le vozila in dokumenti, ne pa tudi blago. Ta dokument lahko uporablja samo tisti mednarodni cestni prevoznik, čigar vozila izpolnjujejo tehnične pogoje, ki jih predpisujejo carinski organi.

Nosilec sistema mednarodnih prevozov po karnetu TIR je Mednarodna unija za cestni promet. Njene članice pa nastopajo kot jamstvene organizacije nasproti carinskim organom.

Špediterski dokumenti FIATA so standardizirani mednarodni dokumenti, ki jih je izdelalo Svetovno združenje špediterjev in jih lahko izdajajo samo špediterji FIATA, ki so člani tega združenja. To so dokumenti z oznakami: FBL, FCT, FCR, FWR, SDT in FFI. Ti dokumenti v določenih primerih lahko nadomeščajo prevozne dokumente in lahko služijo tudi kot akreditivni dokumenti.

Prenosna špediterska nakladnica FBL (Negotiable FIATA Multimodal Transport Bill of Lading) – Z izdajo tega dokumenta špediter prevzame enako odgovornost kot ladjar s konosamentom. Špediter kot organizator multimodalnega prevoza prevzema odgovornost za vso prevozno pot – in odgovarja za delo in napake vseh posrednikov, ki so vključeni v prevoz.

Špeditersko prevozno potrdilo FCT (FIATA Forwarders Certificate of Transport) – Z izdajo tega dokumenta špediter potrjuje prevzem pošiljke zaradi odpreme in izročitve prejemniku. FCT je vrednostna listina, izstavljena po odredbi in se lahko prenaša z indosamentom. FCT se izdaja zlasti v primerih, ko mora prodajalec blago zavarovati do izročitve kupcu.

Špeditersko potrdilo o prevzemu blaga FCR – Ni prevozni dokument in ni prenosljiv. Špediter le potrdi, da je prevzel blago, da ga pošlje prejemniku. Je le potrdilo o prevzemu blaga za odpremo. Uporablja se največkrat, kadar je v pogodbi pariteta ex works ali FCA kot potrdilo prodajalca, da je blago predal.

Potrdilo pošiljatelja o prevozu nevarnega blaga SDT – S tem potrdilom pošiljatelj izjavlja špediterju, da pošiljka ustreza mednarodnim konvencijam in predpisom o prevozu nevarnega blaga, npr. konvenciji ADR v cestnem prevozu, konvencija RID v železniškem prevozu ali konvenciji IMDG v pomorskem prevozu.

Povzetek

Dejavnost sodobnih špediterjev je raznolika, nastopajo kot svetovalci in izvajalci za prevoz, logistiko, za carinske postopke, zavarovanje, skladiščenje blaga. Špediterju z dispozicijo sporočimo vse podatke, ki so potrebni za organizacijo prevoza, carinjenje.

Prevozni dokumenti so dokaz o sklenjeni pogodbi o prevozu blaga, dokazujejo, da smo blago izročili špediterju ali prevozniku, nastopajo lahko kot akreditivni dokument in v nekaterih primerih (pomorski tovorni list in skladiščnica) pomenijo tudi lastništvo blaga. Najpogostejši so cestni, železniški in pomorski tovorni list. Pomorski tovorni list ali nakladnica je vrednostni papir, ki daje imetniku možnost trgovanja z blagom že v času, ko potuje. Pomorski tovorni list je pogost akreditivni dokument.

Vprašanja za ponavljanje

1. Kakšna je vloga špediterjev v zunanjetrgovinskem poslovanju?
2. Kaj dokazuje tovorni list?
3. Kratko opišite cestni, železniški, letalski tovorni list.
4. Kaj pomeni pomorska nakladnica ali konosament in zakaj je pomembna?

13 PRAKTIČNA IZVEDBA ZT POSLOV, POROČANJE, ZBIRANJE PODATKOV O MP

Namen poglavja:

- spoznati postopek uvoznega in izvoznega posla,
- način kontrole zunanjetrgovinskega poslovanja.

13.1 UVOZNI POSTOPEK IN POSTOPEK PRIDOBITVE IZ EU

Vseskozi smo več pozornosti posvečali naši prodaji, izvozu na tuje trge, vendar večina velja tudi v obratni smeri za uvozne posle, čeprav to ni posebej poudarjeno.

Praviloma poteka uvozni posel v naslednjem zaporedju: ugotavljanje potreb, povpraševanje, izbor dobavitelja, sklenitev pogodbe, plačilo blaga, dispozicija za odpoklic, carinjenje in sprejem blaga ter obračun uvoza.

Osnova za ugotavljanje potreb je plan podjetja, sprožena nabavna naloga ipd. Že v začetni fazi ugotovimo, kam se blago uvršča v carinski nomenklaturi in kje želimo nabavljati blago, v EU, uvoz, iz katerih držav. Od tega je odvisen postopek pridobitve, nabave, uvoza, predvsem pa to vpliva na odločitev o ceni.

Povpraševanje se lahko sproži pisno, ustno, po telefaksu ali elektronski pošti. Povpraševanje naj bo čim bolj natančno, tako, da je možno pripraviti kakovostno ponudbo. S povpraševanjem nagovorimo dobavitelja. Če je dobavitelj nov, je naše povpraševanje prva slika o podjetju. Možne dobavitelje izberemo na osnovi obstoječe evidence, na osnovi informacij zbornic in drugih specializiranih institucij, iz raznih publikacij, katalogov, s sejmov ali preko ponudbe na svetovnem spletu.

Uporabni spletni naslovi za baze podjetij so: <http://www.europages.com/sl/>, <http://www.kompass.com/>, <http://www.wlw.de/>, <http://www.thomasglobal.com/>.

Izbor dobavitelja se opravi po prejemu ponudb, ko lahko primerjamo cene, pariteto, roke dobave, kakovost blaga, način plačila in ne pozabimo na poreklo blaga in druge carinske predpise!

Sklenitev pogodbe je za izvedbo večjih poslov nujna. Udeležencem daje večjo pravno varnost v primeru nesporazumov, uporabimo jo lahko tudi za finančno kritje, za najetje kredita. Pri manjših, običajnih, ustaljenih poslih pogodba ni nujna, zadostuje naročilo, ki ga mora dobavitelj potrditi. Pogodba naj bo čim bolj natančna, predvsem kar se tiče specifikacije blaga, plačilnih pogojev, načina reševanja reklamacij in sporov.

Plačilo: v skladu s pogodbo oz. dogovorom (nakazilo, akreditiv, inkaso ...).

Odpoklic blaga sprožimo z dispozicijo, ki jo predamo izbranemu špediterju. Pomembno vlogo igra transportna klavzula, s katero so določene obveznosti glede prevoza, zavarovanja, drugih stroškov in prehoda nevarnosti. Dispozicija mora vsebovati vse podatke za odpravo blaga:

naslov prodajalca, transportno klavzulo, rok dobave, posebno dokumentacija. Špediter se preko svojega korespondenta v tujini (inozemskega špediterja) poveže z dobaviteljem blaga.

Carinjenje, če gre za uvoženo, neskupnostno blago. Po prihodu blaga v kraj carinjenja pripravi špediter (ali samo podjetje, če je imetnik dovoljenja za določeno poenostavitev) na enotnem administrativnem dokumentu EUL carinsko deklaracijo za izbrani carinski postopek. Običajno je to sprostitev blaga v prost promet, lahko pa gre tudi za carinski postopek z ekonomskim učinkom. EUL skupaj z drugimi dokumenti predloži pristojni carinski izpostavi, ki opravi carinski postopek. Po plačilu carine in drugih uvoznih dajatev dobimo potrjeno deklaracijo (EUL) in blago v prosto razpolaganje.

Potem ko smo blago fizično prejeli, preverimo količino in kakovost. V primeru nepravilnosti sprožimo reklamacijo pri dobavitelju tako, kot smo se dogovorili v pogodbi.

Evidenca uvoznega posla ni predpisana, je pa priporočljiva. Evidenca naj bo ažurna in točna: to so natančni podatki o dobavitelju, stroških. Evidenca so zbrane izkušnje, iz evidence naj bo razvidno, kaj se je pri posameznem poslu že dogajalo, na kaj je treba biti posebej pozoren, kar nam služi kot napotek, kako ravnati v bodoče.

Prav tako je potrebno za blago, pridobitve iz EU poročati Intrastatu.

Obračun uvoza je zaključna faza uvoznega postopka in ima več namenov:

- zbrati in urediti vso razpoložljivo dokumentacijo (komercialno, špeditersko – carinsko, finančno),
- zbrati vse stroške in ugotoviti dejansko nabavno ceno blaga,
- na osnovi tako izračunane dejanske nabavne cene to vklalkulirati v končni izdelek oz. naročniku blaga, če smo blago uvozili za drugega naročnika.

Evidenca o vstopnem DDV pri uvozu blaga na obrazcu E-UVOZ in Knjiga izdanih računov (I-RAČ) pri izvozu. Evidence običajno vodi računovodstvo.

Primer uvoza športnih torb dobavitelja VIVA Corporation Ltd. Hanoi

Vietnam je eno izmed hitro rastočih azijskih gospodarstev. Industrijska proizvodnja se zelo hitro razvija, predvsem živilska, tekstilna in obutvena. Zaradi izredno poceni delovne sile se v Vietnam že selijo globalna podjetja, predvsem iz sosednje Kitajske.

Slovensko podjetje, ki se ukvarja z distribucijo športne opreme, ugotovi potrebo po uvozu večje količine kakovostnih športnih torb po čim ugodnejši ceni.

Podatki

Prodajalec – izvoznik: VIVA Corporation Ltd. Hanoi.

Kupec – uvoznik: slovensko podjetje, ki se ukvarja s prodajo športne opreme.

Blago: športne torbe.

Carinska tarifa: TARIC Koda 420292 91 90.

Plačilo: dokumentarni inkaso proti predložitvi računa, potrdila o kakovosti in certifikata o izvoru blaga.

Dobavna pariteta: FOB Ho Chi Ming City, Incoterms 2000.

Stroški: prevoza, zavarovanja, carinski, špediterski in bančni stroški povečajo ceno športne torbe za 25 odstotkov.

Namembno pristanišče: Koper.

(Povzeto po Drobež, 2006)

Primer obdelamo na vajah skupaj s pregledom poteka uvoza naftnih derivatov, ki so trošarinski izdelki.

13.2 IZVOZNI POSTOPEK IN POSTOPEK DOBAVE V EU

Poglejmo si še postopek izvoznega posla.

Povpraševanje iz tujine in obdelava povpraševanja.

Praviloma pridobimo povpraševanje po predhodni obdelavi tržišča, raziskavi ciljnega segmenta, po naših aktivnostih, ki so vzpodbudile zanimanje za naše izdelke, storitve. Redko se namreč zgodi, da dobimo povpraševanje oz. pobudo za posel brez naših intenzivnih predhodnih aktivnosti. Takrat rečemo, da smo nekako »najdeni« s strani nabavnega marketinga povpraševalca. Seveda na tem mestu to zanemarimo in se posvetimo samemu postopku izvoza.

Običajno takoj po prejemu povpraševanja ne moremo dati konkretne ponudbe, prav in poslovno pa je, da se kupcu zahvalimo za povpraševanje in ga obvestimo, kdaj bo ponudbo dobil. Treba je ugotoviti, ali lahko ponudimo povpraševano blago in po kakšnih pogojih. Zberemo čim več koristnih podatkov o kupcu: obseg prometa, velikost kapitala, kdaj je bilo podjetje ustanovljeno, kdo so lastniki, ali redno plačuje.

Ponudba naj zajema vse elemente, pripravljena naj bo strokovno in poslovno privlačno. Težnja po trdnejšem in dolgoročnejšem sodelovanju se lahko nakaže že s ponudbo, kar partnerja potrdira s pogodbo.

Naročilo kupca iz tujine in potrditev naročila. Kot na uvozni strani je seveda tudi pri izvozu priporočljivo, da sklenemo pogodbo in v njej določimo vse podrobnosti (glej poglavje o pogodbi), da posel lahko normalno steče. Če gre za naročilo na podlagi dolgoročne pogodbe, je naročilo tudi nalog za odpremo. Vsebovati mora natančna odpravna navodila. Pri dolgoročnih pogodbah so običajna tudi prednaročila oz. napovedi prodaje. Naročilo je potrebno pregledati, ali ustreza vsem dogovorjenim pogojem, odpravljene morajo biti vse nejasnosti.

Kupcu naročilo potrdimo. Posebej priporočljivo je naročilo potrditi pisno, kadar ga prejmemo ustno, po telefonu. S potrditvijo razjasnimo tudi eventualne nejasnosti, še posebej, kadar kot osnovo nimamo pogodbe.

Odpoklic naročila je dokončni nalog kupca za odpravo dogovorjenega blaga. To so natančna odpravna navodila kupca, ki so potrebna za pravilno in pravočasno dobavo blaga, na primer: identifikacija blaga, želeni datum odprave, način prevoza, navedba namembnega kraja, naslov prejemnika, ime špediterja, ime kontaktne osebe idr.

Priporočljivo je, da naše izkušnje z izvoznimi posli beležimo v evidenci izvoznega posla.

Nalog za odpremo je v bistvu prenos kupčevih odpremnih navodil domačemu špediterju – dispozicija špediterju. Dobavnica oz. odpremni list je osnova za izstavitve vseh kasnejših dokumentov, potrebnih za carinjenje, spremljanje pošiljke in dostavo kupcu. Vsebovati mora: označbo blaga, količino, namembni kraj, vrsto prevoza, registracijsko številko prevoznega sredstva, priimek in ime šoferja.

Izdaja računa in priprava ostale dokumentacije. Na osnovi dobavnice izdelamo račun, ki je osnovni dokument za izvedbo carinskega postopka. Poleg tega je račun osnova za interno knjiženje pri izvozniku, poročanje o izvozu Banki Slovenije, poročila za Intrastat. Je

dokument za carinjenje blaga, lahko nadomešča carinsko deklaracijo, najmanjše napake lahko povzročijo neljube težave. Na računu je priporočljivo označiti tudi carinske tarife.

Druga (carinska) dokumentacija je:

- carinska deklaracija (EUL), ki jo običajno pripravi špediter,
- mednarodni tovorni list (cestni, železniški, letalski, ladijski),
- zavarovalna polica za zavarovanje blaga v transportu,
- spričevalo o poreklu blaga (EUR 1, FORM A, Certificate of origin), ki je še posebej pomembno, če kupcu prinese carinske ugodnosti,
- drugi posebni dokumenti.

Izvozni carinski postopek se izvede za vse skupnostno blago, ki se izvažata. Operativna izvedba je odvisno od vrste prevoza, oblike izvoza (redni, oplemenitenje, brezplačni) in od tega, ali gre za redni ali poenostavljeni postopek.

Začne se na podlagi izvozne carinske deklaracije, ki mora biti praviloma vložena pri carinskem organu, ki je odgovoren za carinski nadzor izvoznika. Poleg izvozne deklaracije je za izvoz blaga treba izpolniti tudi vse druge formalnosti, ki jih eventualno predvideva trgovinska politika EU (na primer pridobitev dovoljenj, potrdil, kontingentov itd.).

Carinski postopek poteka v več fazah:

- vložitev carinske dokumentacije in predložitev blaga carinarnici, ki opravi postopek; carinska deklaracija se vloži na predpisanem obrazcu EUL – enotna upravna listina; listi EUL 1, 2 in 3 so namenjeni izvozu,
- pregled carinske dokumentacije,
- pregled blaga in transportnega sredstva,
- obračun carine in eventualnih izvoznih dajatev.

Izvozni postopek se zaključi z dejanskim iznosom blaga iz carinskega območja Skupnosti pri izstopnem carinskem organu (na primer na poljsko-ukrajinski meji). Izvoz blaga iz carinskega območja se potrdi z zaznamkom na carinski deklaraciji – s potrjenim 3. listom EUL.

Izvoženo blago je v skladu z 31. členom Zakona o davku na dodano vrednost oproščeno plačila davka na dodano vrednost (DDV), kar izvoznik dokazuje z izvozno deklaracijo, na kateri je potrjen izstop blaga (GZS, Navigator izvoza 2007)

Dostava računa kupcu, aviziranje odpreme in potrditev prispele pošiljke. Kupca in/ali njegovega špediterja obvestimo o odpremi in mu običajno pošljemo dokumentacijo po telefaksu, da lahko pripravi vse potrebno za uvozno carinjenje.

Plačilo dobavljenega blaga. Kupec plača blago na način, ki je dogovorjen v pogodbi. Običajno prodajalca – izvoznika obvesti o plačilu.

Usklajevanje razlik v vrednosti. Če kupec iz kakršnegakoli razloga plača manj od fakturne vrednosti, bodisi zaradi reklamacije, poškodbe blaga ali stečaja, je treba vse razlike dokumentirati, jih upravičiti v skladu z določili v pogodbi.

Primer izvoza kozmetičnih izdelkov v Egipt pregledamo na vajah!

Prodajalec: slovensko podjetje za proizvodnjo kozmetičnih izdelkov Ilirija, d. d.

Kupec: Eyop, Ltd. Alexandria.

Blago: kozmetični izdelki.

Transportna klavzula: CIF, Alexandria, Incoterms, 2000.

Plačilo: nepreklicni, dokumentarni akreditiv ob predložitvi fakture, ladijskega tovornega lista in certifikata o izvoru blaga.
Namembni kraj: Alexandria.

13.3 POROČANJE, ZBIRANJE PODATKOV O MEDNARODNEM POSLOVANJU

Ministrstvo za finance RS, carinski organi v njegovi sestavi, Banka Slovenije in Statistični urad RS zbirajo podatke o mednarodnem poslovanju.

Podjetja o zunanjetrgovinskem poslovanju poročajo neposredno in posredno.

Neposredno poročanje

Podjetja, ki imajo neposredne poslovne odnose s tujino (transakcije s tujino, kreditne posli s tujino, naložbe v tujini), so dolžna neposredno poročati Banki Slovenije po njenih navodilih. Na spletni strani Banke Slovenija je, skupaj z navodili, objavljeno, kdo mora poročati, kako pogosto in o kakšnih transakcijah (glej <http://www.bsi.si>).

Podjetja, ki poslujejo z EU, poročajo za statistiko Intrastat, če presegajo prag vključitve. Ta je trenutno 85.000 EUR pri prejemih in 200.000 EUR pri dobavah v preteklem letu. Poročajo carinskemu uradu, ki je določen za zbiranje in obdelavo podatkov (Carinski urad Nova Gorica).

Posredno poročanje

O izvozu in uvozu poročajo Banki Slovenije:

- carinski uradi na podlagi carinskih deklaracij,
- Intrastat o dobavah in pridobitvah v in iz EU,
- poslovne banke na podlagi prilivov iz tujine in plačil v tujino.

Banka Slovenije potrebuje predpisane podatke za:

- plačilno bilanco,
- stanje mednarodnih naložb,
- stanje zunanjega dolga.

Uporabniki podatkov, statistik so tudi mednarodne institucije (Eurostat in Evropska centralna banka, Mednarodni denarni sklad in Svetovna banka), pomembni so tudi za potrebe države kot pomoč pri izvajanju monetarne politike in za izdelavo makroekonomskih analiz.

Povzetek

Uvozni posel večinoma poteka v zaporedju od ugotavljanja potreb, povpraševanja, izbora dobavitelja, sklenitve pogodbe, plačila blaga, dispozicije za odpoklic, carinjenja in sprejema blaga ter obračuna uvoza.

Izvozni posel poteka v obratni smeri od povpraševanja, ponudbe, naročila, potrditve naročila, odpoklica, dispozicije špediterju, izdaje računa, izvedbe carinskega postopka, najave odpreme kupcu in plačila s strani kupca.

Ministrstvo za finance RS, carinski organi v njegovi sestavi in Banka Slovenije zbirajo podatke o mednarodnem poslovanju.

Podjetja o zunanjetrgovinskem poslovanju poročajo neposredno Banki Slovenije, Intrastatu in posredno preko carinskih deklaracij in poslovnih bank.

Vprašanja za ponavljanje

1. Kako poteka uvozni posel?
2. Kako poteka izvozni posel?
3. Primeri uvoznega, izvoznega postopka.
4. O čem poročajo podjetja Banki Slovenije in zakaj?

14 VIRI IN LITERATURA

- Drobež, L. *Uvoz športnih torb z daljnega vzhoda*. Diplomaska naloga. Ljubljana: IZ-Hera, 2006.
- Falatov, P. *Plačila v mednarodnem poslovanju: plačilna tveganja, inkaso posel, menica, ček*. 1. natis. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1999.
- Falatov, P. *Dokumentarni akreditiv v mednarodnem poslovanju*. Ljubljana: CISEF – Center za strokovno izpopolnjevanje in svetovalne dejavnosti Ekonomske fakultete, 1998.
- Gusel, L., in Bobek, V. *Sistemi in instrumenti mednarodne menjave*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, 1997.
- Hrastelj, T. *Mednarodno poslovanje v vrtincu novih priložnosti*. 1. natis. Ljubljana: GV založba, 2001.
- Hrastelj, T., in Makovec Brenčič, M. *Mednarodno trženje*. 1. izd. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 1999.
- Hrastelj, T., in Makovec Brenčič, M. *Mednarodno trženje*. 3. dopolnjena in popravljena izd., 2. natis. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 2005.
- Hrovatin, N. *Uvod v gospodarstvo*. 3. dopolnjena in popravljena izd., 7. natis. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 2007.
- INCOTERMSI 2000: uradna pravila Mednarodne trgovinske zbornice za razlago trgovinskih klavzul*. 1. natis. Ljubljana: Gospodarska zbornica Slovenije, 2000.
- ISI d.o.o. *Gradivo za izobraževanje: ŠOLA ZUNANJE TRGOVINE*, marec 2003.
- Kenda, V. *Mednarodno poslovanje*. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, 2001.
- Komercialni in standby akreditiv v komercialni in bančni praksi*. Falatov, P. Seminar. Ljubljana: CPU. 2008.
- Klemenc, S. *Trgovinsko poslovanje*. Maribor: Višja šola za komercialiste, 2005.
- Makovec Brenčič, M., in Hrastelj, T. *Mednarodno trženje*. 1. natis. Ljubljana: GV založba, 2003.
- Makovec, M., in Kostevc, Č. *ZT poslovanje: vaje 2003*. Ljubljana: Ekonomska Fakulteta, 2004.
- Makovec Brenčič, M., et al. *Mednarodno poslovanje*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 2006.
- Mežnar, D. *Podjetniško pravo*.
- Mrak, M. *Mednarodne finance*. Ljubljana: GV Založba, 2002.
- Navigators izvoza na zgoščenki*: GZS, 2007.

Poslovni vodnik po evropskih institucijah. GZS, 2003

Potočnik, V. *Temelji trženja s primeri iz prakse.* Ljubljana: GV založba, 2002.

Prašnikar, J., in Cirman, A. *Globalno gospodarstvo in kulturna različnost.* Časnik Finance, november 2005.

Prašnikar, J., et.al. *Mikroekonomija.* Ljubljana: GV Založba, 2008.

Prevc, A. *Trgovinsko poslovanje – Interno gradivo IZ Hera.* Ljubljana: IZ Hera, Višja strokovna šola, 2007.

Priprave na maj 2004. Seminar. Ljubljana: C&M, d. o. o. 2003.

Priprave na področju carinskega sistema za vstop v EU, (Košir, Skubic, Belovič, Strle). Seminar. Ljubljana: IZ Hera, 2003.

Priročnik za izvoz GZS.

Rizman, R. V globalizacijo ne vodi samo ena pot, priloga časopisa. *Dnevnik, Priloga Objektiv*, 2006, 15. julij.

Rudman, B. *Incoterms 2000: 100 praktičnih primerov uporabe in najpogostejših vprašanj v zvezi z njimi.* Ljubljana: M. H. Laras, 2001.

Samuelson, P. A., in Nordhaus, W. D. *Ekonomija.* Ljubljana: GV založba, Zagreb: Mate, 2002.

Slovenija in Evropska Unija, O pogajanjih in njihovih posledicah. Ljubljana: Urad Vlade RS za informiranje, 2003.

Turk, F., in Špec, E. *Vodnik skozi zunanjetrgovinsko poslovanje: dopolnila in spremembe.* Ljubljana: Center Marketing International, 1997.

Uporaba klavzul Incoterms v praksi. Seminar. Ljubljana: CPU. 2008.

Vse o menici. Kamhi, B. Seminar: Ljubljana: IZ – Hera. 2004.

Rizman, R. V globalizacijo ne vodi samo ena pot, priloga časopisa. *Dnevnik, Priloga Objektiv*, 2006, 15. julij.

Spletni viri:

Banka Slovenije, dostopno na http://www.bsi/iskalnik/letna_porocila.

Carinski zakonik EU, dostopno na [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?ur\)2008](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?ur)2008).

Evropska unija, dostopno na http://europa.eu/abc/index_sl.htm

Gospodarska zbornica Slovenije, dosopno na http://gzs.si/Mednarodno_sodelovanje/EU,2004.

Izvozno okno, dostopno na: [http://www.izvoznookno.si/drzave: družbeni običaji in navade](http://www.izvoznookno.si/drzave:druzbeni_obicaji_in_navade), 2008.

Izvozno okno, Bela knjiga o trgovini in investicijah 2007. dostopno na :
(http://www.izvoznookno.si/mednarodno_trgovanje,

Obligacijski zakonik, dostopno na <http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?stevilka=4826&urlid=200797>).2008.

Podatki o Sloveniji kot okolju za investiranje, dostopno na
http://www.investslovenia.org/why_slovenia/.2008.

Svetovna trgovinska organizacija, dostopno na <http://www.wto.org>.2008/.

TARIC v slovenskem jeziku, dostopno na <http://taric-curs.gov.si/taric>.2008.

Urad za makroekonomske analize RS, dostopno na
http://www.umar.gov.si/informacije_za_javnost/obvestila_in_sporocila_za_javnost/obvestilo/zapisi/tekoca_gospodarska_gibanja. 29.2.2008

Zakonu o carinski službi, dostopno na
<http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=200457&stevilka=2667>).2008.

Projekt **Impletum**

Uvajanje novih izobraževalnih programov na področju višjega strokovnega izobraževanja v obdobju 2008–11

Konzorcijski partnerji:



Operacijo delno financira Evropska unija iz Evropskega socialnega sklada ter Ministrstvo RS za šolstvo in šport. Operacija se izvaja v okviru Operativnega programa razvoja človeških virov za obdobje 2007-2013, razvojne prioritete 'Razvoj človeških virov in vseživljenjskega učenja' in prednostne usmeritve 'Izboljšanje kakovosti in učinkovitosti sistemov izobraževanja in usposabljanja'