

EVROPSKI UNIVERZITET
"KALLOS" TUZLA
BOSNA I HERCEGOVINA



EUROPEAN UNIVERSITY
"KALLOS" TUZLA
BOSNIA AND HERZEGOVINA

SPOLJNOTRGOVINSKO POSLOVANJE



Prof. dr Izet Z. Banda · Prof. dr Anka S. Bulatović · Prof. dr Lidija N. Vučićević

Tuzla, 2024.

**SPOLJNOTRGOVINSKO
POSLOVANJE**

AUTORI:

Prof.dr Izet Z. Banda

Prof.dr Anka S. Bulatović

Prof.dr Lidija N. Vučićević

RECEZENTI:

Prof.dr Nevenka Nićin

Prof. dr Mirko Kulić

Prof.dr Reuf Kapić

UREDNIK:

Akademik prof.dr Nedeljko Stanković

IZDAVAČ:

EVROPSKI UNIVERZITET "KALLOS" TUZLA

035/299-091 [http ://http:eukallos.edu.ba/](http://http:eukallos.edu.ba/)

Odlukom Senata Evropskog univerziteta „Kallos“ Tuzla broj: 02-319-7/24 od 21.05.2024. godine, knjiga „Spoljnotrgovinsko poslovanje“ autora: Prof.dr Izeta Z. Bande, Prof.dr Anke S. Bulatović i Prof.dr Lidije N. Vučićević prihvaćena je kao osnovna udžbenička literatura.

DIZAJN KORICA:

Miomir Bulatović, „Magus“ d.o.o.

ŠTAMPA:

Markos, BanjaLuka

Tiraž 500

ISBN 978-9926-450-30-4

Prof.dr Izet Z. Banda
Prof.dr Anka S. Bulatović
Prof.dr Lidija N. Vučićević

SPOLJNOTRGOVINSKO POSLOVANJE

EVROPSKI UNIVERZITET „KALLOS“ TUZLA
TUZLA, 2024.

PREDGOVOR

Knjiga “Spoljnotrgovinsko poslovanje” namijenjena je studentima ekonomskih fakulteta, svim zainteresovanim menadžerima svih nivoa, a u cilju sagledavanja i donošenja važnih izvoznih odluka koje imaju za cilj da se upoznaju sa svim elementima spoljnotrgovinskog poslovanja.

Nastavni predmet “Spoljnotrgovinsko poslovanje” ima motiv da obrazuje ljudske resurse za kvalitetno i uspješno obavljanje izvoznih, ali i svih drugih spoljnotrgovinskih poslova.

Ova knjiga predstavlja osnovnu literaturu za gore navedeni predmet na svim fakultetima gdje se izučava spoljnotrgovinsko poslovanje.

Struktura ove knjige prilagođena je važećem nastavnom planu i programu predmeta spoljnotrgovinsko poslovanje.

Spoljnotrgovinsko poslovanje jedno je od veoma važnih komponenti za razmjenu roba i usluga, te poboljšanja uslova rada, življenja i poboljšanja standarda uopšte.

Gledano u cjelini, spoljnotrgovinska razmjena, postala je društveno neophodna bez obzira da li joj je motiv ostvarenje profita u razmjeni ili je u pitanju društveni interes.

Poznato je da određene zemlje u svojoj razmjeni, a uvažavajući stepen privrednog razvitka, imaju svoje, vrlo često i posebno, različite interese.

Da bi razvijene zemlje obezbijedile prošireno tržište za prodaju svojih, a u većini slučajeva gotovih proizvoda, i tekuće i određene izvore za snadbijevanje potrebnim sirovinama.

Suprotno navedenom, zemlje u tranziciji i u razvoju, u planiranoj razmjeni vide svoju šansu i mogućnost da u procesu zamjene za svoje proizvode, pretežno sirovine ekstraktivnog i poljoprivrednog porijekla, obezbijede neophodna dobra za vlastiti ubrzani razvoj i otklanjanje uočenih posljedica naslijeđene zaostalosti.

Ova razmjena roba i usluga u spoljnoj trgovini odvija se u elementima nepoštedne konkurencije, kako bi se obezbijedilo što veće učešće u ukupnom

zbiru viška vrijednosti, koji je stvoren u proizvodnji proizvoda, koja je predmet međunarodne razmjene.

Za spoljnu trgovinu je karakteristično, a uvažavajući uslove pod kojima se realizuje promet u spoljnoj trgovini, ova oblast privredne djelatnosti mora da posjeduje stručne, edukovane i odgovorne osobe koje su zaposlene.

Inostrana sredstva plaćanja, najvećim dijelom, se ostvaruju izvozom roba i usluga. Ovaj zadatak je značajan i obiman, što zahtijeva, stručno poznavanje materije poslovanja ove oblasti od strane svih zaposlenih osoba i njihova profesionalna odgovornost, kao i odanost ovom pozivu sa punom odgovornošću.

Cilj svake proizvodnje je dobar kvalitet proizvoda, uvažavajući i prirodne okolnosti koje su dominantne. Kadrovi koji obavljaju spoljnotrgovinske poslove moraju da se u mnogome razlikuju od kadrova zaposlenih u unutrašnjoj trgovini.

Ovi kadrovi su više izloženi riziku u poslovanju, zatim potrebom da poznaju najsloženija i najudaljenija tržišta na svijetu, njihove sisteme u carinskom, deviznom i valutnom odnosu.

Kupoprodaja roba i usluga u spoljnotrgovinskom poslovanju odvija se u veoma složenom i odgovornom procesu. Faze i djelatnosti, u pripremanju da bi se obavila spoljnotrgovinska kupoprodaja, ogledaju se u konceptu formiranja posla, njegovog izvršenja u finansijskom i robnom pogledu i likvidaciji.

Svjesni smo značaja spoljne trgovine u pogledu prometa roba i usluga, kao i bilansa plaćanja sa inostranstvom, na šta ukazuje i činjenica da se u posljednje vrijeme u Bosni i Hercegovini poklanja značajna pažnja što potpunijem ovlađivanju tematikom ove oblasti od strane zaposlenih u spoljnotrgovinskim institucijama.

Kada je riječ o spoljnotrgovinskom poslovanju, svoj veliki doprinos treba da daju lica ovlaštena za sastavljanje finansijskih izvještaja, gdje se očekuje da elemenat profesionalnosti bude ispoštovan u značajnoj mjeri.

Zahvalnost za objavljivanje ove knjige dugujemo recenzentima na njihovom trudu i savjetima koji su u cjelosti uticali na poboljšanje njenog cjelokupnog utiska i Akademiku prof. dr Nedeljku Stanković, kao uredniku ove knjige.

Autori

S A D R Ź A J

UVOD	15
1.FUNKCIJE, ZADACI I PRINCIPI SPOLJNOTRGOVINSKOG POSLOVANJA	21
1.1. Pojam spoljne trgovine	21
1.2. Značaj i uloga spoljne trgovine	27
1.3. Razlike i sličnosti između spoljne i unutrašnje trgovine	29
1.4. Osnovni zadaci spoljnotrgovinskih preduzeća i društava	33
1.5. Principi spoljotrgovinskog poslovanja	35
2.ZAKON O SPOLJNOTRGOVINSKOM POSLOVANJU	43
2.1. Usluge u spoljnotrgovinskom poslovanju	48
2.2. Pokazatelji uspješnosti u spoljnoj trgovini	49
2.3. Načela u međunarodnom poslovanju	52
2.4. Dokumenti u spoljotrgovinskom poslovanju	53
3.VRSTE SPOLJNOTRGOVINSKIH PREDUZEĆA	65
3.1. Preduzeća u privatnom vlasništvu	65
3.2. Akcionarsko društvo	66
3.3. Komanditno društvo	69
3.4. Ortačko preduzeće	70
3.5. Društvo sa ograničenim jamstvom	71
3.6. Trgovačka posrednička preduzeća	73
3.7. Komisionar	75
3.8. Zastupnik iz inostranstva	76
3.9. Samostalni zastupnik – distributer	78
3.10. Broker	80
3.11. Djelatnosti u prometu – uslužne	82

3.11.1. Slobodne zone (luke)	82
3.11.2. Međunarodna špedicija	83
3.11.3. Skladištar – javni	87
3.11.4. Količina, kvalitet i kontrola robe	88
3.11.5. Poslovne banke.....	89
3.11.6. Istraživanje tržišta – organizacije.....	90
3.11.7. Preduzeća u vlasništvu države	92
3.11.8. Zadružna preduzeća	93
4.OBLICI POVEZIVANJA PREDUZEĆA	99
4.1. Trustovi.....	100
4.2. Koncerni	101
4.3. Karteli	102
4.4. Konzorcijum.....	104
5.PROIZVODNA PREDUZEĆA – SPOLJNOTRGOVINSKI APARAT ..	107
5.1. Nabavne firme	108
5.2. Izvozne zajednice.....	109
5.3. Izvozni oblik proizvođača	112
5.4. Uvozno-izvozne specijalne firme	116
5.5. Inostrane mreže	118
5.5.1. Podjela spoljnotrgovinskih preduzeća po vrsti djelatnosti	119
5.5.2. Spoljnotrgovinska preduzeća za uvoz i izvoz	120
5.5.3. Podjela po vrsti djelatnosti	123
5.5.4.Saradnja po osnovu ugovora između uvozno-izvoznih preduzeća	124
5.5.5. Preduzeća za međunarodni transport i špediciju	126
5.5.6. Preduzeća za zastupanje firmi iz inostranstva	132
5.5.7. Preduzeća za ugovorenu kontrolu robe.....	135

6.MENADŽMENT I MARKETING SPOLJNOTRGOVINSKOG PREDUZEĆA	141
6.1. Definisane menadžmenta	142
6.2. Cilj menadžmenta	146
6.2.1. Planiranje i organizacija u menadžmentu	148
6.2.2. Liderstvo u menadžmentu	152
6.2.3. Kontrola u menadžmentu.....	156
6.3. Definicija marketinga	157
6.3.1. Istraživanje u marketingu	158
6.3.2. Pozicioniranje, segmentacija u marketingu	161
6.3.3.Upravljanje marketingom u spoljnotrgovinskom poslovanju	166
6.3.4. Marketing miks	170
7.MENADŽMENT KVALITETA I STANDARDI U SPOLJNOTRGOVINSKOM I DEVIZNOM POSLOVANJU	179
7.1. Definisane kvaliteta	180
7.2. ISO kvalitet	182
7.3. Menadžment kvaliteta (TQM)	185
7.4. Standardi Evropske unije.....	190
7.5. Regulisanje standarda u BiH	194
7.6. Uslovi isporuke – ugovorne klauzule	199
7.7. Carinska konvencija (ATA karnet).....	205
8.CIJENA U SPOLJNOJ TRGOVINI	211
8.1. Značaj i pojam cijena u spoljnoj trgovini	211
8.2. Oblici ugovaranja cijena	214
8.3. Praćenje ugovorene cijene kroz reviziju.....	226
8.4. Prizma politike izvoznih cijena.....	229
9.KALKULACIJE U SPOLJNOTRGOVINSKOM POSLOVANJU	237

9.1. Značaj i pojam kalkulacija	237
9.2. Vrste kalkulacija	239
9.3. Metode kalkulacija.....	242
9.4. Kalkulacija prema vrstama posla	244
9.5. Kalkulacija specifičnih poslova u spoljnoj trgovini	247
10.KANALI UVOZA I IZVOZA	253
10.1.Međunarodni sajmovi	254
10.2. Međunarodne aukcije	259
10.3. Vrste i pojam berzi.....	262
10.4. Učesnici, vlasnici i članovi berzi	270
10.5. Berzansko poslovanje	278
10.6. Najvažnije robne berze u svijetu.....	284
10.7. Međunarodni tenderi.....	294
11.NAČINI PLAĆANJA U SPOLJNOJ TRGOVINI	305
11.1. Ovlaštenje bankama za poslovanje sa inostranstvom.....	306
11.2. Odnosi između banaka rezidenata i banaka nerezidenata	310
11.3. Regulisanje deviznog poslovanja.....	313
11.4. Devizno tržište – pravno regulisanje	318
11.5. Spot prodaja i spot kupovina deviza između CB BiH i banaka	321
11.6. Efektive i devize sa kojima se trguje	326
11.7. Vođenje i otvaranje deviznih računa nerezidenata i rezidenata	329
11.7.1. Nerezidenti	330
11.7.2. Rezidenti.....	332
11.7.3. Obavljanje mjenjačkih poslova	334
11.8. Platni promet sa inostranstvom.....	340
11.8.1. Međunarodni dokumentarni akreditiv	342
11.8.2. Vrste akreditiva	344

11.9. Instrumenti bezgotovinskog plaćanja	347
11.9.1. Ček	348
11.9.2. Međunarodno kreditno pismo	350
11.9.3. Kliring u međunarodnim plaćanjima	352
11.10. Instrumenti obezbeđenja u međunarodnom poslovanju	354
11.10.1. Podjela bankarskih garancija.....	356
11.10.2. Jemstvo	363
11.10.3. Mjenica	365
11.10.4. Vrste mjenica	367
11.11. Stvarnopravna obezbeđenja plaćanja.....	373
11.11.1. Ručna zaloga	376
11.11.2. Hipoteka	378
12.RIZICI U SPOLJNOJ TRGOVINI.....	385
12.1. Pojam rizika.....	386
12.2. Vrste rizika	389
12.3. Operativni rizik	396
12.4. Tržišni rizik	398
12.5. Tranzitni/transportni rizik.....	402
12.6. Rizik kamatne stope i deviznog kursa	403
12.7. Rizik zemlje.....	408
12.8. Zaštita od rizika.....	412
13.VRSTE SPOLJNOTRGOVINSKIH POSLOVA I TEHNOLOGIJA	421
13.1. Pojam i podjela.....	421
13.2. Oblici izvoza i uvoza robe.....	423
13.2.1. Redovan izvoz i uvoz.....	424
13.3. Spoljnotrgovinski ugovori	425
13.4. Vezani poslovi u spoljnoj trgovini	429

13.4.1. Kompenzacioni poslovi	432
13.4.2. Barter poslovi	434
13.4.3. Tehnologija izvoznog posla.....	436
13.5. Specifični poslovi u spoljnoj trgovini	447
13.5.1. Poslovi oplemenjivanja.....	448
13.5.2. Reeksportni poslovi	450
13.5.3. Tranzitni poslovi	452
13.5.4. Lizing poslovi.....	454
13.5.5. Franšizing poslovi	456
13.6. Usluge u spoljnotrgovinskom prometu	459
13.6.1. Vrste usluga i njihov značaj	462
13.6.2. Međunarodni transport.....	465
13.6.3. Međunarodna špedicija	467
14.DIREKTNA ULAGANJA STRANOG KAPITALA.....	471
14.1. Oblici ulaganja	472
14.2. Motivi stranih ulaganja	480
14.3. Oblici (vidovi) međunarodnih pravnih okvira	486
14.4. Pokušaji stvaranja multilateralne regulative	490
14.5. Zaštita stranih ulaganja	498
14.6. Međunarodni trgovački sporovi – arbitraža	501
<i>Literatura</i>	507
Popis slika	519
Popis tabela	520

UVOD

Imajući u vidu značaj i ulogu spoljnotrgovinskog poslovanja nametnuta je činjenica da međunarodna podjela rada je prouzrokovala potrebu za razmjenom roba i usluga između zemalja. Razvojem proizvodnih snaga i proizvodnih odnosa iskazana je potreba za rastom razmjene i u savremenim uslovima privređivanja njen obim doveden je do velikih razmjera.

Od kretanja u svjetskoj privredi zavisi i razvoj nacionalnih privreda, bez obzira na društveni sistem posmatrane zemlje, kao i stepena dostignutog privrednog razvoja, ne može da se izoluje aktivnost od kretanja u svjetskoj privredi. Međunarodni ekonomski odnosi sa svojim razvojem iu u suprotnom smjeru. Na određeni način, ovo uklapa nacionalne privrede u sistem sveobuhvatnosti međunarodne privrede. U ovome slučaju sve nacionalne privrede ispoljavaju svoj vlastiti interes.

Razmjena roba i usluga veoma je važna i ona je favorizovana nastojanjem subjekata, u svim društvenim okolnostima, da se uslovi rada podignu na veći nivo. Spoljnotrgovinska razmjena je postala društveno potrebna bez obzira koji je motiv u pitanju: da li je to ostvarivanje profita samim činom razmjene ili se radi o nekom drugom interesu. Kod razmjene roba ili usluga, zemlje sa višim stepenom razvoja plasiraju svoje robe, pretežno gotove proizvode, a izvori snabdijevanja su sirovine, pretežno, zemalja sa nižim stepenom razvoja. Zemlje koje su u razvoju i tranziciji, među kojima je i Bosna i Hercegovina, kao i zemlje regiona, vide mogućnost da kod zamjene za svoja dobra (sirovine svih vrsta), obezbijede sve uslove za ubrzani privredni razvoj, koji će da doprinese poboljšanju životnog standarda.

Strukturu knjige spoljnotrgovinsko poslovanje, nakon predgovora i uvoda, čini četrnaest poglavlja i na kraju završava sa referentnom literaturom korištenom prilikom kreiranja ove knjige.

Prvo poglavlje odnosi se na funkcije, zadatke i principe spoljnotrgovinskog poslovanja. Ovo poglavlje obuhvata pojam spoljne trgovine, zatim ulogu i značaj spoljne trgovine, razlike i sličnosti između spoljne i unutrašnje trgovine, osnovne zadatke spoljnotrgovinskih preduzeća i društva, principe spoljnotrgovinskog poslovanja oslikane kroz ekonomski interes, sigurnost posla, proizvodne i poslovne standarde, kao i zaštitu poslovne tajne.

Drugo poglavlje posmatra zakonsku regulativu u spoljnotrgovinskom poslovanju u Bosni i Hercegovini, entitetima i Brčko distriktu Bosne i Hercegovine Takođe, obrađene su usluge u spoljnotrgovinskom poslovanju, kao i pokazatelji uspješnosti u spoljnoj trgovini.

Treće poglavlje obuhvata pregled spoljnotrgovinskih preduzeća (vrste) prema imovinsko-pravnim obilježjima: akcionarsko i komanditno društvo, ortačko preduzeće, društvo sa ograničenim jemstvom, trgovačka posrednička preduzeća, komisionare, samostalne zastupnike (distributeri), zastupnike iz inostranstva (brokери), uslužne djelatnosti u prometu. Takođe, u ovome dijelu obrađene su: slobodne zone, međunarodna špedicija, javni skladištar, količina – kvalitet i kontrola robe, poslovne banke, istraživanje i organizacija tržišta, preduzeća u vlasništvu države, kao i zadružna preduzeća.

Četvrto poglavlje obrađuje oblike povezivanja preduzeća, kroz trustove, koncerne, kartele i konzorcijume.

Peto poglavlje obrađuje proizvodna preduzeća – spoljnotrgovinski aparat, kroz nabavne firme, izvozne zajednice, izvozne oblike proizvođača, specijalizovane uvozno-izvozne firme i inostrane mreže. Ovo poglavlje obrađuje podjelu spoljnotrgovinskih preduzeća po vrsti djelatnosti; zatim spoljnotrgovinsko preduzeće za uvoz i izvoz, podjelu po vrsti djelatnosti, saradnju po osnovu ugovora između uvozno-izvoznih preduzeća, preduzeća einostranstva i preduzeća za ugovorenu kontrolu robe.

Šesto poglavlje odnosi se na poslovanje – menadžment i marketing spoljnotrgovinskog preduzeća, kroz definisanje menadžmenta i njegovih ciljeva uz planiranje i organizaciju u menadžmentu, kao i liderstvo i kontrolu u menadžmentu. Takođe, definiše marketing, marketinška istraživanja, pozicioniranje i segmentaciju u marketingu, kao i upravljanje marketingom u spoljnotrgovinskom poslovanju i miks marketing.

Sedmo poglavlje pažnju posvećuje menadžmentu kvaliteta i standardima u spoljnotrgovinskom poslovanju, počev od definisanja kvaliteta, ISO kvalitet i menadžmenta kvaliteta, preko standardizacije (EU standardi, regulisanje standarda u BiH) do uslova isporuke i carinske konverzije.

Cijena i način njenog kreiranja u spoljnotrgovinskom poslovanju obrađena je u osmom poglavlju, kroz definisanje i značaj cijena u spoljnoj

trgovini i oblike ugovaranja cijena, kao i praćenje ugovorene cijene kroz reviziju i prizmu politike izvoznih cijena.

Deveto poglavlje posvećeno je kalkulacijama u spoljnotrgovinskom poslovanju, ističući kako njihov značaj, vrste i metode kalkulacija, tako i kalkulacija specifičnih poslova u spoljnoj trgovini.

Deseto poglavlje govori o vrstama i oblicima prodaje robe i usluga u spoljnotrgovinskom poslovanju polazeći od tradicionalnih oblika (sajmovi, aukcije) do posebnih stalno organizovanih mjesta (međunarodne robne berze) i drugih oblika prodaje (međunarodnih tendera).

Način plaćanja u spoljnotrgovinskom poslovanju tema je jedanaestog poglavlja ove knjige, u kojem su obrađena ovlaštenja bankama za poslovanje sa inostranstvom; odnosi između banaka rezidenata i banaka nerezidenata; regulisanje deviznog poslovanja; devizno tržište (spot prodaja i kupovina deviza, efektivne i devize sa kojima se trguje); vođenje i otvaranje deviznih računa (rezidenata, nerezidenata i obavljanje mjenjačkih poslova); platni promet sa inostranstvom; instrumenti bezgotovinskog plaćanja (ček, međunarodno kreditno pismo i klirinška plaćanja); instrumenti obezbeđenja u međunarodnom poslovanju (bankarska garancija, mjenica, jemstvo) i stvarnopravna obezbeđenja plaćanja (ručna zaloga i hipoteka).

Izvršavanje spoljnotrgovinskih transakcija može dovesti do nastupanja nepredvidivih događaja ili rizika. O uzrocima njihovog nastanka i načina kako da se poslovni subjekti osiguraju od pretećih opasnosti govori dvanaesto poglavlje.

Trinaesto poglavlje razmatra tehnologije i vrste spoljnotrgovinskih poslova od klasičnih oblika međunarodne trgovine, preko vezanih spoljnotrgovinskih poslova do specifičnih (poslovi oplemenjivanja, tranzitni poslovi, reeksportni poslovi, lizing poslovi, franšizing poslovi) i uslužni poslovi međunarodnom prometu (međunarodni transport i špedicija).

Posljednje, četrnaesto poglavlje ove knjige, obrađuje direktna ulaganja stranog kapitala, njihove oblike i motive stranih ulaganja, kao i oblike međunarodnog pravnog okvira, nastojanja stvaranja multilateralne regulative i zaštite stranih ulaganja i načina rješavanja eventualnih sporova u međunarodnoj trgovini – arbitražu.

**FUNKCIJE, ZADACI I PRINCIPI
SPOLJNOTRGOVINSKOG POSLOVANJA**

PREGLED POGLAVLJA

**FUNKCIJE, ZADACI I PRINCIPI SPOLJNOTRGOVINSKOG
POSLOVANJA**

- Pojam spoljne trgovine
- Značaj i uloga spoljne trgovine
- Razlike i sličnosti između spoljne i unutrašnje trgovine
- Osnovni zadaci spoljnotrgovinskih preduzeća i društava
- Principi spoljnotrgovinskog poslovanja:
 - Ekonomski interes
 - Sigurnost posla
 - Proizvodni i poslovni standardi
 - Zaštita poslovne tajne

CILJEVI UČENJA

- Objasnite definiciju spoljne trgovine
- Objasnite značaj i ulogu spoljne trgovine u privredi Bosne i Hercegovine
- Navedite sličnosti između spoljne i unutrašnje trgovine
- Navedite razlike između spoljne i unutrašnje trgovine
- Koji su osnovni zadaci i funkcije spoljnotrgovinskog preduzeća
- Objasnite principe spoljnotrgovinskog poslovanja
- Objasnite robne dokumente u spoljnotrgovinskom poslovanju
- Objasnite transportne dokumente u spoljnotrgovinskom poslovanju
- Objasnite carinske dokumente

1. FUNKCIJE, ZADACI I PRINCIPI SPOLJNOTRGOVINSKOG POSLOVANJA

1.1. Pojam spoljne trgovine

Svaka proizvodnja ima svoje ciljeve, koji se ogledaju u tome da proizvedeni proizvodi zadovolje zahtjevu potrebu čovjeka, bilo da se radi o sredstvima za potrošnju ili da se radi o sredstvima za proizvodnju.

Tržište kao mjesto gdje se susreće ponuda i tražnja proizvoda i usluga ima ulogu da primi robu na domaćem tržištu, stranom tržištu ili nekom drugom tržištu i da je stavi na raspolaganje i uvid kupcima radi kupovine.

Ako roba prelazi granicu jedne zemlje i odlazi u drugu zemlju – riječ je o spoljnoj trgovini. Pored spoljnih tržišta (tržišta bilo koje zemlje u svijetu i van svoje matične zemlje) postoji i tzv. svjetsko tržište.¹

Poznato je da na svim tržištima vlada velika konkurencija, gdje se ostvaruju međunarodni uslovi kupoprodaje sa naglaskom na obavezan kvalitet, cijene i način plaćanja, servisiranje i održavanje opreme – mašina, rokova isporuke i sl.

Poveznica između svjetskog i nacionalnog tržišta je regionalno tržište, gdje se može reći da je to vrsta svjetskog tržišta, uvažavajući stav da kod realizacije trgovine, moraju da se uklone regionalne trgovinske barijere.

Pojam spoljne trgovine, u širem smislu riječi, obuhvata redovnu razmjenu dobara i usluga s inostranstvom u obliku trajne i profesionalne djelatnosti. Spoljna trgovina predstavlja dio prometa u kome se razmjena obavlja na taj način što predmet kupoprodaje, prelazeći carinsku liniju napušta teritoriju zemlje prodavca (izvoz) ili ulazi na teritoriju zemlje kupca (uvoz). Ova razmjena obuhvata, pored razmjene materijalnih dobara, još i obavljanje najznačajnijih proizvodnih i neproizvodnih usluga po nalogu i za

¹ M.Unković, B.Stakić: *Spoljnotrgovinsko i devizno poslovanje*, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2012., str.1.

račun inostranih državljana (transport, špedicija, osiguranje, bankarske usluge, turizam, privredne informacije, propaganda – uslužne djelatnosti).²

Veoma su bitni i značajni uslovi pod kojima se ostvaruju spoljnotrgovinski poslovi, prednje traži, a uvažavajući važnost ove privredne grane, da uposlenici moraju da posjeduju posebna stručna znanja i druge menadžerske sposobnosti. Izvozom roba i usluga ostvaruje se plaćanje inostranim doznakama za realizovane robe i usluge.

Da bi se ovaj posao izvršio nije dovoljna samo konstatacija odgovarajućeg kvaliteta i predmeta kupoprodaje. Ovdje dolazi do primjetnog, da stručno poznavanje ove oblasti poslovanja, ove privredne djelatnosti od strane zaposlenih i njihova nesebična odanost ovome pozivu sa punom odgovornošću.

Postoje mnoge definicije spoljne trgovine, jedna koja se najviše koristi je, da spoljna trgovina predstavlja promet usluga i roba u kome se razmjena između učesnika mnogih zemalja obavlja tako što predmet kupoprodaje prelazi carinsku liniju i prostor zemlje prodavca (izvoz) ili zemlje kupca (uvoz), koja se obavlja na osnovu zaključenih pismenih spoljnotrgovinskih ugovora. Ako se ova definicija raščlani, iz nje proizilazi sljedeće:

1. spoljna trgovina se obavlja između subjekata različitih zemalja, od kojih je jedan u ulozi prodavca (izvoz), a drugi u ulozi kuca (uvoz);
2. roba, po pravilu, prelazi državnu granicu;
3. spoljna trgovina se obavlja po određenim zakonima, a interesi učesnika se izražavaju uredno zaključenim spoljnotrgovinskim ugovorima.³

U smislu Zakona o spoljnotrgovinskoj politici Bosne i Hercegovine, pod *spoljnotrgovinskom politikom* podrazumijevaju se jednoobrazni državni principi za primjenu svih unilateralnih mjera, koje se tiču međunarodnog protoka roba i usluga, i za pregovore i zaključivanje svih sporazuma sa trećim zemljama, regionalnim ili međunarodnim organizacijama povezanim

² M. Tešić (1996):*Spoljnotrgovinsko poslovanje*, Savremena administracija, Beograd, str.3-4.

³ M.Unković, B.Stakić, *cit.djelo*, str.2.

sa međunarodnom trgovinom. U smislu ovog Zakona pod *unilateralnim mjerama*, koje se tiču spoljne trgovine, podrazumijevaju se zaštitne mjere, kao i dažbine za antidamping i za antisubvencije. Takođe, u smislu ovog Zakona, pod *sporazumima sa trećim zemljama*, koji se tiču spoljne trgovine, podrazumijeva se svaki sporazum ili instrument u vezi sa međunarodnom trgovinom, a naročito svaki trgovinski sporazum sa drugim zemljama, svaki sporazum sa Evropskom Unijom, svako članstvo u carinskim unijama, na područjima slobodne trgovine i u Svjetskoj trgovinskoj organizaciji.⁴

Po Zakonu o vanjskotrgovinskom poslovanju Federacije BiH: *Vanjskotrgovinski promet je promet robe i usluga između pravnih lica sa sjedištem u Federaciji Bosne i Hercegovine, odnosno Republici Srpskoj, Brčko distriktu BiH, odnosno u Republici Bosni i Hercegovini i lica sa sjedištem u inostranstvu, koji se vrši na osnovu ugovora zaključenih u skladu sa dfederalnim propisima i međunarodnim ugovorima.*⁵

U Zakonu o vanjskotrgovinskom poslovanju se direktno ne pominje roba koja prelazi granicu, kao sastavni dio naprijed navedene definicije. Za vršenje vanjskotrgovinskog prometa preduzeće mora da ispunjava sljedeće uvjete:⁶

1. uspostavljanje platnobilansne ravnoteže;
2. efikasna naplata dugova, odnosno potraživanja i odnosa sa inostranstvom;
3. uredno ispunjavanje međunarodnih ugovora.

Spoljnotrgovinska razmjena obuhvata veći broj neproizvodnih i proizvodnih usluga u oblastima turizma, saobraćaja, bankarske usluge, razne vrste usluga i sl.

Organi Bosne i Hercegovine u saradnji sa nadležnim organima entiteta (Federacije BiH i Republike Srpske) i Brčko distrikta BiH utvrđuju spoljnotrgovinsku politiku. Odgovarajuće mjere, a koje se odnose na

⁴ Član 3. *Zakona o spoljotrgovinskoj politici BiH* („Službeni glasnik BiH“, broj 7/98, 35/04)

⁵Član 1 *.Zakona o vanjskotrgovinskom poslovanju Federacije BiH* („Službene novine Federacije BiH“, broj 2/95)

⁶ Član 4., *Ibidem*

ispunjavanje obaveza koje nastaju iz Zakona ili koje su rezultat akcije koje su preuzeli organi BiH, preuzimaju entiteti.

Uvažavajući Zakon o spoljnotrgovinskoj politici Bosne i Hercegovine, entiteti će da preduzmu odgovarajuće mjere, bez obzira na vrstu mjera (opšte ili posebne), kako bi se osiguralo ispunjavanje obaveza koje nastaju iz zakona ili koje se odnose na preuzete obaveze organa države Bosne i Hercegovine. Međusobna saradnja između entiteta i organa Bosne i Hercegovine mora da bude na nivou, posebno kada je riječ o razmjeni svih informacija kako bi se obezbijedilo ispunjavanje obaveza koje su regulisane zakonom. Organi entiteta (RS i FBiH) ne mogu da donose mjere koje bi mogle da idu na štetu zakonom propisanih odredbi, koje bi ugrozile zacrtane ciljeve zakona o spoljnotrgovinskoj politici BiH.

Zakon, takođe, reguliše da je izvoz i uvoz roba slobodan od ograničenja po bilo kom osnovu ili drugih efekata. Prednje ne isključuje ograničenja ili zabrane koje se odnose na međunarodni promet roba, uvažavajući javnost, politike koje su dostupne javnosti, u cilju zaštite zdravlja stanovništva, zaštite nacionalnog bogastva kroz sve segmente, ili zaštite komercijalne i industrijske svojine, kao i radi zabrane svih vrsta droga i drugih štetnih materijala. Uslovi koji se odnose na uvoz i izvoz roba isti su u oba entiteta (RS, FBiH i Brčko distriktu BiH) tj. na čitavoj teritoriji Bosne i Hercegovine. Sva roba koja je uvežena podliježe istim zakonskim, carinskim, poreskim i drugim uslovima, kako za iste, odnosno, robe koje su slične, a proizvedene su u BiH.

Standardi, tehničke, kvalitativne i druge norme kod uvezene robe moraju da budu ispoštovane, jer je to uslov za njihovo stavljanje u proces korištenja – prometa u Bosni i Hercegovini, uz uključivanje entitetskih standarda.

Nadležni organi u Bosni i Hercegovini imaju obavezu da izdaju ovjerene potvrde ili dokumente za robe koje se uvoze ili izvoze na osnovu sklopljenih ugovora i važećih propisa stranih zemalja i međunarodnih ugovora koji to predviđaju. Ove dokumente, ovjerit će Ministarstvo spoljne trgovine BiH potpisom i suhim žigom, a ministarstva entiteta RS i FBiH žigom i potpisom.

Resorna ministarstva entiteta u Bosni i Hercegovini (RS i FBiH) imaju obavezu da dostave svoje mišljenje Ministarstvu spoljne trgovine BiH, koje će da propiše način izdavanja određenih potvrda ili ovjere dokumenata koji se prilažu uz robu za uvoz i izvoz. Moraju se takođe, da utvrde kriteriji za utvrđivanje da robe imaju porijeklo iz Bosne i Hercegovine i uslove pod kojima će se tražiti potvrda za porijeklo uvezenih ili izvezenih roba.

Kada robe pređu carinsku liniju i carinu, tada se smatra da je uvoz i izvoz završen. Prihvatanjem deklaracije za robe od strane ovlaštene carine smatrat će se kao datum izvoza i uvoza roba.

Ulaganje kapitala od strane fizičkog ili pravnog lica, odnosno povećanje uloga kapitala, osim roba čiji je uvoz usmjeren posebnim ograničenjima, može se obavljati ako je u skladu sa pravnim poslom na osnovu kojeg se vrši ulaganje. Pravno ili fizičko lice, uvažavajući zakon, smatra se da imaju prebivalište u Bosni i Hercegovini. Strana lica treba da imaju neke osobenosti u smislu:

- a) da fizičko lice ima prebivalište u drugoj državi;
- b) da je preduzetnik ili pravno lice sa sjedištem u drugoj zemlji ili carinskom prostoru;
- c) da je fizičko domaće lice sa boravištem ili prebivalištem u drugoj državi ili carinskom prostoru dužem od jedne godine.

Konkurentni proizvodi ili usluge mogu se samo uključiti u spoljnu trgovinu, u pogledu nekih pogodnosti kao što su: kvalitet, cijena, rok isporuke, način plaćanja i sl. Zemlje da bi bile uspješne u spoljnoj trgovini moraju da na najbolji način izvrše kombinaciju proizvodnih faktora sa kojima raspolažu, tj. prirodnih resursa, radne snage, kapitala, tehnologije, ljudskih resursa, menadžmenta i sl.

Spoljna trgovina je veoma složena oblast u poslovanju i ima nekoliko faza i djelatnosti počevši od istraživanja tržišta, propagande, prodaje, preko proizvodnje, uspostavljanje poslovnih veza sa inostranim poslovnim partnerima, zaključivanje i realizacija ugovorenog posla. Naprijed navedeno, kao radni proces u spoljnoj trgovini, zove se sopljnotrgovinsko i devizno poslovanje. Cilj svakog preduzeća usmjeren je

na obezbeđenju reprodukcije proizvodnje i na dosljednoj primjeni ekonomskih principa poslovanja, što dovodi do poslovnog uspjeha. Na proces reprodukcije utiče neprekidno kruženje sredstava u realizaciji procesa reprodukcije. Ovaj proces reprodukcije značajan je za uspješno poslovanje, jer nabavka i prodaja iz prethodne faze reprodukcije predstavlja uslov za sljedeću fazu. U praktičnom smislu to znači ako se neko preduzeće na vrijeme ne snabdi je materijalom tj. ne pretvori novac (N) u neku robu (R), po osnovu formule (N – R), neće da ima mogućnost da obavi proizvodnju (P), tako da prekid u proizvodnji dovodi u pitanje prodaju (R₁), a time i naplatu novca (N₁) po poznatoj formuli:

$$(R_1 - N_1)$$

Kada je riječ o trgovinskom preduzeću, postoji takođe, međuzavisnost nabavke (N – R), kao i prodaje (R₁ – N₁).

Gore navedeni simboli u formulama označavaju:

N – novac angažovan na početku

R – nabavljena roba

N₁ – novac uvećan od prodaje robe koja je ranije kupljena

P - proizvodnja

R₁ – roba koja je novoprodukovana

Proizvodna, trgovinska i druga preduzeća imaju cilj da ostvare što veći profit. U tome smislu, preduzeća koja se bave spoljnom trgovinom imaju zadatak da obezbijede navke i prodaje roba koje prelaze granicu jedne zemlje i koje se realizuje kroz izvoz i uvoz.

Ukupan uspjeh preduzeća koja se bave spoljnom trgovinom mjeri se i izražava u ostvarenom dohodku i profitu. Iz tih razloga neophodna je obuka i edukacija uposlenika i stručnjaka koji se bave ovim poslom.

Dio nacionalne proizvodnje koji se prodaje van granica zemlje je izvoz, a uvoz je dio nacionalne potrošnje koji se namiruje nabavkom robe u inostranstvu.

1.2. Značaj i uloga spoljne trgovine

Spoljna trgovina se razvijala u istovremeno sa razvojem proizvodnih snaga društva. Proizvođači raznih roba, uključujući plemena i rodove, a na osnovu izvršene podjele rada, proizvodili određene proizvode koji su služili za zadovoljavanje potreba čovjeka. Povećanjem ekonomskog principa produktivnosti, pojavljuju se viškovi proizvoda kod proizvođača, te viškove proizvoda zamjenjivali su sa drugim zemljama (susjednim) za proizvode druge upotrebne vrijednosti, a koje on nije mogao da proizvede u istom periodu. Poznata je činjenica da su u početnom periodu plemenske zajednice bile zatvorene, i ekonomski homogene, to je ona, kako bi zadovoljila potrebe u robama koje nije mogla da proizvede, bila prinuđena da sarađuje sa drugim zemljama – plemenima radi razmjene dobara. Na osnovu prednjeg može se zaključiti da su to bili prvi počeci spoljnotrgovinske razmjene, te se može konstatovati, da je pojava spoljne trgovine bila starija od unutrašnje.

Uloga i značaj spoljne trgovine ogledaju se u sljedećem:

- a) ona omogućava da se na spoljna tržišta plasiraju viškovi i kupe (popune) manjkovi u robi, uslugama, novcu, kapitalu, tehnologiji i sl.;
- b) dopunjavanje asortimana proizvoda i usluga i omogućuje kvalitetnije zadovoljavanje ljudskih potreba – reprodukcioni i potrošačkih;
- c) omogućuje postizanje povoljnih uslova razmjene cijena nego ako se prodaje samo na domaćem tržištu;
- d) usmjerava proizvođača na primjenu svjetskih kriterijuma i standarda vrednovanja proizvodnje i najsavremenijeg tehnološkog progressa;
- e) omogućuje stalnu komunikaciju sa svijetom koja pozitivno utiče na kretanje ljudi i kapitala, kao i na obuku ljudi – proširivanje znanja i upoznavanje;
- f) upoznavanje kultura i običaja naroda i zemalja.⁷

⁷ M.Unković, B.Stakić, *cit.djelo*, str.4.

Međunarodna podjela rada je veoma važna za spoljnu trgovinu zemalja koje učestvuju u procesu. Oblikom spoljne trgovine realizuju se značajni zadaci nacionalne privrede većine država učesnika. Skoro svaka zemlja ostvaruje viškove proizvoda koje mora da izvozi, a da vrši uvoze proizvoda koji su deficitarni, čime se vrše značajne promjene u strukturi u materijalnoj proizvodnji i društvenom proizvodu svake države.

Za spoljnu trgovinu se kaže da je društveno opravdana i korisna, ne vrši dopunu robom sa kojom ne raspolaže ili je nema u dovoljnim količinama, tj. kada se ne ostvaruje pod direktnim motivom uvećanog dohodka. U tom slučaju ekonomisti kažu da se radi o dopuni asortimana sa robama, a u tome mu pomaže spoljna trgovina.

Analize su pokazale da se spoljna trgovina ne bazira samo na realizaciju viškova proizvoda, kao i popunu manjkova u robi, odnosno uslugama i kompletiranje asortimana sa robama. Spoljnu trgovinu interesuje zarada koja se ostvari izvozom roba i usluga više nego da se ona obavi u zemlji proizvođača. Ona ima karakteristiku, misli se na spoljnu trgovinu, da posreduje kod kupoprodaje između raznih država, ne obuhvatajući prostor vlastite države.

Spoljna trgovina nastoji da “natjera” proizvođače domaćih proizvoda da se uklope u standarde i elemente vrednovanja proizvodnje, kao i na najmodernije tehničke progrese koje svjetska ekonomija poznaje.

Preduzeća koja nisu sposobna da omoguće propisan kvalitet, asortiman, oblik pakovanja, cijenu i ostale pogodnosti koje zahtijeva svjetsko tržište, biće udaljen sa svjetskog tržišta i datu robu prodavati u svojoj zemlji. Međutim, postoji alternativno rješenje u takvim slučajevima, to je, bilateralni trgovinski sporazum (sa nekom državom), čijim zaključivanjem (sklapanjem) se omogućuje prodaja pod uslovima koji su manje povoljni ili više zahtjevni od svjetskih.

Komunikacija, je ključna poveznica, koja spoljnu trgovinu vezuje sa svijetom, gdje se ostvaruje prodaja roba i usluga. Nekada je komunikacija bila otežana, trebalo je dosta vremena da se ona uspostavi. Danas se ona može veoma brzo uspostaviti (putem interneta, telefaksa, satelitske televizije, kao i drugih programa i aplikacija). Ovaj oblik komunikacija omogućava proširenje obima međunarodne razmjene roba, usluga, kao i

kretanja ljudi. Na osnovu prednjeg može se zaključiti, da međunarodna trgovina, nije i ne bazira se samo na razmjenu, već i na poslove inženjeringa i otvaranju fabrika, pogona velikih kompanija u čitavom svijetu, gdje se sa pozitivnim elementima utiče na razvoj vlastite zemlje, kao i drugih država u svijetu sa kojima je ostvarena pozitivna komunikacija.

1.3. Razlike i sličnosti između spoljne i unutrašnje trgovine

Postoje razlike i sličnosti između spoljne i unutrašnje trgovine. Posrednička uloga je oblik sličnosti, sličnost se ogleda i u djelovanju ekonomskih zakona kod formiranja cijena, obliku organizacije tržišta, tehnici ugovaranja kod prodaje roba i vršenja usluga i sl.

Najznačajnija sličnost između unutrašnje i spoljne trgovine je u njihovoj posredničkoj ulozi tj. da i jedna i druga posreduje između proizvođača i potrošača. Posredovanje je trajne prirode:

- a) interpersonalno,
 - b) interlokalno i
 - c) intertemporalno.
-
- a) Trgovina posreduje između persoficiniranih proizvođača i potrošača, dakle, između ličnosti koje se jedanput pojavljuju u proizvodnji u vidu preduzimača kao organizatora proizvodnje, a drugi put u licu potrošača koji na tržištu – u trgovinama, na pijacama, putem interneta i sl. – kupuje tu robu. Radi se, dakle, o posredovanju između ličnosti (*lat. persona*) i otuda se u ovom slučaju govori o interpersonalnom posredovanju.
 - b) Trgovina posreduje, u prostoru– između mjesta gdje se roba proizvodi i mjesta gdje se roba troši, sa većom ili manjom udaljenošću između tih mjesta. Uvijek je potrebno da se sa robom, u tom međuprostoru, stručno manipuliše, što znači da se ona dobro upakuje, zaštiti od rasipanja, pravilno transportuje i iznese na tržište. Trgovina obavlja sve te poslove i nosi veliki rizik koji se pojavljuje po osnovu transporta (prevoza) i naplate robe, bilo da se radi o unutrašnjem ili međunarodnom prometu robe. U ovom slučaju

trgovina posreduje između mjesta (*lat. locu*) proizvodnje i mjesta potrošnje i tada se govori o interlokalnom posredovanju trgovine.

- c) U funkciji intertemporalnog posredovanja (*lat. tempus – vrijeme*) trgovina preuzima sve potrebne radnje da bi se premostile vremenske razlike od momenta proizvodnje do momenta potrošnje. Rijedak je, naime, slučaj da se proizvedena roba neposredno po završenom procesu proizvodnje, odmah izosi na tržište i prodaje potrošaču. Proizvedenu robu, od strane trgovine, valja otkupiti onda kada se ona najviše nudi jer je tada njena cijena niža, a njenu prodaju izvršiti u vrijeme kada se ona najviše traži, uključujući i proces zamrzavanja i skladištenja.⁸

Kvaliteti moderne trgovine ogledaju se u stvaranju kvalitetnijih uslova u pogledu da su obezbijeđeni silosi, moderni magacini, sušnice i sl., tako da se vrši uskladištenje sezonske robe, koja treba da svojstva zadržava u nepromijenjenom stanju, kao i da se prodaja vrši u svim vremenskim periodima. Prednji navodi se odnose na proizvode iz oblasti industrijskih proizvoda, poljoprivrednih, prehrambenih proizvoda i sl.

Jedna od sljedećih sličnosti između spoljne i unutrašnje trgovine ogleda se u djelovanju ekonomskih zakona koji utiču na formiranje cijena. Primjer za to je zakon ponude i tražnje, koji isto djeluje na spoljnu i unutrašnju trgovinu. Postoji određena razlika, koja se ogleda u tome, gdje se cijena kod spoljne trgovine sa više objektivnosti mjeri i utvrđuje zbog djelovanja ponuda roba i usluga iz cijelog svijeta.

Marketing kanali se smatraju sličnima u spoljnoj i unutrašnjoj trgovini. Prodaja roba može da se organizuje i u unutrašnjoj i u vanjskoj trgovini na aukcijama, tenderima, sajmovima, berzama, putem ponuda (putem telefona, interneta i sl). Prednje se odnosi i na kupovinu roba i ugovaranja usluga. Ovdje se nameće problem kod organizacije međunarodne kupovine i prodaje, iz razloga što međunarodna roba podliježe carinjenju i primjeni kurseva koji mogu da budu različiti, sa elementom i suštinom trgovine izraženu kroz kanale marketinga, nema izraženih razlika da li se radi o spoljnoj ili unutrašnjoj trgovini.

⁸ M.Unković, B.Stakić, *cit.djelo*, str.7.

Kada je riječ o tehnici trgovine, ista je, slična i kod spoljne i unutrašnje trgovine. Ne postoje bitne razlike između ove dvije vrste trgovine u slučajevima pregovaranja, zaključivanja ugovora, plasiranja upita i slanja ponuda i sl. Razlika se ogleda u tome što strana roba podliježe carinjenju, preračunavanju cijene putem deviznog kursa, sistemu plaćanja, udaljenosti i sl.

Uvažavajući stečena iskustva, evidentne, su razlike između spoljne i unutrašnje trgovine, kako slijedi:

1. faktori proizvodnje su nejednako mobilni,
2. monetarni sistemi su različiti,
3. trgovinska ograničenja,
4. prelazak robe preko granice (ako se radi o vanjskoj trgovini) i
5. nivou rizika.

Faktori proizvodnje koji su nejednako mobilni, uporište nalaze na tezi naučnika Rikarda, da su faktori proizvodnje i to: rad, kapital i zemlja nemobilni. Primjetno je danas da se pored kretanja roba i usluga kreću i faktori proizvodnje. Rikardova teza u praksi je demantovana, teorijom Olina o jednakoj pokretljivosti faktora proizvodnje u jednoj zemlji, kod svih faktora, gdje do izražaja dolazi prvenstveno kretanje radne snage. Zemlje koje su u tranziciji, među kojima i Bosna i Hercegovina, sve više ostaju bez kvalifikovane radne snage, koja dobija radne dozvole, iako podliježu rigoroznim procedurama kako bi se zaštitilo vlastito tržište rada.

Jedna od glavnih razlika između unutrašnje i spoljne trgovine je u razlici monetarnog sistema. Karakteristika međunarodnih poslova da se odvijaju u svijetu sa mnogo valuta i monetarnih sistema.

“Strana valuta”, često je prepreka koja se pojavljuje tokom međunarodnih pregovora, je uvijek prisutna poteškoća kod sklapanja međunarodnih poslova, koja se pokazala nepremostivom preprekom u nekim slučajevima.⁹

Poznato je da sve zemlje imaju zakonsko sredstvo plaćanja – svoju valutu, kao i različit sistem cijena koje utiču na kurs nacionalne valute.

⁹ Dž.Salakjuz (2006): *Svjetski pregovarač*, FEFA, Beograd, str.75.

Kada treba cijenu robe koja je izražena u domaćoj valuti pretvoriti u cijenu robe izraženu u nekoj priznatoj međunarodnoj valuti tada se pojavljuju problemi i poteškoće iz razloga postojanja različitih sistema cijena. Uočljivo je da skoro svaka zemlja utvrđuje vlastiti sistem deviznog kursa, gdje se mjeri vrijednost vlastite, u odnosu na valutu druge države. Ovdje često dolazi do uspostavljanja nereálnih odnosa vrijednosti zbog podcjenjivanja valuta drugih zemalja. Ograničavajući faktor rasta spoljne trgovine predstavlja devizni sistem i devizni kursevi u svim varijantama, tj. razliku između spoljne i unutrašnje trgovine. Na rentabilnost poslovanja u spoljnotrgovinskom poslovanju utiču paralelno devizni kurs i cijena, a u unutrašnjoj trgovini samo cijena.

Spoljna trgovina je više izložena riziku u odnosu na unutrašnju trgovinu. Ovdje nema uslovljavanja koje se odnosi, na primjer, radi organizacije transporta za prevoz roba, s obzirom da transport unutar jedne države (na primjer SAD) je mnogo udaljeniji nego transport između mnogih država. U organizaciji spoljne trgovine, prisutan je prelazak robe preko granica više država, gdje su različite carinske stope, različiti su poreski sistemi, devizni kursevi, kamatne stope, zatim konjunkturane promjene na tržištima i sl. Drugim riječima, rizici su mnogo veći u vanjskoj trgovini nego u unutrašnjoj.

Ograničenja u spoljnoj trgovini, kao što su carine, dozvole, kvote, saglasnosti, kontigenti, prelevmani i sl. primjenjuju se u spoljnoj trgovini, a ne u unutrašnjoj trgovini. Na taj način to predstavlja značajnu i stalnu razliku između spoljne i unutrašnje trgovine. Ako se desi da se neke gore navedene mjere ukinu, carinske barijere ne mogu da nestanu. Kod prometa nekih proizvoda, kao na primjer, oružje, droga i sl. obavezno se vrši kontrola i u unutrašnjoj trgovini.

Specifičnost spoljne trgovine ogleda se u fizičkom prelasku robe preko granice, dok u unutrašnjoj trgovini roba ne prelazi granicu jedne zemlje. Roba u spoljnoj trgovini prelazi granicu jedne zemlje i odlazi u drugu zemlju.

Koordinacija i modernizacija poreskih administracija u Bosni i Hercegovini, u skladu sa standardima EU, treba da doprinese povećanju efikasnosti rada uprava, uklanjanju fiskalnih prepreka, smanjenju operativnih troškova i poreske evazije, kao i smanjenju troškova poštovanja

poreskih propisa od strane poreskih obveznika, što je od velike važnosti za održavanje likvidnosti preduzeća i njihovu konkurentnost.¹⁰

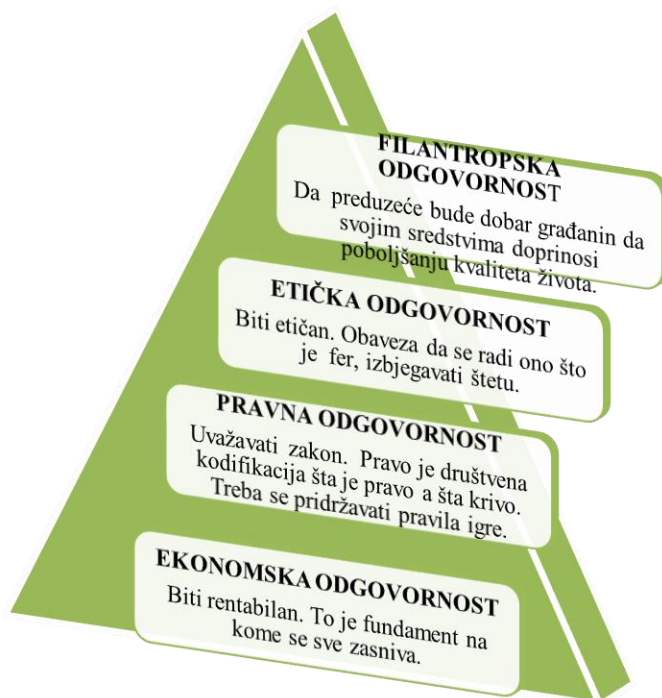
1.4. Osnovni zadaci spoljnotrgovinskih preduzeća i društava

Cilj svakog preduzeća je da realizuje razmjenu koja se ostvaruje sa djelatnošću preduzeća. Organizacija spoljnotrgovinskih poslova ogleda se u nekoliko važnih i ključnih misija kao što su:

- a) pravna odgovornost,
- b) etička odgovornost,
- c) ekonomska odgovornost i
- d) filantropska odgovornost.

Naredna slika (slika 1.) prikazuje odgovornosti preduzeća u spoljnotrgovinskom poslovanju.

¹⁰ L.Vučičević, A.Bulatović (2019): *Složenost sistema oporezivanja kao prepreka ekonomskom razvoju Bosne i Hercegovine*, Zbornik radova „Privrednopravni okvir i ekonomski razvoj država Jugoistočne Evrope“ Međunarodni naučni skup, Novi Sad - novembar 2019. godine.



Izvor: modifikovano prema M. Milisavljević (2005): *Savremeni stratejski menadžment*, Megatrend, Beograd, str.546.

Da bi uspješno radilo i poslovalo, preduzeće mora da uvažava četiri navedene odgovornosti:

- a) Pravna odgovornost – to je sposobnost preduzeća da radi i posluje u skladu sa pozitivnim zakonskim propisima. Usvojeni zakoni od zakonodavnog organa moraju se poštovati i primjenjivati, odnosno nepoznavanje zakonskih propisa ne oslobađa odgovornosti izvršioca (*ignoratio legis nocet*).
- b) Etička odgovornost, veoma važna i bitna etička odgovornost, što znači da preduzeće prilagodi svoje ponašanje prema društvenim običajima i etičkim normama. Protekom vremena norme se mijenjaju, a bitna karakteristika ogleda se u tome da se etičke norme ne smiju podrediti ostvarivanju ekonomskih principa poslovanja. Etička odgovornost ne trpi prevare, obmane, manipulacije, korupciju, kriminal i sl.

- c) Ekonomska odgovornost – treba dosljedno da se primjenjuju ekonomski principi poslovanja (ekonomičnost, rentabilnost i produktivnost). Rentabilnost preduzeća, sa zapaženom visokom dobiti, sa plasmanom proizvoda preko tržišta, gdje će samo svijest da preovladava da je samo rentabilno preduzeće uspješno, na osnovu čega se vrednuje i menadžment preduzeća.
- d) Filantropska odgovornost – ogleda se u tome da preduzeće bude aktivno uvršteno u bliže ili dalje okruženje, u zavisnosti od vlastitih mogućnosti. Na osnovu prednjeg, može se da zaključi, da sa svojim sredstvima preduzeće omogućava kvalitetniji život, preko svojih zaposlenih, da podržava sve kulturne manifestacije i sl.

1.5. Principi spoljnotrgovinskog poslovanja

Spoljnotrgovinsko poslovanje ima i svoje principe, koji predstavljaju određena ponašanja učesnika koji obavljaju poslove spoljne trgovine. Ovi poslovi imaju i svoju misiju, kao i odgovornost preduzeća, koji su konkretni. U spoljnotrgovinskom poslovanju postoje pravila, koja moraju da zastupaju obostrane interese, svih učesnika koji su zaključili trgovinske poslove. Navedeni principi moraju da garantuju zakonitosti, etičke norme poslovanja, poslovni moral, povjerenje onih koji učestvuju u spoljnotrgovinskim poslovima.

Liberalizacija tržišta i uspostava ravnoteže ponude i tražnje, izbjegavanje nelojalne konkurencije na tržištu, odnosno monopolsko ponašanje na štetu poslovnih partnera mora se u okviru principa spoljnotrgovinskog poslovanja uvažiti i zaštititi.

Principi spoljnotrgovinskog poslovanja imaju svoju suštinsku odnosno naučnu dimenziju i zakonsku dimenziju.

Suštinski principi spoljnotrgovinskog poslovanja su:

- 1) poslovni i proizvodni standardi,
- 2) ekonomski interes,
- 3) sigurnost posla,
- 4) zaštita poslovne tajne i

5) nemonopolsko ponašanje i sprečavanje nelojalne utakmice (konkurencije)¹¹

Kupci u spoljnotrgovinskom poslovanju imaju svoje opravdane zahtjeve, koji se odnose na proizvode, koji treba da budu uokvireni u poslovne i proizvodne standarde. Poznato je da u standarde spadaju: cijene, kvalitet, dizajn proizvoda, rok isporuke, način pakovanja, komunikacija, održavanje, dosljedno i pravilno obavještanje javnosti o uslugama i proizvodima, tačna reklama, propaganda i sl. Nepridržavanje ovih standarda negativno se odnosi na spoljnu trgovinu, a time i na prodaju roba i izvršenje usluga. Standardi se unificiraju na širem, svjetskom, privrednom prostoru, jer je na to uticao razvoj informatike, tehnologije i drugih disciplina spoljnotrgovinskog poslovanja.

Na osnovu prednjeg, da se zaključiti, da je u svijetu došlo do unificiranja standarda na svjetskom privrednom prostoru, a time i u spoljnoj trgovini. Instituti koji su nadležni za ovu oblast izdaju ateste – potvrde i uvjerenja o homologaciji da određeni proizvod ili usluga ispunjavaju propisane standarde, tako da mogu da se uključe u međunarodnu trgovinu.

Svako spoljnotrgovinsko preduzeće ima svoj interes da kod obavljanja ovih poslova ostvari što veći profit. To ih navodi na obavezu izrade tj. da sastavljaju spoljnotrgovinsku kalkulaciju za svoje proizvode/usluge, kako bi sa ostvarenom većom produktivnošću rada i nižim troškovima smanjili cijenu, da bi bili konkurenti u spoljnotrgovinskom poslovanju. Na ovaj ekonomski opravdan način izbjegavaju se gubici u poslovanju, stvaraju se dobri uslovi za rentabilno poslovanje, a time i za povećanje profita. Cilj svake kompanije koja se bavi spoljnotrgovinskim poslovima je da ostvari što veći profit. Međutim, postoji i pravilo prodaje roba ispod nivoa rentabilnosti kod transnacionalnih i multinacionalnih kompanija kada se radi o osvajanju novih tržišta i potiskivanje sa njega međunarodne konkurencije. Kada imamo pojavu u spoljnotrgovinskom poslovanju da se prodaja roba/usluga u inostranstvu vrši po cijenama nižim od uobičajenih troškova proizvodnje ili nižim od

¹¹ M. Unković (2007): *Spoljnotrgovinsko i devizno poslovanje*, Zavod za udžbenike Beograd

realnih cijena na tržištu, u međunarodnoj trgovinskoj praksi naziva se dumping. Međutim, u svjetskoj trgovini ovaj oblik nije dozvoljen i sankcionira se po utvrđenim propisima Svjetske trgovinske organizacije (*WTO-World Trade Organization*). Princip ekonomskog interesa u spoljnotrgovinskom poslovanju, mora da uvažava ravnotežu oba partnera i to kupca i prodavca, dajući važnost prisustva i snage konkurencije.

Sigurnost posla u spoljnoj trgovini je od velike važnosti. Unutrašnja trgovina je manje izložena riziku od spoljne trgovine. Roba kada prelazi granicu suočava se sa određenim poteškoćama, počevši od carine, plaćanja određenih dažbina u zemlji uvoznici, kao i drugih nepredviđenih okolnosti koje mogu da utiču na rentabilno poslovanje. Rizik u poslovanju izražen je i u promjenama deviznog kursa, kamatne stope, rizik u naplati, kako usled solventnosti potpisanog ugovora, takao i kod uvođenja određenih mjera od strane države i sl. Pored naprijed navedenih rizika, roba je izložena rizicima u transportu, krađi, lomu, havariji na putu i slično.

Rizici u spoljnotrgovinskom poslovanju dijele se na:

- 1) nekomercijalne i
- 2) komercijalne rizike.

Nekomercijalni rizici u spoljnotrgovinskom poslovanju su: poplave, požari, rat i ratno stanje, štrajkovi, dug koji se nemože da naplati, zabrana transfera u inostranstvu i sl. Ovo su rizici koji su izazvani višom silom. Preporuka je da se obavezno izvrši osiguranje od ovih rizika kako bi se zaštitili proizvodi koji su potencijalno izloženi rizicima.

Komercijalni rizici, ogledju se, primjera radi, u paritetu isporuke, način plaćanja, cijena, ugovaranje kvaliteta i sl. Ove rizike je teško osigurati, u slučaju da su osigurani to se vrši kod redovnih osiguravajućih društava.

Princip otvorenosti i javnosti prisutan je u spoljnotrgovinskom poslovanju. Ovdje je prisutna i određena poslovna tajna, koja se ogleda u sljedećim okolnostima:

- 1) podaci o bezbjednosti zemlje,
- 2) podaci o odbrani zemlje,
- 3) podaci o izumima i inovacijama,

- 4) podaci, dokumentacija i sl., čije bi prerano otkrivanje ugrozilo dobijanja planiranih poslova.

Poslovna tajna mora da se čuva u vrijeme obavljanja spoljnotrgovinskih poslova, kao i na dozvoljen broj godina poslije isteka predviđenog broja godina.

Većina privrednih društava vrijedna znanja, informacije i tehnologije koje posjeduju čuvaju kao poslovnu tajnu. Ovaj vid pravne zaštite smatra se najstarijim, najjednostavnijim, a često i najjeftinijim. Može se kazati kako se poslovnom tajnom smatraju informacije o poslovanju za koje je očito da bi prouzrokovale značajnu štetu društvu ako dođu u posjed trećeg lica bez saglasnosti društva.¹²

Poslovna tajna, se definiše i kao “podaci koji su kao poslovna tajna određeni zakonom, drugim propisima ili opštim aktom trgovačkog društva, ustanove ili druge pravne osobe, a koji predstavljaju proizvodnu tajnu, rezultate istraživačkog ili konstrukcijskog rada te druge podatke zbog čijeg bi priopćavanja neovlaštenoj osobi mogle nastupiti posljedice za njezine gospodarske interese”.¹³

U svakom državnom, entitetskom i organu, organizaciji ili instituciji na ostalim nivoima državne organizacije Bosne i Hercegovine, koja je korisnik tajnih podataka, mora se u skladu sa Zakonom i na njemu zasnovanim provedbenim propisima, uspostaviti sistem postupaka i odluka značajnih za čuvanje tajnih podataka koji je usaglašen sa stepenom tajnosti i koji garantira onemogućavanje neovlaštenog otkrivanja tih podataka.

Postupci moraju sadržavati, ali ne ograničavajući se samo na njih, sljedeće:¹⁴ opće sigurnosne odluke, zaštitu osoba koje imaju pristup tajnim podacima, zaštitu prostorija, zaštitu dokumenata i medija koji sadrže tajne podatke, zaštitu komunikacija putem kojih se prenose tajni podaci, način označavanja stepena tajnosti, zaštitu opreme kojom se obrađuju tajni podaci, način upoznavanja korisnika s odlukama i postupcima zaštite tajnih

¹² *Zakon o privrednim društvima* („Službene novine Federacije BiH“, broj: 23/99, 45/00, 2/02, 6/02, 29/03, 68/05, 91/07, 84/08, 7/09, 75/13)

¹³ K. Brkić, I. Dizdarević (2021): *Korporativna sigurnost*, Evropski univerzitet Kallos Tuzla, str. 189.

¹⁴ Član 69. *Zakona o zaštiti tajnih podataka* („Službeni glasnik BiH“, broj 54/05, 12/09)

podataka, nadzor i evidentiranje pristupa tajnim podacima, nadzor i evidentiranje slanja i distribucije tajnih podataka.

Tajni podaci moraju se čuvati na način koji osigurava da pristup tim podacima imaju samo oni koji raspolažu dozvolom za pristup tajnim podacima odgovarajućeg nivoa i kojima su ti podaci potrebni pri obavljanju njihovih dužnosti i radnih zadataka.

Vijeće ministara BiH detaljnije propisuje fizičke, organizacione i tehničke mjere i postupke zaštite tajnih podataka i dokumenata posebnim propisom.¹⁵

Poslovna tajna definicija DIREKTIVA (EU) o zaštiti neotkrivenih znanja i iskustava te poslovnih informacija (poslovne tajne) od nezakonitog pribavljanja, korištenja i otkrivanja, propisuje da “poslovna tajna” znači informacije koje ispunjavaju sve sljedeće zahtjeve:

- (a) tajne su u smislu da nisu, u svojoj ukupnosti ili tačnoj strukturi i sklopu svojih sastavnih dijelova, općenito poznate ili lako dostupne osobama iz krugova koji se obično bave dotičnom vrstom informacija;
- (b) imaju komercijalnu vrijednost zbog toga što su tajne;
- (c) u odnosu na njih je osoba koja te informacije zakonito kontrolira poduzela u tim okolnostima razumne korake kako bi sačuvala njihovu tajnost.¹⁶

Dakle, poslovna tajna se, općenito, može definirati kao neotkrivena vrijedna poslovna informacija. Određenje poslovne tajne razlikuje se od jednog do drugog pravnog sistema, no, u svim određenjima pojavljuju se zajednički elementi, podaci i informacije koje se koriste u poslovanju, donose korist poslovnom subjektu i osiguravaju određenu prednost pred konkurencijom.

Nadležni organ društva dužan je pisanim aktom odrediti informacije koje imaju karakter poslovne tajne i lica odgovorna za njihovo korištenje i zaštitu. Opći akt o poslovnoj tajni, između ostalog, treba biti inkompatibilan poslovnom subjektu i njegovom poslovanju, jer je negdje potrebno zaštititi neke podatke, a drugdje značajan dio djelatnosti poslovnog subjekta. Općim aktom ne može se odrediti da se svi podaci koji se odnose na poslovanje

¹⁵ Isto, član 70.

¹⁶ Direktiva EU 2016/943

pravne osobe smatraju poslovnom tajnom, niti se za poslovnu tajnu mogu odrediti podaci čije saopćavanje nije razložno protivno interesima te pravne osobe.¹⁷

Uz navođenje podataka koji predstavljaju poslovnu tajnu, općim aktom pravne osobe pobliže se određuje način upotrebe i čuvanja podataka koji se smatraju poslovnom tajnom te mjere, postupci i druge okolnosti od interesa za čuvanje poslovne tajne. Na dokumentima koji sadrže tajne podatke označava se na vidljivom mjestu vrsta tajne i stupanj tajnosti. Svakako, bilo bi uputno, u odnosu na značaj pojedinih podataka, propisati i nivo zaštite.

Također, u pravnoj osobi određuje se ovlaštena osoba ili se osniva posebno tijelo koje ima uvid u poslovne tajne, zadaću njihovog čuvanja, te odlučivanja koje se osobe zaposlene u toj pravnoj osobi mogu ovlasiti za čuvanje poslovne tajne, odnosno kojim se osobama poslovna tajna može priopćiti.

Postoje preduzeća koja u velikoj mjeri utiču na ponudu ili potražnju, kao i na formiranje cijena u toj oblasti – djelatnosti. Ako je riječ o jednom preduzeću, tada govorimo o čistom monopolu, a ako imamo dva preduzeća tada je riječ o duopolu. Praksa je pokazala da više preduzeća upravljaju ponudom određenih proizvoda, to tržišno stanje se zove oligopol. U ekonomskoj teoriji i praksi postoje monopoli, koji raspolažu ogromnim bogatstvom i proizvodnom snagom u mnogim drugim državama, njih nazivamo transnacionalne i multinacionalne kompanije.

Jedna zemlja je vlasnik transnacionalne kompanije, sa centralizovnom upravom, kao i filijalama u više zemalja kompanije, koje su vlasništvo više zemalja su multinacionalne kompanije. Kompanije imaju negativne i pozitivne nedostatke i prednosti. Negativno utiču na potrošače, jer određuju visoke cijene vlastitih proizvoda, u više navrata iznad kupovne moći potrošača. Pozitivna strana se ogleda u ubrzanom razvoju, ostvarenom profitu, visokim zaradama i sl.

¹⁷ D. Ivandić Vidović, L. Karlović, A. Ostojić (2011): *Korprativna sigurnost*, 1. izdanje, UHMS, Zagreb, str. 221.

ZAKON O SPOLJNOTRGOVINSKOM
POSLOVANJU

PREGLED POGLAVLJA

ZAKON O SPOLJNOTRGOVINSKOM POSLOVANJU

- Usluge u spoljnotrgovinskom poslovanju
- Pokazatelji uspješnosti u spoljnoj trgovini
- Načela u međunarodnom poslovanju
- Dokumenti u spoljotrgovinskom poslovanju

CILJEVI UČENJA

- Objasnite zakon o spoljnotrgovinskom poslovanju
- Navedite usluge u spoljnotrgovinskom poslovanju
- Koji su pokazatelji uspješnosti u spoljnoj trgovini
- Koja su načela u međunarodnom poslovanju
- Navedite dokumenta u spoljnotrgovinskom poslovanju

2. ZAKON O SPOLJNOTRGOVINSKOM POSLOVANJU

Soljnotrgovinsko poslovanje reguliše se Zakonom o spoljno-trgovinskoj politici BiH (dalje Zakon), a koji obuhvata obavljanje privrednih djelatnosti kao i spoljnotrgovinski promet u inostranstvu. Ovu djelatnost mogu da obavljaju samo preduzeća i druga pravna lica koja ispunjavaju proisane uslove iz ovog Zakona. Finansijske poslove, kao i bankarske poslove u inostranstvu mogu da obavljaju banke u skladu sa ovim Zakonom, kao i zakonom kojim se rguliše osnivanje i poslovanje banaka, dok poslove osiguranja u inostranstvu vrše osiguravajuće i reosiguravajuće organizacije u skladu sa ovim Zakonom.

Fizičko domaće lice može da obavlja spoljnotrgovinski promet ako je upisano u registar kod nadležne institucije u skladu sa zakonom. Pravna lica stiču pravo da obavljaju svoje poslovanje takođe upisom u registar, pod uslovom da zakonom nije regulisano na drgi način.

Uvoz robe može da se vrši ako su ispunjeni uslovi propisani za stavljanje iste u promet u skladu sa propisima i važećim ugovorima.

Kod uvoza veterinarske, ekološke, zdravstvene ili neke slične robe mora se obavezno da izvrši kontrola iste, da li ispunjava propisane uslove. Uvoz opreme i trajnih dobara koja služe za ličnu potrošnju ne mogu se uvoziti, ako u zemlji nema rezervnih dijelova. Kada je roba ocarinjena i kada je prešla carinsku liniju smatra se da je izvršen uvoz, odnosno izvoz.

Zakon o spoljnotrgovinskoj politici reguliše osnovne elemente sistema za izvoz i uvoz roba i usluga i određuje uslove za izvršavanje ekonomskih djelatnosti u inostranstvu i za izvršavanje ekonomskih djelatnosti od strane fizičkih i pravnih lica u Bosni i Hercegovini. Međunarodna trgovina, protok roba i usluga je slobodan, ali ne isključuje zabrane ili restrikcije na uvoz, izvoz ili tranzit, opravdane prema uslovima definisanim u članu 6. stav 2, članu 25. stav 1. i članu 31. ovog zakona. Savjet ministara BiH može, u skladu sa obavezama iz trgovinskih sporazuma, zabraniti izvoz, uvoz ili tranzit određenih roba preko Bosne i Hercegovine ili propisati uslove prema kojima takve robe mogu bit uvezene, izvezene ili transportovane u tranzitu da bi se spriječilo ugrožavanje

ljudskih života, zdravlja i okoline. Takođe, zakon determiniše pravila dosljedna međunarodnim obavezama koje proizilaze iz trgovinskih sporazuma za vanrednu primjenu zaštitnih mjera i za zaštitu domaćeg tržišta od međunarodne nepravedne konkurencije, kao što su damping i subvencije, kao i da unaprijedi postojeću i buduću ekonomsku saradnju BiH i njenih entiteta sa susjednim državama i međunarodnim organizacijama, u skladu sa odredbama Ustava Bosne i Hercegovine na kojima se temelji ovaj zakon.

Prema članu 3. ovog Zakona poimanje spoljnotrgovinske politike podrazumijeva jednoobrazne državne principe za primjenu svih unilateralnih mjera (zaštitne mjere, kao i dažbine za antidamping i za antisubvencije) koje se tiču međunarodnog protoka roba i usluga, i za pregovore i zaključivanje svih sporazuma sa trećim zemljama, regionalnim ili međunarodnim organizacijama povezanim sa međunarodnom trgovinom¹⁸.

Savjet ministara BiH, propisuje shodno zakoniskim odredbama da izvoz i uvoz određenih roba može biti podložan carinskim tarifama i drugim specificiranim uslovima, uključujući zahtjeve za stastičke podatke, kao i klasifikaciju roba prema individualnim režimima izvoza i uvoza, obim ili vrijednost kvota, način, vremenski period i uslove klasifikacije.

Spoljnotrgovinsku politiku utvrđuju organi Bosne i Hercegovine¹⁹ u saradnji sa nadležnim organima entiteta, koji su dužni preuzeti sve odgovarajuće mjere, bez obzira da li su to opšte ili posebne mjere, kako bi osigurali ispunjavanje obaveza koje nastaju iz zakona ili koje su rezultat akcije koju su preduzeli organi BiH u svrhu postizanja ciljeva ovog zakona. U smislu ovog zakona pod "entitetima" se podrazumevaju Federacija Bosne i Hercegovine i Republika Srpska, a vlade entiteta su na svojim odgovarajućim područjima kontrole i administracije odgovorne za propisnu administraciju i nadzor carinske teritorije i za urednu implementaciju carinskih zakona, carinskih propisa i drugih zakona i odredbi.

¹⁸ Podrazumijeva se svaki sporazum ili instrument u vezi sa međunarodnom trgovinom, a naročito svaki trgovinski sporazum sa drugim zemljama, svaki sporazum sa Evropskom Unijom, svako članstvo u carinskim unijama, na područjima slobodne trgovine i u Svjetskoj trgovinskoj organizaciji.

¹⁹ Prema članovima 41. do 44. Zakona

Kontrolu nad primjenom ovog zakona i nadzor nad izvršavanjem obaveza preuzetih međunarodnim bilateralnim i multilateralnim ugovorima, sporazumima i konvencijama vrši Ministarstvo spoljne trgovine i ekonomskih odnosa BiH (u daljem tekstu: Ministarstvo spoljne trgovine BiH), koje obezbeđuje potreban broj bilateralnih i multilateralnih dozvola, kvota, kontigenata, detašmana i sl. za potrebe privrede BiH, saglasno potrebama entiteta i mogućnostima koje dozvoljavaju međunarodni ugovori.

Režim izvoza i uvoza roba²⁰ je slobodan od bilo kakvih kvantitativnih ograničenja ili drugih mjera istog efekta, osim opravdanih zabrana ili ograničenja u međunarodnom prometu na osnovu javnosti, morala, javne politike ili javne bezbjednosti, zaštite zdravlja i života ljudi, životinja ili biljaka, zaštite nacionalnih bogatstava koji imaju umjetničku, istorijsku ili arheološku vrijednost, ili zaštite industrijsko-komercijalne svojine, odnosno radi eliminacije droga i otpadnih materijala. Uvozne robe moraju biti u skladu sa standardima i tehničkim i kvalitativnim normama propisanim ili priznatim kao uslov za njihovo stavljanje u promet i/ili upotrebu u Bosni i Hercegovini, uključujući i standarde entiteta, kao i sanitarna, veterinarska, fitopatološka, ekološka i kontrola kvaliteta uvezene robe obavezno zahtijeva usklađenost sa posebnim propisima i pod carinskom administracijom i nadzorom je do ispunjenja propisanih uslova (na primjer, propisana procedura sticanja uvjerenja o obaveznom atestu mora biti propisno obeležena nakon što se dobije odgovarajuće uvjerenje o atestu). Promet određene robe koji je zabranjen u BiH znači da ista ne može biti uvezena ili privremeno uvezena.

Svaki uvoz i izvoz prati određena dokumentacija²¹ odnosno dokumenta koja se prilažu uz robu za uvoz i robu za izvoz koja izdaju nadležni organi (potvrde ili ovjereni dokumenti). Ministarstvo spoljne trgovine BiH će, uz prethodno pribavljena mišljenja resornih organa entiteta, i po potrebi privredne asocijacije, propisati način izdavanja ovih potvrda ili ovjere dokumenata koji se prilažu uz robu za izvoz i uvoz,

²⁰ Član 7. Zakona

²¹ Prema članu 8. ovog Zakona, a prema stavu 2. (istog člana): Ako propisi zemlje u kojoj se trebaju upotrijebiti potvrde ili drugi dokumenati iz prethodnog stava ovog člana predviđaju da takve potvrde ili dokumente trebaju ovjeriti državne vlasti, ovjerit će ih Ministarstvo spoljne trgovine BiH potpisom i suhim žigom, a ministarstva entiteta mokrim žigom i potpisom.

kriterija za utvrđivanje da robe vode porijeklo iz Bosne i Hercegovine i uslove pod kojima će se zahtijevati potvrda porijekla izvezenih ili uvezenih roba. Izvoz ili uvoz robe smatra se završenim kada roba pređe carinsku liniju odnosno prihvatanjem carinske deklaracije od strane nadležne carinske administracije.

Promet roba, prema članu 10. ovog zakona, obuhvata i ulaganje kapitala od strane stranog pravnog i fizičkog lica ili povećanje uloga kapitala, osim roba čiji je uvoz podložan posebnim ograničenjima, slobodan je, ako je u skladu sa pravnim poslom na osnovu kojeg se vrši ulaganje. Na primjer, ukoliko preduzeće iz BiH ulaže kapital ili izvodi investicione radove u inostranstvu može nakon končanja radova slobodno uvoziti opremu i rezervne dijelove u BiH uz dokaz da su korištene u izvršenju investicionih i projekata ulaganja kapitala u inostranstvu.²² Takođe, u okviru zaključenih ugovora o izvozu ili uvozu moguća je zamjena prethodno uvezenih ili izvezenih roba za koje je utvrđeno da imaju nedostatke ili ne ispunjavaju ugovorene uslove. U navedenim slučajevima uvoz i izvoz roba je slobodan.²³

Privremeni uvoz i izvoz roba zakonski je omogućen (član 13., 14. i 15. Zakona) uz propisane procedure (uslove) u skladu sa Carinskim propisima, s tim da se mogu koristiti samo u svrhu za koju su privremeno uvezene ili izvezene i slobodan je bez obzira da je izvoz ili uvoz takvih roba podložan kvantitativnim ograničenjima. Savjet ministara BiH, na prijedlog Ministarstva spoljne trgovine BiH, određuje tip, svrhu i vremenski period privremenog izvoza i uvoza, a isto tako može odrediti da određene robe ne mogu biti privremeno uvezene da bi se spriječilo ugrožavanje ljudskih života ili života ili zdravlja životinja i biljaka. Ovo se odnosi i na režime za izvoz i uvoz roba iz slobodnih zona i u slobodne zone, a član 16. stav 1. glasi: *Preduzeće može slobodno vršiti promet roba i usluga u slobodne zone i iz slobodnih zona i vršiti snabdijevanje rezervnim dijelovima i drugim materijalom za korištenje i održavanje opreme i sredstava neophodnih za obavljanje poslovnih aktivnosti u takvim zonama*, dok stav 2. upućuje da se na promet roba u slobodnim zonama primjenjuju opšti uslovi definisani u članu 6. ovog Zakona.

²² Prema članu 11. Zakona

²³ Član 12. Zakona

Članovima 18. do 20. obuhvaćena je dugoročna proizvodna saradnja, koji propisuju zaključenje ugovora u pismenoj formi, dugoročni ugovorni odnos u trajanju od najmanje tri godine između domaćeg pravnog lica koje obavlja proizvodne aktivnosti u Bosni i Hercegovini i stranog pravnog lica koji se tiče razvoja, uvođenja proizvodnje, proizvodnje i uzajamnog snabdijevanja proizvodima i njihovim sastavnim dijelovima, da je vrijednost izvezenih roba po ovom osnovu ekvivalentna vrijednosti izvezenih roba i da uslove za registraciju ovog posla propisuje Savjet ministara na prijedlog Ministarstva spoljne trgovine BiH. Odredba člana 21. obuhvata zakup opreme, dok su kompenzacioni poslovi obuhvaćeni članom 22. ovog Zakona.

Međunarodna trgovina uslugama definisana je odredbama, glava III (čl.23 do čl.30), prema kojim trgovina uslugama podrazumijeva pružanje usluga između pravnih i fizičkih lica iz Bosne i Hercegovine i iz strane zemlje ili carinske teritorije. Usluge stranih i fizičkih i pravnih lica u Bosni i Hercegovini podliježu oporezivanju i propisima pod istim uslovima kao iste ili slične usluge domaćih fizičkih i pravnih lica.

Prijedlog zaštitnih mjera,²⁴ uz pribavljeno mišljenje entiteta, sačinjava Ministarstvo spoljne trgovine BiH i primjenjuju se na proizvod koji se uvozi bez obzira na porijeklo (član 31., 32. i 33. ovog Zakona). Antidampiška zaštita predviđena je kada se neka roba uvozi po cijeni koja je niža od tržišne cijene ili proizvodnih troškova u zemlji porijekla, odnosno u zemlji izvoza, pri čemu izaziva ili prijeti da izazove ozbiljnu štetu privredi BiH, ili ako takav uvoz usporava razvoj određene grane privrede BiH. Zaštitne mjere se donose nakon postupka utvrđivanja postojanja doppinga ili subvencioniranog uvoza, pokrenutog po osnovu pismenog zahtjeva pravnog lica ili udruženja koje nema status pravnog lica, koje deluju u ime BiH privrede. Zahtjev se odbacuje kada nema dovoljno dokaza i ukoliko ga ne podrže proizvođači istih ili sličnih proizvoda i usluga čiji obim izvoza veći od 50% ukupne proizvodnje istog ili sličnog proizvoda ili usluga u BiH neće se smatrati da je podnesen u ime BiH. Kada je zahtjev opravdan, donesene mjere na snazi ostaju za period i do nivoa potrebnog za djelovanje protiv doppinga koji je izazvao štetu. Ako se donose privremene mjere, u

²⁴ Odredbe člana 34. do 40. Zakona

slučaju krajnje hitnosti, uvode se na šest mjeseci, uz mogućnost produženja još tri mjeseca.

Zakon je stupio na snagu osmog dana od dana objavljivanja u "Službenom glasniku Bi H" i objavljen je u broju 7/98 i 35/04, kao i u službenim glasilima entiteta i Brčko Distrikta Bosne i Hercegovine.

2.1. Usluge u spoljnotrgovinskom poslovanju

Preduzeća i druga pravna lica koja su upisana u određeni registar za obavljanje poslova u spoljnoj trgovini mogu da obavljaju te poslove, ako Zakonom o spoljnotrgovinskoj politici Bosne i Hercegovine nije drugačije određeno. Širok je obim i krug usluga u spoljnoj trgovini, a ističu se ove usluge:

1. usluge međunarodnog transporta putnika i robe,
2. usluge na moru (pomorsko – tehničke),
3. usluge međunarodne špedicije,
4. aerodromske usluge,
5. ugostiteljske i turističke usluge,
6. usluge kontrole kvaliteta i kvantiteta u izvozu i uvozu roba,
7. usluge izvođenja investicionih radova,
8. istraživačko – razvojne usluge,
9. usluge atesta,
10. savjetodavne usluge i sl.

Kod izvođenja investicionih radova u inostranstvu od strane preduzeća iz Bosne i Hercegovine obavezno se zaključuje ugovor u pisanom obliku i upisuje se u poseban registar koji vodi nadležni organ Bosne i Hercegovine. Izvođenje radova u Bosni i Hercegovini od strane stranih izvođača na investicionim objektima može se ustupiti uz prethodno proveden postupak javnog konkursa, ili prikupljanjem ponuda određenog najmanjeg broja ponuđača, u skladu sa propisom za javno nadmetanje i prikupljanje ponuda.

Preduzeća koja su upisana u sudski registar, a registrovana za poslove međunarodne špedicije imaju mogućnost da organizuju dopremanje

i otpremanje robe u međunarodnom saobraćaju u lično ime, a po nalogu i za račun komitenta, i da zaključe ugovor o utovaru, istovaru, prevozu, pakovanju, uskladištenju, osiguranju, obavljanje poslova carinjenja robe, kao i druga dokumenta i obavljanje drugih poslova koji se odnose na špediciju u spoljnotrgovinskom prometu.

Međunarodni transport putnika i roba mogu da obavljaju preduzeća i druga pravna lica koja su upisana u sudski registar. Ta preduzeća mogu da prevoze robu i putnike u međunarodnom drumskom, vazdušnom, željezničkom, jezerskom i riječnom saobraćaju, kao i servisirati i vršiti popravke transportnih sredstava i sl.

Obavljanje turističkih poslova sa inostranstvom mogu da vrše preduzeća i druga pravna lica koja su upisana u sudski registar. Djelokrug poslova odnosi se na turističke, agencijske usluge, ugostiteljske, organizacija putovanja u Bosni i Hercegovini, van BiH, organizovanje sportskih priredbi, posjete kulturnim i istorijskim institucijama, iznajmljivanje motornih vozila, pružanja usluga igara na sreću (lutrija, bingo i sl.), kao i usluge turističkih putovanja domaćim licima van granica BiH.

Takođe, međunarodne sajmove mogu da organizuju preduzeća i druga pravna lica koja su registrovana i koja su upisana u sudski registar za organizaciju međunarodnih sajmova.

Poslove kontrole kvaliteta i kvantiteta robe u međunarodnom prometu vrše preduzeća i druga pravna lica koja su upisana u sudski registar. Kontrola se odnosi na utvrđivanje kvantiteta, kvaliteta, kao i drugih svojstava koja robe moraju da ispunjavaju iz ugovora koji je zaključen između prodavca i kupca robe. Kontrola robe se odnosi na: kontrolu utovara, kontrolu istovara, kontrola pakovanja, kontrola otpreme robe, kontrola transporta i slaganja robe, kontrola prostora za skladištenje i drugi oblici kontrole.

2.2. Pokazatelji uspješnosti u spoljnoj trgovini

Pokazatelji uspješnosti moraju da oslikavaju kako spoljna trgovina utiče na razvoj i položaj određene države na međunarodnom tržištu. Nacionalna privreda treba da bude mnogo otvorena, što daje mogućnost

kohezione veze između domaće i inostrane privrede u njenoj čvrstoći, kao i veći uticaj spoljne trgovine na kretanja u domaćoj privredi.

Privreda svake zemlje koja se bavi spoljnotrgovinskim poslovima treba da bude otvorena, što je svrstava u domen uključenosti u podjelu rada na međunarodnom nivou, kao i nivo učešća u razmjeni roba i usluga određene države sa drugom i kolika je evidentna zavisnost od drugih država.

Posmatrajući ekonomsku politiku svake države mora se pratiti pokazatelj učešća uvoza i izvoza u bruto nacionalnom proizvodu, kroz parametar - koeficijent otvorenosti i zavisnosti zemlje od spoljne trgovine. Ova pojava mjeri se na ovakav način:

- zavisnost države od uvoza $m = M / Y$
- zavisnost države od izvoza $x = X / Y$

Formula ukupne zavisnosti države od uvoza i izvoza izgleda ovako:

$$x + m = (X + M) / Y$$

Napomena:

m – učešće uvoza u nacionalnoj proizvodnji – potrošnji za određenu godinu;

x – učešće izvoza u nacionalnoj proizvodnji za određenu godinu;

X – ukupan izvoz države u određenoj godini;

M – ukupan uvoz države u određenoj godini

Y – bruto nacionalni proizvod države u određenoj godini .

Koeficijent značajnosti jedne države u odnosu na drugu dobije se kada se ukupan izvoz dvije države međusobno podijeli sa ukupno izvršenim uvozom.

Primjer za naprijed navedeno izgleda ovako:

Ako je izvoz roba iz Crne Gore u Bosnu i Hercegovinu šest puta veći od uvoza, proizilazi da je tržište Bosne i Hercegovine šest puta značajnije za privredu Crne Gore, nego što je obratno.

Nije poznato pravilo o uključenosti u međunarodne privredne tokove koji bi se mogli primjenjivati u istom optimalnom nivou za svaku državu. Što znači da svaka država koja učestvuje u spoljnotrgovinskom poslovanju ima svoje specifične faze razvoja.

Spoljnotrgovinsko poslovanje u mnogome utiče na razvoj domaće privrede koja se oslikava sa dvije vrste pokazatelja uspješnosti, i to:

- 1) mikro pokazatelji i
- 2) makro pokazatelji.

Mikro pokazatelji uspješnosti spoljne trgovine na domaću privredu odnose se na pokazatelje ostvarene na nivou preduzeća, a makro pokazatelji se odnose na rezultate ostvarene na nivou države posmatrano u cjelini. Pokazatelji po rednim brojem jedan omogućavaju da se sa što manje napora ostvare najbolji rezultati od spoljnotrgovinskog poslovanja na ukupne efekte ekonomije preduzeća, a makro pokazatelji treba da omoguće da se sa što manje napora ostvare što bolji efekti spoljne trgovine na nacionalnu ekonomiju privrede države posmatrano u cjelini. Posmatrano u cjelini pokazatelji uspješnosti, mikro i makro, uspješno djeluju na: zaposlenost u državi, platni bilans, cijene, privredni rast, jačanje standarda stanovnika i slično.

Savremena država da bi uspješno obavljala svoju funkciju, mora ujedno i da unapređuje svoje upravljačke i demokratske kapacitete, kroz institucionalno jačanje postojećih i izgradnju novih ustanova. Od njenih kapaciteta zavisi poslovni ambijent zemlje i efikasnost institucija za dugoročni ekonomski rast, tako da sistem oporezivanja ne bude kočnica ekonomskom razvoju, već da doprinese ostvarivanju ciljeva i omogući slobodnije kretanje ljudi, kapitala, roba i usluga. Koliko brzo i kvalitetno će koncept poreskog sistema biti prilagođen ekonomskoj politici, da bi fiskalni efekti bili makroekonomski relevantni, zavisi ne samo od finansijskih resursa nego i od ljudskih resursa.²⁵

²⁵ L.Vučičević, A. Bulatović (2020): *Sistem oporezivanja kao generator ekonomskog razvoja u XXI veku*, Zbornik radova „Uloga države i prava u XXI veku“, Međunarodni naučni skup, Novi Sad – septembar 2020

2.3. Načela u međunarodnom poslovanju

Poslovanje u spoljnoj trgovini prate i načela međunarodnog karaktera. Načela u međunarodnom poslovanju, među kojima su dominantna sljedeća načela, su:

- 1) načelo slobodne trgovine;
- 2) načelo slobode transfera novca, novčane vrijednosti i dobiti;
- 3) načelo slobodnog saobraćaja i slobodne plovidbe;
- 4) načelo najpovlaštenije nacije;
- 5) načelo reciprociteta;
- 6) načelo nacionalnog tretmana;
- 7) načelo preferencijalnog tretmana i
- 8) sistem pravičnog tretmana.

Sva ova načela su veoma važna i bitna za uspješnu realizaciju međunarodnog poslovanja.

Načelo slobodne trgovine je načelo gdje je omogućen slobodan izvoz i uvoz roba i usluga bez bilo kakvih zabrana, ograničenja i sl. To se odnosi pored ostalog na cijene koje se slobodno formiraju bez intervencije države i određenih ograničenja. Kada imamo situaciju da se isključuje princip slobodne trgovine i da se on ograničava za određene privredne subjekte, tada se govori o monopolu koji je suprotan slobodnoj trgovini.

Određeni privredni subjekti imaju povlašten položaj što im omogućava preferencijalni institut, koji ima određeni subjekat, gdje predstavlja slobodnu trgovinu, a za evidentna veća ograničenja i dažbine.

Sloboda plovidbe i transporta roba u međunarodnom poslovanju odlika je načela slobodnog saobraćaja i slobodne plovidbe.

Načelo slobode transfera novca, novčane vrijednosti i dobiti favorizuje slobodnu trgovinu, sa markiranim ciljem, da se unaprijedi transfer novca i novčane vrijednosti.

Kod načela najpovlaštenije nacije imamo četiri veoma bitna elementa:

1. najpovlaštenija nacija eliminiše preferencijalni položaj treće države od strane one države koja je obećala taj položaj;

2. prednja klauzula ne eliminiše naknadne pogodnosti, registrovane, koje se daju trećim državama sa određenim povlaštenim položajem;
3. kao predmet upoređivanja se pojavljuju povlastice i prava trećih država;
4. stroga pravila ponašanja nisu dominantna.

Kada ugovorena strana daje neke pogodnosti ili povlastice, sa ciljem da bi od druge ugovorene strane dobila neke pogodnosti, govorimo o načelu reciprociteta.

Načelo nacionalnog tretmana ogleda se u tome da izjednačava strane subjekte sa domaćim, dajući isti tretman i jednima i drugim subjektima.

Beneficije i pogodnosti, gdje se omogućava veće učešće preduzeća i njihovih roba u državi, odrednice su načela preferencijalnog tretmana.

Jednak i pravičan postupak za sva preduzeća i njihove subjekte bez diskriminacije načelo je sistema pravičnog tretmana.

2.4. Dokumenti u spoljotrgovinskom poslovanju

Međunarodnu razmjenu roba prati određena dokumentacija. Da bi se izvršilo spoljotrgovinsko poslovanje pojavljuju se mnogi dokumenti koji prate ovaj oblik poslovanja, kao što su:

- 1) robni dokumenti,
- 2) dokumenti o osiguranju robe,
- 3) carinska dokumenta,
- 4) uvjerenja o robi i
- 5) transportni dokumenti.

U robne dokumente u spoljotrgovinskom poslovanju spadaju: trgovačka faktura, proforma faktura, pretfaktura, konzularna faktura, carinska faktura, specifikacija robe, lista pakovanja, skladišnica i sl.

Trgovačka faktura (Invoice) kao osnovni dokument u spoljotrgovinskom poslovanju izdaje se od strane povjerioca, odnosno prodavca, kao dokaz – isprava za prodajnu vrijednost robe. Ona sadrži sve bitne elemente o robi – cijena, vsta robe, način plaćanja, količina robe i sl.

Urađena faktura izdaje se na ime kupca, na adresu kupca, kao i na jeziku na kojem je sačinjen kupoprodajni ugovor. Kada se obavi isporuka robe ili izvrši usluga tada nastaje obaveza kupca da istu plati.

Bitna karakteristika *proforma fakture (Proforma Invoice)* je da u suštini sadrži sve elemente trgovačke fakture. Ona nije obavezna, jer navedena cijena nije cijena isporučene robe, tako da ne predstavlja obavezu plaćanja. Dostavlja se kupcu na njegov lični zahtjev radi izrade predkalkulacija, dobijanja izvoznih dozvola i sl.

Dokument koji se izdaje kada je izvršena prodaja robe sa mogućnošću da nastane veći gubitak prilikom transporta, a ugovaranje preuzimanja robe vrši se u nekoj luci, gdje se obavljaju sve analize i to kvalitativne i kvantitativne, sadrži podatke o izvršenim analizama. Podaci koji su dobijeni analizom služe kao osnov za izdavanje konačne fakture na osnovu koje se vrši plaćanje. Ovaj robni dokument zove se *prefaktura*.

Kada se potvrđuje vjerodostojnost fakturisane cijene, gdje konzul zemlje namjene u zemlji izvoza izdaje račun, tada je riječ o *konzularnoj fakturi (Consulate Invoice)*. Ovaj oblik potvrde odnosi se na zemlje gdje se carinske obaveze na uvezenu robu naplaćuju po sistemu od vrijednosti fakturisane robe (*ad valorem*). Da je fakturisana cijena tržišna cijena i da je roba prikazana u fakturi porijeklom iz zemlje izvoza potvrđuje se konzularnom fakturom. Na taj način izbjegnuta je mogućnost da se ispostavi faktura na manju vrijednost od stvarne vrijednosti, kao i da uvoznik izbjegne da plati cjelokupan iznos carinskih obaveza.

Carinska faktura je dosta slična trgovačkoj fakturi. Naziva se carinskom jer ovu fakturu ovjerava nadležni Carinski organ kod naplate carinskih obaveza pri uvozu robe. Izjava rodavca da roba koja se uvozi odgovara propisima o kvalitetu zemlje uvoza, kao i da ne sadrži štetne materije čiji je uvoz u posmatranu zemlju zabranjen.

Specifikacija robe (Specification), kao spoljnotrgovinski dokumenat, sadrži temeljit popis svih naziva roba koje su predmet sklopljenog kupoprodajnog ugovora. Ako se radi o velikom broju naziva, gdje su pojedinačne cijene različite, tada se izdaje specifikacija robe. Ona se prilaže uz fakturu, a može biti i prilog kupoprodajnom ugovoru.

Lista pakovanja (Packing List) u spoljnotrgovinskom poslovanju sačinjava se po koletima, odnosno obavljanjem popisa robe i sačinjavanjem specifikacija. Tako sačinjen popis robe i ambalaže prilaže se uz trgovačku fakturu radi lakšeg utvrđivanja sadržaja svakog koleta.

Vlasnik robe koja je uskladištena na čuvanje dobija *skladišnicu (Warehouse Receipt)* kao dokument od skladištara. Skladišnicom se potvrđuje da je roba primljena na čuvanje i da je evidentirana u skladišnu knjigu, kao i da će istu da izda njenom vlasniku ili licu koje vlasnik odredi. Ovaj dokument (skladišnica) ima dva dijela, i to:

1. priznanicu i
2. založnicu.

Ovi dijelovi spadaju u hartije od vrijednosti i kao takvi mogu se prenositi. Raspolaganje robom vrši se preko priznanice, dok založnica daje pravo zaloga na robu do iznosa koji je naznačen u založnici. Kada je roba na putu od prodavca do kupca, a određeno vrijeme se mora zadržati u carinskim skladištima tada se izdaje skladišnica.

Dokumenti o osiguranju robe su veoma važni u spoljnotrgovinskom poslovanju. Kao veoma bitni dokumenti, smatraju se:

1. polisa osiguranja (*Insurance Policy*) i
2. potvrda o osiguranju.

Polisa osiguranja svrstava se u dokumente o ugovoru o osiguranju. Polisom se osiguranik obavezuje plaćanju novčanog iznosa tj. premije osiguranja (osigurano lice ili osiguranik), a organizacija koja se bavi osiguranjem (osiguravajuća kuća) da će ukoliko nastanu određene štete, nadoknaditi gubitak osiguranom licu (osiguraniku) sa kojim je sklopio ugovor. Osiguravajuća kuća je pravno lice koje ima obavezu da na bazi ugovorenog osiguranja, usljed nastanka ugovorene štete, nadoknati istu osiguranom licu. U ovome obliku spoljnotrgovinskog poslovanja, postoji i mogućnost transportnog osiguranja, pod kojim se podrazumijeva zaštita od štetnih posljedica koje mogu da nastupe nad transportnim sredstvima ili robom koja se prevozi tim sredstvima. Uvažavajući granu osiguranja, transportno osiguranje se dijeli na: željezničko, drumsko, pomorsko, vazdušno, a podjela prema objektu osiguranja može da bude: osiguranje robe u

transportu (*kargo osiguranje*), osiguranje prevoznih sredstava (*kasko osiguranje*) i osiguranje odgovornosti vozara od štete. Polisa o osiguranju mora da sadrži opis robe i ambalaže, količinu robe, vrijednost osiguranja, vrijeme osiguranja, obaveze osigurača i slično.

Postoje, u praksi, tri glavne grupe kako se nadoknađuju štete i gubici na robi, i to:

1. Slobodno od partikularne havarije – ovdje se pokrivaju sljedeći rizici: sudar, požar, potonuće i nasuknuće.
2. S havarijom – pokrivaju se svi pomorski rizici; osiguranje počinje kada roba po ugovoru napusti skladište prodavca i traje do skladišta kupca.
3. Osiguranje protiv svih rizika – pokrivaju se osnovni i dopunski rizici koji su posebno opasni za robu koja je osjetljiva. Ovdje nema osiguranja na robu u slučaju rata i štrajka. Takođe, nema nadoknade štete gdje je ustanovljeno da je šteta nastala krivicom osiguranika, greškama na robi, neadekvatnog pakovanja robe i sl.

Transportni dokumenti su sastavni dio spoljnotrgovinskog poslovanja. U ove dokumente ubrajaju se:

1. pomorski konosman,
2. riječni konosman,
3. pristanišna potvrda,
4. oficirska potvrda,
5. nalog za isporuku,
6. međunarodni tovarni list i
7. potvrda špeditera.

Najvažnija isprava u pomorskom prevozu robe naziva se *konosman (Bill of Lading)*. Njime brodar potvrđuje prijem robe na brodu, gdje preuzima obavezu da robu preda ovlaštenom licu, uz uslove navedene u konosmanu. Krcatelj robe dostavlja podatke brodaru na osnovu kojih sastavlja konosman. Konosman, kao složeni dokumenat, a uvažavajući međunarodne odredbe sadrži ove podatke:

1. prebivalište i ime brodara koji izdaje teretnicu,
2. podatke o brodu,

3. prebivalište i ime krcatelja,
4. prebivalište i ime primaoca sa određenim oznakama “po naredbi” ili “na donosioca”,
5. odredište luke,
6. količina tereta,
7. vrsta robe sa oznakom,
8. stanje ambalaže i robe prema vanjskom izgledu,
9. odredbe o vozarini,
10. izdavanje teretnice, mjesto i dan ukrcaja robe.

Kada prodavac dobije konosman on ispunjava sve uslove iz sklopljenog ugovora o isporuci robe, jer je predao robu na prevoz za ciljano mjesto.

Prodavac vrši naplatu robe na osnovu konosmana kao dokumenta. U pomorskom transportu teretnica služi kod spoljnotrgovinskog prometa kao:

1. potvrda u pisanom obliku da je brodar primio robu za prevoz,
2. pismeni dokaz o zaključenom ugovoru o pomorskom prevozu,
3. prevozna isprava sa mogućnosti prenosa hartije od vrijednosti po ugovoru.

Konosman spada u hartije od vrijednosti i kao takav može se da podijeli na:

1. konosman na ime,
2. konosman na donosioca i
3. konosman po naredbi.

Podjela pod jedan znači da konosman glasi na osobu koja treba da primi robu, konosman pod brojem dva reguliše da raspolaganje robom ima svaki zakonski imalac konosmana i konosman po naredbi kao hartija od vrijednosti, može se dati trećim licima indosiranjem.

Roba koja se ukrca na brod i evidencija ambalaže, dijeli konosman na:

1. čisti (bez ikakvih primjedi) i
2. nečisti (brodar unosi primjedbe, na primjer: “stakla polomljena”, “sanduci oštećeni” i sl.

Riječka broderska organizacija izdaje *riječni konosman*, gdje se potvrđuje da je određena roba primljena za prevoz i da će ista da bude predata osobi naznačenoj u konosmanu.

Dokument koji izdaje brodar, gdje se potvrđuje, da je određena roba primljena u pristanište zove se *pristanišna potvrda (Dock Receipt)*. U potvrdi se unose svi podaci o robi i krcatelju se daje peti primjerak kao dokaz da je roba predata brodaru radi otpreme.

Oficirska potvrda (Mate's Receipt) je veoma važan dokument koji služi da krcatelj dobija konosman sa natpisom "ukrcano na brod". Brodar sa ovom potvrdom potvrđuje da je preuzeo robu i da je istu ukrcao na brod. Ova potvrda se javlja u situacijama kada se ukrcaj robe obavlja u dužem vremenskom periodu (razmaku) i u partijama. Prvi oficir izdaje potvrde za svaku jednokratno ukrcanu količinu robe, koju na kraju zamjenjuje jednim konosman koji pokriva cjelokupni teret (sve partije robe) ili više konosmana za manje količine robe.

Nalog za isporuku (Delivery Order) koristi se u praksi kada primalac robe (uvoznik ili kupac) želi prodati deo robe koja se nalazi na brodu u plovidbi odnosno koji još nije pristigao u određenu luku. Brodar će isporučiti teret u dijelovima (partijama) samo ukoliko je imalac konosmana ispostavio nalog za isporuku. Brodar potpisuje taj nalog i isti uvodi u konosman sa potvrdom brodaru i imaoca originala konosmana, a nakon toga brodar vrši isporuku robe onome na koga glasi nalog za isporuku. Kada se roba navedena u konosmanu u potpunosti isporuči, prema nalogu za isporuku, imalac konosmana vraća konosman brodaru. Kada se konosman povuče, nalozi za isporuku postaju samostalni dokumenti koji glase na određenu robu, što im daje svojstvo hartije od vrijednosti. Za robu koja je već pristigla u luku, brodski agent može izdati nalog za iskrcaj u zamjenu za konosman, a imalac tog naloga može slobodno raspolagati naznačenom robom.

Značajan dokument u spoljnotrgovinskom poslovanju je *međunarodni tovarni list*. Željeznički tovarni list (*Railroad Bill of Lading* ili *Consignment Note*) predstavlja ugovor o željezničkom prevozu robe.²⁶ To je potvrda vozara u željezničkom prevozu za robu koju je primio na prevoz od utovarne stanice do uputne odnosno obavezuje se da će robu predati naznačenom primaocu pod uslovima iz tovarnog lista. Kada željeznica stavi

²⁶ Prevoz robe u međunarodnom željezničkom prevozu robe uređuje se zakonskim propisima koji se donose u skladu sa ratifikovanim međunarodnim konvencijama. Uz konosman, željeznički tovarni list se smatra najvažnijim prevoznim dokumentom.

žig sa datumom otpreme smatra se da je ugovor o prevozu zaključen. Ovaj tovarni list izdaje željeznička stanica koja otprema robu na ime primaoca robe. Tovarni list ima original koji prati robu na njenom putu i kopiju koja je ovjerena od strane željezničke stanice, kao dokaz da je roba preuzeta na prevoz. On sadrži sljedeće podatke: uputna i otpremna stanica, datum i vrijeme otpreme, adrese i imena pošiljaoca i primaoca, vrstu pakovanja, broj koleta (vagona)²⁷, neto i bruto težinu, iznos troškova podvoza i sl. Njegove dijelove čine: original, duplikat, kopija, tovarna karta i izvještaj o prispijeću. Kao transportni dokument u avionskom transportu na međunarodnom nivou pojavljuje se međunarodni avionski tovarni list (*Air Waybill-AWB*).²⁸ Ovaj dokument sadrži podatke o primaocu, pošiljaocu, robi, prevozniku, količini i težini, oznakama i vrsti, pakovanju, podatke o troškovima prevoza i način njihovog plaćanja (unaprijed ili na odredištu), podatke o mjestu i vremenu polaska aviona sa polaznog aerodroma, broj aviolinije, podatke o odredišnom aerodromu i dr. Ispunjava se u tri primjerka, a po potrebi ili na zahtjev pošiljaoca mogu se izdati i dodatne kopije. Avioprevoznik se obavezuje da će robu prevesti na odredišni aerodrom u drugoj zemlji uz naplatu utvrđene vozarine. Ukoliko se prevoze denčane ili komadne pošiljke, u tom slučaju, ne sklapa se poseban ugovor o prevozu, već predajom robe, robu prevoze avioprevoznici na redovnim linijama. U slučaju da se radi o većim količinama robe da se naruči cijeli avion, pošiljac i prevoznik zaključuju ugovor o charter prevozu. Avionski manifest ili kargo manifest (*Cargo Manifest* ili *Manifest of Goods*) obavezno prati sve pošiljke ukrane u avion na određenoj liniji. Posebno je važan kada se iskrcava samo deo robe na usputnim aerodromima.

Međunarodni tovarni list za drumski prevoz je ugovor po kojem se prevoznik obavezuje da će prevesti robu na odredište uz naknadu (naplatu vozarine) koristeći se drumskim transportnim sredstvima (kamionima -

²⁷ Prema količini robe, pošiljka može biti vagona (kolsaka) ili denčana (komadna). Vagonskom se smatra pošiljka od najmanje 5 tona i šalje se jednim tovarnim listom i obično je sa nižom željezničkom tarifom, a denčanom ili komadnom pošiljkom se smatra pošiljka koja ima masu ispod 5 tona, pri čemu je važno da su pošiljke deklarirane jednim tovarnim listom, a ne jesu li zapakovane u jedno koletu.

²⁸ Ispunjava se i štampa na engleskom jeziku, a unificiralo ga je Međunarodno udruženje za vazdušni promet (*International Air Transport Association- IATA*) na bazi Varšavske konvencije iz 1929. godine, koja je dopunjena Haškim protokolom 1955. godine.

šleper, cisterna, tegljač). Na ovom dokumentu utisnuta su slova CMR²⁹, a izradila ga je Unija za međunarodni drumski saobraćaj na osnovu Konvencije za međunarodni transport robe drumskim prevozom. U praksi se naziva *CEMT dozvola*, to je multilateralna dozvola na osnovu koje je dopušteno obavljanje međunarodnog prijevoza tereta između država članica Međunarodnog prometnog foruma (*International Transport Forum – ITF*) ili u tranzitu preko državne teritorije jedne ili više država članica ITF-a vozilima koja su registrirana u jednoj od država članica ITF-a, na osnovu koje je dopušteno obavljanje neograničenog broja vožnji u određenom periodu. *CMR obrazac* je međunarodni tovarni list i predstavlja ugovor o prijevozu u skladu sa Konvencijom o ugovoru za međunarodni prijevoz tereta cestom.³⁰

Špedierska potvrda (Forwarding Agent's Certificate) je potvrda koju izdaju organizacije (špediteri) o prijemu robe po nalogu pošiljaoca i da će je otpremiti na adresu i mjesto naznačeno u toj potvrdi (naznačenom primaocu) odnosno da je robu već otpremio. Ova potvrda nije u pravom smislu riječi transportni dokumenat, već potvrda kojom se špediter obavezuje da otpremi i isporuči robu u naznačeno odredište.

Bosna i Hercegovina je od donošenja Ustava ratifikovala znatan broj konvencija donijetih na međunarodnom planu u oblasti krivičnog prava. U okviru Vijeća Evrope donijeto je više preporuka u kojima se predlaže odgovornost pravnih lica za kažnjive radnje, te njezino uvođenje u krivičnopravne poretke evropskih država, dok se jedna od najznačajnijih preporuka smatra ona iz 1998. godine, pod nazivom „Odgovornost preduzeća za krivična djela“, kojom se preporučuje uvođenje odgovornosti preduzeća za krivična djela počinjena u okviru njihove djelatnosti izvan postojećih oblika postojeće građanskopravne odgovornosti.³¹

Spoljnotrgovinsko poslovanje prati *jedinstvena carinska isprava (JCI)* kao dokument koji se koristi za postupak uvoznog i izvoznog

²⁹ CRM je skraćena od francuskog *Convention Relativ sur le conrnat de transport international des marchandises per route*, koja je usvojena u Ženevi 1956. godine.

³⁰ Član 2. Pravilnika o CEMT dozvolama („Službeni glasnik BiH“, broj 46/21)

³¹ N. Stanković (2021): *Krivično procesno pravo*, Evropski univerzitet Brčko distrikt BiH, str. 429.

carinjenja roba. Takođe, ova isprva služi za realizaciju nadzora nad robom koja se doprema, odnosno otprema iz carinskog prostora Bosne i Hercegovine, ili se postepeno usmjerava drugoj carinskoj ispostavi – graničnom prelazu drumskim sredstvom prevoza.

Postoje mnoge definicije carina, jedna od definicija koja je najprihvatljivija je da carina predstavlja posebnu vrstu javnih prihoda koja se naplaćuje od strane države kada roba prelazi preko državne granice.³²

JCI radi i ažurira špediter i kao takvu podnosi je na ovjeru carinskom organu kada roba prelazi preko državne granice BiH u uvozu i izvozu, koja se vrši poslije svakog pregleda robe. Ovaj dokument ima dva dijela rubrika, gdje se upisuju svi podaci koji se odnose na robu, a u drugom dijelu koji ima od 31 do 54 rubrike, navode se podaci o robi našeg komitenta koja se carini. Rubrike koje su naznačene brojevima od 1 do 54 popunjava odgovorno lice špeditera, dok tri rubrike koje su označene slovima A – carinska ispostava, B – plaćanja i C – polazna carinska ispostava popunjava službenik carinskog organa. Svi podaci koji su unešeni u JCI moraju da budu tačni i da odgovaraju stvarnom stanju, tj da ne smiju biti protivurečni podacima iz drugih dokumenata.

Kod naplate carinskih poreza, dažbina i poreza na dadtnu vrijednost (PDV), propisan je obrazac deklaracija za carinsku vrijednost (DCV), koji se podnosi u setu od dva primjerka. Jedan zadržava carinski organ, a drugi se vraća podnosiocu.

Svaka uvozna carinska deklaracija za robu u prilogu iste ima priložen DCV, ad valorem carinskoj dažbini (na osnovu vrijednosti robe), izuzetak su slučajevi koji nisu propisani važećim Pravilnikom. Carinska vrijednost mora da bude tačno utvrđena, jer podnosilac DCV odgovara za tačnost svih dokumenata koji se podnose uz prijavu. Vrijednost uvezene robe koja je navedena u carinskoj deklaraciji sadrži podatke o fakturisanjoj cijeni, kao i inostranim troškovima koji sačinjavaju carinsku osnovicu. Ova carinska osnovica, koja je utvrđena, unosi se u uvoznju deklaraciju, tako da se vrši obračun po deviznom kursu koji je važeći u nacionalnoj valuti. Ovdje se primjenjuje važeća carinska stopa propisana za robu koja je predmet carinjenja.

³² I. Banda (2021): *Javne finansije*, Evropski univerzitet „Kallos“ Tuzla, str.135.

Nadalje, carinom se utiče na raspodjelu društvenog proizvoda, zatim može se djelovati na strukturu troškova, na plaćanje cijene robe koja se uvozi, kao i na favorizovanje određene grane privrede i slično. Kada se djeluje na cijene proizvoda koji su od posebnog značaja za standard stanovnika, tada imamo realizaciju socijalnih ciljeva carina. U praksi imamo elemente da carinama može da se utiče da se snize cijene nekih proizvoda, tako da se pospješuje potrošnja.³³

Carinski sistem Bosne i Hercegovine uveden je Zakonom o carinskoj politici u Bosni i Hercegovini.³⁴ Cilj carinskog sistema BiH je: 1) zaštita fiskalnih, finansijskih i ekonomskih interesa države; 2) zaštita države od nezakonite i ilegalne trgovine; 3) bezbjednost i zaštita ljudi i životne sredine; 4) olakšanje međunarodne trgovine.³⁵

³³ I. Banda, *cit.djelo*, str.135.

³⁴ Zakon o carinskoj politici Bosne i Hercegovine („Službeni glasnik BiH“, broj 58/15)

³⁵ I. Banda, *cit.djelo*, str.138.

**VRSTE SPOLJNOTRGOVINSKIH
PREDUZEĆA**

PREGLED POGLAVLJA

VRSTE SPOLJNOTRGOVINSKIH PREDUZEĆA

- Preduzeća u privatnom vlasništvu
- Akcionarsko društvo
- Komanditno društvo
- Ortačko preduzeće
- Društvo sa ograničenim jamstvom
- Trgovačka posrednička preduzeća
- Komisionar
- Samostalni zastupnik – distributer
- Zastupnik iz inostranstva
- Broker
- Djelatnosti u prometu – uslužne:
 - slobodne zone
 - međunarodna špedicija
 - skladištar (javni)
 - količina, kvalitet i kontrola robe
 - poslovne banke
 - istraživanje tržišta – organizacije
 - preduzeća u vlasništvu države
 - zadružna preduzeća

CILJEVI UČENJA

- Navedite vrste spoljnotrgovinskih preduzeća
- Uloga i značaj preduzeća u privatnom vlasništvu
- Objasnite akcionarsko i komanditno društvo
- Objasnite ortačko preduzeće
- Objasnite trgovačka posrednička preduzeća
- Objasnite samostalnog zastupnika – distributera i zastupnika iz inostranstva
- Objasnite brokera
- Objasnite djelatnosti u prometu (uslužne)

3. VRSTE SPOLJNOTRGOVINSKIH PREDUZEĆA

3.1. Preduzeća u privatnom vlasništvu

Preduzeće u privatnom vlasništvu raspolaže sa određenom imovinom. Preduzeća raspolažu sa kapitalom, kao oblikom svojine, tako da se dijele na četiri podgrupe i to:

1. društvena preduzeća,
2. privatna – kapitalistička,
3. državna preduzeća i
4. zadružna preduzeća.

Karakteristika državnih preduzeća ogleda se u tome da su osnovana od strane ili nekih njenih teritorijalnih organa, tako da je kapital sa kojim se raspolaže državna svojina. Posmatrajući djelatnosti kapitalističkih preduzeća u spoljnotrgovinskom udjelu, ona mogu da budu dvojaka i to:

1. čisto spoljnotrgovinska preduzeća i
2. ostala preduzeća.

Kod prve vrste preduzeća, djelatnost se u većini slučajeva ograničava na razmjenu sa inostranstvom i to raznim oblicima i vidovima. Ostala preduzeća, veže ih odnos, da spoljnotrgovinska djelatnost nije primarna. Kada takva preduzeća regulišu svoj status kod nadležnih organa vlasti, tada stiču mogućnost izvoza svojih proizvoda i uvoza roba za vlastite potrebe.

Vlastiti kapital sa kojim raspolaže preduzeće, a uvažavajući strukturu, preduzeća mogu da budu: vlasništvo jednog lica (porodice) ili većeg broja lica koja su udružena u jedno društvo. Isključiva svojina, u prvom slučaju, je svojina jednog lica ili porodice, a u drugom, je svojina dva ili više lica, a može i država imati svojinsko učešće (udio).

Sopstvenik – pojedinac snosi punu odgovornost sam za djelatnost preduzeća, a kod preduzeća – društva odgovornost obično snose članovi društva srazmjerno učešću u ukupnom kapitalu preduzeća.³⁶

3.2. Akcionarsko društvo

Akcionarsko društvo (*Company Limited by Shares* ili *Joint Stock Company*, skraćeno *Corp* ili *Inc* - SAD) se može definisati kao najrazvijeniji oblik koncentracije kapitala. Kapital akcionara stvara se od ušteda većine pojedinaca i ostalih. Mobilisanjem slobodnih novčanih sredstava stvara se kapital akcionarskog društva, koji se dijeli na jednake dijelove i to u većem broju – akcija. Akcionari su lica koja kupuju akcije. Akcije se uplaćuju javno, srazmjernom uplatom posmatrano veličini iznosa koji je uplatio u kapital društva, akcionar dobija određeni broj akcija, kao činjenični dokaz o izvršenoj uplati.

Nominalna vrijednost akcije je svaka akcija koja glasi na određeni iznos novca. Ona glasi na donosioca akcije, a može da se prenosi i da se prodaje po cijeni koja se, ne mora da, poklopi sa njenom nominalnom vrijednošću, uvažavajući tržišnu cijenu. Cijena na tržištu ili kako je nazivaju ekonomisti kurs akcije zavisi od visine dividende koju akcija daje imaoocu. Rezultati rada i poslovanja akcionarskog društva utiču na visinu dividende na koju glasi akcija imaooca.

Nejednak broj glasova pojedinih vrsta akcija svodi se na razliku između akcija akcionara, što znači da jedna akcija obezbeđuje jedan glas i to se naziva obična akcija. postoji i pluralna akcija, koja njenom imaoocu objezbeđuje pravo na veći broj glasova i do dvadeset. U mnogim zemljama Evrope izdavanje ovih akcija je zabranjeno. Međutim, postoje i povlašćene akcije, one njenom imaoocu daju određene prednosti kod podjele dividende akcionarskog društva. Pored navedenih, postoje i odložene akcije, na koje se dijeli dividenda nakon njene podjele na povlašćene i obične akcije.

Da bi se osnovalo akcionarsko društvo postoje dvije vrste režima i to:

³⁶ M. Tešić (1996):*Spoljnotrgovinsko poslovanje*, Savremena administracija, Beograd, str.16.

1. normativni i
2. koncesioni režim.

Normativni režim omogućuje osnivanje i rad akcionarskog društva čim ono ispuni zakonom propisane uslove, na primjer, određeni broj članova i obim akcijskog kapitala. Ovo je najčešće praktikovani sistem u pojedinim zemljama.

Koncesioni režim postoji u zemljama gdje se akcionarsko društvo može osnovati tek poslije odobrenja nadležnog organa državne vlasti.³⁷

Osnivanje akcionarskog društva mora da prati sljedeći postupak:

- a) nadležni organ vlasti odobrava pravila društva,
- b) zatim, pristupa se javnom upisu akcija radi prikupljanja akcijskog kapitala društva,
- c) kada se izvrši emisija akcija, zakazuje se prva skupština svih akcionara na kojoj se vrši izbor organa akcionarskog društva. Takođe, bira se upravni odbor,
- d) rad akcionarskog društva može da počne kada Upravni odbor izvrši registraciju društva kod nadležnog organa.

Akcionarsko društvo ima i svoja tijela, skupštinu akcionara, upravni odbor kao izvršni organ, nadzorni odbor akcionara i ostale organe.

Najviše tijelo u akcionarskom društvu je Skupština akcionara, upravni odbor je izvršni organ koji u opisu poslova ima zadatak da rukovodi svim poslovima organizacionih jedinica. Organi upravljanja u akcionarskim društvima nisu isti u svim zemljama. Nadzor i kontrolu rada u akcionarskim društvima u ime svih akcionara vrši nadzorni odbor. Obligacije može da izdaje akcionarsko društvo u slučaju kada su mu potrebna dopunska sredstva, odnosno kapital za dalji rad društva. Potpuni karakter izdavanja obligacija ima uzimanje kredita kod upisivača obligacija pod određenim uslovima. Obligacija koja glasi na donosioca, one se mogu, da otuđuju isto kao i akcije. Postoji bitna razlika kod prava imaoca akcije i obligacije. Ko posjeduje akciju ima pravo da učestvuje u raspodjeli dobiti koje društvo ostvari nakon podmirenja svih obaveza u poslovanju. Imalac obligacije dobija samo ugovoreni interes na upisanu sumu zajma.

³⁷ M. Tešić, *cit. djelo*, str.19.

Na osnovu prednjih navoda, akcionari primaju dividendu, koja zavisi od ostvarenog poslovnog rezultata akcionarskog društva, dok imalac obligacije prima interes koji ni u kom slučaju ne zavisi od rada društva. Država imaocu obligacione garancije garantuje sva prava.

Akcionari nastoje da imaju što veći broj glasova, jer na taj način objezbeđuju veći uticaj u skupštini kod donošenja značajnih odluka. To se postiže povećanjem broja akcija u društvu. Oni akcionari koji imaju manji broj akcija zadovoljni su kada u određeno vrijeme prime svoje dividende od društva, ne upuštajući se u značajniji uticaj u skupštini akcionara. Jači akcionari, uvažavajući prednje, dolaze do akcija manjih akcionara, gdje im se daje pravo glasa u skupštini u srazmjeri i sa vlastitim akcijama. Veći akcionari obezbeđuju veći broj glasova, što im pruža mogućnosti ulaska u organe društva (upravni odbor i sl.). Koncentracijom i zbrajanjem glasa pojedinaца ili manje grupe stvara se paket akcija, koji ne mora da bude u odnosu (srazmjeri) sa evidentnim kapitalom u posmatranom društvu akcionara.

Ulagači – učesnici unose svoj kapital na osnovu međusobnog ugovora o organizaciji i osnivanju društva, bez poziva ostalim osobama na transparentno i javno upisivanje emitovanih akcija. Ovaj oblik društva prisutan je u mnogim oblastima privredne djelatnosti (metalurgiji, industriji, trgovini i sl.).

Članovi koji svoje udjele unose nisu prenosivi na druga lica, ako prethodno nemaju odobrenja od svojih ostalih članova društva.

Akcije (kao hartije od vrijednosti), kod velikih i stabilnih akcionarskih društva, mogu biti predmet poslovanja na brojnim berzama, u berzanskom poslovanju, kupoprodajom akcija na berzama hartija od vrijednosti. Ovakva način poslovanja utiče i kreira mogućnost usmjeravanja raspoloživih finansijskih sredstava u najproduktivnije i najrentabilnije investicione projekte, pomoću odgovarajuće koncentracije kapitala. Ocjena boniteta akcionarskih društava – spoljnotrgovinskih preduzeća u inostranstvu se vrlo jednostavno vrši, odnosno uvidom u njihovo kotiranje na berzi. Ukoliko se akcije društva ne kotiraju na berzama hartija od vrijednosti, njihov bonitet se može utvrditi prema visini dividende, kreditnoj sposobnosti, bliansu uspjeha, podacima o visini glavnice društva i slično.

3.3. Komanditno društvo

Komanditno društvo (*Limited Partnership*) je trgovačko društvo i sastavljeno od tajnih i javnih ortaka, gdje javni lično, neograničeno i solidarno odgovaraju za obaveze društva. Kada je riječ o tajnim ortacima oni odgovaraju srazmjerno uloženom kapitalu društva. Finansijeri društva su tajni ortaci koji zaključuju ugovore sa društvom, kao i učešće u raspodjeli ostvarene zarade određenog društva. Međusobne odnose u društvu članovi regulišu u njemu, dok javni članovi se pojavljuju pred trećim licima kao nosioci obaveza, prava i slično. Očigledno je da komanditori imaju poseban status, misli se na tajne članove, gdje su njihovi podaci evidentirani u registru u najvišem stepenu tajne društva.

Firma komanditnog društva najčešće sadrži ime nekog od javnih članova, uz jasan dodatak da se radi o komanditnom trgovačkom društvu. U novije vrijeme, kao rezultat sve veće inflacije oblika akcionarskog kapitala u privredi, pojavljuje se jedna nova vrsta komanditnih društava *tzv. komanditna društva na akcije*. Ona su u svemu slična sa naprijed opisanim oblikom klasičnog komanditnog društva – komanditora, pojavljuju akcionari, kao finansijeri. Do finansijskih sredstava, potrebnih za poslovanje društva, dolazi se javnim upisom komanditnih akcija, kao jednakih dijelova ukupnog akcijskog kapitala društva. Kod ovakvog komanditnog društva, za razliku od ranije opisanog oblika, uprava društva je obavezna na javno polaganje računa o rezultatima rada pred akcionarima, ali samo u odnosu na akcionarski dio ukupnog kapitala društva. Prema tome, tajni članovi, i kod ovog društva, nisu obavezni da polažu račun javno ni pred kim. Javni članovi komanditnog društva, isto tako, obavljaju sve funkcije društva i za njegove obaveze garantuju lično i solidarno tj. svaki pojedinac u društvu i jedan za sve i svi za jednog.³⁸

Komanditno društvo, po našem pravu, je pravno lice, koje prvni subjekt stiče upisom u sudski ili javni registar društva.³⁹

³⁸ M. Tešić, *cit. djelo*, str.18.

³⁹ Š. Čović (2003): *Poslovno pravo*, Pravni fakultet, Univerzitet Sarajevo, str. 213.

3.4. Ortačko preduzeće

Kod udruživanja više lica, a sa ciljem da se izvrše određene aktivnosti, sačinjava se ugovor, poznat pod nazivom, ugovor o ortakluku. Sve ono što je vezano za ortakluk reguliše se ugovorom, na način kako se dogovore međusobno ortaci u skladu sa zakonom u formi udružene djelatnosti pojedinaca, gdje ostavljaju punu slobodu članovima da međusobne odnose regulišu na način koji je najbolji za sve učesnike.

Udjel pojedinaca u ukupnom kapitalu društva reguliše se unutrašnjim sporazumom između ortaka, u učešću u podjeli dobiti, unutrašnjoj organizaciji, kao i u evidentiranju i vođenju pojedinih vrsta poslova. Gledano u cjelini, iako postoji sloboda dogovaranja između ortaka o organizaciji preduzeća, u iskazanom odnosu ortačkog društva prema trećim licima, zakonski propisi regulišu strogost, sa ciljem da se obezbijedi sigurnost pravnog sistema. Uvažavajući prednje navode, ortaci su prema trećim licima u punoj mjeri odgovorni, razumni, solidarni i slično, za obaveze ortačkog preduzeća čiji su oni članovi. Obaveza ortaka se odnosi na odgovornost svih njih, da kompletnom svojom imovinom garantuje za obaveze navedenog (ortačkog) preduzeća u cjelini. Kod odgovornosti ortaka prisutna je solidarnost koja se ogleda u odgovornosti jednog člana za sve druge članove. U pogledu zahtjeva, povjerilac ortačkog preduzeća ima zakonsko pravo da traži da se ispune sve obaveze od svakog pojedinca ortaka, ne uzimajući u obzir njegov udio u kapitalu ortačkog preduzeća. Ovakav način štiti preduzeće od lažnih izvještaja, odnosno pojave nezakonitih (lažnih) stečaja. U slučaju nepovoljnog toka kod ortačkog preduzeća, tada ortaci koji su nelsoventni, prenesu ili založe dio svoje imovine, tako da povjerilac nije u mogućnosti da naplati svoja potraživanja poslije otvorenog stečaja ortačke firme, ortaci nemaju dovoljno imovine na svome imenu. Kada je riječ o zakonskim nasljednicima, u ortačkoj firmi, oni nasleđuju sva prava i obaveze u firmi.

Naziv ortačke firme najčešće obuhvata ime nekog od ortaka sa dodatkom znaka da se radi o takvoj formi udruživanja. Na primjer, *Stelner & Co.* Međutim, imena ortaka ili naziva firme ne moraju biti imena živih ortaka. Kod čuvenih firmi, koje su nadaleko poznate, nasljednici najčešće ne žele da mijenjaju naziv firme iz poslovnih razloga i on ostaje vijekovima,

dok se firma uopšte ne ukine, iako je promijenjen niz sopstvenika. U cilju obavještanja o stvarnim sopstvenicima (ortacima) takve firme u svakoj zemlji, gdje postoji takav način udruživanja, postoji javni trgovinski registar firmi koji je pristupačan svakom interesentu.⁴⁰

3.5. Društvo sa ograničenim jamstvom

U pravnoj nauci poslovnog prava postoje neujednačena stanovišta u pogledu definisanja društva sa ograničenom odgovornošću. Teškoće u definisanju pojma i pravne prirode društva sa ograničenom odgovornošću u direktnoj su vezi sa njegovom pravnom prirodom, jer ovaj oblik društva spaja elemente društva lica s elementima društva kapitala, a ipak se smatra društvom kapitala. Dvojnost osobina društva lica i društva kapitala se kod ovog društva, kao relativno novijeg oblika, znatno odrazila i u uporednim zakonodavstvima, koja u većini slučajeva izbjegavaju davanje definicija društva sa ograničenom odgovornošću, već se to prepušta pravnoj nauci. Međutim, i pored poteškoća u uporednom i domaćem zakonodavstvu, u novije vrijeme, učinjeni su pozitivni pokušaji u definisanju pojma društva sa ograničenom odgovornošću.⁴¹

Primjetno je u posljednje vrijeme, da bi se izbjegla utvrđena obaveza polaganja računa o poslovanju, akcionarskog društva, određeni neodgovorni krug ljudi se dogovara o osnivanju *tzv. društva sa ograničenim jamstvom*. Tako stvoreno društvo slično je akcionarskom gdje članovi garantuju za obaveze društva do iznosa uloženog kapitala. Osim toga, ovo društvo je manje. Učesnici unose svoj kapital na osnovu ugovora, međusobno sklopljenog, o osnivanju i organizaciji društva. Na ovaj način se izbjegava slanje poziva drugim licima na javno upisivanje emitovanih akcija.

U novije vrijeme, *društvo sa ograničenom odgovornošću-doo (Private Limited Company-Ltd.)* je veoma privlačan pravnoorganizacioni oblik organizovanja poslovnih subjekata (manjih i srednjih) putem ličnog preduzetništva. Zakonskom regulativom definiše se da ovo privredno društvo može osnovati jedno ili više lica. Isto tako, u mnogim pravima je

⁴⁰ M. Tešić, *cit.djelo*, str.17.

⁴¹ Š. Čović, *cit.djelo*, str.291.

dopušteno, pa i našem, da jedno lice kao osnivač može osnovati više takvih društava.⁴² U poslovnoj praksi imamo pojavu da je društvo sa ograničenom odgovornošću ne samo podesan oblik za manji poduzetnički kapital u vlasništvu jednog ili manjeg broja osnivača (članova), već se često pojavljuje i kao oblik angažovanja krupnog poduzetničkog kapitala sa manjim brojem članova-osnivača.⁴³ Ovakvo stanje je rezultat pravne elastičnosti u odnosu na dionička društva, jer se u upravljanju i regulisanju unutrašnjih odnosa u manjem obimu primjenjuju kogentne pravne norme u odnosu na dispozitivne, i time se naglašava primjena principa slobode ugovaranja i autonomnog regulisanja međusobnih unutrašnjih odnosa članova. Zbog toga je omogućeno da osnivači u osnivačkom ugovoru slobodno odlučuju kojim će elementima (kapitalnim ili ličnim) dati prevagu prilikom osnivanja društva sa ograničenom odgovornošću, kao i statutu društva.

Na osnovu izloženog, po našem pravu, društvo sa ograničenom odgovornošću je poseban oblik društva čiji je osnovni kapital podijeljen na udjele, s tim da članovi društva mogu imati različite udjele i ne odgovaraju za obaveze društva (član 309. Zakona o privrednim društvima-ZPD). Međutim, pravni teoretičari daju nešto širu definiciju, ugrađujući pravne karakteristike ovog tipa privrednog društva. Prema tome, društvo sa ograničenom odgovornošću je poseban oblik privrednog društva (poslovnog subjekta) sa pravnim subjektivitetom, koga mogu osnovati jedno ili više pravnih i/ili fizičkih lica koja, ulažući svoja sredstva u osnivački (temeljni)

⁴² Tako na primjer, u Njemačkoj se broj d.o.o. (nem. *G.m.b.H.- Gesellschaft mit beschränkter Haftung*) naglo povećao 1950. godine, pa je osnovano 22.305 takvih društava, a taj se broj 1970. godine povećao na 80.146, te na 401.687 u 1989. godini, tako da bi 1995.g. dostigao broj od preko pola miliona d.o.o. (GmbH), odnosno za 180 puta više nego dioničkih društava (2500 d.d.) u Francuskoj 233.000 GmbH sa tendencijom opadanja dioničkih društava (prema J. Barbić i dr. (1995): *Komentar Zakona o trgovačkim društvima*, Organizator, Zagreb, str. 239.; Jeleč Teufik (2001): *Društvo sa ograničenom odgovornošću*, Institut za organizaciju i ekonomiku d.d. Sarajevo, str. 20.)

⁴³ U nekim evropskim državama od ukupnog broja d.o.o. bilo je sa jednim osnivačem: u Austriji preko 30%, sa dva osnivača (člana) 50% i 90% sa četiri člana, s tim da osnovni kapital u više od 90% tih društava nije veći od zakonskog minimuma, dok je u Njemačkoj u 1993. godini bilo 3.219 dioničkih društava sa ukupnim kapitalom od 174 milijarde DM, a u isto vrijeme je bilo 549.000 GmbH (d.o.o.) sa ukupnim kapitalom od 246 milijardi DM (op. cit., prema E. Vilogorac, M. Dizdar (2000): *Zakon o privrednim društvima – objašnjenja i komentar*, Revicon, Sarajevo, str.462.)

kapital društva, stiču udjele u cilju sticanja dobiti s tim da ne odgovaraju za obaveze društva. Istina, članovi ovog društva snose poslovni rizik u slučaju poslovnog gubitka, zbog lošeg poslovanja ili stečaja, koji je ograničen do visine uloga svakog člana društva. Uzimajući u obzir osnov i predmet udruživanja kapitala, članova d.o.o. i isključivanje njihove odgovornosti za obaveze društva, ovo se društvo, po svim pravima, svrstava u društvo kapitala koje ima propisani minimalni osnivački kapital, podijeljen na udjele koji se ne mogu izraziti negocijabilnim vrijednosnim papirima. Iz navedenog proizilazi, da društvo sa ograničenom odgovornošću ima svoju imovinu i da za svoje obaveze odgovara cjelokupnom imovinom društva (potpuna odgovornost), s tim da njegovi članovi ne odgovaraju za obaveze društva prema trećim licima (povjeriocima) društva.

U pravnoj teoriji se smatra da je naziv društva sa ograničenom odgovornošću neadekvatan, jer ne izražava oblik i obim odgovornosti u odnosu na društvo sa neograničenom solidarnom odgovornošću. Ovo zbog toga što kod d.o.o. za obaveze odgovara samo društvo, cjelokupnom svojom imovinom, dakle neograničeno do ukupne vrijednosti imovine koju društvo ima u ma kom obliku, a članovi društva uopće ne odgovaraju. Polazeći od mješovite pravne prirode društva sa ograničenom odgovornošću, mnogi autori u pravnoj nauci smatraju da se naziv društva sa ograničenom odgovornošću upotrebljava kao rezultat poslovne tradicije.⁴⁴

3.6. Trgovačka posrednička preduzeća

Poznato je da obim i asortiman proizvodnje se uvećava, u skoro svim zemljama, shodno promjemanu, potrebama i zahtjevima tržišta potrošača, a time i na svjetskom tržištu. Tržište kao dinamična kategorija podložno je promjenama te je iste neophodno pratiti kako bi se opstalo na njemu odnosno efikasno poslovalo. Splet mnogih elemenata (ponuda, tražnja, konkurencija, itd.) predstavlja tržište, zbog toga se smatra složenom ekonomskom kategorijom koju karakteriše višedimenzionalnost

⁴⁴ Neki autori smatraju da je „hibridna“ pravna priroda d.o.o. jer u sebi sadrži dvojne elemente: društva lica i društva kapitala, i može poslovati pod zajedničkom personalnom ili realnom firmom i fiksiranim osnovnim kapitalom - Mirko Vasiljević, op.cit., str. 138. i Jakša Barbić, *Društvo sa ograničenom odgovornošću*, Privreda i pravo, br. 7-8, str. 489.

(personalna, materijalna, prostorna, tehnička, instrumentalna i vremenska dimenzija).

Savremeno preduzeće u spoljnotrgovinskom poslovanju susreće se sa narastajućom konkurencijom, smanjenjem životnog vijeka proizvoda i brzim promenama potreba tržišta što nameće nove zadatke, ukoliko želi da se razvija i raste, da se efikasno poveže sa tržištem uz sopstveno prilagođavanje i kreativnost. Drugim riječima, da izvrši osnovni zadatak tržišne funkcije uspostavom kontakta sa spoljnim svetom, odnosno sa tržištem, jer pomoću tržišne funkcije preduzeće dolazi do informacija iz okruženja, a istovremeno putem nje distribuira proizvode i usluge.

Izvršavanje ovog zadatka zahtijeva brigu o tome šta se kupuje, od koga i kada, odnosno šta se i od koga, na koji način prodaje. Proizvođači u današnjim uslovima privređivanja moraju da osjete impuls tržišta zarad svog prosperitetnog poslovanja. Tržišno orijentisana preduzeća sve više uviđaju neophodnost i permanentnost istraživanja tržišta. Analiziranje i istraživanje tržišta podrazumijeva adekvatnu finansijsku podršku od strane preduzeća da bi se kvalitetno izvršile i omogućile menadžmentu da donese kvalitetnu odluku.

Aktivnost u spoljnoj trgovini koja doprinosi njenoj realizaciji je posredovanje. Posredovanje je djelatnost u spoljnoj trgovini koja se obavlja pod određenim uslovima koji su predmet trgovačkog sporazuma (*Contract of Commercial Brokerage*) o obavljanju poslova posredovanja između njenih aktera. Ugovornom o posredovanju, posrednik se obavezuje da će pronaći, dovesti u vezu ili povezati nalogodavca sa osobom (preduzećem) s kojim bi nalogodavac mogao sklopiti određeni ugovor, dok se nalogodavac obavezuje da posredniku isplati proviziju ukoliko se posao zaključi odnosno sklopi ugovor.

Uvažavajući pravni položaj, kao i odnos posrednika prema komitentu (kupcu ili prodavcu), u praksi se razlikuje nekoliko posrednika, kao što su:

1. komisionari,
2. inostrani zastupnici,
3. agenti,
4. brokeri,

5. kompradori i
6. tehnički biro i slično.

3.7. Komisionar

Komisioni odnos se uspostavljava davanjem naloga za izvršenje konkretnog posla ili zaključenjem ugovora sa komitentom o trajnijoj saradnji u prodaji ili nabavci određene vrste robe u cjelosti ili njenih pojedinih kategorija u inostranstvu ili samo za određena područja. Ukoliko komisionar ne želi da prihvati dobijeni komisioni nalog, on to mora saopštiti nalogodavcu napouzdan način, bez odlaganja, a najkasnije u toku narednog radnog dana po prijemu naloga. Radeći u svoje ime, a za račun komitenta, inostrani partner, ukoliko to komitent ne želi, ne može da sazna ko je nalogodavac komisionara za čiji on račun radi. Ovo stoga, što komisionar nije javni, generalni, opunomoćeni zastupnik svog komitenta na određenom području.

Komisionar se ne ograničava samo na rad sa jednim komitentom, niti striktno na jednu određenu kategoriju robe ili djelatnost. Najčešće mu nije određeno ni područje djelatnosti u regionalnom smislu. Može da preuzima poslove u svoje ime i za svoj račun radi ostvarenja dobiti iz razlike u cijeni poslije pokrića svih troškova koje sam snosi.

U pogledu slobode, koju komitent ostavlja komisionaru za izvršenje konkretnih poslova, nalog je dvojak, po karakteru:

- 1) Postoji tzv. *tržišni nalog* kojim komitent povjerava komisionaru da obavi posao na najpovoljniji način prema tržišnim uslovima i okolnostima, po svojoj najboljoj svijesti i stručnom znanju. Ovakav nalog komitenta najčešće je posljedica osvjedočenog povjerenja u rad komisionara, kao dobrog privrednika, jer on time unaprijed prihvata obaveze u koje će komisionar ući za njegov račun.
- 2) Drugi vid naloga komisionara je tzv. *uslovljeni nalog* kojim komitent tačno propisuje minimalne uslove pod kojim komisionar može obaviti konkretni posao kupoprodaje robe. To podrazumijeva uslove pod kojima je komitent u određenom momentu, bez rezerve, spreman da prihvati obavezu u koju komisionar uđe radeći za njegov račun.

Komisionar tada nema ovlaštenje da bilo šta mijenja u postavljenim uslovima, jer u protivnom, komitent nije dužan da prizna obavezu proisteklu iz posla zaključenog na taj način. Svaku promjenu uslova komisionar može vršiti jedino ukoliko ima odobrenje od komitenta. Komisionar, kao dobar privrednik koji uživa povjerenje komitenta, štiteći njegove interese, nastoji da za svog komitenta izdejstvuje čak povoljnije uslove od onih koji su navedeni kao minimum u nalogu komitenta. Uobičajeno je da komisionar uredno informiše nalogodavca (komitenta) o toku izvršenja naloga po najkritičnijim fazama njegove realizacije. Sve pogodnosti koje komisionar uspije da dogovori za komitenta, pa i povoljniju cijenu, odnosno sve izdejstvovane koristi pripadaju u cjelosti komitentu. Komitent može u cilju motivacije i stimulacije, da pod određenim uslovima omogući komisionaru da učestvuje u dijelu postignute povoljnije cijene u odnosu na cijenu koja je naznačena u nalogu kao minimalna. Komitent ne može opozvati nalog komisionara ako je ugovor već zaključen.

Iz suštine pravnog odnosa komisionara prema komitentu proizilazi da komitent snosi sve troškove obavljanja posla, koji normalno ne ulaze u troškove redovnog poslovanja komisionara, a koji se pokrivaju ugovorenom maržom provizije komisionara za obavljeni posao. Dalje, komitent snosi i sve rizike i njihove posljedice, ukoliko to nije nastalo propustom ili greškom komisionara, da na uobičajeni način izvrši svoju dužnost u komisionom poslu.⁴⁵

3.8. Zastupnik iz inostranstva

Poslovi zastupanja predstavljaju veoma značajne oblike posredničkih spoljnotrgovinskih poslova. Posao inostranog zastupnika nalik je poslu zastupanja inostranih preduzeća. Poslove zastupanja ino-firmi obavljaju specijalizovana preduzeća registrovana za ovaj vid obavljanja posla i koje obavljaju u tuđe ime i za tuđi račun. Poslove zastupanja ino-firmi može da obavlja preduze ili fizičko lice. Osoba koja obavlja poslove zastupanja

⁴⁵ M. Tešić, *cit.djelo*, str.23.

drugog lica naziva se zastupnik, dok se osoba za čiji račun i u čije ime se posao obavlja poznata kao principal ili nalogodavac.

Zastupnik (eng. *agent*, fr. *representant*, njem. *agent* ili *vertreter*) je onaj koji se bavi trgovačkim poslovima za račun i u ime svog komitenta (izvoznika ili proizvođača). Zastupa svog komitenta javno i stalno u svim situacijama i na način kako je to definisano ugovorom o zastupanju. Posmatrajući zastupnika u odnosu na komitenta, isti treba da bude principijelan, samostalan i nezavisan kao lice odnosno firma. Ukoliko nije samostalan, tada je riječ o predstavniku ili delegatu.

Ustanova ili lice koje je zastupnik ne može da zastupa interese konkurentske firme, ali može da zastupa više firmi koje nisu međusobno konkurenti. Ugovor o zastupanju obavezno reguliše međusobne odnose, obaveze i dužnosti između principala i zastupnika.

Da bi se regulisali međusobni odnosi učesnika, u pogledu dužnosti i obaveza, zaključuje se ugovor o zastupanju. Ovaj ugovor mora biti odobren od strane nadležnog organa zemlje partnera, ukoliko to zahtijevaju propisi odnosne zemlje, tada se zasniva zastupnički odnos. Zastupnički odnos počinje sa probnim rokom. Poznato je da svaki početak nije lak i nailazi na početne prepreke, tako da se u tom periodu praktikuje što duži probni rok, kako bi se objektivno sagledale mogućnosti i ostvario očekivani interes za ugovoreni posao. Trajanje početnog roka ili njegova dužina vezuje se za prostornu veličinu (teritoriju), vrstu robe i slično. Nakon isteka probnog perioda, principal i njegov zastupnik imaju pravo da se naknadno izjasne o raskidu ili produženju ugovora o zastupanju.

Ugovor se, najčešće, zaključuje na više godina i važi do isteka ugovorenog perioda, izuzev ukoliko neka od ugovorenih strana ne otkáže ugovor prije predviđenog roka, a ukoliko to i ne učini, njegova važnost se automatizmom produžuje ugovorenog roka. Kao i svaki drugi ugovor, tako i ugovor o zastupanju ima svoju sadržinu ili odredbe o predmetu zastupanja tj. roba koja se daje zastupniku u rad, period na koji se ugovor zaključuje, obaveze principala i zastupnika, rješavanje spora u slučaju neizvršavanja međusobno dogovorenih obaveza i slično. Kompanije koje posjeduju širok i raznovrstan asortiman proizvedenih roba, obično pribjegavaju angažovanju većeg broja zastupnika koji se klasifikuju prema teritorijalnom principu ili se sortiraju prema vrsti robe iz svog asortimana.

Također, ugovorom o zastupanju moguće je definisati obim ovašćenja zastupnika odnosno precizirati poslove ili zadatke zastupnika.

U načelu, pravo zaključivanja trgovačkih poslova u ime i za račun principala, povjerava se zastupniku samo kod standardizovanih vrsta roba, koja se može prodavati na osnovu prospektnog materijal kojim zastupnik redovno raspolaže (katalozi, cjenovnici, reklamni uzorci i sl.).⁴⁶

3.9. Samostalni zastupnik – distributer

Samostalni zastupnik ili distributer (*distributor, dealer*) poslove posredovanja u spoljnoj trgovini obavlja na osnovu sklopljenog ugovora sa principalom i raspolaže isključivim pravom prodaje njegove robe na određenom području. Pravo prodaje robe na određenom prostoru, stečeno na osnovu prethodno sklopljenog ugovora sa principalom, odnosi se na kompletan proizvodni program principala, ili samo na određene artikle iz zbirke proizvoda. Robu kupuje na veliko, plaća gotovinski i odmah, a za to dobija rabat. Distributer nabavljenju robu od principala prodaje po određenim cijenama, koje mogu biti različite, i to:

- e) po kataloškim cijenama i uslovima koje je odredio principal; ili
- f) po specijalnim cijenama u saglasnosti sa principalom; ili
- g) po tržišnim cijenama – za koje je distributer najviše zainteresovan, zbog mogućnosti veće zarade, nego kada robu prodaje po kataloškim ili specijalnim cijenama.

Prodaja robe po kataloškim ili specijalnim ili tržišnim cijenama regulisana je ugovorom o zastupanju. Ovdje je bitno da se po pitanju cijene nađe optimalno rješenje za obje strane, koje nije u suprotnosti niti sa interesima principala niti sa interesima distributera.

Distribucija robe ovim putem, često, se odnosi na robe kategorisane kao trajnija potrošna dobra. Prodaju distributer obavlja preko veletrgovina, trgovačkih putnika, džobera⁴⁷, faktora⁴⁸, kompradora⁴⁹ i ostalih, sa ciljem da od svake transakcije ostvari zaradu.

⁴⁶ M. Tešić, *cit. djelo*, str. 25.

⁴⁷ Džober (*jobber*) označava poseban tip berzanskog posrednika, poslovnog čovjeka sa višegodišnjim iskustvom, koji u spoljnotrgovinskom poslu kupuje cjelokupne (kompletne)

Interes distributera ogleda se i u tome da principal⁵⁰ nema potpuni uvid u kretanje cijena, iz razumljivih razloga, na prostoru na kojem obavlja prodaju robe. U slučaju da cijene imaju tendenciju rasta, to znači da distributer ima šansu da ostvari znatniju zaradu, putem postignute razlike u cijeni. U situaciji kada je maloprodajna cijena pristupačnija za potrošača (kupca) distributer povećava obim prodaje i samim tim ostvaruje veći promet, koji ide u prilog (interes) principalu. Dakle, zainteresovanost distributera za povećanjem obima prodaje (prometa), pored postignutog rabata za prodaju na veliko, jeste postizanje odgovarajuće razlike u cijeni.

Veći obim prodaje od strane distributera znači i povećanje troškova koje samostalno snosi. Tako, distributer preferira da svoj interes zarade ostvari putem tržišne cijene (razlike u cijeni), nego li putem količinskog rabata ili uvećavanjem obima prometa. Prema tome, interes distributera se ogleda u tome da: manji obrt – veća razlika u cijeni, dok kod interesa principala je: niža cijena – veći obrt. Suprotstavljene interesi su vidljivi, zbog čega principal ugovorom zadržava pravo odlučivanja za sebe.

Principal svoj cilj realizuje kada ugovori prodaju sa distributerom po kataloškim cijenama, po važećim cijenama određenim za utvrđena područja. Klakulacijom principala utvrđuje se prihvatljiva varijanta, da li odabrati manju zaradu sa prihvatljivim cijenama i većim obrtom (obimom proizvodnje ili prodaje) ili manji obrt uz postizanje odgovarajuće zarade.

partije tj. na veliko i dalje ih prodaje u manjim partijama (na malo) ili *an block*. Robu kupuju gotovinski, ne raspolazu većim kapitalom, te se često finansiraju preko faktora.

⁴⁸ Faktor je specifičan tip posrednika u poslovima spoljne trgovine koji se uključuje u izvozne poslove radi njihovog finansiranja. Plasman robe (izvoz) realizuje preuzimanjem potraživanja od komitenta i on naplaćuje od kupca, a izvoznik dobija deo vrijednosti robe (najčešće 80%) prije nego što faktor naplati potraživanja od kupca. Može ostvariti i pravo na ugovorenu proviziju (delkledere) za učinjenu uslugu i pravo na kamatu za preuzeta potraživanja.

⁴⁹ Komprador je posrednik u spoljnoj trgovini u zemljama Dalekog istoka (Kina Japan), koji za račun ino-firme (obično evropske) posreduje u raznovrsnim poslovima. Oni uspješno plasiraju robu evropskih proizvođača i za to ostvaruju naknadu za obavljene posao. Komprador može biti i samostalni trgovac koji robu kupuje od proizvođača i samostalno prodaje na domaćem tržištu.

⁵⁰ Principal (*lat. principalis* ili prvi, glavni) je pravna osoba (prvenstveno proizvodno orijentisana, a rjeđe kao trgovinsko preduzeće) koja ovlašćuje drugu osobu daje u njeno ime i za njen račun zastupa u okviru datih ovlaštenja koja proizilaze iz zaključenog zastupničkog ugovora.

Distributivna prodaja putem distributera ima svojih dobrih i loših strana za principala. Dobre strane za principala podrazumijevaju:

- a) obrada akata kupoprodaje u potpunosti je pojednostavljena, zbog toga što se roba povlači na osnovu uobičajenih porudžbina i plaćanja putem ostvarenog revolving-akreditiva;
- b) finansijska likvidnost i sigurnost prodaje, jer je naplata za isporučenu robu povoljno riješena (obično gotovinski) i
- c) rizik kredita je minimalan i sveden na najmanju moguću mjeru, pošto se distributer pojavljuje kao fiksni kupac robe.

Nepovoljne strane ili nedostaci, ovog oblika posredovanja u spoljnoj trgovini, za principala, odnose se na:

- a) promet robe, najčešće, zavisi od finansijske i kreditne sposobnosti distributera;
- b) principal nema neposredni dodir sa tržištem, kupcima i potrošačima da bi uspješnije mogao određivati politiku cijena robe, on u tom pogledu, upućen je na pismene izvještaje distributera, koji stavove iznosi obično sa gledišta svojih interesa.⁵¹

3.10. Broker

Riječ broker označava tržišnog posrednika, firmu ili pojedinca unutar firme i na raznim jezicima različiti su njegovi termini (eng. *brokers*; njem. *makler*, fr. *courtier*). Samostalni trgovci se nazivaju brokeri, koji nemaju ugovoreni trajni odnos, nego od slučaja do slučaja, posreduju između kupaca i prodavaca prilikom zaključivanja kupoprodajnih ugovora. Njihov zadatak je ovezivanje ponuđača i interesenata na tržištu određenog regiona ili robe. Ranije su se brokeri posmatrali kao ugledni stručnjaci za kvalitet i organizaciju, posebno u prevozu morem i učešćem u arbitražnim sporovima, a ne samo kao trgovački posrednici. Njihova sadašnja uloga u posredničkim poslovima svodi se na trgovačko posredovanje u berzanskim poslovima i prometu robe. Usluge koje naplaćuju za obavljeni posao u vidu provizije naziva se brokerska provizija.

⁵¹ M. Tešić, *cit. djelo*, str. 30-31.

Kod izvršenja naloga brokera tj. posrednička uloga brokera može biti uslovljena (ograničena) ili neograničena (tržišna). Broker ima obavezu da poštuje instrukcije i nalog komitenta, bez obzira da li je riječ o prodaji ili nabavci robe na tržištu, robnoj berzi, aukcijama ili hartijama od vrijednosti na berzi koje su efektivne. Strogost izvršavanja naloga odnosi se na kvalitet robe, cijenu i količinu.

Brojni i ugledni stručnjaci po raznim vrstama i kategorijama roba (specijalizovanim poslovima) stoje na raspolaganju nalogodavcima za izvršenje složenih spoljnotrgovinskih poslova. Poznato je da brokeri objektivno štite interese učesnika trgovačkih transakcija i da imaju saznanja o svim elementima roba, bez obzira na njeno poreklo. To im sajedne strane, pruža mogućnost da lakše i uspješnije izvrše posao za svog nalogodavca, do s druge strane, doprinosi njihovoj reputaciji.

Na tržištu se mogu sresti dvije vrste brokera: *zvanični* (službeni) i *privatni*. Zvanični brokeri su službena lica pod zakletvom, koje je imenovala strana država odnosno njeni zvanični organi vlasti, trgovačke komore ili uprava berze. Oni su istovremeno i punopravni trgovci čija je dužnost da striktno i objektivno štite interese učesnika u trgovačkim poslovima i berzanskim operacijama. Privatni broker je najmljeni stručnjak za vršenje određenih usluga u ime i za račun svog principala.⁵²

Brokeri imaju poseban dnevnik tzv. brokerski dnevnik (*broker journal dairy*) u kojem svakodnevno evidentiraju sve poslovne podatke. Izvod se daje savkom partneru. Ukoliko je riječ o javnom (ili zvaničnom ili službenom) brokeru koji vodi dnevnik, izvod predstavlja dokaz o postojanju ugovora i koji u slučaju eventualnog gubitka ili uništenja ugovora može poslužiti kao dokaz na sudu.

Djelatnost brokera je veoma raznovrsna. U djelokrugu poslova u spoljnoj trgovini, oni se mogu podijeliti na: robne, osiguravajući brodski prostor, transport i slično.⁵³

⁵² R. Bektić (1998): *Spoljnotrgovinsko poslovanje*-skripta, Ekonomski fakultet Tuzla, str. 69.

⁵³ M. Tešić, *cit.djelo*, str. 32.

3.11. Djelatnosti u prometu – uslužne

Prilikom realizovanja spoljnotrgovinskog posla (izvoza ili uvoza) neophodno je uspostaviti saradnju sa brojnim uslužnim djelatnostima, pri čemu svaka od njih obavlja svoj dio posla koji joj pripada. Djelatnosti koje se tretiraju uslužnim, veoma su razgranate, a najčešće ih srećemo kao:

- a) luke i lučka skladišta (slobodne zone),
- b) međunarodna špedicija,
- c) javni skladištar,
- d) međunarodni transport (riječni, drumski, pomorski, željeznički, avionski, cjevovodni, nosća grla i sl.),
- e) pomorske agencije,
- f) kontrola kvaliteta i količine roba ili usluga,
- g) poslovne banke,
- h) osiguravajuća društva,
- i) poslovne informacije,
- j) privredna propaganda,
- k) reklama i slično.

3.11.1. Slobodne zone (luke)

Slobodne zone ili slobodne carinske zone (*duty free zones* ili *customs free zones*) su slobodne teritorije koje se mogu nalaziti na više mjesta na teritoriji jedne države, a najčešće su locirane na glavnim saobraćajnim putevima, morskim lukama ili važnim riječnim lukama. Terminologija vezana za ovaj oblik poslovanja koristi mnoštvo naziva⁵⁴ (dvadesetak termina) i ne postoji jednoobrazni termin na međunarodnom planu. Ipak, svi termini isto izražavaju: iste pogodnosti, privilegije i beneficije odnosno niz stimulacija koje se daju pri proizvodnji roba u slobodnim zonama, posebno

⁵⁴ U literaturi i praksi koriste se termini: slobodna zona, slobodna lučka zona, bezcarinska zona, zona spoljne trgovine, slobodna proizvodno-izvozna zona, slobodna industrijska zona, specijalna ekonomska zona, slobodna ekonomska zona, *maquiladora*-za zone u Meksiku i sl.

onih namijenjenih izvozu.⁵⁵ Preteče slobodnih zona bile su slobodne carinske luke i slobodni lučki gradovi.

Slobodne lučke zone su prostor koji je određen (odvojeni i ograđeni prostor), a uživa eksteritorijalnu carinsku zonu države na čijem se zemljištu nalazi. Roba koja je smještena u navedenoj zoni, nema namjenu da se stavlja u promet na tržištu zemlje na kojoj se nalazi, nego njenoj daljnoj otpremi. One se organizuju u svrhu unapređenja prometa tranzita, eliminisanjem neophodnih carinskih formalnosti za robu namijenjenu otpremi.

Slobodna zona – luka ima svoju sopstvenu upravu, organizovanu na osnovu zakona zemlje kojoj administrativno pripada. Slobodne zone postoje u svim svjetski poznatim, velikim, centrima trgovačkog prometa, kao što su: Njujork, London, Hamburg, Kopenhagen, Rijeka, Trst, Solun i dr. Takva zona je izgrađena i u Beogradu na Dunavu.⁵⁶

3.11.2. Međunarodna špedicija

Pod špedicijom (eng. *forwarding*, nem. *spedition*, ital. *spedire*, lat. *expedire*) podrazumijevamo djelatnost kojom se organizuje otprema robe i poslovi u vezi s njenom otpremom. Međunarodna špedicija (špediter) u nazivu potiče od italijanske riječi *spedire* što znači otpremiti, poslati. Ovaj vid usluga star je nekoliko vijekova. Datira od perioda kada je počeo obimniji promet roba u spoljnotrgovinskom poslovanju i iskazane potrebe za uslugom organizovanja brojnih radnji vezanih za premještaj robe od proizvođača do potrošača tj. do mjesta potrošnje ili skladišta kupca.

Međunarodna špedicija postala je nezaobilazna karika u lancu sistema svjetske reprodukcije koja povezuje proizvodnju, razmjenu i potrošnju. Špediter u međunarodnoj trgovini po nalogu i za račun nalogodavca organizuje sve neophodne radnje oko pripreme robe za isporuku: kontrolu količine i kvaliteta, pakovanja, obezbeđuje propratnu dokumentaciju za robu i obavlja druge poslove (pretovar, istovar,

⁵⁵ B. Nešić (1990): *Slobodne i carinske zone u Jugoslaviji i u svetu*-sa zakonskim propisima i komentarom, Beograd, str. 11.

⁵⁶ M. Tešić, *cit.djelo*, str. 40.

uskladištenje, čuvanje, nadzor i sl.) sa ciljem da roba dođe na ugovoreno mjesto u ispravnom stanju po svim segmentima.

Poslovi međunarodne špedicije su veoma složeni (brojni i raznovrsni) i iziskuju posebnu posvećenost, pažnju i odgovornost špeditera, naročito kada su destinacije otpreme velike zemlje ili trgovinski centri i pomorske luke, gdje se nalaže dalja specijalizacija ove uslužne djelatnosti, uvažavajući konkretne potrebe. Ova radnja ima i svoj cilj, koji se ogleda u tome, da se nalogodavcu garantuje maksimalno mogući kvalitet ugovorene usluge, jer se pretežno radi o robama velike novčane vrijednosti.

Uvažavajući značaj ovih poslova, u novije vrijeme, imamo špeditere sa posebnim specijalnostima, kao što su:

1. *kontinentalna špedicija*, koja se bavi poslovima organizovanja transporta robe (drumski, željeznički, riječni, jezerski i sl.) odnosno vrste prevoza i prevoznog sredstva, kao i uobičajenih špediterskih poslova (prihvata robe, carinjenja, uskladištenja, distribucije i sl.), bez kombinovanja sa prekomorskim prevozom;
2. *pogranični špediteri ili granična špedicija ili carinski posrednici*, koji obavljaju usluge carinjenja roba, koje su namijenjene uvozu ili izvozu robe i sl.;
3. *lučki špediteri ili pomorska (lučka) špedicija*, poslove usluge prevoza obavljaju organizovanjem prekomorskog transporta i svih drugih poslova vezanih za lučke špeditere;
4. *Sajamski špediteri*, bave se svim vrstama poslova vezanih za pripremanje i organizovanje sajamskih izložbi, priredbi, demonstracija roba i sl., kao i postupcima nad robama namijenjenih za izvoz ili uvoz, tranzit i sično.

Izvršavajući dobijene naloge međunarodni špediter obavlja vrlo odgovorne zadatke za račun nalogodavca. Među najvažnijim zadacima ubrajaju se:

- a) Zaključenje ugovora o prevozu robe
- b) Osiguranje robe u prevozu
- c) Ugovor o uskladištenju robe
- d) Kontrola svih transportnih dokumenata

Zaključenje ugovora o prevozu robe. Da bi se ugovor o prevozu robe sklopio, špediter se obraća odgovarajućem prevozniku (firmi) sa zahtjevom da mu se za račun nalogodavca stavi na raspolaganje u određeno vrijeme, na tačno utvrđenom mjestu, željeni broj prevoznih sredstava (vozila) označenih karakteristikama ili odgovarajući brodski prostor. Ukoliko mu to nije izričito naznačeno u nalogu, špediter će sam odabrati najprikladnije prevozno sredstvo kojim će obezbijediti najracionalniji prevoz.

Vrši kontrolu nad realizovanjem obaveza od strane vozara, prije i poslije utovara robe, za vrijeme njenog prevoza do odredišta. Pri tome je veoma važna uloga špeditera oko najpovoljnije deklaracije robe radi primjene adekvatnog prevoznog tarifnog stava (tarife).

Ostvaruje blizak kontakt sa vozarem pri utovaru robe, kada prima ugovor o prevozu i dalje postupa s njim po nalogu, odnosno pri istovaru robe prije kojeg uručuje vozaru raspoloživi primjerak ugovora o prevozu (konosman, tovarni list, teretnicu i sl.). Kod primjene kombinovanog oblika prevoza, blagovremeno obezbeđuje, po završetku jednog, nastavak putovanja robe drugim oblikom prevoza (vozila) sve do njenog odredišta, a da pri tom ne dođe do neželjenih oštećenaja ili gubitaka robe. To se redovno dešava kod prihvata robe iz prekomorskih zemalja koju treba dalje otpremiti železničkim vagonima ili kamionima (drumom).

Ovdje spada i uloga špeditera od trenutka preuzimanja robe na otpremu sa skladišta nalogodavca, uključujući njen prevoz do utovarnog mjesta i predaje prvom vozaru. Špediter, u takvom slučaju, posao organizuje tako da se što prije obavi tj. za najkraće vrijeme, uz minimalnu upotrebu najmljenih prevoznih sredstava i nepotrebnog zadržavanja robe na utovarnoj stanici ili luci. Takav način obavljanja posla važi za iskusnog špeditera, koji svom nalogodavcu može donijeti dragocjene uštede.

Osiguranje robe u prevozu. Nalogom odnosno nalaganjem špediteru da izvrši uslugu, po pravilu, daje se zadatak i da robu osigura na tačno određenoj relaciji, za određeno vrijeme i protiv određenih (uobičajenih) rizika, koji najčešće prijete da oštete određenu robu u zavisnosti od primjene vida prevoza. U takvim okolnostima špediter, u cilju obezbeđenja od rizika, uplaćuje premiju osiguranja za račun nalogodavca i dobija polis osiguranja

koja može da posluži i kao dokaz o zaključenom ugovoru o osiguranju sa kojom postupa po nalogu.

Ugovor o uskladištenju robe. Na osnovu ovog ugovora, po nalogu postupa, bilo da se radi o iznajmljivanju skladišnog prostora u javnim skladištima ili se ona skladišti u sopstvena skladišta. Izbor odgovarajućeg skladišnog postora, vrijeme zadržavanja robe u skladištu i ostali uslovi uskladištenja, zahtijevaju od špeditera da postupa krajnje brižljivo i savjesno obavlja posao sa pažnjom dobrog privrednika. Drugim riječima, da preduzima sve neophodne aktivnosti da se robana odgovarajući način neguje i čuva.

Pored navedenog, međunarodni špediter pruža čitav niz najrazličitijih usluga u prometu. One, po svojoj prirodi, oslobađaju trgovce velikih briga i rizika, koji bi inače nastali kada bi sami obavljali te poslove. Međunarodni špediteri obavljaju tzv. *zbirni promet*. Kako bi iskoristili povoljnosti podvoznih stavova u određenim vremenskim razmacima, robu otpemaju u određenim pravcima, kao zbirne, vagonске pošiljke, komadne, denčane pošiljke koje se sakupe. Po prispijeću zbirne pošiljke na odrdište, polovna ispostava ili korespodent špeditera komadne pošiljke dostavlja na adresu primaoca.

Kontrola svih transportnih dokumenata. Ova kontrola, takođe, spada u djelokrug usluga (poslova) međunarodnog špeditera, naročito u pogledu njihove ispravnosti, blagovremenosti i odgovarajuće primjene podvoznih stavova. Korišćenje *refakcija* i drugih pogodnosti, koje pojedine zemlje ili vidovi prevoza primjenjuju prema krcateljima, čiobezbeđuje međunarodni špediter i bez posebnog naloga svog komitenta. Špediter u tom cilju podnosi odgovarajuće zahtjeve ili reklamacije štiteći tako do krajnosti interese svog nalogodavca. Kako bi špediter ovo mogao uredno da obavlja, on mora solidno da poznaje tržište odnosnih usluga, tarife, propise, kao i sve druge običaje i praksu u obavljanju poslova iz djelokruga ove djelatnosti.

Međunarodni špediter pruža dragocjene stručne savjete svojim komitentim još od samog kreiranja ideje za zaključenje namjeravanog kupoprodajnog posla, kao što su: podaci i najracionalnija rješenja o putu robe – instradacija, podvozni stavovi i slično pri ispostavljanju ponude i zaključenju

kupoprodajnog ugovora. Može imati i ulogu tzv. *povjerljive ruke*, *povjerljivog držaoca robe* za račun i po nalogu obeju strana učesnika u izvršenju kupoprodajnog posla (slučaj najčešće kod izvršenja kompenzacionog posla).⁵⁷

3.11.3. Skladištar – javni

Roba koja je na putu od proizvođača do mjesta potrošnje zadržava se na toj putanji na određenim mjestima radi daljnjeg transporta. To zadržavanje robe podrazumijeva da ono bude organizovano kako bi se ista očuvala od loma, kvra, rastura, kala i slično, tj. po kvalitetu, količini i izgledu. Aktivnosti preduzete za brigu o robi zovu se uskladištenje robe. Brigu o uskladištenoj robi vodi odgovorno lice, poznato kao javni skladištar, učijem je skladištu roba smještena.

Javni skladištar, za račun nalogodavca, a po nalogu, preuzima robu i vrši njeno uskladištenje uz naplatu (naknadu) koja se naziva skladištnina. Karakteristika javnih skladišta je da ona predstavljaju čitavu mrežu objekata različitih tehničkih karakteristika i namjena. Ova skladišta su obično locirana na pravcima kretanja ogromnih tereta, pored značajnih putnih čvorova, odnosno pretovarnih punktova, kao što su: velika putna raskršća, luke, trgovački centri, proizvodni reoni i slično.

U ranijem periodu javna skladišta su obavljala tzv. *čisto skladištenje*, koje se odnosilo na samo uskladištenje robe i njeno čuvanje na određeno vrijeme pod utvrđenim uslovima njene zaštite (pritisak, temperatura, stepen osjetljivosti i sl.). Savremena javna skladišta, danas, obavljaju niz aktivnosti (usluga i poslova) za račun nalogodavca, koje se odnose na niz manipulacija na toj robi (utovar, istovar, pretovar, sortiranje, etiketiranje, sastavljanje, rastavljanje, miješanje, čišćenje i dr.) pri čemu se ne mijenjaju njena osnovna svojstva niti njen karakter. Savremeno skladištenje koje podrazumijeva brojne manipulacije na toj robi je tzv. *kombinovano skladištenje*.

⁵⁷ M. Tešić, *cit. djelo*, str. 41-42.

Ulogu povjerljivog držaoca robe, u novije vrijeme, preuzeli su skladištari na izvozno-izvoznim poslovima u specijalnim vidovima – povjerljivi poslovi. Ova skladišta moraju da budu opremljena za čuvanje i manipulaciju velikim brojem (količinom) roba, specijalizovanim za određenu vrstu roba (juta, pamuk, vuna, duma, koža, čaj, začini, voće i sl.). Za određene kategorije roba, javna skladišta posjeduju adekvatne veće kapacitee i stručno osoblje koje vrši nadzor i kontrolu robe koja je uskladišena.

Nakon što se roba uskladišti, javni skladištar vlasniku robe izdaje potvrdu koja se naziva skladišnica ili tzv. *varant*, na ime ili na donosioca. Ovaj dokument (varant) sadrži opis robe po kvalitetu i količini, pa se iz tih razloga smatra hartijom od vrijednosti. Po varantu roba se može kupovati i prodavati na berzi, ukoliko su ispunjeni uslovi ujednačenosti kvaliteta. Kod podizanja (preuzimanja) robe iz skladišta, skladišnica ili varant se mora vratiti skladištaru.

3.11.4. Količina, kvalitet i kontrola robe

Robe i usluge najrazličitijih kategorija mogu da budu predmet međunarodne kupoprodaje. Pravne posljedice uredno izvršenog akta primopredaje robe/usluge i na osnovu toga ispostavljenog dokumenta, u međunarodnoj trgovini ovom činu se poklanja velika pažnja i pridaje veliki značaj. Poznato je, da u većini slučajeva kupac robe raspolaže stručnim kadrom za obavljanje ovakvih poslova. Očekuje se da stručno osoblje mora da poznaje proizvode koje kontroliše, njihove trgovačke kvalitete i sl. Osoblje je specijalizovano za pojedine vrste proizvoda, poznavajući njihove tehnologije proizvodnje, a ujedno i metodama kontrole kvaliteta koje primjenjuju. Radi predostrožnosti kupac ovo osoblje upućuje na lice mjesta radi preuzimanja robe prije njenog utovara na skladištu prodavca ili na drugom mjestu kako je naznačeno u ugovoru.

Analizirajući spoljnotrgovinsku praksu, primjetno je da pojedini kupci iako imaju svoje stručnjake za određene oblasti iste ne šalju u kontrolu, već nalogom te poslove povjeravaju stručnim organizacijama iz određene oblasti. prednje se primjenjuje kada se radi o udaljenim mjestima

na drugim komintinetima i malim količinama robe. Imamo i slučajeve komplikovanih postupaka ili analiza robe u laboratorijama, gdje kupac želi da rizik za neke greške usmjeri na stručnu organizaciju, koja ima zadatak da na osnovu naloga izvrši kontrolu i prijem robe za jegov račun.

Kod ugovaranja poslova kontrole robe, kupac daje detaljne instrukcije stručnoj organizaciji za ugovorenu kontrolu količine i kvaliteta robe. Stručna organizacija u potpunosti će ispoštovati dobijeni nalog, uvažavajući uputstva kupca, i snosi punu odgovornost za eventualne materijalne štete koje mogu nastati zbog grešaka ili propusta u radu. Nakon obavljenih usluga o izvršenoj kontroli i utvrđenom stanju, stručna organizacija izdaje izvještaj odnosno ukoliko je posao obavljen na osnovu ugovora o djelu, a certifikat kada je posao obavljen po osnovu ugovora o punomoćstvu (mandatum) sa analizama o stanju i činjenicama utvrđenim pri obavljanju postupka kontrole. Certifikat ili potvrda o preuzimanju robe uručuje se kupcu i prodavcu robe ili usluge.

Element sigurnosti mora biti zastupljen u spoljnotrgovinskom poslovanju, a ogleda se kroz osiguranje robe kod osiguravajućih organizacija. Karakteristika rada u spoljnotrgovinskom prometu i strah od mogućih neželjenih posljedica koje mogu zadesiti robu od početnog puta do odredišta u inostranstvu, opredjeljuje ugovorne strane da pri zaključivnju ugovora o kupoprodaji, ugovornom odredbom definišu ko će snositi eventualni rizik i preduzeti mjere sigurnosti. U osnovi ovo se svodi na obezbeđenje rizika u transportu i obezbeđenje rizika naplate za isporučenu robu ili izvršenu uslugu. Gledano u cjelini, način na koji se vrši osiguranje robe u prometu, u spojnotrgovinskom poslu, ostvaruje se prenošenjem rizika odnosno metodom koja se naziva prenošenje rizika na trećeg.

3.11.5. Poslovne banke

Kod uspješnosti realizacije spoljnotrgovinskog poslovanja veliku ulogu imaju i poslovne banke kroz ostvarenje na širokom planu u obostranom interesu. Znači, uloga poslovne banke bitna je u svim fazama realizacije spoljnotrgovinskog poslovanja od nastanka (zaključenja) posla pa sve do potpunog okončanja ili likvidacije.

Uloga poslovne banke u nekim situacijama prerasta iz kvaliteta usluga u kvalitet davanja saglasnosti po pitanjima koja su od obostranog interesa. Uloga poslovne banke ogleda se u sledećim situacijama:

1. učešće u kreditiranju planiranog posla na osnovu prethodne saglasnosti banke,
2. po nalogu – izdavanje bankarskih garancija,
3. saopštavanje potrebnih poslovnih informacija i podataka o bonitetu poslovnog partnera,
4. obračun sa domaćim kooperantima i platni promet,
5. banka je organ kontrole platnog prometa, koja će na osnovu dostavljene dokumentacije i važećih propisa obračunati a time i likvidirati sve razlike pod dejstvom režima spoljnotrgovinske razmjene (porezi, carine, premije i sl.),
6. obavljanje i drugih poslova i usluga iz djelokruga poslova banke.

Privredna preduzeća uvažavajući unapređenje odnosa, kao i saradnje sa poslovnom bankom, kroz segment spoljnotrgovinskog poslovanja, uspostavlja što dugoročnije poslovne veze sa ovakvom institucijom koju odabere kao najprihvatljiviju. Uvažavajući uogu dobrog domaćina, poslovna banka sa vemenom na vrijeme, kontroliše stanje kapitala i rezultate poslovanja svojih komitenata sa ciljem da se prati njihova kreditna sposobnost u pogledu vraćanja kreditnih obaveza. U praksi, odnosi komitent- banka se regulišu posebnim međusobnim ugovorom ili sporazumom o poslovnoj saradnji.

3.11.6. Istraživanje tržišta – organizacije

Praksa pokazuje da jedna trgovačka ili proizvodna uvozno-izvozna firma raspolaže obimnom dokumentacijom, određenim brojem iskusnih, stručnih, uglednih ljudi, da ima poslovne ispostave u inostranstvu koje su specijalizovane za obavljanje poslova istraživanja tržišta, a time i uvođenje proizvoda na njih. Takve organizacije imaju službu koja može da pruži aktuelna obavještenja i zadovolji uobičajene potrebe preduzeća. Informacije koje su bitne i značajne mogu se dobiti za najkraće vrijeme, na osnovu raspoložive dokumentacije koju ove organizacije posjeduju i ažurne su u svim segmentima.

Na osnovu konkretnog zadatka ili iznete želje i namjere komitenta, ove organizacije mogu obaviti čitav niz usluga:

- da se prema karakteru robe ili usluge i tekućem stanju na međunarodnom tržištu utvrdi optimalna regionalna orijentacija nastupa izvoznika sa robom;
- da se u izabranom području utvrdi tržište koje nudi najviše realnih izgleda za uspjeh u nastupu;
- da na osnovu ažurne banke podataka upute izvoznika na sve potencijalne kupce njegove robe na određenom tržištu, mogu mu dati tačne adrese interesenata, a u nekim posebnim slučajevima i imena rukovodećih ljudi;
- da stave na raspolaganje dovoljno detaljne podatke o konkurenciji, posebno onoj koja se interesuje ili se već pozicionirala na tržištu za određene poslove od interesa za izvoznika;
- da pruže sva druga poslovna, trgovačka obavještenja od interesa za izvoznika (tekuće tržišne cijene, tarife, lokalni propisi, običaji, posebne karakteristike ustaljene trgovačke prakse, trgovinske i druge značajne organizacije i sl.);
- da izvrše ocjenu podobnosti konkretnog proizvoda za namjeravano tržište;
- da po nalogu izvoznika izuče odnosno obave poslove istraživanje tržišta;
- da utvrde najpogodnije metode nastupa i prodaje robe na određenom tržištu;
- da izuče problem i ulogu reklame u konkretnom poslovnom poduhvatu i preduzmu sve potrebno da ona usledi i donese optimalne rezultate na tržištu od interesa;
- da pruže iscrpna obavještenja i uputstva za organizovanje mreže poslovnih ispostava na tržištu od interesa i službe postprodajnog servisa za opremu i trajna potrošna dobra (konsignacije, servisi, sopstveni ili ugovorni, pokretni ili stalni i sl.).

- da organizuju i održavaju trajno obavještanje izvoznika o stanju na određenom tržištu i bonitetu određenog kruga poslovnih partnera.⁵⁸

Usluge ovih organizacija, ako se one racionalno i umješno koriste, mogu biti od velike koristi i mnogo doprinijeti poslovnom uspjehu spoljnotrgovinskih preduzeća.⁵⁹

3.11.7. Preduzeća u vlasništvu države

Kapitalistička privreda najvećim dijelom zasnovana je na privatnom vlasništvu pojedinaca, porodica koje mogu da budu udružene, domaćih ili inostranih. Državna preduzeća kao učesnici u procesu proizvodnje nisu novijeg datuma. Državna preduzeća (*state enterprise*) su oblik preduzeća koje posluje sredstvima za proizvodnju koja su vlasništvo države. Postoje u svim zemljama svijeta, a osnivaju se kada država ima direktan interes za njihovo poslovanje i kada želi da posredno ili neposredno nadzire njihovu djelatnost iz različitih razloga. Ciljevi i razlozi koji se njihovim osnivanjem žele postići su različiti. Razlozi njihovog osnivanja mogu se svrstati u tri osnovne grupe:

- 1) Fiskalni razlozi – da država preuzimanjem neke privredne djelatnosti obezbijedi znatne prihode za svoj budžet (proizvodnja i promet duvana, petrolej, so, pa čak i alkohol i sl.);
- 2) Zaštita javnog interesa i strateškog interesa – državna vlast preuzima djelatnosti sa ciljem zaštite javnog i strateškog interesa (naročito u proizvodnji i prometu oružja, energije, komunalne infrastrukture, saobraćajnih sredstava i komunikacija i sl.);
- 3) Nacionalizacija (preuzimanje) – nacionalizovana i podržavljena preduzeća gdje, po ocjeni državne vlasti, privatna inicijativa nije dala očekivane rezultate i gde viši interesi zajednice nalažu da ona treba da se brine i organizuje takve djelatnosti, koje su od bitnog interesa za nju

⁵⁸ M. Tešić, *cit. djelo*, str. 47-48.

⁵⁹ ESOMAR, Amsterdam, Holandija je najveća ustanova za istraživanje tržišta u svijetu. Osim nje poznate svjetske istraživačke kuće su: *AC Nilsen* u SAD i Velikoj Britaniji, *GFK* Njemačka, *SOFRES Group* Francuska i druge.

(rudnici uglja i rijetkih metala, crna metalurgija, automobilska industrija, eksploatacija pronalazaka i proizvodnja u oblasti atomske energije i sl.).⁶⁰

Svaka nacionalna zakonodavstva propisuju položaj, strukturu i ostale odrednice državnih preduzeća. Uvažavajući prednje, postoje dva načina za rješavanje ovoga pitanja i to:

- 1) ili su preduzeća organizovana po opštim propisima koji važe za trgovačka preduzeća
- 2) ili su ta preduzeća organizovana na osnovu propisa posebne uredbe nadležnog državnog organa.

Privredni sistem i tržište zemlje ima određeni položaj u svakom od njih.

Državna preduzeća, prema prvom načinu, posluju po načelima i propisima koja važe za privatna preduzeća (kao deoničarska društva). Ta preduzeća su formalno samostalna, ali njima upravlja organ države kao osnivač, koji vrši nadzor nad njihovim radom preko svog predstavnika.

Prema drugom načinu, organizovanje poslovanja se vrši kao “čisto” državno preduzeće odnosno na osnovu propisa o njihovom osnivanju, poslovanju i organizaciji. Budžetski ta preduzeća su autonomna u svome poslovanju i podvrgnuta su propisima o državnom računovodstvu.

Postoje i državna mješovita preduzeća kod kojih se jedan dio kapitala nalazi u rukama države, a drugi dio je privatni kapital odnosno na bazi upisa dijela akcija. U njihovoj upravi se nalaze predstavnici i državnog i privatnog kapitala tj. koji su uložili svoj kapital u takvo preduzeće.

3.11.8. Zadružna preduzeća

Zadružna preduzeća nastaju na dobrovoljnoj osnovi po kojoj se zadrugari organizuju da posluju sa ciljem da ostvaruju ekonomske interese, unapređuju svoj društveno ekonomski položaj i samostalno odlučuju o zajedničkim pitanjima. Zadrugari odnosno sitni proizvođači i potrošači, (samostalni poljoprivrednici i sitne zanatlije) organizuju se tako da za račun svojih članova nabavljaju robu na veliko i prodaju ih svojim članovima na

⁶⁰ M. Tešić, *cit. djelo*, str. 48.

malo ili ih povoljno kreditiraju. Takođe, ona se mogu baviti svim djelatnostima, sem onih koje su zakonom zabranjene, i mogu se javiti u spoljnotrgovinskom prometu (najčešće razvjenih zemalja).

Poznato je da je u kapitalističkim zemljama najveći dio privrede u privatnom vlasništvu i da je ista organizovana od pojedinaca, porodica ili društva, domaćih ili inostranih. Pored državnih preduzeća postoje i zadružna preduzeća. Trgovačko posredništvo u prometu životnih namirnica, starijeg je datuma, u prošlom vijeku, pojavio se pokret udruživanja na zadružnoj osnovi. Uvažavajući kapitalistički način proizvodnje, taj organ, imao je obavezu da zaštiti sitne proizvođače, kao i potrošače od veoma skupih usluga u lancu trgovine.

Sitni proizvođači formirali su svoje udruženje sa ciljem prodaje svojih proizvoda direktnim potrošačima, gdje su nastale *proizvođačke zadruge*. Razlozi njihovog nastanka ogledaju se u izbjegavanju skupih trgovinskih usluga (marže) odnosno koje za račun svojih članova vrše velike nabavke roba koju zatim na malo prodaju potrošačima (svojim članovima).

Isto tako, odnosno iz istih razloga udružuju se radnici i službenici u *potrošačke zadruge* koje su direktno snabdijevale svoje članove potrošnom robom od proizvođača.

Kreditne zadruge su vrsta zadružnih preduzeća, proizvođača ili potrošača, koje su na bazi svojih ušteta (udjela) i međusobnog jemstva dolazili do kredita pod veoma povoljnim uslovima.

Nacionalnim zakonima zemalja regulisani su principi poslovanja, kao i pravni položaj ovih zadruga. Pojedine zemlje, savim opravdano, prilikom osnivanja istih predviđaju određene poreske i druge olakšice. Da bi zadruge ostvarile određene povoljnosti prilikom osnivanja potrebno je da ispunjavaju određene uslove, poput: broja članova zadruge, da posluje samo sa svojim članovima, solidarna odgovornost članova za obaveze zadruge. Ukoliko ovi uslovi ne budu ispunjeni ili se o njih ogriješi organizacija tada prestaje mogućnost da se koristi privilegovan položaj zadružnih organizacija.

Kada se učlanjuje zadrugar, isti je obavezan da uplati svoj udio, u zavisnosti od svojih materijalnih mogućnosti. Na taj način se od uplata

formiraju materijalna sredstva za poslovanje zadruge, a mogu se pojaviti i dopunska sredstva iz drugih izvora.

Zadruge imaju i svoje organe upravljanja, čiji broj ne zavisi od broja ili visine uplaćenih udjela. Tako svaki član zadruge ima jedan glas. Takođe, zadruge izrađuju završni račun. Po izradi završnog računa iskazuje se dobit o poslovanju zadruge, koja se dijeli srazmjerno učešću pojedinih članova u poslovanju zadruge. Ta srazmjera se ogleda u obimu izvršenih prodaja ili nabavci i slično.

Ove organizacije imaju cilj koncentracije privredne snage i većeg uticaja na tržištu, tko d se povezuju u dva pravca i to:

1. po teritorijalnoj liniji u stručne saveze i
2. po granama djelatnosti u poslovne saveze.

Nadalje, poslovni savezi osnivaju svoje privredne organizacije u prometu i proizvodnji (klaonice, mlinove, prerada kože i sl.).

POGLAVLJE 4

OBLICI POVEZIVANJA PREDUZEĆA

PREGLED POGLAVLJA

OBLICI POVEZIVANJA PREDUZEĆA

- Trustovi
- Koncerni
- Karteli
- Konzorcijum

CILJEVI UČENJA

- Objasnite ulogu i značaj trustova
- Objasnite koncerne
- Šta su karteli
- Objasnite ulogu i značaj konzorcijuma

4. OBLICI POVEZIVANJA PREDUZEĆA

Oblici povezivanja preduzeća su mnogobrojni i raznovrsni, a sa ciljem obezbeđenja profita, tako da kapital nastoji da na mnogobrojne načine proširi svoju bazu uticaja na vlast. Ovaj proces je mnogo složen, gdje se zahtijeva iznalaženje novih formi povezivanja, posebno u periodu ekonomskih kriza i kriza na tržištu. To je uticalo da se pojave monopolistički oblici, tj. monopolistički kapital u veoma važnim granama privrede kapitalizma, kojeg smatramo savremenim obilježjem povezivanja i organizacije poslovanja.

Poslovanje u međunarodnoj trgovini vezuje se za pojavu monopola, gdje jake i moćne monopolske organizacije u nekim zemljama kontrolišu ili posjeduju važne grane privrede, diktiraju cijene roba na tržištu, a u nekim slučajevima i ostale uslove.

Povezanost poslovnog partnera firme sa savezima monopolskog tipa nije moguće utvrditi bez posebnog ispitivanja stanja. Monopolski savezi u cjelosti vrše kontrolu poslovanja, što dovodi do ostvarenja boljih efekata u jačanju materijalne osnove rada. U ekspanziji moći organizacija sa monopolskim predznakom, firme koje nisu obuhvaćene (autsajderi), imaju poteškoće (probleme) u radu na tržištu, dok se ne priključe ili bankrotiraju. ukoliko su monopolisti za to zainteresovani. Mnogi faktori utiču na koncentraciju kapitalističkih preduzeća, kao što su obim monopolske organizacije, poslovna orijentacija, stepen povezanosti i dr., iskazuju najrazličitije forme i određene nijanse. Najznačajniji oblici povremenih ili trajnih sporazuma koji utiču na ciljeve na tržištu ili proizvodnju (raspodjela tržišta, prodaja, razmjena patenata i pronalazaka, cijene i sl.), do privremenih aglomeracija po ekonomskoj moći i obimu, su često dirigovane sa jednog određenog mjesta. Imajući u vidu njihove forme, i to savremene, mogu se sažeti u nekoliko grupa: trustovi, koncerni, karteli, konzorcijumi i sl.

4.1. Trustovi

Trust (eng. *trust*) je organizacioni oblik monopolističkog povezivanja preduzeća. Trustovi su oblik povezivanja (trajno) preduzeća kroz spajanje, odnosno fuziju ili holding odnose. Preduzeća integrisana u ovaj organizacioni oblik gube svoju pravnu i ekonomsku samostalnost, osim tehničke samostalnosti (organizacije proizvodnje). Ova preduzeća imaju - zadržavaju poslovnu samostalnost, ali postoje slučajevi zadržavanja samostalnosti dijela svojih akcija predajući ih holding preduzeću koje upravlja poslovnim politikom istog.

Ovdje se povezuju preduzeća iste oblasti tj. iste privredne grane. Ukoliko se udružuju raznovrsna preduzeća istovrsne proizvodnje govorimo o horizontalnom trustu, dok vertikalni trust podrazumijeva povezanost ili udruživanje preduzeća vezanih proizvodnim procesom, od sirovina, poluproizvoda do finalnih proizvoda. Povezivanje preduzeća iste oblasti, ima sličnosti sa kartelima, a u nekim slučajevima i sa koncernima. Uvažavajući unutrašnju strukturu preduzeća, trust se javlja u dvojakom obliku i to:

1. trust fuzija i
2. trust holding.

Trust-fuzija nastaje kada se više preduzeća odrekne svoje pravne, pa i poslovne samostalnosti u korist novonastale firme koja je rezultat te fuzije. Novo jedinstveno preduzeće ima vodeći ili gospodareći položaj na tržištu i u proizvodnji određene robe. Ako se radi o održivanju preduzeća akcionarskog tipa, tada ona preduju svoje akcije novom akcionarskom društvu (upravi trusta), a ono ih zamjenjuje novim akcijama koje glase na novonastali trust.

Holding-trust nastaje kada se veći broj preduzeća odluči da pristupi trustu zadržavajući pri tom formalno svoju pravnu i poslovnu samostalnost. Novoformirano preduzeće (i jedno i drugo) je pod neposrednim uticajem i kontrolom vodeće holding-kompanije, koja drži paket akcija u svim tim preduzećima, Povezana preduzeća zadržavaju svoju firmu koju su ranije imala.

Trustovi u principu objedinjuju istorodna preduzeća, ali ima i takvih (naročito u SAD i SR Njemačkoj) koji objedinjuju preduzeća od proizvodnje sirovina (ruda, ugalj i sl.) pa po raznim fazama obrade (topionice, čeličane, valjaonice) sv do gotovih proizvoda (mašine, postrojenja i sl.). Tako, na primjer, u SAD: *US Steel Corporation, New York; Bethlem Steel Corporation* i drugi. Kako se vidi, trustovi su obično koncentracija kapitala u nacionalnim razmjerama sa izuzetkom trusta nikla – *Internacional Nickel of Canada*, koji ima svjetski značaj u proizvodnji i prometu nikla, a nastao je fuzijom britanskih, američkih i kanadskih odgovarajćih društava.⁶¹

4.2. Koncerni

Koncerni (eng. *concern*) su organizacioni oblik monopolističkog povezivanja (udruživanja) preduzeća. Kada se povezuje trajno više preduzeća (veći broj), najčešće jedne iste grane, pod upravom jednog menadžmenta, tada govorimo o formi koncerna. Ovo povezivanje ima svoj cilj, koji se ogleda, u tome da se obezbijedi snabdijevanje sirovinama, prodaja gotovih proizvoda, obezbijedi priliv profita, a na osnovu sniženja troškova masovne proizvodnje, uvođenjem najsavremenije tehnologije i ostalih racionalnih mjera u radu. Ovdje je cilj da se poveća profitna stopa, i to, sniženjem troškova proizvodnje i prometa. Iniciranje u ovu formu preduzeća, po pravilu, potiče od velikih preduzeća koja snagom svog kpitala povezuju ostala preuzeća, bilo kupovinom prioritetnog broja dionica, bilo posebnim sporazumom. Ime koncerna obično se vezuje za lice koje je bilo inicijator i osnivač (na primjer *Mitsubischi* u Japanu).

Koncerni počinju okupljanjem moćnih kapitalista oko jedne glavne ličnosti među njima, pod čijim se imenom koncern, u većini slučajeva, i naziva. Kupovinom novih akcija postepeno se širi uticaj na sve veći broj privrednih preduzeća. Preduzeće koje je osnivač ima mogućnost da na bazi uloga vlastitog kapitala u njima, ostvaruje odlučujuću ulogu sopstvenog kapitala u njima u odnosu na akcionare sa većim ulozima.

⁶¹ M. Tešić, *cit.djelo*, str. 54.

Dalje osnivanje novih preduzeća tzv. “kćeri, unuka i praunuka” omogućuje gospodarenje nad njihovim poslovanjem na bazi njihovih relativno malih uloga, s obzirom da je ovo neophodno da najviše do polovine akcijskog kapitala bude u rukama koncerna ili još manje, ako su u pitanju tzv. *pluralne akcije*. Tako koncerni šire neograničeno svoj finansijski uticaj i moć na tržištu jedne ili više zemalja.⁶²

4.3. Karteli

Kartel (eng. *cartel*) je forma sporazuma između preduzeća koja su iste djelatnosti (istorodna) sa ciljem da se obezbijedi monopolski položaj na tržištu kroz diktiranje cijena (karteli cijena), raspodjela (kartel dobiti), kao i drugih uslova prodaje (karteli prodaje).

Ovdje je postavljen cilj, da se uveća profit preko cijena, a ne kroz smanjenje troškova proizvodnje. Samostalnost ovih preduzeća je i dalje prisuna u finansijskom i poslovnom smislu, sa napomenom da se za ugovoreno vrijeme moraju strogo pridržavati postignutih dogovora o uslovima prodaje robe, podjeli tržišta, politici proizvodnje i sl. Položaj na tržištu zavisi od mnogo faktora, potrebno je da kartelisana preduzeća u cjelini kontrolišu najveći dio proizvodnje odnosno grane. Da bi se realizovao ovaj cilj, postoje dva pravca:

1. u već postojeća ili nova preduzeća iste grane proizvodnje, što predstavlja evidentno spor proces i u nekim slučajevima i rizičan; ili
2. da se postigne privremeni sporazum sa preduzećima koja su zainteresovana, kao profesionalniji i bolji put, koji se najčešće primjenjuje nameđunarodnom tržištu.

Karteli mogu da budu od nacionalnog i međunarodnog značaja, uzimajući u obzir obim tržišta sa kojima karteli upravljaju. Sporazumi koji su potpisani između domaćih preduzeća u jednoj zemlji čine kartel

⁶² M. Tešić, *cit. djelo*, str. 54.

nacionalnog značaja. Međutim, ako su preduzeća domicirana u dvije ili više zemalja, tada je riječ o kartelu međunarodnog značaja.

Monopolistički sporazumi imaju za cilj i otklanjanje međusobne konkurencije i kreiranje što boljih uslova za plasman određenih proizvoda na tržištu. Postoje i sredstva za postizanje ovoga cilja, koji je trojak, pa se karteli dijele na tri grupe i to:

1. kartel cijena,
2. kartel prodaje i
3. kartel dobiti.

Karakteristika kartela cijena, ogleda se u tome, da se utvrdi najniža prodajna cijena po kojoj se može prodati određena roba na tržištu. Za vrijeme trajanja monopolskog sporazuma preduzećima nije dozvoljena prodaja roba ispod određene najniže cijene koja je utvrđena.

Karteli prodaje mogu biti u dvojakom obliku i to: 1) na bazi *određene količine robe* koja se mora vidno da izloži prodaji, uvažavajući određeni vremenski razmak i 2) na bazi *rasporeda tržišta* u kartelu, kao drugom obliku. Kod prodaje robe visina cijena po kojima će se roba prodavati, kartelisanim preduzećima je data sloboda, ali određenu kvotu ne smiju da prekorače bez posljedica ugovornih sankcija. Roba se može prodavati na unaprijed utvrđenoj teritoriji tj. regulisanju sporazuma. Sklapanjem sporazuma o podjeli tržišta vrši se segmentiranje tržišta prema obimu prometa koji se za određenu robu realizuje i broju kartelisanih preduzeća.

Karteli na bazi dobiti su složeniji oblik u odnosu na predhodna dva (kartel cijena i kartel prodaje). Najčešće se primjenjuje na tržištu Velike Britanije. Sklapanjem sporazuma o zajedničkom nastupu na tržištu, u okviru pula, članovi kartela su pod jedinstvenim nadzorom, snose rizik poslovanja i u zajednički fond po ugovorenom ključu uplaćuju ostvarene profite ili njihov dio. Svojim članovima kartel dozvoljava punu slobodu u pogledu akcija, cijena i drugih uslova prodaje i u pogledu raspodjele tržišta.

Sa aspekta organizacije i realizacije postavljenih ciljeva, karteli mogu biti dvojaki: u vidu *običnih kartela* i *sindikata*. Međusobne razlike ovih organizacionih oblika su značajne. Obični karteli predviđaju uslove saradnje i posledice za eventualno kršenje kartelskog sporazuma između

kartelisanih preduzeća koja su inače samostalna u svojoj privrednoj aktivnosti u okvirima monopolskog dogovora. Nasuprot običnim kartelima, sindikati kao njihov mogući oblik, isključuju mogućnost samostalnog istupanja na tržištu za kartelisana preduzeća. U cilju zajedničke prodaje proizvoda formiraju zajedničku prodajnu organizaciju koja u ime i za račun učesnika u kartelu vrši prodaju robe. Prihodi od prodatih roba raspodjeljuju se između članova sindikata po ključu koji je ugovorom o kartelu unaprijed određen. Na taj način su članovi sindikata obezbijeđeni od mogućnosti izigravanja kartelnog sporazuma među sobom, jer ovaj oblik zaista predstavlja neuporedivo čvršću vezu između članova nego što je to slučaj kod običnog kartela.⁶³

4.4. Konzorcijum

Mnoge firme za realizaciju određenih poslova izgradnje u zemlji ili inostranstvu, često, jedna firma nije u mogućnosti da sama realizuje određeni posao. Zbog obimnog učešća u određenom poslu, takva firma može biti inicijator povezivanja i objedinjavanja svih faktora, kako bi se taj posao uradio na vrijeme u planiranom roku. Ovdje se sačinjava ugovor za izvršenje predstojećeg obimnog posla, povezuju se preduzeća odgovarajućih proizvodnih područja, kao i specifičnih djelatnosti, projektne organizacije, trgovinske firme, poslovne banke i drugi subjekti po potrebi. Navedenim ugovorom utvrđuje se učešće i uloga svake pojedine firme kojaje članica u lancu realizacije nekog projekta.

Jedna firma nastupa pred poslovnim partnerima u zemlji i inostranstvu, u ime i za račun konzorcijuma – nosilac posla. Nosilac posla ima obavezu da detaljno upozna članice o svim aktivnostima poslova koji se izvršavaju u okviru projekta. Izmirenjem obaveza i po završetku posla nosilac posla to potvrđuje pismeno i o tome obavještava sve članove.

⁶³ M. Tešić, *cit.djelo*, str. 53.

PROIZVODNA PREDUZEĆA –
SPOLJNOTRGOVINSKI
APARAT

PREGLED POGLAVLJA

PROIZVODNA PREDUZEĆA –SPOLJNOTRGOVINSKI
APARAT

- Nabavne firme
- Izvozne zajednice
- Izvozni oblik proizvođača
- Uvozno-izvozne specijalne firme
- Inostrane mreže:
 - Podjela spoljnotrgovinskih preduzeća po vrsti djelatnosti
 - Spoljnotrgovinska preduzeća za uvoz i izvoz
 - Podjela po vrsti djelatnosti
 - Saradnja po osnovu ugovora između uvozno-izvoznih preduzeća
 - Preduzeća za međunarodni transport i špediciju
 - Preduzeća za zastupanje firmi iz inostranstva
 - Preduzeća za ugovorenu kontrolu robe

CILJEVI UČENJA

- Objasnite ulogu i značaj spoljnotrgovinskih preduzeća
- Objasnite posao nabavne firme
- Objasnite izvozne zajednice
- Objasnite izvozni oblik proizvođača
- Koji je značaj uvozno-izvoznih firmi
- Uloga i značaj uvozno-izvoznih specijalnih firmi
- Objasnite inostrane mreže
- Objasnite podjelu spoljnotrgovinskih preduzeća po vrsti djelatnosti
- Spoljnotrgovinska preduzeća za uvoz i izvoz
- Objasnite podjelu preduzeća po vrsti djelatnosti
- Objasnite ulogu i značaj preduzeća za međunarodni transport i špediciju
- Koji su zadaci i obaveze preduzeća za zastupanje firmi u inostranstvu
- Na koji način se vrši kontrola robe

5. PROIZVODNA PREDUZEĆA – SPOLJNOTRGOVINSKI APARAT

Razvojem privrede, kao i uvođenjem novih tehnologija, u procesu proizvodnje dolazi do rasta proizvodnje, a time i gotovih proizvoda. To navodi da se širi tržište i van granica određene države. Proizvodna preduzeća imaju cilj da spoljnotrgovinsko poslovanje dignu na što veći nivo, ulažući velike napore i značajna finansijska sredstva za obezbeđenje novih tržišta, kao i potkisivanje konkurencije na tržištima od interesa. Posmatrajući ekonomski aspekt, a da bi se riješio ovaj komplikovani problem, od posebnog značaja je i pitanje same koncepcije organizacije, koja treba te opravdane poslove da sprovede u djelo šireći tržište i u najudaljenijim zemljama. To nas navodi na zadatak da se pronađe najbolje rješenje ovoga pitanja u pogledu njene mreže u zemlji, same forme, kao i u inostranstvu.

Primjetno je da se u sadašnje vrijeme ispoljava tendencija kod jakih monopolističkih preduzeća da ne saraduju sa specijalizovanim preduzećima u oblasti transporta, kao i trgovine. Izuzetak se odnosi samo kada se proizvođač odluči da koristi usluge specijalizovanih preduzeća za uvozno-izvozne poslove, samo kada ima mogućnost uštede troškova prevoza, kao i povećanje prometa svojih proizvoda.

Proizvođač može da nastupi na dva načina, u zavisnosti od količine i vrste robe koja je namijenjena na inostrano tržište, i to:

1. direktan poslovni kontakt s inostranim partnerom i
2. indirektan poslovni kontakt sa inostranstvom.

Direktan poslovni kontakt s inostranim partnerima predstavlja skuplje rješenje u izvršavanju izvoznih poslova. Ipak, proizvođač koristi ovaj poslovni kontakt iz razloga koji su odraz njegove poslovne politike i karaktere robe, kao i razlozi tehničke prirode.

Poslovno-politički razlozi su: porast problema u plasmanu robe, bliska i neposredna veza sa tržištem prodaje, borba na tržištu sa konkurencijom, kontakti sa kupcima i potrošačima.

Razlozi tehničke prirode kod organizacije direktnog izvoza vlastitih proizvoda, u nekim situacijama, se vrši dopuna sopstvenih asortimana uz povećanje obima kod niza proizvoda. Kupcu složenih proizvoda i roba najbolje pojašnjenje može dati direktno proizvođač, svojim stručnim objašnjenjima (aparati, mašine, kompletna postrojenja, hemijski proizvodi i sl.).

Indirektan poslovni kontakt sa inostranstvom se realizuje uz posredovanje specijalizovanih izvozno-uvoznih trgovinskih preduzeća. Kada se organizuje vlastiti izvozno-uvozni aparat od strane proizvođača to ne znači nestanak ovih preduzeća sa tržišta. Njihov značaj je od posebnog interesa za sitne proizvođače roba široke potrošnje ili onih roba koje nisu obuhvaćene monopolskim sporazumima.

Negativna strana u izvršenju spoljnegovinskih poslova, posredstvom ovih organizacija, su uglavnom razlozi koji se navode kao prednosti kod direktnog izvoza robe. Glavni razlog je u konstantnom porastu troškova poslovanja, koji nastaju usljed pojačane konkurencije na svjetskom tržištu, geografske udaljenosti prodaje i nabavke u robnoj razmjeni međunarodnog karaktera.

5.1. Nabavne firme

Nabavne firme odnosno biroi su od posebnog značaja u poslovima spoljne trgovine. Zemlje koje su prostorno udaljene, u većini slučajeva, šalju svoje stručnjake na tržišta od interesa nabavke gotovih proizvoda ili sirovina. Obično su smještene u trgovačkim centrima zemalja koje imaju visok stepen industrijskog razvoja. Uvažavajući zakonodavstvo u Bosni i Hercegovini, svoj status regulišu osnivanjem firmi ili biroa za nabavke, a mogu biti dvojaki i to:

1. privatni ili
2. državni.

Privatne nabavne firme su posebno značajne ispostave u inostranstvu pojedinih trgovačkih ili proizvodnih kuća ili grupacija vezanih za njih. Osnivač garantuje za njihove poslove. Organizacijau unutrašnjem obliku je

jednostavna, jer radne i poslovne zadatke realizuju na osnovu direktive dobijene iz centrale, uz obavezu da prate i izučavaju kretanje na tržištu na kojem posluju tj.gdje su osnovane. Kada je riječ o nabavkama neophodno je dosljedno poštovanje pozitivnih Zakonskih propisa. Prikupljaju se ponude, zatim se iste dostavljaju centrali i čekaju se nalozi po kojima će se postupati.

Zaključivanje ugovora vrši se na osnovu naloga o kupoprodaji sa domaćim isporučiocima. Po pravilu, ugovori podliježu prethodnoj kontroli i saglasnosti centralnog menadžmenta, te nakon toga stupaju na snagu. Odredbe koje čine sadržinu ugovora, vezane za realizaciju posla, zahtijevaju da se isprati njegovo odvijanje (kontrolišu se), kako ne bi došlo do kršenja dogovorenih odredbi i neželjenih posljedica ukoliko do toga dođe.

Državni nabavni biro, takođe, imaju važnost za zemlje čiji su posrednici pokrenuli poslove (u osnivanju) u tim područjima. Na osnovu direktiva iz centrale vrši se obrada tržišta i prikupljanje ponuda vezanih za poslovne aktivnosti. Ovi birovi zaključuju poslove i prate njihovo izvršenje po utvrđenoj dinamici i ostalim elementima navedenim u ugovoru. Adrese za obje vrste nabavnih firmi mogu se dobiti u odjeljenjima predstavništva Bosne i Hercegovine, domaćim ili entitetskim komorama i komori Brčko distrikta Bosne i Hercegovine.

5.2. Izvozne zajednice

Izvozne zajednice (engl. *Combination Export Manager-C.E.M.*, njem. *Exportgemeinschaften*), u većini slučajeva, predstavljaju oblik kolektivnog nastupa na inostranom tržištu, najčešće, organizovane od strane privrednika zemalja koje su najrazvijenije.

Izvozne zajednice nisu novijeg datuma, a njihov nastanak dao je nesporan doprinos poslovanju. Organizovanje nastupa srednjih, sitnih industrijalaca i zanatlija, koji je poznato od ranije, nastalo je zbog njihove nemogućnosti da samostalno nastupaju, zbog snošenja, za njih, visokih troškova vlastite izvozne organizacije u zemlji i van zemlje.

Platno-bilansni razlozi nameću potrebu većeg izvoza u mnogim zemljama, tako da taj cilj treba i da se ostvari, jer država preduzima aktivnosti putem mnogih mjera kako bi podržala njihovu poslovnu

afirmaciju. Zahvaljući tome, mnoge izvozne zajednice postižu zadovoljavajuće rezultate. Neke od pogodnosti koje imaju učesnici ovakvog oblika organizovanja poslova odnosno nastupa na inostranom tržištu su:

- u velikoj mjeri smanjuju se troškovi prometa podjelom na učesnike i realizacijom drugih poslova za potrebe svih učesnika,
- bez problema i na prihvatljiviji način pronade se zastupnik van zemlje za bogatiji i širi asortiman robe,
- podsticanjem i aktiviranjem izvoza robe, koja bi bila na teret države i umanjivala bi nacionalnu privrednu u vidu realizacije robe,
- prednosti koje se postižu objedinjavanjem snaga u ekonomskom pogledu, posmatrano kroz racionalno poslovanje, pronalaženje bitnih i značajnih kupaca, učešćem na većem broju inostranih tržišta, povećanjem obima prometa roba, smanjenje i podjela rizika, razne uštede, dosljedna politika izvoznih cijena i čitav niz drugih pogodnosti.

Ako posmatramo izvoznju zajednicu sa istim programom proizvodnje članova, po pitanju saradnje, moguće je obezbijediti saradnju na dva načina, i to :

1. po ključu koji izvozna zajednica usvoji, po količini podjelom prodatih roba načlanove, po kriterijumu obima proizvodnje, broju uposlenih radnika, posmatranim dosadašnjim obimom izvoza i slično;
2. specijalizacijom pojedinih članova u proizvodnji nekih roba, uvažavajući tradiciju pojedinaca u određenu proizvodnju, što će doprinijeti većoj konkurentnosti izvozne snage zajednice, posmatrano ucjelini, postignute uskom specijalizacijom u procesu proizvodnje i na druge slične i ispitane načine.

Posmatrajući organizaciju, najčešće, zastupljeno rješenje je formiranjem biroa sa svojim organima i upravom. Ovlašteni predstavnici sačinjavaju upravu svih udruženih članova. Preporuka je da se na čelu biroa imenuje iskusan, obrazovan, uvažen i prihvatljiv čovjek koji uživa povjerenje svih članova izvozne zajednice. Organizacija komercijalnog sektora, svih članova zajednice, zavisi od zadataka i ovlaštenja koja ima izvozni biro. Praksa i iskustvo poznaje tri varijante, i to:

1. pripremne radnje kao što su: planiranje izvoza, obrada tržišta, istraživanje tržišta i slično;
2. ovaštenje izvoznog biroa ogleda se da u svoje ime ili u ime i za račun svih članova ostvaruje svoje predradnje izvoznog posla, kao i da istu oformljuje (zaključivanje ugovora, vođenje pregovora, analize i sl.), da sve poslove odgovorno izvršava do kraja i da upozna članice zajednice o izvršenom obračunu i analizi, kao i da predloži mjere za otklanjanje u slučaju eventualnih nedostataka;
3. izvozne poslove biro ostvaruje sa robom, članova zajednice u cjelini, u svoje ime i za svoj račun odnosno sve realizuje u sopstvenoj režiji od snošenja poslovnih rizika do ostvarene dobiti.

Izvozni biro u odnosu na inostranog kupca je prodavac, bez utvrđene obaveze da navede prvog proizvođača robe.

Izvozne zajednice moraju da vode odgovornu politiku cijena, koja je od posebnog značaja za uspješno poslovanje zajednice. U tom pravcu evidentne su tri mogućnosti, i to:

1. proizvodne članova skuplja izvozni biro i iste izvozi u svoje ime i svoj račun, dok je politika cijena u nadležnosti rukovodstva izvoznog biroa;
2. ponuđena cijena je u nadležnosti članova zajednice, na primjer, kada je riječ o istim ili dosta sličnim proizvodima koje će izvozni biro da ponudi;
3. politika cijena je u individualnoj nadležnosti (pojedinaca) kada se radi o diverzifikovanom proizvodnom programu članova zajednice.

Poslovi izvozne zajednice u svom kolektivnom nastupu suočavaju se sa nizom problema od pokrića troškova rada do održanja zajednice, prije svega u vezi sa organizacionim rješenjem i zadacima koje izvršava biro. U tom pogledu su moguća veoma različita rješenja:

- izvozni biro otkupljuje robu koju potom prodaje u svoje ime i za svoj račun sa zaradom iz koje pokriva sve troškove. Nivo otkupne cijene može biti pod uticajem poslovne politike izvozne zajednice u cjelini. Po završetku poslovne godine, po bilansu koji iskazuje dobit, izvozni biro višak dobiti srazmjerno učešću članova zajednice u ostvarenom prometu

- uplaćuje na račun članova zajednice ili po bilansu koji iskazuje gubitak, razrezuje naknadne doprinose za pokriće nastalog gubitka u poslovanju srazmjerno njihovom učešću prilikom prometovanja;
- rukovodstvo izvoznog biroa utvrđuje predračun troškova poslovanja za narednu godinu, koji članovi izvozne zajednice na svojoj narednoj skupštini usvajaju i utvrđuju po kojem ključu (na primjer: obim prometa, obim proizvodnje, broj zaposlenih radnika i sl.) će njeni članovi kroz doprinose učestvovati u pokriću rashoda poslovanja izvoznog biroa. Na visinu doprinosa može uticati složenost poslova pri izvozu pojedinih artikala (na primjer, teže je plasirati artikale visokog stepena obrade u odnosu na sirovine ili polufabrikate);
 - poslovne rashode izvozni biro pokriva zadržavanjem određenog procentualnog iznosa od naplaćenih vidova učešća države u unapređenju izvoza (kao što su na primjer: poreske olakšice, izvozne premije i sl.).

U nekim zemljama, u posljednje vrijeme, izvozne zajednice preuzimaju funkciju *objedinjenog uvoza* za svoje članove poslujući, u suštini, kao i pri obavljanju izvoznih poslova. Uvoz se, najčešće, odnosi na nabavku sirovina i poluproizvoda za potrebe članova zajednice. Time se na racionalniji način koristi postojeći oblik organizacije, u pogledu stručnog kadra, poznavanja tržišta, ostvarenih poslovnih kontakata ili veza u zemlji i inostranstvu i sl.

Sudeći po dosadašnjim rezultatima rada ovih organizacija, zaključuje se da će one u budućnosti postati još značajniji faktor u spoljnotrgovinskom prometu. U tom smislu se ovom obliku udruživanja pridaje odgovarajuća pažnja.⁶⁴

5.3. Izvozni oblik proizvođača

Direktni izvoz je ekonomski posmatrano najopravdaniji oblik za proizvođača, uvažavajući organizaciona rješenja u proizvodnom preduzeću koja zavise od cjeloshodnosti ovoga postupka, vezano za kapacitet pogona,

⁶⁴ M. Tešić, cit.djelo, str.64.

asortiman robe nemijenjene izvozu, kao i posebnih karakteristika tržišta prodaje.

Navedeni elementi su putokaz proizvođaču koji se opredjeljuje za jedan od više stvorenih vidova rješenja organizacije izvoza.

Cilj proizvodnih preduzeća je da izgrade vlastiti put izvoza po fazama razvoja i stvarnim potrebama, uvažavajući određena mjerila. Izvozno-uvozni zadaci koji se stavljaju pred proizvođača odvijaju se po određenim fazama, i to:

- 1) Faza broj jedan predstavlja organizovanje izvoznog posla bez posebnog izvoznog aparata. Ovakva mogućnost postoji kod organizacije izvoza koja nije redovna djelatnost u radu preduzeća, nego se pojavljuje *ad hoc* - od slučaja do slučaja. Ad hoc poslovi se povjeravaju postojećoj službi prodaje, koja obavlja prodaju na domaćem tržištu. Uposljeni na ovim poslovima prodaje se dodatno edukuju kako bi se upoznali sa spoljnotrgovinskim poslovanjem, koje se odnosi na izradu ponuda, kalkulacija, osnovnih propisa deviznog spoljnotrgovinskog poslovanja, carinskim sistemom, osiguranjem i otpremom robe, fakturisanjem i naplatom i sl. Sve ovo navedeno je potrebno za obavljanje izvoznog posla koje postojeći izvršioc (bez povećanja broja izvršilaca) obavljaju bez nekih posebnih troškova u pogledu same organizacije izvoznog posla. Ovakav pristup organizaciji izvoznog posla primjenjuju manje proizvodne firme, ne kreirajući poseban izvozni aparat (izvozna službu), niti uvećavajući postojeći kadar.
- 2) Faza broj dva organizacije izvoza proizvodnih preduzeća, moglo bi se reći, predstavlja prelazni oblik ka trećoj fazi. Najkarakterističnija je za tržišta SAD pod nazivom *Bilt-In-Plan*⁶⁵ i sastoji se u tome što se postojećem osoblju u sastavu postojećeg odjeljenja u preduzeću imenuje tzv. šef izvoza (*Export Manager, Exportleiter*), a neki put i njegov pomoćnik. Realizaciju svih izvoznih poslova vrši postojeće zaposleno osoblje pod kontrolom i nadzorom ovlaštenog šefa izvoza, kao i njegovog zamjenika. Njihova sardnja, prodaja robe na domaćem i

⁶⁵ Humber-Krame (1942): *Foreign Trade*, D. Appelton – Century, New York/London, str. 205.

insostranom tržištu, je na visokom nivou, uz potpuno iskorišćenost svih ljudskih i ostalih potencijala kako bi troškovi bili minimizirani.

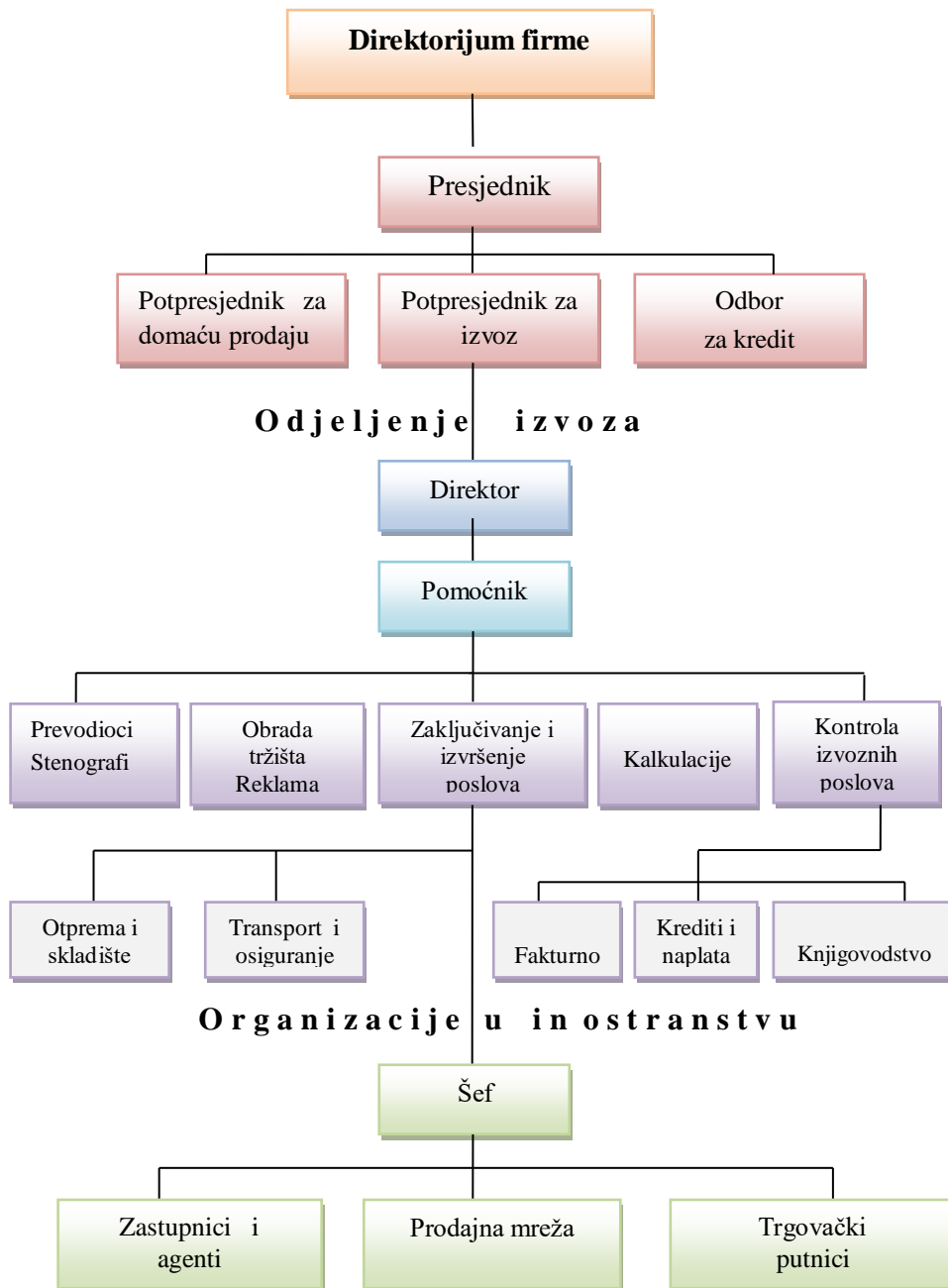
- 3) Treća faza zastupljena je kod velikih preduzeća koja su zainteresovana za izvoz sopstvenih proizvoda. Sagledavajući važnost i organizaciju ove faze formira se tzv. odbor za izvoz. Ovaj odbor uključuje najodgovorniji rukovodeći kadar preduzeća: direktor preduzeća, finansijski direktor, komercijalni direktor, šef izvoza, šef prodajne službe i ostale rukovodioce i izvršioce izvoznog posla. Odbor izrađuje plan izvoznih aktivnosti sa svim ključnim elementima i smjernicama za njegovu realizaciju. Praktično moguć je niz organizacionih rešenja izvoznog aparata preduzeća.

Kod proizvodnih preduzeća postoji izvozno odjeljenje kojem je izvoz glavni i odlučujući faktor u plasiranju ostvarene proizvodnje. Formira se izvozno odjeljenje u okviru postojeće organizacione strukture preduzeća. U kadrovskom i tehničkom pogledu je opremljeno kako bi se planirani poslovi realizovali bez komplikacija u izvršavanju spoljnotrgovinskih poslova i operativnih poslova koji mu se stavljaju u zadatak.

Izvozno odjeljenje u unutrašnjoj organizacionoj strukturi preduzeća može se formirati na tri načina. Prvi način se odnosi na podjelu poslova unutar odjeljenja po mjerilu njegove funkcionalnosti, te se dijeli na odsjeke čiji poslovi su konkretizovani sa detaljnim opisom poslova, izrada kalkulacija, sačinjavanje, zaključivanje i izvršavanje ugovorenog posla, finansijsko-kreditni poslovi, transportni i špediterski poslovi i sl.

Drugi vid podjele poslova u izvoznom odjeljenju postoji u preduzećima koja izvoze proizvode svog širokog asortimana u više zemalja van sopstvenih granica, kao i u velikim količinama i visokih vrijednosti izvoza. Podjela poslova kod takvih preduzeća, u unutrašnjem pogledu, izvršena je po grupama artikala ili po državama namjene izvoza. Organizacija izvoznog odjeljenja i svih organa u velikom proizvodnom preduzeću prikazana je na slijedećoj šematskom prikazu (Slika 2.).

Slika 2. Organizacija izvoznog odjeljenja u proizvodnom preduzeću



Izvor: modifikovano prema M.Tešić (1996): *Spoljnotrgovinsko poslovanje*, str.59.

Prethodna šema prikazuje raspodjelu nadležnosti, kao i važnije službe iz kojih se izvozno odjeljenje sastoji.

Uvoz robe i drugih potreba proizvodnih preduzeća mogu se obaviti na dva načina, i to:

- direktno i
- indirektno.

Vlastitim aparatom obavlja se direktan uvoz, gdje postoji organizovan i opremljen tehnički i kadrovski potencijal vezan za poslovanje preduzeća. Indirektan uvoz postoji u situaciji kada za obim poslova ove vrste, uvoznik nema interes, nije zainteresovan da organizuje posebnu službu u svome sastavu, već se za te potrebe angažuje specijalizovano preduzeće. Uvozne poslove specijalizovana preduzeća mogu obavljati kao komisionari u svoje ime i za svoj račun.

5.4. Uvozno-izvozne specijalne firme

Uvozno-izvozne specijalne firme u spoljnotrgovinskom poslovanju imaju značajnu ulogu. Kao poseban oblik nastupa na inostranom tržištu realizuje se jedan od najstarijih oblika u spoljnotrgovinskom prometu. Ovdje se radi o trgovačkim firmama, koje su obično specijalizovane po određenim sektorima, a u nekim slučajevima i po regionalnoj orijentaciji u svojoj sjelatnosti. Dozvoljena im je poslovna saradnja sa svim domaćim i inostranim trgovačkim i proizvodnim kućama. Saradnja sa proizvodnim preduzećima ogleda se na dva načina i to:

1. *od slučaja do slučaja*, povremeno, kada se za oblik poslovne saradnje ukaže obostrani interes. Ta saradnjase reguliše ugovorom o komisionom poslu, a može i ugovorom o kupoprodaji;
2. *saradnja sa proizvođačem*, reguliše se ugovorom o trajnoj saradnji. Obaveza izvoznika ogleda se na određenu kvotu minimalnog izvoza po artiklima, a obaveza proizvođača ogleda se u uvažavanju mišljenja izvoznika sa aspekta dinamike prispijeća, asortimana proizvoda, kvaliteta robe, tržišnih tahtjeva i sl.

Oblik trajne saradnje donosi niz prednosti koje se manifestuju kroz perspektivna ulaganja, investicije za razvoj tržišta, ostvarivanje veće zarade,

obezbeđenje posla za uposlene radnike, bolju iskorištenost stalnih (osnovnih) sredstava, omogućava stabilnije poslovne odnose sa kupcima i sl.

U poslovnom pogledu i u pogledu nastupa prema domaćim i inostranim partnerima ove firme postavljaju se dvojako:

- otkupljuju robu i izvoze je u svoje ime i za svoj račun. Snose pri tom sve troškove prometa i poslovni rizik, te poslovni rezultat ni sa kim ne dijele. Ugovor o kupovini robe za izvoz uslovljavaju obim, kvalitet, pakovanje i paritet isporuke. Nemaju obavezu da ističu proizvođača robe, dok u nekim posebnim slučajevima od proizvođača kupuju u tzv. *neutralnom pakovanju* (bez ikakvih oznaka na pakovanju) koje će se kasnije signirati prema poslovnom interesu,
- obavljaju i poslove komisione kupoprodaje. Na osnovu konkretnih naloga komitenata, uz naplatu provizije (komisiona naknada), obavljaju posao u svoje ime a za račun nalogodavca, koji snosi poslovni rizik i troškove koji nastaju pri izvršenju ovoga posla. Po posebnom nalogu, mogu obavljati i neke agentske poslove tj. poslove stavljanja u kontakt poslovnih partnera uz naplatu agentske provizije.⁶⁶

Može se zaključiti da zemlje svijeta imaju svoj cilj koji se ogleda u sve većem uključivanju proizvođača u spoljnotrgovinski promet. Rezultat ovih firmi ispoljava se u sužavanju njihovog dejstva, uz obavezu prilagođavanja konkretnim potrebama tržišta i iskazanim zahtjevima kupaca i uz sopstvene kapacitete treba da drže korak s vremenom i tržištem. Praktično se pokazalo da potreba za vršenje usluga trgovačkih firmi nikada ne prestaje odnosno one su konstantna potreba. Tako, u cilju prodaje robe proizvođači, i dlje koriste usluge za najkomplicovanije, najsloženije i najteže poslove koji se odvijaju u spoljnotrgovinskom prometu. To se odnosi na prodaju novih nepoznatih proizvoda, proširenje novih tržišta i njihovo osvajanje, kao i uspostavljanje novih poslovnih veza sa određenim učesnicima u spoljnotrgovinskom poslovanju.

⁶⁶ M. Tešić, cit.djelo, str. 65.

5.5. Inostrane mreže

Tržište kao mjesto gdje se manifestuje ponuda i tražnja proizvoda, koje je postalo izrazito tržište kupaca zahtijeva potrebu stalnog prisustva prodavaca u najrazličitijim oblicima i vidovima. Kontinuelni poslovi na tržištu zahtijevaju da prodavac bude stalno prisutan na tržištu. U današnje vrijeme, izvoznici, bez obzira da li se radi o trgovcima ili proizvođačima, imaju obavezu da u djelo sprovode novi sistem u spoljnotrgovinskom poslovanju tj. da je izvoznik odgovoran ispred isporuke robe. Da bi se organizovala trgovačka mreža u inostranstvu prisutna su dva rješenja. Prvo rješenje se odnosi na ugovorene odnose, na osnovu kojih se prednost daje domaćim trgovačkim organizacijama kao vlastitim poslovnim ispostavama. Drugo rješenje organizovanja trgovačke mreže u inostranstvu se sastoji u organizovanju i uspostavljanju vlastitih poslovnih ispostava koje donose mnoge pogodnosti. Poslovni interes je dominantan i ogleda se u kontroli tržišta – urednost artikala, udaljenosti tržišta, lokalni običaji, domaći propisi i sl., takoreći, koji sve elementi mogu da utiču na prodaju roba ili vršenje usluga.

Izvoznici kod organizacije tržišta posebnu važnost pridaju pratećim servisima. Razlog tome je održanje tržišta i održati korak sa inostranom konkurencijom i uhodanim navikama kupaca. Nadležne servisne službe imaju za cilj da kupcima omoguće da se sretne s proizvodom prije kupovine, da se po potrebi ubrza nabavka, da se eventualni kvar brzo otkloni ili oštećeni dio zamijeni novim, za koji postoji i garancija proizvođača. Na ovaj način prodavac garantuje kupcu da će trajno da prisustvuje tržištu, što može biti i uticajni faktor da se kupac opredijeli za kupovinu tog proizvoda kada ima mogućnost izbora tj. da bira. Kada imamo ove oblike komunikacija, prodavac organizuje i uredno šalje svoje obučene i stručne kadrove i snabdijeva ih potrebnom robom tako što:

- svoja skladišta rezervnih dijelova smješta pored službe servisa,
- organizuje pokretne ili stalne servisne službe,
- skladišta za konsignaciju otvara u zemlji kupca i to na navažnijim mjestima, gdje se nalaze veći trgovački centri i sl.,

- ima instruktora za obuku potrošača i njihovo tehničko obrazovanje kod montaže proizvoda, održavanja, pakovanja, a moguće je obučiti i domaće stručnjake, servisera itd.

5.5.1. Podjela spoljnotrgovinskih preduzeća po vrsti djelatnosti

Spoljnotrgovinska preduzeća predstavljaju operativni dio spoljne trgovine i na taj način učestvuju u prometu, razmjeni roba i usluga sa inostranstvom. Ova preduzeća, u većini slučajeva, su specijalizovana u pogledu uvoza-izvoza, zastupanja inostranih firmi, kontrole kvaliteta robe i dr. Većina ovih specijalizovanih preduzeća locirana su u najznačajnijim trgovačkim i administrativnim centrima sa poslovnim ispostavama u inostranstvu i zemlji. Imajući u vidu značaj i ulogu ovih preduzeća, ista okupljaju najbolje stručnjake iz oblasti komercijalnih-spoljnotrgovinskih poslova, kako po njihovom radnom iskustvu i kvalifikaciji, tako i po njihovom poslovnom ugledu ostvarenom obavljanjem poslova u zemlji i inostranstvu.

Poslovne veze sa svim partnerima u zemlji i inostranstvu se moraju njegovati, unapređivati s ciljem dosljedne primjene ekonomskih principa poslovanja. Posebnu pažnju treba posvetiti unutrašnjem tržištu na način uspostavljanja dugoročne saradnje sa preduzećima koja se bave izvozom roba, pružajući im finansijsku i materijalnu pomoć za obezbeđenje kupaca u inostranstvu. Cilj spoljnotrgovinskih preduzeća je da ostvare što bolje rezultate u poslovanju.

Međutim, ukoliko nastanu tendencije i problemi da se zacrtani planovi aktivnosti ne mogu u cjelosti postići, uzrokovane poremećajima u strukturi spoljne trgovine – umanjeno polje dejstva i količine potreba za određenim proizvodima, osjetit će se potreba da ova preduzeća postoje u ekonomski opravdanom obimu. Uvažavajući prednje, ovim specijalizovanim preduzećima pridodavat će se i dio najtežih spoljnotrgovinskih poslova, kao što su: uvođenje novih proizvoda, osvajanje novih tržišta, proširenje postojećeg tržišta, oblici saradnje u spoljnotrgovinskom prometu roba i drugi oblici saradnje.

Razmjenu roba i usluga u spoljnoj trgovini mogu da obavljaju samo preduzeća koja ispunjavaju propisane zakonske uslove i koja su upisana u spoljnotrgovinski registar. Spoljnotrgovinska preduzeća imaju svoje

specifičnosti u pogledu kadrova, unutrašnje organizacije, tehničko materijalnog sastava, koje proističu iz niza okolnosti i uslova u kojima se obavlja spoljnotrgovinska djelatnost. Vrsta i uticaj spoljnotrgovinskog posla zavise od djelatnosti upisanih u spoljnotrgovinski registar, predmeta kupoprodaje, robne struke i od vste preduzeća koje je upisano u registar za obavljanje spoljnotrgovinskog poslovanja.

5.5.2. Spoljnotrgovinska preduzeća za uvoz i izvoz

Spoljnotrgovinska preduzeća koja su upisana u registar poslovnih subjekata za uvoz i izvoz roba mogu da obavljaju ove poslove bez dozvole u obliku trajne, profesionalne djelatnosti i sl. Ovdje imamo izuzetak koji se odnosi na preduzeća za izvoz i uvoz droga opojnog karaktera, gdje su ista u obavezi da posjeduju posebno odobrenje za svaki pojedinačni posao. Razlog tome je što je međunarodnim konvencijama promet opojnih droga regulisan, kao i da je istu ratifikovala Bosna i Hercegovina.

Akvizicija je pribavljanje poslova izvoza i uvoza od strane uvozno-izvoznih preduzeća koji proističu iz zaključenih ugovora o višegodišnjoj poslovnoj saradnji sa proizvodima i drugim preduzećima. Preduzeća koja nisu u okviru ugovorenog sporazuma o višegodišnjoj poslovnoj saradnji, akvizicija poslova zasniva se na tržišnim mehanizmima u pogledu cijena i kvaliteta roba/usluga.

Postoje različite kombinacije koje preduzima spoljnotrgovinsko preduzeće u zavisnosti od karaktera usluga koju obavlja (uvoz ili izvoz/nabavka ili prodaja). Jedan od tih poslova je *komisioni posao*, te u zavisnosti od vrste komisionog posla imamo:

1. komisioni posao nabavke (kupovine) robe, smatra se osnovnim obikom komisionog posla, gdje komisionar nabavlja ili kupuje robu u svoje ime a za tuđi račun (za račun i po nalogu nalogodavaca-komitenta). Ugovorom o komisionoj nabavci (kupovini) regulišu se poslovni odnosi između komisionara i komitenta po pitanju vrste, količine, kvaliteta, maksimalne cijene, provizije, uslova plaćanja, rokova, troškova i sl.;

2. komisioni posao prodaje robe, takođe, predstavlja osnovni oblik komisionog posla, gdje komisionar na osnovu sklopljenog ugovora sa komitentom prodaje komitentovu robu u svoje ime i za račun svog komitenta. Ugovorom o komisionoj prodaji reguliše se umjesto povremenih (*ad hoc*) naloga za izvršenje komisionog posla i slučajevi trajnije saradnje, postojanja međusobnih sporazuma između komitenta i izvoznika o dugoročnoj saradnji sa dugoročnom važnošću. Ovom vrstom ugovora regulišu se osnovni principi međusobne saradnje u odnosu na količinu, kvalitet, minimalnu cijenu, proviziju, uslove plaćanja, rokove, troškove i sl.

Dakle, komisioni posao se obavlja na osnovu ugovora o komisionom poslu. Pri tome komitent izdaje nalog (komisioni nalog) ili sklapa ugovor sa komisionarom za obavljanje nekog konkretnog posla za račun nalagodavca – komitenta. Pri izvršenju komisionog naloga komisionar je obavezan da se, shodno odredbama ugovora o komisionom poslu, pridržava komitentovih uputstava i instrukcija. Za komisionara komitentova uputstva mogu biti imperativna, izričita ili obavezujuća (komisionar ih se mora striktno pridržavati) i indikativna ili fakultativna (komisionar može i u određenim okolnostima mora od njih da odstupa kad je to, po njegovom mišljenju, u interesu komitenta).

Na osnovu ekonomski opravdanog interesa, kao i materijalnoj zainteresovanosti komisionara i agenta, spoljnotrgovinski posao je na liniji interesa Bosne i Hercegovine, gdje se tom pitanju, u svakom ciljanom spoljnotrgovinskom poslu, mora posvetiti posebna pažnja.

Agentski poslovi su poslovi koje izvozno-uvozna preduzeća obavljaju u ime i za račun komitenta-nalagodavca, rjeđe se javljaju kao uvozni, a češće su izvozni poslovi. Agent je samostalna firma koja izvršava naloge komitenta štiteći njegove interese uvijek i svuda na stručan i pogodan način. Agent na osnovu datog ovlašćenja zaključuje ugovore o kupoprodaji u ime i za račun nalagodavca, čime je ino-partneru poznat nalagodavac u zemlji porijekla odnosno zemlji kojoj je roba namijenjena. Agentski izvozni posao koji je trajnijeg karaktera reguliše se, najčešće, ugovorom koji sadrži odredbe o količini robe i njenim neophodnim karakteristikama, dinamiku isporuke i paritetne cijene isporuke. Agent-izvozno preduzeće ne bi, u principu, trebalo da preuzima prodaju

konkurentskih proizvoda iz zemlje u kojoj vrši prodaju niti drugih inostranih zemalja. Agent-uvožno preduzeće, nasuprot izvoznom, može obavljati poslove uvoza robe konkurentskih preduzeća čak i kada je riječ o istim ili sličnim predmetima nabavke, jer nije od bitnog uticaja kao kod agentskih izvoznih poslova. Odgovornost agenta, iako ograničena, ima obavezu da vodi brigu o urednom i cjelovitom izvršenju posla od početka do kraja i da uz to prezentuje adekvatnu dokumentaciju nalogodavcu (obavještenja o toku izvršavanja poslova po konkretnim nalogima, stanje na tržištu dr. dokumenta). Za obavljene posao agent dobija ugovorenu proviziju od nalogodavca. Način ugovaranja provizije je sličan kao i kod komisionih ugovora (sukcesivnom isplatom ili jednokratno po izvršenju posla). U oba slučaja isplata se vrši u domaćoj valuti. Osim toga, moguće je da se u cilju dobrih partnerskih odnosa i stimulacije u radu, pod ugovorenim uslovima koji regulišu poslovni odnos nalogodavca i agenta (ili komisionara) da im se obezbijedi učešće u kvoti deviza koja pripada izvozniku-proizvođaču.

Poslovi u svoje ime i za svoj račun su poslovi koji preovladavaju u posljednje vrijeme, bilo da je riječ o izvozu ili uvozu robe. Preduzeće u tim poslovima prodaje robu koju je samo proizvelo ili uvozi robu koju će dalje prodavati za svoj račun na unutrašnjem tržištu posredstvom veleprodaje ili maloprodaje. Kod ove prirode posla spoljnotrgovinsko preduzeće snosi punu odgovornost, sve nastale troškove i sav rizik poslovanja koji se može odraziti i na očekivani poslovni rezultat. Ovo izvozno-uvožno preduzeće prema ino-partnerima i domaćim partnerima se pojavljuje kao kupac odnosno prodavac robe čije dućnosti, pravni obaveze proizilaze iz zaključenog ugovornog odnosa. Obavljanje ovih poslova, uz sopstveno angažovanje poslovnih potencijala i tuđih potencijala (kredita), motivisano je interesom u zaradi koju spoljnotrgovinsko preduzeće može ostvariti (razlikom u cijeni) bilo da se radi o izvozu ili uvozu robe. Kalkulacija poslovnog rezultata kod ovih poslova zasnovana je na solidnom poznavanju prilika na tržištu za konkretnu robu, i domaćem i inostranom, koja treba da prethodi donošenju odluke o ulazak u ovu vrstu poslovnog poduhvata.

Poslovi međunarodnog trgovinskog posredovanja, takođe, spadaju u grupu izvozno-uvoznih poslova novijeg datuma. Na osnovu sopstvenih deviznih sredstava ostvarenih od učešća u kvoti deviza (izvoza) i inostranih platežnih sredstava od kredita dobijenih iz inostranstva, izvozno-uvozna

preduzeća prreuzimaju poslove međunarodnog trgovinskog posredovanja (npr. reeksportni poslovi i dr. specijalni spoljnotrgovinski poslovi). Zarada koju ostvare, putem postignute razlike u cijeni, nastaje po okončanju posla i nakon što se pokriju svi nastali troškovi i rizici, ostaje im na raspolaganju. U tom pogledu, izvozno-uvozna proizvodna i spoljnotrgovinska preduzeća uživaju položaj preduzeća upisanih u registar i za vršenje poslova međunarodnog trgovačkog posredovanja.⁶⁷

Kompenzacije u spoljnotrgovinskom poslovanju predstavljaju poseban oblik djelatnosti izvozno-uvoznih prrduzeća, koje se realizuju po posebnom postupku, kako u pogledu razmjene robe, tako i u pogledu obračuna, plaćanja, preuzimanja garancija i ostalih obezbeđenja partnerima u određenom poslu. Ovdje se radi o izvoznom i uvoznom poslu čija suština je princip bezgotovinskog plaćanja. Kao forma akvizicije pojavljuje se nadmetanje na domaćem tržištu radi obavljanja poslova u ulozi komisionara ili agenta. Nadmetanje može biti javnog karaktera uz prisustvo predstavnika izvozno-uvoznih preduzeća.

5.5.3. Podjela po vrsti djelatnosti

Podjela po vrsti djelatnosti se vrši iz razloga specijalizacije preduzeća, kao i usmjerenja na određene oblasti poslovanja. Spoljotrgovinski poslovi diktiraju zahtjeve i potrebe tržišta da se na njima vrši grupisanje proizvoda po vrstama djelatnosti. Praksa pokazuje da su veoma rijetki slučajevi da spoljnotrgovinska preduzeća obavljaju samo jednu vrstu djelatnosti. Pojava koja se može primijetiti jeste da se kombinuju najmanje dvije djelatnosti ili da su po ekonomskoj funkciji povezane kroz uvoz ili izvoz robe, konsignacija sa servisnom službom, zastupanje inostranh firmi i posredovanje, kontrola kvaliteta i količine robe, međunarodna špedicija i transport i slično.

Na osnovu prednjih navoda i konstatacija, možemo navesti sljedeće vrste spoljnotrgovinskih preduzeća po djelatnostima:

⁶⁷ M. Tešić, cit.djelo, str. 107-108.

- preduzeća za zastupanje inostranih firmi,
- preduzeća za uvoz i izvoz,
- preduzeća za međunarodnu špediciju i transport,
- preduzeća za kontrolu robe i slično.

5.5.4. Saradnja po osnovu ugovora između uvozno-izvoznih preduzeća

Saradnja po osnovu ugovora između uvozno-izvoznog preduzeća unijela je novi ekonomski kvalitet u pogledu sigurnosti i stabilnosti u poslovanju navedenih preduzeća. Uvažavajući srazmjerno učešće u realizaciji planiranih zadataka, ova preduzeća stiču pravo na poslovni rezultat, a u drugom slučaju i na rizik ako se pojavi. Ovaj oblik saradnje veoma je bitan za proizvođača, jer dobija mogućnost da mu za izvoz planirani fondovi budu dostupni – realizovani pod veoma povoljnim uslovima na međunarodnom tržištu. Polovni eksponenti su posebno zainteresovani za postizanje što boljeg poslovnog rezultata, a ovaj oblik saradnje im pruža veliku šansu da se to i realizuje. Negativne posljedice komisionog rada ovih preduzeća se u potpunosti eliminišu s jedne strane, dok bi sa druge strane ona mogla da imaju korist od povećanog kvaliteta svoga rada. Marža za ove usluge u fiksnom obliku nije dopuštena. To je ujedno i vodilja za izvozno-uvozno preduzeće koje u tim okolnostima dobija tačnu i jasniju perspektivu zadataka i obima poslovanja. Uvažavajući tu osnovu, mogu se preduzimati adekvatne mjere i ekonomski opravdati ta poslovna ulaganja u inostranstvu i u zemlji.

Proizvođači, saradjući u spoljnotrgovinskom poslovanju u svim oblicima, na osnovu sklopljenog ugovora o poslovnoj saradnji, stupaju u investiciona ulaganja u proširenje djelatnosti, modernizaciju, specijalizaciju radnih procesa i prometa. Zadatak spoljnotrgovinskih preduzeća je da prodaju robu koja je namijenjena za izvoz i zadovoljenje potreba kupaca. Najčešći oblici saradnje – udruživanje rada i sredstava u oblasti prometa, usluga i proizvodnje, kao i područja saradnje proizvodnih i trgovinskih preduzeća u tekućim uslovima privređivanja, imaju sljedeće oblike:

- trgovačka preduzeća organizuju pogone za doradu i pripremanje robe namijenjene izvozu (stočni depoi, klanice i hladnjače, prerađivački pogoni sa doradnom fazom na robi kao štoje odležavanje pića, sortiranje, kondicioniranje, miješanje, fermentacija, pakovanje i sl.);
- ulaganja u proizvodnju (nabavka:opreme, uređaja, aparata, know-how, inženjering, finansiranjei organizovanje nove proizvodnje za izvoz, proširenje ili rekonstrukcija postojećih proizvodnih pogona i dr.) na bazi odgovarajućeg učešća u poslovnim rizicima i poslovnom rezultatu nakon izvoza radi oplemenjivanja i potom izvoza;
- oročavanje sredstava kod banke u korist preduzeća kooperanata;
- finansiranje zajedničkih poslovnih poduhvata povezanih pretežno za izvozne poslove;
- ulaganja u proširenja i obogaćivanje oblika materijalne baze u sferi prometa izgradnjom objekata od posebnog značaja kao štosu:silos, podrumi pića, rezervoari, skladišta sa hlađenim i nehlađenim prostorom specijalizovana za pojedine robnestruke, konsignaciona skladišta u zemlji i inostranstvu, skladišta gotovih proizvoda iz uvoza i rezervnih dijelova, industrijski servisi za održavanje trajnijih potrošnih i investicionih dobara, obimna ulaganja u objekte turističke privrede i njenih pratećih djelatnosti i potreba i sl.;
- istraživanje i praćenje domaćeg tržišta i ino-tržišta od interesa za sebe i kooperante u robnoj struci sa kojima saraduje i pruža marketinške usluge u cilju kreiranja uslova za najcjelishodniju proizvodnu orijentaciju i politiku razvoja udruženih proizvođača;
- prenošenje iskustva industrijski razvijenih zemalja u savremenoj organizaciji i podjeli rada, tehnicima, tehnološkim procesima, posebno pripremu robe za pojedina tržišta i njeno prezentovanje, modele ili metode rada za prodiranje na nova tržišta, kao i najracionalnija rješenja pri prodaji robe u inostranstvu;
- integracija proizvođača i spoljnotrgovinskog preduzeća je najviši stadij, karakterisiričan za privredni progres, krajnji cij napora u koncentraciji rada i kapitala u sferi proizvodnje i prometa, posebno izvoza i uvoza. Tako se u jednom združenom preduzeću između većeg broja proizvođača, nalazi i trgovačko preduzeće koje ostvaruje

povjerene mu poslove globalnog marketinga, praćenja i istraživanja tržišta, nabavke potreba i prodaje ostvarene proizvodnje na domaćem i stranom tržištu.⁶⁸

Još uvijek traje proces objedinjavanja kapitala i rada između proizvodnih i trgovačkih preduzeća, iznalaze se sve novijai podobnija rješeja po pitanju njihove saradnje, koja suod obostranog interesa, a na bazi ugovora odugoročnoj saradnji.

Naša privreda, u Bosni i Hercegovini, je složena (dva entiteta: Republika Srpska i Federacija Bosne i Hercegovine i Brčko distrikt BiH), delikatna i nedovoljno razvijena, tako da svaki neekonomski zaokret ili bilo kakvo dejstvo bez uvažavanja ekonomskih principa u poslovanju mogli bi da ometaju dalji uspon razvoja privrede i spoljnotrgovinskog poslovanja. Proizvodna preduzeća se nadmeću i u učešću ostvarenja trgovačke marže, kao i vlastite koristi od uspostavljenih odnosa – spoljnotrgovinskih.

Kapaciteti u pogledu mreže trgovačkih preduzeća u inostranstvu i u zemlji na opravdan nivo ekonomije i strukture po organizacionim oblicima treba da bude takav da se zaštite sve stečene ekonomske pozicije na tržištima inostranstva i zemlje.

5.5.5. Preduzeća za međunarodni transport i špediciju

Gotova roba od proizvođača, a koja je predmet kupoprodaje, mora se staviti na raspolaganje tržištu kako bi se zadovoljile potrebe i zahtjevi kupaca u spoljnotrgovinskom poslovanju. Kod kupoprodaje sačinjava se ugovor sa svim elementima koji se odnose na mjesta prodaje, vrstu transporta, odredište, osiguranje robe, rukovanje sa robom, mjesto utovara i istovara i dr.

Ovi poslovi poveravaju se specijalizovanim preduzećima – preduzeća za međunarodni transport i špediciju. Jedna od najvažnijih pozicija u spoljnotrgovinskom poslovanju su tokovi transporta i njegova organizacija. Vodeći računa o navedenim izdacima, koji mogu negativno uticati na rezultate poslovanja, velike kompanije i sistemi organizuju svoj transport kupovinom svojih transportnih – prevoznih sredstava. Tada se u

⁶⁸ M. Tešić, cit.djelo, str. 110-111.

okviru organizacione šeme formira služba koja će se baviti organizovanjem vlastitog transporta i špedicije.

U slučaju da preduzeće ne raspolaže finansijskim sredstvima za kupovinu prevoznih sredstava ili nema potrebu za istim odnosno njihovo posjedovanje nije ekonomski opravdano tada se koriste usluge špeditera koji u svoje ime a za račun korisnika obavlja usluge transporta robe. Tada se sklapa i ugovor sa špediterskom firmom o transportu robe uz preciziranje svih uslova angažmana. Špediteri moraju biti kvalifikovani za obavljanje poslova iz svoje branše odnosno da posjeduju ovlaštenja od strane državnih organa i carinske službe da mogu obavljati špediterske usluge. Obično su špediteri stručnjaci za međunarodni transport svih vrsta roba. Uspostavljaju saradnju sa svojim klijentima za koju vrstu usluge prevoza da koriste (drumski, željeznički, vazdušni ili pomorski) u zavisnosti od toga o kojoj vrsti robe je riječ i količini robe koju treba prevesti.

Jedan od osnovnih zadataka špeditera je da izvoznika ili uvoznika upozna sa kompletnom dokumentacijom koju treba pripremiti, a ponekad i robu treba pripremiti (spakovati), kako bi se izvršio planirani prevoz robe. Prihvatanjem određenog posla špediter ima obavezu da po određenoj cijeni, a u skladu sa propisima o carinskom postupku, izvrši isporuku robe u ispravnom stanju, u predviđenom roku i na određeno mjesto. Takođe, obavlja i sve nužne formalnosti na granici i to za račun izvoznika ili uvoznika, zatim učestvuju u pregledima robe na carini koji obavljaju nadležne inspekcijske službe i sl.

Poseban predmet je svaki pojedinačni transport robe o kojem se vodi briga, gdje se nalazi originalna dokumentacija ili kopije koje moraju biti ovjerene na poledini od strane nadležnog organa, uz plaćenu taksu. Potrebno je da se svakodnevno vodi dnevnik, a ponekad i po satima od momenta utovara do momenta istovara robe, u kojem se bilježe sve promjene vezane za prevoz robe, kao i kretanje transportnih sredstava (vozila). Ukoliko nastanu eventualni problemi, vozar ima obavezu da odmah obavijesti špeditera, a on uvoznika ili izvoznika kako bi se nastali problem što ekspeditivnije i ekonomičnije riješio, bez kašnjenja (gubljenja vremena) i izbjegavanja dodatnih troškova prevoza.

Vozar odnosno vozač u drumskom prevozu dužan je da sve vrijeme i na svim mjestima bude prisutan uz robu koju prevozi od utovara, istovara,

carine, pregleda jer je odgovoran za količinsko stanje robe sve do samog istovara robe. Obaveza vozača je da po potrebi prebroji koleta, palete ili neko drugo pakovanje robe prilikom utovara i istovara, kao i da pregleda da li su sve izbrojane količine adekvatno upisane u CRM dokument, fakture i paking liste koje prate robu. Po završetku drumskog prevoza robe na mjestu istovara, vozaču se ovjerava CRM dokument tako što se upisuje primljena roba bez ikakvih primjedbi ispostavljenih od strane primaoca robe.⁶⁹ Slična procedura se sprovodi i kod ostalih vidova transporta. Za izvršenu uslugu špediter će naplatiti iznos dogovoren ugovorom o transportu i u zavisnosti od uslova koji su ugovorom precizirani. Plaćanje može biti i avansno, prije utovara robe, prije ili po istovaru robe ili odloženo plaćanje. Jedno od značajnih prava špeditera koje oni mogu, ako žele da iskoriste je zakonsko založno pravo na robu i pravo retencije (zadržavanja) robe do izmirenja obaveza.⁷⁰

Kada se roba preuzme i izvrši njen utovar u određena vozila, vozač se javlja špediteru, predaje mu potrebnu dokumentaciju za carinjenje, kako bi špediter mogao da posreduje na carini radi carinjenja uvoznog ili izvoznog posla.

Špediterske usluge kod posredovanja su sljedeće:

- izvozno carinjenje robe,
- uvozno carinjenje robe,
- posredovanje kod nadležnih organa,
- priprema potrebne dokumentacije,
- obezbeđenje potrebnih dozvola,
- pripremni uvoz i izvoz robe,
- re-eksportna carinjenja robe,
- skladištenje robe po potrebi,
- osiguranje robe i sl.

⁶⁹ To je rubrika 24 u CRM-u gdje se obavezno mora nalaziti pečat i potpis onoga ko je robu zaprimio po istovaru.

⁷⁰ I. Pejović (2014). *Spoljnotrgovinsko poslovanje*, VŠSS za ekonomiju i upravu, Beograd, str. 91-92.

Špediteri međunarodnog karaktera su organizatori carinjenja i transporta roba, ali su i koordinatori između uvoznika, izvoznika, carinskih organa, vozara, kao i službi koje obavljaju fito, sanitarne, patološke i druge preglede vezane za uvoz i izvoz roba. Za uspješno obavljanje špediterskog posla velike špedicije imaju razvijene službe. Ipak, postoji niz špedicija koje su specijalizovane za obavljanje poslova kao što su: carinjenja specifičnih vrsta roba, carinjenja specifičnih vidova transporta (špedicije u lukama, špedicije na aerodromima - carinjenje avio pošiljki i sl.).

Prije samog čina zaključivanja ugovora sa špediterom, špediter mora sa nalogodavcem (izvoznikom/uvoznikom) da do detalja definiše sve obaveze, kako kasnije ne bi sebe doveo u problematične situacije koje mogu imati epilog zatvaranja firme. Uloga/usluga špeditera treba biti i savjetodavnog karaktera u pogledu pribavljanja svih potrebnih dozvola za uvoz i izvoz robe, kako bi se iste blagovremeno dostavile carini. Zahtjeva se i njegova ekspeditivnost pri osiguranju robe po paritetima i vrijednosti robe.

Kod carinjenja robe špediter otvara poseban predmet za svaki pojedinačni slučaj. Originalni ili kopirani dokumenti se nalaze u predmetima, a potrebni su za obavljanje pojedinačnog carinjenja, po satima i danima upisano u dnevnik od dolaska vozila na carinu do izlaska iz zemlje, gdje se evidentiraju sve promjene koje nastaju od početka do kraja posla.

Špediter vodi i dispoziciju koja se po ukazanoj potrebi dostavlja nalogodavcu na potpis, u kom nalog sadrži:

1. podatke o robi (količina, pakovanje, težina, karakteristike koje su potrebne za transport i sl.),
2. nalog za špeditera da robu ocarini i otpremi na poznato mjesto,
3. paritet isporuke,⁷¹
4. mjesto utovara ili istovara,
5. nalog za osiguranje i mjesto carinjenja,

⁷¹ Paritet isporuke ili INCOTERMS pariteti su službena pravila Međunarodne trgovinske Komore kojima se određuje koje sve troškove i rizike u vezi s dopremom robe snosi prodavac, a koje kupac. Primjenjuju se duže od 6 decenija i potrebni su za nesmetano odvijanje međunarodne trgovine. Incoterms klauzula (pariteta) unosi se u ugovore o kupoprodaji i znatno smanjuje mogućnosti nesporazuma koji bi mogli dovesti do pravnih komplikacija pa je slijedom toga vrlo bitno i njihovo poznavanje. U praksi, po njima presuđuju i svi svjetski sudovi i druge institucije u slučaju spora među strankama.

6. granični prelaz gdje roba treba da uđe u zemlju,
7. podaci za izvršni pregled robe (uzorci, sanitarni i drugi pregled po važećoj dokumentaciji i sl.).

Po završetku svih poslova, od broja jedan do broja sedam, nalogodavac ima obavezu da špediteru dostavi svu propisanu i potrebnu dokumentaciju da je uspješno izvršeno carinjenje robe, razne dozvole, svi certifikati, fakture, razna uvjerenja, prevodi i sl.

Špediter može i da zaključuje ugovore i sa trećim licima kako slijedi:

1. sve vrste ugovora o osiguranju,
2. ugovore za rad inspekcija i kontrole robe,
3. ugovore o transportu, počevši od lokalnog do međunarodnog,
4. ugovore o fito, sanitarnim, patološkim i drugim pregledima roba.

Ugovori zaključeni od strane špeditera za račun nalogodavca moraju da budu tako zaključeni da svaki segment u ugovoru vodi računa o interesima nalogodavca. U više slučajeva praksa je pokazala da prije zaključivanja ugovora, nalogodavac na zahtjev špeditera daje svoju pismenu saglasnost da se može zaključiti ugovor. Sve ove ugovore nalogodavac može i sam da zaključi direktno bez preporuke špeditera.

Djelatnost preduzeća za međunarodni transport i špediciju bi se ukratko mogla obuhvatiti sljedećim:⁷²

- svojim stručnim savjetima u toku zaključenja kupoprodajnog ugovora pomaže komitent u iznalaženju najekonomičnijih rješenja za izvršenje transporta robe i svih pratećih operacija na njenom putu do mjesta opredjeljenja;
- prati stanje i razvojne tendencije na tržištu prevoznih i drugih pratećih usluga u zemlji i inostranstvu po raznim vrstama dobara i o tome na pogodan način kulantno obavještava svoje postojeće i potencijalne komitente;

⁷² M. Tešić, cit.djelo, str. 117-118.

- po prijemu zahtjeva komitenta ili po svojoj sopstvenoj inicijativi, na osnovu raspoloživih podataka o predstojećem poslu, učestvuje u licitaciji nudeći svoje usluge sa tačno formulisanim uslovima, ili prosto podnosi ponudu za izvršenje posla špedicije i transporta;
- na osnovu dobijene dispozicije, naročito u slučajevima obimnijih poslova, izrađuje alternativne kalkulacije prevoza robe od utovarne stanice do odredišta u inostranstvu sa gledišta izbora najpogodnijeg pravca, prevoznog sredstva, vremena potrebnog za izvršenje transporta po svakoj varijanti i troškova za prevoz i ostalih pratećih izdataka na putu robe. U saglasnosti sa komitentom, ili po dobijenom ovlaštenju samostalno donosi odluku o izboru najpovoljnije od svih predloženih varijanti transporta;
- vrši sve potrebne prethodne radnje za izvršenje transporta robe i njenog prihvata u odredištu (priprema robe za blagovremeni utovar, zaključenje ugovora o prevozu, osigurava robu, obavlja sve poslove oko carinjenja robe, obavještava blagovremeno primaoca robeo njenom prispjeću i kretanju – po potrebi i sl.);
- organizuje uredno rukovanje robom na cijelom njenom putu u smislu aloga po dispoziciji (utovar, pretovar, uskladištenje, čuvanje kvaliteta – doleđivanje, hranjenje, pojenje i sl.);
- uspostavlja vezu sa špediterskim korespodentom u inostranstvu radi prihvata robe;
- organizuje sve potrebno za kvalitativnu i kvantitativnu kontrolu robe namijenjene transportu;
- iznajmljuje sopstveni ili zakupljeni skladišni prostor i vrši javno uskladištenje robe i njeno čuvanje;
- obavlja sve poslove u tranzitu robe;
- preuzima poslove prevoza robe u zemlji i inostranstvu sopstvenim ili najmljenim prevoznim sredstvima – ukoliko je preduzeće registrovano za vršenje i ovakvih usluga;
- prezima robu na čuvanje u svojstvu povjerenika uz izdavanje sopstvene garancije da će ona biti uručena određenom licu pod tačno određenim uslovima (na primjer, kod kompezacionih poslova pri izvršavanju obostrane razmjene robe posredstvom graničnog špeditera i sl.);

- obično za račun komitenta plaća sve nastale troškove oko izvršenja naloga po primljenoj dispoziciji i o tome pribavlja uredne dokumente;
- kontroliše ispravnost dokumenata i obračuna troškova prevoza i drugih usluga u zemlji i inostranstvu sa obezbeđenjem regresa za račun nalogodavca;
- po svakom poslu, ili kod većih i dugotrajnijih poslova po svakoj tranši prispjele, odnosno isporučene robe, ispostavlja i dostavlja nalogodavcu dokumente – špediterski bordero:
 - a) o robi – dokument o prevozu, primopredaji, uručenju određenom licu, ateste i slično o količini i kvalitetu robe, o izvršenom carinjenju i dr.,
 - b) o nastalim troškovima oko izvršenja naloga po dispoziciji uz prezentaciju originalnih dokumenata i potvrda i
 - c) račun za izvršene špediterske usluge.

Preduzeća koja se bave špedicijom, a po izvršenju špediterskih poslova, pripada provizija koja se određuje kod svakog posla, a može i po ugovoru koji je zaključen o vršenju špediterskih poslova, obično na početku poslovne godine za narednu godinu.

5.5.6. Preduzeća za zastupanje firmi iz inostranstva

Poznata je činjenica da postoji veliki interes trgovačkih i proizvodnih firmi da izvrše prodaju svojih roba na tržište Bosne i Hercegovine. Međutim, i naše domaće firme pokazuju živi interes, kao i fizička lica da nabave robu iz inostranstva. Iz prednje kostatacije proizilazi da postoji obostrani interes za poznavanje stanja ko su prodavci, a ko kupci roba sa osnovnim karakteristikama roba po vrstama, količinom, cijenama, uslovima prodaje i sl. Ova poslovna aktivnost je evidentna, jer se radi o obavještenjima, međusobnim upoznavanjima, povezivanjem uglednih i poznatih firmi u zemlji i inostranstvu. Da bi se izbjegao veliki broj posrednika za zastupanje u zemlji i inostranstvu taj poso se povjerava preduzećima za zastupanje inostranih firmi, koje su specijalno organizovane i opremljene u svakom pogledu (ljudski i materijalno) za vršenje ove djelatnosti.

Da bi obavljali poslove i zadatke zastupanja inostranih firmi na prostorima Bosne i Hercegovine proizvodna i trgovačka preduzeća moraju se upisati u registar.

Preduzeća za zastupanje pored upisa u registar moraju da posjeduju vlastite ili na duži period zakupljene prostorije za smještaj, pripremanje i čuvanje robe za prodaju u konsignaciji. Nadalje, moraju da obezbijede službu servisa i rezervne dijelove za održavanje realizovanih trajnih i investicionih dobara. Preduzeće koje se bavi zastupanjem mora da zaposli stručni kadar kako bi efikasno vršilo svoju djelatnost u robnoj struci i to da robu poznaje, da je uspješno prezentira i predstavi kupcima, kao na primjer kod kvara prodane robe da brzo izvrše popravku ili zamjenu robe ili da je pereventivno održavaju. Preduzeća koja su registrovana u Bosni i Hercegovini, a bave se zastupanjem, moraju sa svakom inostranom firmom da zaključe ugovor o zastupanju, konsignaciji ili vršenju servisiranja (servisne službe) za njen račun. Ovako sačinjeni ugovori podliježu registraciji kod nadležnih organa u Bosni i Hercegovini.

Kod inostranih firmi postoji i doza rezervisanosti u pogledu znatiželjnosti da na izvjesno vrijeme isprobaju poslovnu, organizacionu i stručnu sposobnost domaćih zastupničkih preduzeća prije nego što se sa njima potpiše odnosno zaključi ugovor o zastupanju.

Zastupnička djelatnost, u smislu izloženog, sastoji se u vršenju sljedećih usluga u ime i za račun inostranih nalogodavaca:⁷³

- trgovačko posredovanje u vidu vršenja svih prethodnih radnji za zaključenje ugovora o kupoprodaji robe ili usluga (ponuda, tehničke i druge informacije, pregovori i sl.);
- trgovačko zastupništvo u vidu poslovnog posredovanja i zaključivanja ugovora o kupoprodaji robe i usluga na bazi i u okviru dobijenih pismenih ovlašćenja od principala;
- obavljanje svih poslova i intervencija neophodnih za uredno izvršenje zaključenih poslova i to u odnosu na oba poslovna partnera;

⁷³ M. Tešić, cit. djelo, str.112.

- trgovačko-tehničko zastupništvo – u vidu vršenja poslova trgovačkog zastupanja i obavljanja usluga tehničke prirode, kao što je: servisna služba, tehničke konsultacije i upoznavanje interesenata sa najnovijim tehničkim dostignućima principala, stručno demonstriranje kvaliteta proizvoda i njegovog učinka i sl.;
- konsignacija – uvoz i komisiona prodaja robe namijenjene konsignacionom skladištu ili vršenju servisne službe u smislu ugovora o zastupstvu (opravka i tehnički nadzor nad postrojenjima i mašinama u radu, obavljanje svih poslova oko uvoza i prodaje rezervnih dijelova i sl.);
- u skladu sa poslovnim potrebama i ugovorom o zastupstvu preuzetim obavezama, na pogodan način, preuzima sve što je potrebno u pogledu propagande i reklame proizvoda principala (razne vrste reklame, stalne izložbe, sajmovi, demonstriranje proizvoda i sl.).

Usvajajući princip izvjesne specijalizacije po predmetu poslovanja i kod ove vrste spoljnotrgovinske djelatnosti, zastupnička preduzeća se u poslovanju orijentišu na određene robne sektore, nastojeći da se kadrovski i materijalno osposobe za vršenje takvih usluga. Tako na primjer, postoje grupe zastupničkih preduzeća po robnim sektorima: mašine i postrojenja, motorna vozila i druga transportna sredstva, hemikalije, instrumenti i precizna mehanika, elektromaterijal i drugo. U odabiranju inostranih firmi, radi preuzimanja zastupstva za našu zemlju, sprovodi se pravilo da zastupničko preduzeće ne zastupa istu robu od raznih proizvođača, pa čak iako su oni iz raznih zemalja.

Izvršavanjem ovih usluga u korist inostranog principala zastupničko preduzeće ima pravo na proviziju. Ona se određuje u procentualnom iznosu od ugovorene vrijednosti robe ili usluge koja je naplaćena. Obračun provizije i način plaćanja reguliše se ugovorom o zastupanju, konsignaciji i vršenju servisnih i drugih usluga.

5.5.7. Preduzeća za ugovorenu kontrolu robe

Jedan od sastavnih dijelova međunarodnog robnog prometa, pored ostalih, predstavlja i kontrola ugovornog kvaliteta i kvantiteta robe. Kupoprodajnim ugovorom reguliše se kvalitet i sva ostala posebna svojstva robe po opisu sa specifikacijom koja je sastavni dio ugovora. Kupac vrši kontrolu kvaliteta robe i količinu preko ovlaštenog stručnog lica. Ova dužnost je veoma odgovorna, tako da se povjerava stručnim preduzećima za vršenje ugovorene kontrole robe, koja snose punu odgovornost za svoj rad. Kontrola robe vrši se na osnovu naloga u svoje ime, a za račun nalagodavca. U svome radu, preduzeće za kontrolu robe primjenjuje metode i postupke koji su u nalogu precizirani, kao i stručna znanja uvažavajući savremena iskustva iz ove oblasti i sl.

Zvanični certifikat je dokumenat koji se izdaje nakon izvršene kontrole robe na službenim jezicima, uobičajene forme i sadržine u potrebnom broju primjeraka. Postoji odgovornost za izdati certifikat i njegovu sadržinu. Za izdavaoca je dispozitivnog karaktera, a zavisi od toga kako je formulisano u nalogu njegovo prihvatnje i pod kojim uslovima se prihvata.

Sadržina naloga za vršenje kontrole robe proizilazi iz odgovarajućih klauzula sa kupoprodajnog ugovora i to posebno:

a) za kontrolu kvaliteta

- da li roba u potpunosti odgovara ugovorenom kvalitetu po opisu, analizi, mirisu, ukusu, boji, namjeni (za ljudsku ishranu, preradu u određenom procesu i sl.), fizičkim svojstvima, randmanu i svim drugim svojstvima iz naloga ili priloženog uzorka ili propisa po domaćem ili međunarodnom standardu za konkretnu robu;
- da li roba sadrži ugovoreni procenat bitnih supstanci po kojima treba da se odredi konačna cijena robe, bonifikacija ili premija za više ili manje ovih preko ugovorene tolerancije (sadržina metala u rudi, suve materije u voćnim sokovima, sadržina alkohola u pićima, randman žive stoke i sl.);
- da li pakovanje i ambalaža odgovaraju propisanim standardima za zaštitu sadržine i kvaliteta robe do mjesta opredjeljenja, posebno s

obzirom na određeni itinerer transporta robe (prekomorsko pakovanje za osjetljive mašine i aparate, hladnjače i stepen rashlađenosti robe...)

b) za kontrolu količine robe

- radi utvrđivanja količine prema prirodi robe i sadržini naloga, pristupa se mjerenju težine, zapremine, broja komada ili koleta, dimenzija i sl.;
- iskazuje se bruto-težina (sa ambalažom) i neto-težina ili količina bez ambalaže

Nađeno stanje kontrolom robe na način predviđen u nalogu, upisuje se jasno i nedvosmisleno u certifikat o kvalitetu i količini kontrolisane robe. S obzirom da se najčešće aktom izvršenja kontrole po kvalitetu i količini robe smatra preuzetom na ugovoreni način, veoma je važno da u zvaničnom certifikatu nipošto ne bude neodređenih, dvosmislenih formulacija koje bi dozvoljavale raznolika tumačenja teksta od strane ugovornih partnera, svaki na svoj način i u zaštitu svojih interesa. U tom slučaju bi veoma komplikovani sporovi bili neizbježni, a do tada bi isporučena roba mogla promijeniti stanje i neke karakteristike koje je imala u momentu isporuke, zbog toga što certifikatom nisu jasno određena prava i obaveze ugovornih strana iz konkretnog posla.

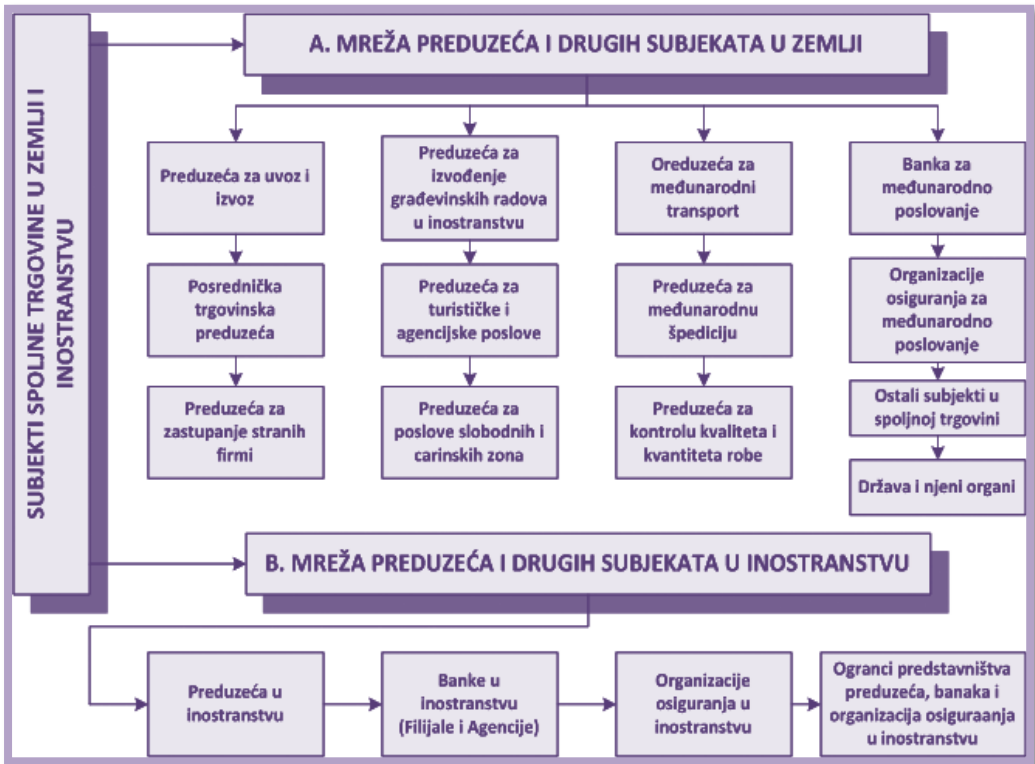
Po konkretnom nalogu i uz posebne uslove, preduzeća za ugovorenu kontrolu robe mogu za nalagodavca vršiti i druge usluge, kao što su:⁷⁴

- kontrola otpreme robe, pakovanja, ambalaže, miješanja, održavanja i čuvanja u skladištu i na putu, iskorišćenja nosivosti i kontrola prevoznog sredstva;
- kontrola i nadzor utovara, istovara, pretovara, prevoza i slaganja robe u prevozno sredstvo;
- kontrola skladišnog prostora i uskladištenja robe, vađenje uzoraka, stručna ekspertiza, laboratorijska ispitivanja na robi;
- baždarenje suvozemnih rezervoara za uskladištenje robe u tečnom stanju;
- poslovi povjerljivog držaoca robe;

⁷⁴ M. Tešić, cit. djelo, str.120-121.

- garancija za kvalitet i količinu robe;
- posredovanje kod inostranih komitenata kod poslovs preduzeća za ugovorenu kontrolu robe u međunarodnom prometu.

Slika 3: Subjekti spoljne trgovine u zemlji i inostranstvu



Izvor: M. Unković, B. Stakić (2011): *Spoljnotrgovinsko i devizno poslovanje*, Univerzitet Singidunum, Beograd, str.52.

**MENADŽMENT I MARKETING
SPOLJNOTRGOVINSKOG PREDUZEĆA**

PREGLED POGLAVLJA

MENADŽMENT I MARKETING SPOLJNOTRGOVINSKOG
PREDUZEĆA

- Definisane menadžmenta
- Cilj menadžmenta
 - Planiranje i organizacija u menadžmentu
 - Liderstvo u menadžmentu
 - Kontrola u menadžmentu
- Definisane marketinga
 - Istraživanje u marketingu
 - Pozicioniranje, segmentacija u marketingu
 - Upravljanje marketingom u spoljnotrgovinskom poslovanju
 - Marketing miks

CILJEVI UČENJA

- Definišite menadžment
- Navedite ciljeve menadžmenta
- Uloga i značaj planiranja i organizovanja u menadžmentu
- Liderstvo u menadžmentu i njegova uloga
- Navedite svrhu kontrole u menadžmentu
- Definišite marketing
- Zbog čega se obavljaju marketinška istraživanja
- Navedite razloge upravljanja marketingom u spoljnotrgovinskom poslovanju
- Šta predstavlja marketing miks

6. MENADŽMENT I MARKETING SPOLJNOTRGOVINSKOG PREDUZEĆA

Neizvjesnost savremenog načina poslovanja, odnosno kada su okolnosti neizvjesne, zahtjeva od menadžmenta preduzimanje aktivnosti i vještinu za nastupajuće promjene. Menadžment u savremenoj teoriji predstavlja proces koji omogućava efektivnost i efikasnost odnosno čiji se ekonomski karakter ogleda u zadovoljenim potrebama potrošača, privrede i društva u cjelini, sa proizvodima i uslugama. To je proces kojim menadžeri koordiniraju aktivnost zaposlenih. Uspostavljanje balansa, između rastućih potreba i mogućnosti (kapaciteta) u turbulentnim uslovima u kojima preduzeće obavlja svoju djelatnost, jeste umijeće menadžmenta u pronalaženju optimalnih instrumenata (strategija) zarad efektivnog i efikasnog načina poslovanja.

Menadžment je ključ uspješnog poslovanja. Put do uspjeha ostvaruje u saradnji sa drugima i putem drugih realizuje željene ciljeve. Njihov zadatak je da usmjeravaju i iniciraju ljude kako bi efikasno izvršavali postavljene zadatke, a to doprinosi ostvarenju postavljenih ciljeva kojima se mjeri uspješnost menadžmenta.

Sušтина menadžmenta od njegovog nastanka do danas ostala je nepromijenjena. Prema Drakeru, suština menadžmenta se ogleda u svijesti ljudi odnosno da prihvate da zajedničkim mogućnostima – postavljenim zajedničkim ciljevima, sistemom vrijednosti, adekvatnom organizacionom strukturom i razvojnim prilikama imaju bolje izgleda da odgoveore na promjene.

Dinamičnost koju nosi buduće vrijeme djelimično je moguće ublažiti marketinškim aktivnostima ili blagovremeno prikupljenih informacija u cilju rješavanja eventualnih prepreka u poslovanju. Potreba marketing istraživanja ogleda se u povećavanju uspjeha i smanjivanju rizika pri obavljanju poslovnih aktivnosti donošenjem pravovremenih marketing odluka na bazi prikupljenih blagovremenih i pravih marketing informacija.

6.1. Definisane menadžmenta

Menadžment (*Management*) je upravljanje ili rukovođenje. To je složena naučna disciplina, multidisciplinarnog karaktera, koja istražuje upravljačke procese i podprocese, odnosno, grupu ljudi koja upravlja procesima (poslovima, poduhvatima i društvenim sistemima) i suočava se sa problemima i fenomenima vezanim za efikasno obavljanje tj. izvršavanje konkretnih poslova i zadataka radi ostvarenja postavljenih ciljeva. Drugim riječima, to je primjena nauke na probleme rukovođenja u privredi. U praksi, menadžment podrazumijeva posjedovanje određenih vještina i umjeća, kao i znanja na koji način postupiti u određenoj situaciji, vremenu i mjestu.

Utemeljivačima menadžmenta smatraju se Tejlor i Fajol, koji su kroz svoja lična iskustva postavili teorijske temelje menadžmenta do savremenih tvoraca, kao što su: Folet (Mary Parker Follett), Draker (Peter Drucker), Adižes (Itzhak Adizes), Lusijer (Robert N. Lussier) Friman (Edward R. Freeman) Stoner (James F. Stoner), Robins (Stephen P. Robbins)...

Definisane menadžmenta, kako rad postaje sve specijalizovaniji i složeniji, Draker definiše kao istinsko ulaganje u društvo znanja, a ne u mašine i alate. Suština ulaganja u radnika i njegovo znanje je da ono bude produktivno i bez kojeg sofisticiranost i napredak nemaju efekat. Zadatak menadžmenta je da iskoristi svoje potencijale i minimizira slabosti, što menadžment čini odlučujućim, ključnim faktorom, ali i zahtijeva dobro organizovanje.⁷⁵ Draker u prvi plan ističe novu tehnologiju i definiše menadžment kao pružanje znanja sa ciljem otkrivanja najbolje prakse odnosno primjene znanja u stvaranju rezultata, dok Adižes⁷⁶ menadžment posmatra kao proces sprovođenja odluka i odlučivanje.

Folet, žena koja se posvetila izučavanju menadžmenta, jednostavno menadžment definiše, kao sposobnost ili veštinu i umijeće, obavljanje poslova i zadataka preko ljudi, odnosno obavljanje poslova

⁷⁵ Prema ocu modernog menadžmenta: Dracker F . P. (1997): *Management*, Pan Books Ltd, London; Dracker F. P. (2002): *Moj pogled na menadžment*, Adižes centar za edukaciju Novi Sad, str. 11-17. i 195-196.

⁷⁶ Adizes, I. (1989): *Kako riješiti krizu upravljanja*, Globus, Zagreb.

pomoću ljudi.⁷⁷ Ovakav pristup posmatra menadžment isključivo sa aspekta funkcije rukovođenja ili vođenja, ali obuhvata suštinu – poslove i ljude. Smatraju je majkom modernog menadžmenta.⁷⁸

Menadžment je proces objedinjavanja i usmjeravanja pojedinačnih izvora neophodnih za obavljanje poslovnih aktivnosti. Neophodni, ali nezavisni izvori se integrišu u ukupan poslovni sistem, radi ostvarivanja ciljeva poslovanja. Uloga menadžmenta je da integriše, koordinira i usmjerava aktivnosti podsistema i stavlja ih u racionalan odnos sa sredinom u kojoj preduzeće obavlja svoju poslovnu aktivnost.⁷⁹

Prema Lusieru, menadžment je proizvod znanja koje je skupljeno i utvrđeno, kao i zakona, principa i teorija o načinu upravljanja organizacijom na jedan potpuno efikasan i efektivan način.⁸⁰

Postoji i niz drugih definicija menadžmenta, što upućuje na kompleksnost menadžmenta kao naučne discipline. Ipak, mnogi autori prihvataju sljedeću definiciju: *Menadžment je nauka koja se bavi proučavanjem organizacionih planova, usmjeravanjem organizacije i kontrolom aktivnosti i procesa u odnosu na resurse koji su raspoloživi sa ciljem njihovog efikasnog i efektivnog korišćenja u određenom vremenskom periodu (duži ili kraći rok). Ciljevi menadžmenta su utkani*

⁷⁷ Fayol, H. (1930): *Industrial and general Administration*, International Management Institute, Geneve; Fayol, H. (2013): *General & industrial management*, Mansfield Centre, CT: Martino Publishing.

⁷⁸ Folet nije nailazila na odobravanje, ali je uživala poštovanje kolega. Svoju teoriju je istovremeno nazivala i konzervativnom i radikalnom. Imala je veliki uticaj na upravljanje konfliktima, te se smatra začetnicom integrativnog pregovaranja. Ona navodi grupe sa kojima menadžer mora pregovarati: radnike, potrošače i investitore, a onda ih proširuje na bankare, deoničare, druge menadžere i direktore, konkuretske firme, radnike, dobavljače i klijente, koje danas nazivamo stekholderima. (Follett, M. P. (1930). *Creative experience*. New York USA: Longmans, Green & Co; Follett, M. P. (1918). *The New State: Group organization the solution of popular government*. New York USA: Longmans, Green and Co.; Fox, E. M. (1968): *Mary Parker Follett: The enduring contribution*. *Public Administration Review* 28(6), 520-529; Feldheim, M. A. (2004).: *Mary Parker Follett lost and found – Again, and again, and again*. *International Journal of Organization Theory and Behavior* 6(4), 341-362; Follett, M. P. (2013). *Freedom & co-ordination: Lectures in business organization*. New York, USA: Routledge).

⁷⁹ M. Milisavljević (2005): *Savremeni strategijski menadžment*, Megatrend, Beograd, str. 4.

⁸⁰ Lussier, R. N.(1996): *Human Relations in Organizations*, Irwin McGraw-Hill, Boston, str. 172.

*u misiju, viziju i strategiju organizacije prema njenom okruženju koje je sklono promjenama.*⁸¹

Zašto je menadžment složen proces? Menadžment je neophodan za efikasno funkcionisanje svakog preduzeća, svakog pojedinačnog društvenog sistema i društva u cjelini. Savremeni, ubrzani, razvoj umnožava obim aktivnosti i zadataka koje treba efikasno izvršavati, što zahtijeva primjenu određenih metoda i određeni pristup u rješavanju raznovrsnih problema modernog menadžmenta. Upravljački pristup nije moguće zamisliti bez menadžmenta kao savremene naučne discipline koja predstavlja osnovu i putokaz, koji organizacijama pruža menadžment, da dostignu svoje ciljeve planiranjem, rukovođenjem, kadrovanjem i kontrolom.

Menadžmentu se može pristupiti sa različitih aspekata:⁸²

- menadžment kao grupa ljudi,
- menadžment kao proces,
- menadžment kao nauka i
- menadžment kao profesija.

Najvažniji zadatak menadžmenta je visok nivo radne i poslovne efikasnosti. Važno je stvoriti neku vrijednost koja donosi konkurentsku prednost⁸³ i ekonomiku korist. Menadžment je otvoren sistem i kontinuirani proces poslovnih aktivnosti. Te aktivnosti se odnose na funkcije menadžmenta (prethodna slika).

Međunarodni menadžment je specifičan oblik menadžmenta jer zahtijeva od menadžera da poznaju principe međunarodnog menadžmenta kako bi uspješno poslovali na globalnom tržištu.

Menadžeri na svjetskoj sceni se suočavaju sa ekonomskim, kulturnim i političkim razlikama. To zahtijeva konstantnost praćenja globalnog okruženja i suočavanje sa izazovima. Tako na primjer, kulturološke sličnosti i sličnu praksu menadžmenta srećemo kod SAD,

⁸¹ Ž. Adamović i dr. (2008): *Menadžment industrijskog održavanja*, Tehnički fakultet Univerziteta u Novom Sadu, Zrenjanin, str. 9.

⁸² R. Lončarević (2007): *Menadžment*, Univerzitet Singidunum, Beograd, str.3.

⁸³ Prema Porteru postoje dva osnovna izvora konkurentске prednosti: 1) prednost u troškovima i 2) diferenciranje.

Velike Britanije i Kanade, dok recimo Indija, SAD i Japan kulturološki se izrazito razlikuju, time i praksa menadžmenta je specifična.

U prilog tome, američki i evropski pristup za ostvarivanje inicijalnog kontakta može se obaviti tlefonom, e-mailom, dopisom i sl.; dok u Japanu i Indiji najefikasniji pristup je *Face to Face* (licem u lice) ili Africi gdje se preferira posrednik za poslovna upoznavanja, slično kao i u Kini gdje je neophodno poznanstvo za uspostavljanje kontakta jer se na međuljudske odnose izrazito oslanjaju (*guanxi*)⁸⁴.

Međunarodni menadžment treba da obezbijedi efikasno poslovanje, optimalno upravljanje i stabilnost internacionalnih kompanija dugoročno posmatrano. Model savremenog međunarodnog menadžmenta obuhvata sljedeće osnovne funkcije:⁸⁵

- strategijsko planiranje,
- internacionalno organizovanje,
- internacionalnu kadrovsku politiku,
- internacionalno komuniciranje,
- pregovaranje o internacionalnim operacijama i
- kulturu internacionalnih operacija.

Efikasan menadžment međunarodnih razmjera se postiže različitim menadžment stilovima. Različitost ekonomskih i društvenih sistema proizvela je i različite tipove menadžmenta.

Danas dominiraju, u praksi, sljedeći stilovi menadžmenta: američki, japanski i zapadnoevropski. Predhodno smo naveli da ne postoje suštinske razlike između zapadnoevropskog i američkog stila menadžmenta. Ipak, postoje specifični pristupi menadžmentu. Tako,

⁸⁴ Međuljudski odnosi koje nazivaju *guanxi*, počinju od porodice i prijatelja, te se protežu do velikih organizacija. Internacionalni preduzetnici koji dolaze u Kinu moraju napraviti cijelu *guanxi mrežu* za koju su im ponekad potrebne i godine. Isto tako, prilikom pozdravljanja i komunikacije preferira se korištenje titula ili pozicije u kompaniji (menadžer, inženjer i sl.). Pozdravljanje je naprikladnije uz blagi naklon i kratak stisak ruke. Kinezi prvo izgovaraju prezime pa ime, što može stvoriti zabunu, recimo, kod slanja pošte. Davanje poklona je zakonom regulisano, od 2002.g., te vrijednost poklona ne smije biti veća od 180 dolara, inače se tretira kao mito i korupcija.

⁸⁵ J. Todorović (1997): *Japanski menadžment – tajne uspeha japanske proizvodnje*, FON, Beograd, str. 29.

postoje specifičnosti u zapadnoevropskom stilu, kao na primjer, u Italiji se potencira stručnost i sposobnost menadžera i značaj njegove uloge, u Francuskoj se akcenat stavlja na funkciju planiranja menadžmenta, a u Njemačkoj ističe se samostalnost i autoritet menadžera i poslušnost podređenih.

6.2. Cilj menadžmenta

Cilj svakog posla, pa tako i menadžmenta, jeste njegovo ostvarenje. Da bi se dostigao cilj potrebno je da imate motiv i budete spremni da se upustite u trnovit put, sa dosta napora, do njegovog ostvarenja. Menadžment je funkcija koja koordinira ljudske napore. Koordinacijom se objedinjuju različite aktivnosti preduzeća u jedan koncept.⁸⁶ Svaki menadžer, od najnižeg operativnog do najvišeg menadžerskog nivoa, treba da ima jasne ciljeve koji odražavaju i podržavaju ciljeve nivoa iznad njega i cijele organizacije.⁸⁷ Ciljevi se moraju urediti hijerarhijski (od najznačajnijeg ka manje značajnom), trebaju biti mjerljivi (kvantitativni kad god je to moguće), realni i konzistentni.

Slika 4: Hijerarhijski definisani ciljevi



⁸⁶ I. Banda, A. Bulatović, L. Vučićević (2021): *Finansijsko izvještavanje*, Evropski univerzitet "Kallos" Tuzla, str. 297.

⁸⁷ D. Petrović, M. Mihić (2018): *Finansijski menadžment, kontrola i menadžersko računovodstvo-Menadžment i menadžerska odgovornost*, I izdanje, Univerzitet u Beogradu – Fakultet organizacionih nauka, Beograd, str.19.

Cilj menadžmenta je da zajedničkim snagama, sposobnostima i drugim raspoloživim resursima (ljudskim, tehnološkim, finansijskim, prirodnim) ostvaruje odabrane ciljeve i željene rezultate. Da bi menadžment postigao efikasnost i efektivnost poslovanja treba da obezbijedi nesmetano funkcionisanje poslovnih aktivnosti uz adekvatno planiranje, organizaciju, rukovođenje, kadrovanje i kontrolu (Knootz i O' Donell).⁸⁸

Svako preduzeće treba da ima jasno definisanu misiju i viziju. Zadatak menadžmenta je da razumije i unaprijed predvidi potencijale i rizike koje dolaze iz okruženja i da na osnovu njih i svojih prednosti i slabosti odredi pravac (strategiju)⁸⁹ razvoja. Razvojne politike mijenjaju okruženje, a time i način poslovanja. Bez postavljenih ciljeva organizacija funkcionise kao vakum, jer ne postoji mjera za ocenjivanje korisnosti aktivnosti preduzeća. Ukoliko se ne odredi ono što će se raditi i vrednovati i koja će biti mjerila u jednoj oblasti, sama oblast se neće razvijati.⁹⁰

Uspjeh menadžmenta postoji dok je poslovanje preduzeća uspješno odnosno produktivno. Za ostvarivanje pozitivnih efekata preduzeća potrebno je konkretizovati ciljeve kojima se određuje struktura posla (ljudski resursi, marketing, inovacije, finansijski resursi, fizička sredstva, produktivnost, ostvarivanje dobiti i društvena odgovornost).

Danas su opšte prihvaćena četiri menadžment procesa: planiranje, organizovanje, rukovođenje i kontrola (slika 5.)

Slika 5: Menadžment kao proces

⁸⁸ Koontz, H., O'Donnell, C. (1955): *Principles of Management: An Analysis of Managerial Functions*, New York, McGraw Hill

⁸⁹ Strategija se najčešće koristi u vojnoj terminologiji, a može se definisati kao: svrha, misija, cilj, konkurentna prednost. Strategija je razvijena kroz plan, proces ili uzrok ponašanja. (Buble, M. (2000.): *Management*, Ekonomski fakultet Split, str. 69.)

⁹⁰ Više: Dracker F. P. (2002): *Moj pogled na menadžment*, Adizas centar za edukaciju Novi Sad, str. 32-33.



Izvor: I. Banda, A. Bulatović, L. Vučićević (2021): *Finansijsko izvještavanje*, Evropski univerzitet “Kallos” Tuzla, str. 294.

6.2.1. Planiranje i organizacija u menadžmentu

Planiranje u menadžmentu predstavlja početnu fazu menadžment procesa i podrazumijeva izradu plana, dok organizacija podrazumijeva kreiranje organizacione strukture, definisanje ovlašćenja i odgovornosti i menadžment ljudskim resursima, odnosno racionalno korišćenje svih raspoloživih resursa preduzeća kako bi se dostigli definisani ciljevi.

Da bi se efikasno planiralo treba analizirati trenutnu (sadašnju) situaciju, predvidjeti šta želimo postići u budućnosti (planirati), odlučiti na koji način će se to postići i izvršiti potrebne korekcije tj. prilagoditi se promjenama iz okruženja.

Tehnika planiranja služi za identifikovanje elemenata od posebnog značaja za obavljanje poslovnih aktivnosti. Postoji više tehnika planiranja.⁹¹ Najpoznatija i najčešće primjenljiva je SWOT (*Strengths*

⁹¹ Kao što su: tehnika mrežnog planiranja (CPM metoda koja se koristi kada je poznato vrijeme pojedinih aktivnosti i može se izračunati i PERT metoda koja se primjenjuje kada nije poznato vrijeme pojedinih aktivnosti; zatim gantogrami kod upravljanja projektima koji se primjenjuju za prikazivanje do 50 aktivnosti, u suprotnom je nepregledan i nepraktičan, a najkorisniji su kod globalnih planova koji nemaju veliki broj aktivnosti; analiza prelomne tačke koje predstavlja razliku između ukupnih prihoda i ukupnih rashoda; *brainstorming*, metoda scenarija, delfi metoda.

Weaknesses Opportunities Threat) analiza. Ova tehnika omogućava sagledavanje prednosti, slabosti, prilika i prijetnji. Sa jedne strane, dolazimo do saznanja koje su nam jake a koje slabe strane unutar organizacije, a sa druge strane, kakve su nam šanse i koji rizici postoje izvan organizacije. Analizom se procjenjuju unutrašnji i spoljašnji faktori koji mogu uticati na realizaciju postavljenih ciljeva. Ostvariti poslovni uspjeh je moguće njihovom spregom. Kombinovanjem ovih faktora, odnosno jednostavnom primjenom ove tehnike, stvaraju se brojne prednosti, lako je primjenljiva i donosi rezultate.

Dakle, planiranjem se predviđa ko, šta, kako i u kom roku treba realizovati planirane zadatke, a procesom organizovanja započinje se sa njihovom realizacijom. Planiranje omogućava da se odabere pristup koji je racionalan za ostvarenje planom postavljenih ciljeva. To je spona sadašnjeg i budućeg.

Funkcija planiranja obuhvata aktivnosti menadžmenta kojim se determinišu budući ciljevi i odgovarajući pristupi za njihovu realizaciju ili most koji povezuje ono što smo i gdje smo sada sa onim gdje i šta želimo biti.

Svako preduzeće treba definisati svoju organizacionu strukturu, čime bi se formalno podijelili poslovi unutar preduzeća i omogućilo adekvatno upravljanje poslovnim aktivnostima. Kreiranje organizacione strukture može se vršiti putem organizacionih modela koji zavise od kriterijuma diferenciranja poslova i načina njihovog integrisanja u cjelinu. Najčešće su strukturirane prema funkcijama, proizvodima, tržištima, odgovornostima i sl.⁹²

Postupak procjene poslova i radnih mjesta počinje sagledavanjem potreba poslovanja i adekvatnog pokrivanja istih.⁹³ Zbog toga je poželjno da postoji akt kojim se sistematizuju radna mjesta i koji je podložan promjenama u skladu sa potrebama poslovanja. Dobra organizaciona struktura se postiže planiranjem kadrova. Odabir kadrova vrši se prema stručnoj kvalifikaciji, radnom iskustvu i težini poslova za svako radno

⁹²I. Banda, A. Bulatović, L. Vučićević (2021): *Finansijsko izvještavanje*, Evropski univerzitet "Kallos" Tuzla, str. 298.

⁹³ B. Vojinović (2014): *Menadžment*, Institut za ekonomiku poljoprivrede Beograd, Beograd, str. 108.

mjesto. Kvalifikaciona struktura treba da odgovara potrebama, a samim tim omogućava kvalitetno izvršenje ciljeva, uz pretpostavku da su i drugi zavisni uslovi ispunjeni.

Razvijanjem ili promjenom organizacione strukture menadžeri prave organizacioni dizajn koji podrazumijeva: specijalizaciju, departmentalizaciju, lanac komandovanja, raspon kontrole, centralizaciju i decentralizaciju i formalizaciju.⁹⁴ Organizacioni dizajn je rezultat organizacione strukture. Elemente svake organizacije čini prvenstveno čovjek (ljudi), cilj, zadatak, sredstva i funkcije.

Današnje (savremene) organizacije karakteriše decentralizovan pristup. Savremeni organizacioni dizajn oblikovan je kao proces: usklađivanja organizacione strukture, sistema nagrađivanja zaposlenih, informacijskih procesa, upravljačkih procesa i drugih organizacionih elemenata sa odabranom strategijom.

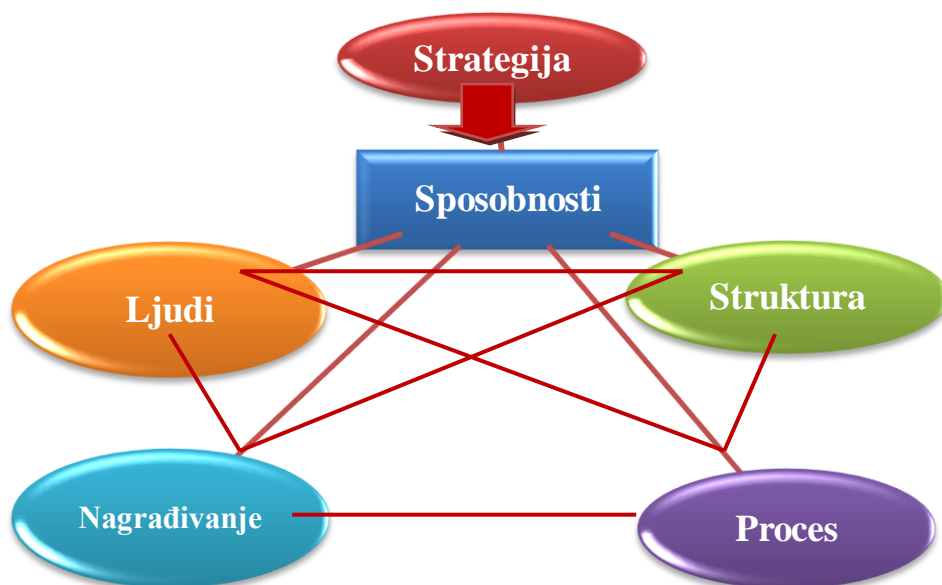
Dakle, organizacioni dizajn je rezultat svih oblikovanja i usklađivanja svih elemenata (internih i eksternih) za stvaranje efikasne organizacije kako bi se ostvarila utvrđena misija. Organizacija nije cilj sam po sebi već jednostavno sredstvo za ostvarivanje strateških zadataka poslovanja. To je nevidljiva konstrukcija koja se koristi za uprezanje i usmjeravanje energije svih zaposlenih.

Jedna od glavnih svrha organizacionog dizajna je da se individualne motivacije usklade sa interesima organizacije i olakšati pojedinim zaposlenima da donose ispravne odluke svaki dan.⁹⁵ Štaviše, dobro osmišljena organizacija čini da kolektiv funkcioniše i time lakše izvršava složene zadatke. Ovakav koncept organizacijskog sklada je danas dobro prihvaćen i ima široku primjenu (slika 6.)

Slika 6: Organizacioni dizajn – model Zvezda (*Star model*)

⁹⁴ Ž. Vasić, D. Sajfert, M. Jevremović: (2013): *Osnovi menadžmenta - Principles of Management*, Visoka škola elektrotehnike i računarstva strukovnih studija u Beogradu, Beograd, str. 123.

⁹⁵ Kates, A. & Galbraith, J. R. (2007): *Designing Your Organization: Using the Star Model to Solve 5 Critical Design Challenges*, 1st.ed., Jossey-Bass, San Francisco, p.2.



Prethodnu sliku možemo ukratko protumačiti odgovorima na postavljena pitanja:

Koja je formula za uspjeh? **Strategija.**

Kako se razlikujemo od naših konkurenata? **Sposobnost.**

Koje vještine su potrebne? Na koji način razvijamo naš talenat? **Ljudi.**

Kako je ponašanje oblikovano ciljevima? Kako ocjenjujemo napredak? **Nagrađivanje.**

Kako smo organizovani? Koje su ključne uloge? Kako se upravlja radom? Ko ima moć i autoritet? **Organizaciona struktura.**

Kako se donose odluke? Kako posao teče između uloga? Čemu služe mehanizmi saradnje? **Proces. Koordinacija. Kontrola i odgovornost.**

Organizacija se temelji na aktivnostima čovjeka. To je sistem po kojem se definišu strukturni elementi, utvrđuju njihovi zadaci i način njihovog povezivanja u jednu funkcionalnu cjelinu, što menadžmentu omogućuje dostizanje ciljeva i efikasnost u poslovanju.

6.2.2. Liderstvo u menadžmentu

Za predviđene poslove i definisani način rada potrebno je obezbijediti i prave osobe. Rukovođenje je proces usmjeravanja i kordinacije poslovnih aktivnosti radi ostvarenja planiranih ciljeva preduzeća. Ključnu ulogu u tom procesu imaju lideri ili vrhunski menadžeri ili tzv. *top menadžeri*.

Rukovođenje podrazumijeva uspostavljanje komunikacije, liderstvo, motivaciju zaposlenih, upravljanje konfliktima i problemima, kao i brojne druge aktivnosti koje doprinose efektivnom i efikasnom sprovođenju predviđenih zadataka zaposlenih.⁹⁶

U skladu sa obimom ovlašćenja, dijeljena odgovornosti, ostvarivanja ciljeva, menadžment se može podijeliti na: strategijski, operativni i menadžment poslovnih područja⁹⁷.

Slika 7: Struktura menadžmenta po funkcijama



Prema: Robbins, S. & Coulter, M. (2005): *Menadžment*; Data status, Beograd, str.6.

Strategijski menadžment podrazumijeva formulisanje strategije ili pravca poslovnih aktivnosti (planiranje) uz uvažavanje svih relevantnih faktora. On je spoj analiza, donesenih odluka i preduzimanja aktivnosti za kreiranje i održavanje konkurentskih prednosti. Prema tome, strategijski

⁹⁶ I. Banda, A. Bulatović, L. Vučićević (2021): *Finansijsko izvještavanje*, Evropski univerzitet "Kallos" Tuzla, str. 299.

⁹⁷ T. Petković (2012): *Menadžment*, IV izdanje, Visoka poslovna škola strukovnih studija Čačak, Beograd., str. 77.

menadžment se bavi analiziranjem krajnjih strategijskih ciljeva analizirajući eksterno i interno okruženje, a lideri donose odluke od krucijalnog značaja koje treba sprovesti, učešćem svih raspoloživih kapaciteta, zarad opstanka, ravoja i napredka.⁹⁸ Strategijski menadžment je fokusiran na ostvarivanje dugoročnih ciljeva poslovanja i trajni razvoj. U nadležnosti je vrhunskih menadžera. Odnosi se na, cijelu organizaciju, stvaranje strateških rezultata, nova tržišta, nove proizvode, nove tehnologije itd. Moglo bi ga nazvati i makromenadžmentom.

Operativni menadžment vrši transformaciju dugoročnih aktivnosti (strategijskih ciljeva) na aktivnosti sa kratkim rokom ili svakodnevne radne aktivnosti. Orijetisan je na efikasno korišćenje postojeće strategijske pozicije, kroz realizaciju operativnih ciljeva i uspješno upravljanje resursima i organizacionim dijelovima koji čine jednu funkcionalnu cjelinu. U odnosu na strategijski menadžment, u operativnom menadžmentu precizno su definisani (dodijeljeni) za sve organizacione dijelove ili izvršioce zacrtani ciljevi i zadaci i kvantitativno izraženi kako bi se mogla izvršiti adekvatna kontrola njihove realizacije. Može se posmatrati i kao mikromenadžment. Nosioci operativnih aktivnosti ili nadležnost je menadžera srednjeg nivoa ili prvog nivoa da efikasno organizuju poslove (rasporede aktivnosti) i ljude (zaposlene pojedince), kako bi se operativni poslovi nesmetano obavljali. Efikasna organizacija radnih mjesta je ključ za uspješan operativni menadžment.

Menadžment poslovnih područja je rezultat većeg broja srodnih poslova grupisanih u jednu cjelinu ili poslovno područje. Možemo ih nazvati poslovnim funkcijama jednog preduzeća razvrstane na određena područja (npr. proizvodnja, istraživanje i razvoj, marketing, finansije, računovodstvo i dr.) koje teže da na racionalan i efikasan način upotrijebe raspoložive resurse.

Lica koja rukovode poslovnim sistemima treba da imaju znanja, iskustva i sklonosti ka liderstvu. Lider ima moć koju treba da usmjeri odnosno utiče na ponašanje drugih. Ukoliko ne može da utiče na

⁹⁸ Izbor strategije zavisi od: postavljenih ciljeva, konkurencije, djelatnosti poslovanja, stepena (ne)razvijenosti ili potencijala, kao i od stepena (de)centralizacije.

ponašanje ostalih zaposlenih ne može odgovoriti postavljenim zadacima, niti obezbijediti njihovo izvršavanje.

Znanje i informacije su ključne vrijednosti nove ekonomije na osnovu kojih se poslovne odluke donose u cilju razvijanja i održanja prednosti nad konkurencijom. Lider koji svojim angažovanjem stvara ili povećava vrijednost preuzeća, bez obzira na ograničenja ili okolnosti u kojima preduzeće posluje, naziva se efektivan ili kompetentan lider. Lider neposredno dodaje vrijednost usmjeravajući, koordinirajući i motivišući zaposlene da se angažuju na najbolji mogući način u korišćenju resursa i ostvarivanju ciljeva preduzeća.⁹⁹

Liderstvo u menadžmentu (leadership) podrazumijeva sposobnost da u okolnostima brzih promjena kreirate budućnost, hvatajući se u koštac sa promjenama i na najbolji mogući način im se prilagodite bez obzira na njihov intezitet. Menadžmet predstavlja integralni skup aktivnosti i zadataka, koje menadžeri i lideri moraju da ostvare motivisanjem zaposlenih. Razlikuju se po tome što kod liderstva dominira jedna osoba čije je osnovni zadatak da pronalazi prilike i iskoristi ih u turbulentnim uslovima, dok menadžeri sprovode zacrtane ciljeve korištenjem raspoloživih resursa u stabilnim uslovima (vidi Tabelu 1.)

Tabela 1: Razlike između menadžera i lidera

MENADŽER	LIDER
<ul style="list-style-type: none"> • Resursna moć • Hijerarhijska pozicija • Planira, organizuje i kontroliše • Cilj: Efikasnost • Sprovodi viziju • Stabilni uslovi poslovanja 	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretativna moć • Upravljanje svješću • Kreira i vodi promjene • Cilj: Efektivnost • Kreira viziju • Turbulentni uslovi poslovanja

Uspješani lideri i uspješani menadžeri svoj uspjeh baziraju na dobroj komunikaciji. Svrha dobrog komuniciranja podrazumijeva

⁹⁹ M. Unković, B. Stakić (2011): *Spoljnotrgovinsko i devizno poslovanje*, drugo izmenjeno izdanje, Univerzitet Singidunum, Beograd, str. 70. i 82.

izvještavanje o realizaciji predviđenih zadataka, iznošenje ideja i davanje prijedloga za efikasnije rješavanje problema ili poboljšanje efikasnosti, motivisanje zaposlenih podsticanjem (nagrađivanje, dodjela priznanja, napredovanje) i usmjeravanjem ka ciljevima, kao i međusobno povezivanje radi izbjegavanja konfliktnih situacija i načina njihovog rješavanja (kompromis, konfrontacija, izglušivanje, prisiljavanje, povlačenje)¹⁰⁰.

U složenim poslovnim sistemima postoji potreba i svijest o primjeni koncepta poslovne inteligencije. Korisnost ovog koncepta ogleda se u praktičnoj primjeni, uvođenjem takvih informacionih sistema, odnosno u kompjuterskoj podršci u procesu odlučivanja unutar određene organizacije ili kompanije. Cilj je da se korištenjem raspoloživih podataka analiziraju i otkrivaju nove mogućnosti što vodi ka donošenju boljih poslovnih odluka, time i do sticanja prednosti. Nije bitna količina informacija, već njeno generisanje u kvalitetne informacije odnosno adekvatna primjena koncepta smanjuje količinu podataka i informacija uz istovremeno povećanje kvaliteta tih informacija. To je pretvaranje podataka u znanje koje se naziva poslovna inteligencija (*Business Intelligence – BI*).¹⁰¹

Primjena BI-koncepta, kao novijeg pogleda na sistem poslovanja, omogućava menadžmentu efektivnije i efikasnije, ali i lagodnije donošenje poslovnih odluka u cilju postizanja poslovnog uspjeha. Danas više nije pitanje da li ćemo se promijeniti, već kako i kada. Menadžeri – lideri su snažan faktor koji ne samo da organizaciju prilagođavaju promjenama, već i sami kreiraju promjene.

Sposobnost da utiče na razmišljanja, ponašanje i emocije ljudi i pridobiti njihovu naklonost i motivisati ih da rade kada posao nije lak, karakteriše lidera. Za uspješnog lidera važno je njihovo razumijevanje da je rast organizacije direktno povezan sa potencijalom njenih ljudi. Bez motivisanih ljudi za izazove rasta organizacije, rasta neće biti. Ako se razvijaju ljudi, razvija se i organizacija. To znači staviti akcenat na

¹⁰⁰ Više: B. Vojinović (2014): *Menadžment*, Institut za ekonomiku poljoprivrede Beograd, Beograd, str. 124-131.

¹⁰¹ Za realizaciju BI je neophodna: infrastruktura, podaci i aplikacija. (Vidi: M.Milić (2014): *Odlučivanje i poslovna inteligencija*, Univerzitet PIM, Banja Luka

usavršavanje ljudi i njihovih kompetencija, izgradnju samopouzdanja i povećanje motivacije, razvoj sposobnosti ljudi da koristeći svoju punu kreativnost dođu do rezultata koje oni zaista žele.

6.2.3. Kontrola u menadžmentu

Kontrola je završna faza u menadžment procesu, ali ništa manje značajna od prethodnih. Predviđene poslovne aktivnosti koje preduzeće obavlja potrebno je pratiti ili kontrolisati.¹⁰² Procesom kontrole se prate izvršene aktivnosti kako bi se utvrdilo da li se odvijaju u skladu sa planiranim ciljevima i zadacima. Ukoliko se procesi ne odvijaju u željenom smjeru, putem korektivnih mjera se preusmjeravaju ka dostizanju postavljenih ciljeva. Može se vršiti kao preventivna, tekuća i korektivna.

Proces kontrole daje najbolje rezultate ukoliko se ona vrši tokom odvijanja procesa na strateškom, taktičkom i operativnom nivou. Kontrola vršena samo nakon izvršenih aktivnosti nije djelotvorna. Kontrolna funkcija mora biti dobro postavljena, organizovana i pod stalnim nadzorom menadžmenta. Faktori koji utiču na kreiranje sistema kontrole su veličina preduzeća, stepen decentralizacije, uloga kontrole u hijerarhiji preduzeća, organizaciona kultura i značaj aktivnosti koja se kontroliše.¹⁰³ Njena svrha je povratna sprega (informacija) rukovodiocima da li se aktivnosti planski odvijaju ili ima odstupanja, smetnji i dr. nepredviđenih okolnosti, kao i njihov uticaj, kako bi ih blagovremeno otklonili i uskladili sa očekivanjima.

Neki od najčešćih razloga zbog kojih se obavlja kontrola, navode se:

- kreiranje boljeg (totalnog) kvaliteta;
- preuzimanje i savladavanje promjena (radi podsticanja mogućnosti i smanjenja rizika);
- bržeg uvođenja novih proizvoda i usluga;

¹⁰² I. Banda, A. Bulatović, L. Vučićević (2021): *Finansijsko izvještavanje*, Evropski univerzitet "Kallos" Tuzla, str. 300.

¹⁰³ Ibidem, str. 301.

- stvaranja veće dodatne vrijednosti (prednost u odnosu na konkurenciju);
- uvođenja delegiranja i timskog rada (participativni menadžment koji motiviše radnika). (Steingraber, 1990., p. 149.).

6.3. Definicija marketinga

Marketing od svog postanka pa do danas nije mijenjao terminologiju dok je češće mijenjao svoju sadržinu. Svakako su promjenama doprinijele promjene obima aktivnosti i područja djelovanja. Opravdanost marketinga je u odabiru adekvatnih poslovnih aktivnosti preduzeća koje će zadovoljiti potrebe tržišta (potrošača), a time i njegov opstanak na tržištu.

Marketing definiše potrebe i zahtjeve ciljnog tržišta i vrši analizu postojećih kupaca, utiče na nivo, vrijeme i kompoziciju tražnje, oblikuje tražnju i nastoji da se uskladi sa mogućnostima preduzeća.¹⁰⁴ Definisanje termina marketinga bazira se na značenju riječi tržište (*market*). Kotler tržište definiše kratko i jasno: *Tržište je arena za potencijalnu razmjenu.*
105

Marketing je organizaciona funkcija i skup procesa kojima se stvaraju, komuniciraju i isporučuju vrijednosti potrošačima i kojim se upravlja odnosima sa potrošačima u cilju ostvarenja koristi za organizaciju i sve uključene strane. Njegovu srž čini proces razmjene, a to znači najmanje uključenost dvije strane koje imaju interesa i koje uz komunikaciju žele da ih ostvare.

Koncept marketinga ne sastoji se samo od oglašavanja, prodaje i promocije, već predstavlja spremnost i volju da se razumiju potrebe i želje potrošača, kao i spremnost na prilagođavanje bilo kojeg elementa marketing miksa, pa i proizvoda, u cilju zadovoljavanja tih potreba i želja. Preduzeća koja prihvate i uspostave marketing kao koncept poslovanja u cilju razvoja primjenjuju određene strategije (istraživanje). U tom smislu, uloga marketinga je trostruka:

¹⁰⁴ N.Nićin (2012): *Marketing*, Evropski univerzitet Brčko distrikt, Brčko, str.1.

¹⁰⁵ N.Nićin, *Ibidem*, str.8.

- Prvi zadatak i najvažniji zadatak marketinga jeste da utvrdi zahtjeve potrošača i da o istim efikasno upozna čitavu organizaciju.
- Drugi zadatak marketinga je pozicioniranje odnosno odlučivanje o konkurentskom pozicioniranju koje će se usvojiti (odabrati ciljano tržište i kompetentnost njegovog opsluživanja).
- Treći zadatak marketinga jeste prikupljanje svih relevantnih resursa pri planiranju i objezbjeđivanje zadovoljstva potrošača (centralna uloga marketinga, kroz koordiniranje da se minimiziraju propusti kako bi se osiguralo zadovoljstvo potrošača).
- Danas se uloga marketinga u poslovanju preduzeća tretira kao nezamjenjljiva ili bolje rečeno presudna.

6.3.1. Istraživanje u marketingu

Neizvjesnost koju nosi buduće vrijeme djelimično je moguće ublažiti informacijama. Blagovremene informacije čine bazu za razumijevanje i rješavanje problema u poslovanju. Razmatranje prikupljenih informacija otkriva alternative za unapređivanje ili inoviranje poslovanja, jer savremene poslovne procese karakteriše dinamično okruženje koje treba pratiti i reagovati u skladu sa promjenama koje donosi.

Osnovna svrha marketing istraživanja ogleda se u povećavanju uspjeha i smanjivanju rizika pri obavljanju poslovnih aktivnosti donošenjem pravih marketing odluka na bazi prikupljenih pravih marketing informacija. To nameće potrebu za velikim brojem kontakata sa okruženjem, rezultirajući velikim obimnom prikupljenih podataka i informacija koje treba stručno obraditi (analizirati) odnosno pretočiti u korisne informacije za donošenje ispravnih odluka za uspješno odvijanje poslovnih aktivnosti.

Istraživanje u marketingu je značajan elemenat marketing koncepta jer se prikupljanjem informacija dolazi do podataka o karakteristikama i potrebama tražnje, što omogućuje da se najvažniji zadatak marketinga (zahtjevi potrošača) uspješno realizuje. Ispitivanje

tržišta je potrebno menadžerima, i da interpretiraju ostvarene rezultate, ali i da planiraju buduće aktivnosti, na osnovu pravovremenih, preciznih i upotrebljivih informacija o potrošačima, konkurentima i njihovim brendovima. Oni donose taktičke i strateške odluke (kratkoročne i dugoročne) koje trebaju biti najbolje moguće.

Istraživanje tržišta je multidisciplinarnog karaktera jer se koristi brojnim drugim naukama kao što su: statistika, psihologija, sociologija, ekonomija, matematika i druge nauke. Sprovođenje aktivnosti istraživanja tržišta se najčešće obavlja kada postoje problemi u poslovanju. Tržišna funkcija preduzeća je njegova osnovna funkcija koja treba da ga poveže sa tržištem, tretirajući poslovne aktivnosti kao kreativne i operativne, zarad rasta i razvoja u cilju kontinuiranog poslovanja. To znači da je neophodno voditi računa o: promjenama u okruženju (prilagodljivost i kreativnost), potrebama (efikasan izbor tržišta) i zahtjevima tržišta (blagovremena procjena tržišnih kretanja) i blagovremenim i kvalitetnim informacijama o konkurenciji.

Uspješnost istraživanja zahtijeva ispunjenje pretpostavki¹⁰⁶ kako bi ono istovremeno bilo i efikasno. Egzaktni načini utvrđivanja efikasnosti istraživanja tržišta, međutim, zapravo niti ne postoje, iako bi se hipotetički moglo govoriti o efikasnosti istraživanja kao koeficijentu između istraživačkog outputa (informacija u kvantitativnom i kvalitativnom smislu) i inputa (troškova istraživanja).¹⁰⁷

S obzirom na multidisciplinarnost, metode istraživanja tržišta mogu se podijeliti na: kvantitativne i kvalitativne. Kvantitativnim metodama¹⁰⁸ izvor podataka mogu biti sopstvena istraživanja ili već postojeći podaci (statistički podaci ili podaci kojim preduzeće raspolaže). Najčešće se kod primjene ove metode oslanja na psihologiju i motive

¹⁰⁶ Da bi postupak istraživanja bio uspješno obavljen, potrebno je: sagledati faktore koji nameću potrebu istraživanja tržišta, predvidjeti neposredne koristi istraživanja tržišta i izvršiti pravilan izbor pravca istraživanja tržišta odnosno treba predvidjeti zahtjeve potrošača, identifikovati potrebe potrošača i definisati i ponuditi efektan proizvod ili uslugu uz zadovoljenje potreba potrošača u pravo vrijeme, na pravom mjestu i za potrošača sa ponuđenom povoljnom cijenom.

¹⁰⁷ M. Meler (2005): *Istraživanje tržišta*, Ekonomski fakultet Osijek, str.30.

¹⁰⁸ Kvantitativne metode se dijele na: istorijsku metodu ili metodu detektnih podataka, metodu ispitivanja i metodu eksperimenta.

potrošača, a do rezultata se dolazi brojnim tehnikama (putem ličnog intervjua, poštom, e-mailom, telefonskim putem i sl.). Razlikuju se u stepenu obuhvata, pouzdanosti, brzini prikupljanja informacija, troškova i drugim karakteristikama.¹⁰⁹ Kvalitativne metode baziraju se motivacionim elementima odnosno subjektivnim i objektivnim faktorima, kao što su: stepen obrazovanja, kulturni nivo stanovništva, navike i slično. To znači da se moraju dobro upoznati sadašnji i budući potrošači, shvatiti njihovu motivisanost i razloge ponašanja potrošača. Dakle, treba odgovoriti na brojna pitanja a najbolji način za to je istraživanje onih zbog kojih se to čini tj. ponašanja potrošača. Ovaj model istraživanja može se obaviti kao dubinski intervju, metodom eksperimenta, tehnikom dopunjavanja rečenica, testom asocijacija na ponuđenu riječ i sl.

Informacije prikupljene istraživanjem predstavljaju temelj za donošenje odluka, a time i temelj operativnog djelovanja. Nivo i kvalitet informacija uslovljen je:¹¹⁰ kompletnošću (da u punom smislu zadovoljavaju iskazane potrebe), sigurnošću (dostupnost i korisnost) i ispravnosti informacija (istinite i vjerodostojne).

Kod istraživanja *izvoznog* tržišta treba uzeti u obzir karakteristike zemlje kupca, kao što su: veličina tržišta, kupovna moć, konkurentska prednost, rast tržišta, troškovi poslovanja, kolika je stopa prinosa od ulaganja na svakom pojedinačnom tržištu i koliki je stepen rizika odnosno istražiti makro okruženje. Drugim riječima, pratiti događaje i promjene kako na ekonomskom i političkom planu, tako i na socijalnom i tehnološkom, jer se reflektuju na tržišni uspjeh. Istražuju se prvenstveno potrošači (zadovoljstvo potrošača), tražnja, ponuda i konkurencija, a potom definišu ciljevi za konkretno tržište, planovi, programi, strategije i uspostavlja sistem kontrole njihovog izvršenja. Da bi se izvršio adekvatan izbor ciljeva neophodna je analiza karakteristika pojedinih tržišta sa stanovišta: veličine, potencijala za rast, etapa u životnom ciklusu proizvoda, sličnosti sa postojećim tržištima, nivoa konkurencije, kao i politike i mjera nacionalne države.

¹⁰⁹ Prema M. Milisavljević, B. Maričić, M. Gligorijević (2004): *Osnovi Marketinga*, Ekonomski fakultet, Beograd, str. 102.

¹¹⁰ Prema T. Karpati (1980): *Organizacija i vođenje poslova marketinga u organizaciji udruženog rada*, II izdanje, Školska knjiga, Zagreb, str. 153.

6.3.2. Pozicioniranje, segmentacija u marketingu

Koncept pozicioniranja potiče od ekonomske analize tržišnih struktura i analize konkurentske pozicije. Nastup na tržištu zahtijeva njegovu analizu. Analiza tržišta je nezaobilazna zbog toga što različiti kupci imaju i različite želje i potrebe. Nijedno tržište nije homogeno u svojim potrebama, ali unutar njega postoje grupe kupaca koji imaju slične interese i potrebe. Zbog toga se tržišta segmentiraju. U fokusu procesa pozicioniranja je istovremena analiza potrošača i konkurencije.

Segmentacija tržišta podrazumijeva marketinšku strategiju dijeljenja tržišta na segmente (grupe) koje karakterišu kupci sličnih želja, potreba i interesa, te se poslovna strategija preduzeća usmjerava ka toj grupi. Preduzeće treba prvo identifikovati ciljnu grupu i onda odrediti taktiku ili strategiju nastupa na segmentiranom tržištu. Na osnovu potreba pojedinih tržišnih segmenata razvijaju se strategije pristupa tržištu. Naime, može se razviti diferencirani ili nediferencirani pristup. Kod diferenciranog marketinga nastupa se na više tržišnih segmenata sa diferenciranom ponudom proizvoda, dok nediferencirani pristup uključuje specifične proizvode ili proizvodne linije u zavisnosti od specifičnosti potražnje i karakteristika ciljnog segmenta tržišta. Na taj način stvara se mogućnost da se ponudi proizvod koji će u većoj mjeri odgovoriti potrebama kupaca. Ipak, ne postoji kompanija ili proizvod koji može u potpunosti zadovoljiti potrebe kupaca ma koliko dobar proizvod nudila, kao što ne postoji način da zadovoljite potrebe svih kupaca i da osvojite 100 % određenog tržišta. Cilj segmentiranja tržišta jeste da se u što većem stepenu zadovolje potrebe i želje kupaca, a samim tim da se poveća prodaja i tržišno učešće.

Preduzeća koja se opredijele za diferenciranu strategiju marketinga ostvaruju prednosti poput: većeg stepena zaštite u odnosu na konkurente zbog lojalnosti potrošača prema marki preduzeća, veće stope dobiti zbog mogućnosti zaračunavanja viših cijena od konkurentskih cijena, stvaraju se barijere za ulazak konkurenata, lojalnost kupaca

omogućava bolju odbranu u borbi od supstituta... Grant smatra da je ključ uspjeha diferenciranja u:¹¹¹

- razumijevanju potreba i preferencija potrošača,
- privrženosti preduzeća svojim potrošačima,
- poznavanju strategija i sposobnosti preduzeća i
- inoviranju.

Slika 8: Strategija segmentacije tržišta



Strategija diferenciranog marketinga za razliku od nediferenciranog podrazumijeva opredelenje organizacije da pripremi poseban marketing miks za nastupanje na više tržišnih segmenata. Primjena ove strategije doprinosi povećanju ukupnog obima prodaje.

Da bi se uspješno poslovalo odnosno prodavalo potrebno je dobro poznavati: proizvod, tržište, kupce i konkurenciju. Preduzeća koriste

¹¹¹ M. Milisavljević (2007): *Savremeni strategijski menadžment*, Megatrend univerzitet, Beograd, str.239.

različite načine za diferenciranje na tržištu.¹¹² Porter sugerira, da preduzeća treba u stvaranju osnove za diferenciranje i odabiru strategije diferenciranja, da pristupaju kroz etape i to:

- 1) ustanoviti ko su stvarni kupci
- 2) identifikovati lanac vrijednosti za potrošača i uticaj preduzeća (direktni ili indirektni) na taj lanac
- 3) sagledati kako kupci rangiraju svoju kupovinu (njihove kriterijume)
- 4) procijeniti postojeće i potencijalne izvore jedinstvenosti u lancu vrijednosti preduzeća
- 5) identifikovati troškove postojećih i potencijalnih izvora diferenciranja
- 6) odabrati konfiguraciju aktivnosti vrijednosti koje kreiraju najvrednije diferenciranje za kupce relativno prema troškovima diferenciranja
- 7) potrebno je testirati odabranu strategiju sa aspekta održivosti konkurentske prednosti
- 8) smanjiti troškove onih aktivnosti koje ne utiču na formu diferenciranja

Dakle, uspješna segmentacija rezultat je potpunog razumijevanja tržišta i za nju je potrebno vrijeme. Segmentiranjem se stvara profil potencijalnih kupaca, od preliminarnog nagađanja do potpunog definisanja: ko kupuje, šta, gdje, kada, kako, zašto, ali definišu se i nezadovoljene potrebe na tržištu i trendovi. Segmentacija tržišta se vrši na osnovu slijedećih karakteristika:

- geografskih (grad, region, država)
- demografskih (pol, životna dob, rasa, kultura, dohodak)

¹¹² Tako, u automobilske industriji, *Mercedes, Porsche i Jaguar* se posmatraju kao proizvodi veoma visoke vrijednosti, a njihovi proizvođači slijede strategiju diferenciranja. Dok recimo, *Toyota, Volkswagen ili Ford*, se posmatraju kao preduzeća koja konkurentske prednost stiču sa niskim troškovima i cijenama. Ipak, *Lexus Toyota* se izdvaja pokazujući mogućnost integrisanja strategijskih opcija odnosno kombinuje visoko percipiranu vrijednost putem diferenciranja sa strategijom niskih troškova.

- psihografskih (životni stil, vrijednosti, lične aspiracije)
- bihevioralnih (potrebe i želje, uloge u procesu kupovine, prema stepenu lojalnosti, prema količini upotrebe proizvoda, stavu prema proizvodu)

Primjer – sredstva za pranje posuđa

Svako domaćinstvo ima potrebu za sredstvom za pranje posuđa što upućuje da cjelokupno tržište može biti potencijalno tržište, jer je osnovna potreba tržišta higijena posuđa. Ipak, primijećeni su određeni segmenti (kupci) na osnovu karakteristika proizvoda i značaja koji su pripisivali proizvodu: **efikasnost** (65% tržišta), **čuva kožu ruku** (16%), **doživljaj ili miris** (14%) i **ekološki** (5%).

Proizvod je cjenovno visoko pozicioniran, te se daljom segmentacijom (“segmenta žene”) prema prihodima saznaje da: niska primanja 40%, srednja 15% i visoke prihode ima 5% žena.

Segmentacija je dalje zbog cijene proizvoda usmjerena prema onima sa visokim prihodima i prema životnoj fazi, što je pokazalo da 50% ovog segmenta ima porodicu, a 50% nema.

Porodične žene su češće tokom godine kupovale proizvod. Stavovi i vrijednosti su slični, kao i upotreba proizvoda u obje grupe. Po pitanju lojalnosti porodične žene iskazuju veću lojalnost. Objе grupe imaju pozitivan stav ka novom proizvodu, iako nijedna nije čula za njega prije.

Proizvod se rutinski kupuje u maloprodajnim objektima.

Brojčano iskazano za segment **efikasnost**, ako tržište ima na primjer 1000 kupaca to znači 5% celog tržišta ili 50 kupaca, odnosno 7,7% segmenta „efikasnost“ (žene visokih primanja).

Segment **čuva kožu ruku** i **ekološki** preduzeće je odbacilo zato što to ne odgovara karakteristikama proizvoda i nije u skladu sa strateškim planovima preduzeća.

Kupci u segmentu **doživljaj ili miris** su na drugo mjesto po značaju potreba stavili efikasnost proizvoda, a 50% njih ima visoke prihode. Preduzeće je donelo odluku da bi investicije u intenzivne mirise za svoj

već postojaći proizvod bile opravdane i da bi tako zadovoljile i tu potrebu na tržištu.

Brojčano iskazano u segmentu *doživljaj ili miris* ako tržište ima na primjer 1000 kupaca, potencijalno tržište ovog segmenta je 7% čitavog tržišta ili 70 kupaca, odnosno 50% segmenta „doživljaj“ (žene visokih prihoda).



<https://www.linkedin.com/pulse/segmentacija-tr%C5%BEi%C5%A1ta-masovne-potro%C5%A1nje-ili-ko-je-svima-veljkovic>

Dakle, spajanjem dva podsegmenta sa istim ili vrlo sličnim potrebama, ciljano tržište preduzeća je 12% ukupnog tržišta ili 120 kupaca (50 kupaca segmenta efikasnost + 70 kupaca segmenta doživljaj ili miris).

Svako tržište-segment ima određene uslove koji trebaju da se ispune da bi se postigao uspeh. Preduzeće treba da uđe samo u one segmente-ciljna tržišta na kojima može steći prednost nad konkurencijom.

Pojedina preduzeća uopšte ne segmentiraju tržište (masovni marketing ili nediferencirani marketing). Kod masovnog pristupa tržištu pretpostavka je da postoje male razlike u segmentima ili postoji proizvod za koji smatra da prevazilazi razlike u segmentima. Oslonac je na kvalitetu proizvoda, masovnoj distribuciji i masovnom oglašavanju¹¹³. Takvim pristupom smanjuju troškove kroz usku liniju proizvoda, koji smanjuju troškove proizvodnje, zaliha, transporta, prodaje i promocije.

¹¹³ Oglašavanje se često oslanja na karakteristike proizvoda.

Problemi nastaju kada konkurencija počne da segmentira tržište, pozicionira se i tako uzima dijelove tržišta. Masovni marketing, sem nekih izuzetaka, za većinu preduzeća nije moguć.

Osim diferenciranog i nediferenciranog, postoji mogućnost i koncentrisanog marketinga ili *niša*. Marketing niše znači da se preduzeće fokusira na podsegment ili više njih (niše) i da tamo ima veliki udio na tržištu, umjesto da ima mali udio na velikom tržištu. Ovakav pristup ima više opasnosti od prosječnih (na primjer ekonomska kriza za luksuzne proizvode, modni trendovi).

Iako ima različitih alternativnih pristupa, najčešće preduzeća primjenjuju segmentirani marketing (diferencirani marketing) i svoje snage usmjeravaju na jedan ili više segmenata na tržištu. Kreiranje brenda je baza uspješnog i trajnijeg pozicioniranja na tržištu, ali i boljeg zadovoljavanja potreba potrošača a time i veće zarade.

Nakon identifikovanja novih mogućnosti (proizvoda i tržišta) i segmentacije tržišta, sledeća faza je pozicioniranje proizvoda na ciljnom tržištu i razvoj i primjena odgovarajućeg marketing miksa.

6.3.3. Upravljanje marketingom u spoljnotrgovinskom poslovanju

Savremeno međunarodno tržište karakteriše veoma oštra, neizbežna, pa i nelojalna, konkurencija. Veliki broj istovrsnih proizvoda ili njihovih supstituta, različitog kvaliteta i cijene, nude se na međunarodnom tržištu, te se prodaja mora stalno usavršavati u tehničkom, organizacionom, personalnom i svakom drugom vidu. Kupce treba kontinuirano informisati o proizvodima koji zadovoljavaju njihove potrebe ili stvaraju nove.

Pri kreiranju izvozne strategije spoljnotrgovinska preduzeća treba da razvijaju aktivnosti koje će uticati na stvaranje i održavanje potražnje njihove ponude. Za predviđanja budućih kretanja prodavci moraju biti aktivni u marketingu, istraživanju tržišta, prognozama i promociji. Penetracija Interneta i brojne informacije sa Web-a omogućila je prodavcima otkrivanje novih kupaca, praćenje trendova na tržištu, praćenje aktivnosti konkurenata, predviđanje budućih kretanja i sl.

Bez ponude i tražnje tržište ne postoji. Kao ekonomski proces marketing povezuje proizvodnju sa potrošnjom, na način koji ponuđačima (proizvođačima) omogućuje prodaju proizvoda, a potrošačima (kupcima) zadovoljenje potreba putem tržišta.

Savremeni koncept marketinga zahtijeva sinhronizaciju i koordinaciju poslovnih aktivnosti preduzeća. Holistički ili društveno odgovoran marketing je najnovija koncepcija, marketing XXI vijeka,¹¹⁴ koji obuhvata: menadžment dobrih odnosa sa kupcima (CRM), društveno odgovoran marketing, interni marketing i integrisani marketing. Po pravilu, proces upravljanja marketingom podrazumijeva identifikovanje tržišnih mogućnosti, njihovu usklađenost sa preduzećem i stvaranje programa akcija da se iskoristi distinktivna kompetetnost, radi stvaranja relativno trajne konkurentne prednosti na tržištu.¹¹⁵

Upravljanje marketing aktivnostima je stalni proces koji obuhvata sljedeće faze:

- planiranje,
- organizovanje i
- kontrolu marketinških aktivnosti.

Plan marketinških aktivnosti treba da bude osnova za donošenje svih drugih planova, pa i planova proizvodnje i finansija. Svi planovi u preduzeću imaju u sebi jedinstven cilj, a to je zadovoljenje potreba potrošača uz ostvarivanje dobiti. Marketinškim planom definišu se odgovori na pitanja: ko, što, gdje, kada i kako da radi u određenom vremenu. U ovoj fazi se donose odluke o ciljevima, politikama, strategijama, planovima i programima marketinških aktivnosti. Izrada plana marketing aktivnosti je složen proces. Temelji uspješnog planiranja su u istraživanju tržišta i njegovim rezultatima. Svrha mu je smanjenje rizika i neizvjesnosti u poslovanju.

Službu marketinga treba uklopiti u ukupnu organizacionu shemu preduzeća čineći je efikasnijom u ostvarivanju ciljeva i zadataka

¹¹⁴M. Unković, B. Stakić (2011): *Spoljnotrgovinsko i devizno poslovanje*, drugo izmenjeno izdanje, Univerzitet Singidunum, Beograd, str.87.

¹¹⁵ N. Nićin (2012): *Marketing*, Evropski univerzitet Brčko distrikt, Brčko str.47.

preduzeća (planova, strategija, programa). Ljudski resursi su ključ uspjeha ukupnog procesa marketinga.

Kontrola, kao zadnja faza procesa upravljanja marketingom, treba da bitno utiče na preispitivanje adekvatnosti postojeće organizacije i inspiriše menadžment na njegovo usavršavanje i prilagođavanje. Viši nivo organizovanosti marketinga može doprinijeti objektivnijoj, učestalijoj i stručnijoj kontroli, posebno u odnosu na planirane i postavljene zadatke preduzeća i aktelne zakonske propise (kako u sopstvenoj državi tako i na tržištu druge države).

Da bi se ostvarili pozitivni rezultati poslovanja na međunarodnom tržištu (kratkoročni ili dugoročni) neophodno je planirati aktivnosti spoljnotrgovinskog preduzeća na području: proizvodnje, distribucije formiranja cijena i ekonomske propagande.¹¹⁶ Menadžment ima svoju svrhu i ulogu da preduzećem efikasno upravlja i realizuje postavljene ciljeve i zadatke preduzeća, a time da poveća njegov profit.

Dans se promjene okruženja dešavaju vrlo brzo. Promjene ubrzano mijenjaju svjetsku privredu u cjelini, a time i pojedine nacionalne privrede i pojedinačna preduzeća, pa je neophodno znati: koliki i kakav je uticaj marketinga i istraživanja na nove i savremene strategije razvoja.

Menadžment preduzeća prilikom donošenja razvojnih strategijskih odluka, treba da raspolaže sa velikim brojem ključnih informacija, sa ciljem da one budu što određenije i primjenjivije. Raspolaganje informacijama odnosno čitavom bazom podataka, koji se do detalja aliziraju, čine osnov za donošenje marketinških odluka. Te odluke ujedno čine kritičnu tačku u procesu konačnog formulisanja razvojnih strategija.

Način organizovanja marketing sektora i uopšte marketinga može uticati na uspjeh strategije koja se primjenjuje. Primjena marketinga podrazumijeva izbor ciljnog tržišta, sprovođenje modela segmentacije i primjenu modela marketing miksa (4P- kvalitetan i diferenciran proizvod, cijena, kanali distribucije, promocija i pozicioniranje i očuvanje imidža).

Menadžment proizvoda ili brenda je orijentir ka boljem zadovoljavanju potreba kupaca/potrošača kojim se vlasniku brenda ili

¹¹⁶ S. Acin Sigulinski (2002): *Menadžment u međunarodnoj trgovini*, Pigmalion, Novi Sad, str. 301.

brendiranih proizvoda stvara veću zarada. Kotler i Keller marketing smatraju umetnošću i naukom izbora ciljnih tržišta i sposobnošću pridobijanja, zadržavanja i povećanja broja kupaca putem stvaranja, isporuke i komuniciranja superiorne vrijednosti za kupce.¹¹⁷ Proces upravljanja brendom u cilju njegovog strateškog pozicioniranja uključuje dizajn, praktičnu primjenu programa i aktivnosti za izgradnju brenda, zatim implementaciju i na kraju rezultat – efekti sprovođenja marketinških aktivnosti primjenom marketinških metrika¹¹⁸ ili mjerenja rezultata.

Posljednjih godina, poslovanje putem interneta postaje sve više uobičajena stvar, iako na našim prostorima vlada određena doza skepticizma u tom pogledu. Elektronska trgovina je sve prisutnija na globalnom tržištu. Sa aspekta spoljnotrgovinskih preduzeća i pojedinaca e-trgovina je alternativa za efikasnije, produktivnije i profitabilnije obavljanje poslovanja.

Tradicionalni oblik poslovanja zasnovan je na unaprijed definisanim i opšte prihvaćenim pravilima između učesnika u poslovanju, dok e-poslovanje zahtijeva promjenu i preoblikovanje postojećih procesa i prihvatanje pravila novog vida poslovanja. E-poslovanje/trgovina se oslanja na tradicionalano, ali stvara i nove mogućnosti za komercijalizaciju, a uz to se i vrlo brzo mijenja.

Samom činjenicom, razvoja informaciono-komunikacionih tehnologija i društva u cjelini, mijenjaju se i kupci, i njihove navike i očekivanja. Promjene u njihovim preferencijama i ponašanju upućuju na potrebu konstantne analize tržišta i da kompanije moraju prilagoditi svoje strategije. Osim toga, na tržištu se nude savim nove vrste roba i usluga. Svijet oko nas se mijenja, standardi i pravila igre u poslovnom svijetu, da sve bude dostupno, brzo i lako putem on-line kupovine, tako se i stavovi, želje i potrebe korisnika mijenjaju.

Nekada je preduslov uspješnog poslovanja preduzeća bio posjedovanje specifičnih resursa, dok je danas preduslov za uspjeh u

¹¹⁷ Kotler, P. & Keller K. L.(2008): *Marketing menadžment*, Data Status, str.6.

¹¹⁸ Sistem marketinških metrika zahtijeva holistički pristup odnosno da da jasne informacije (smjernice) menadžerima o prioritetima unutar organizacije i vrednovanju brenda od strane korisnika, sa jedne strane, i informacije o osnovnim parametrima poslovanja, sa druge strane.

sposobnostima kreiranja kvalitetnih marketinških instrumenata, načina komunikacije sa ciljnim grupama i širom javnosti i željenog tržišnog pozicioniranja određenog brenda.¹¹⁹

6.3.4. Marketing miks

Marketing miks može se definisati kao skup akcija koje jedna kompanija sprovodi kako bi promovisala svoj proizvod ili proizvode. Neophodan je usvakom poslu i direktno se odražava na poslovni uspjeh.

Zamislite da ste kreirali odličan proizvod ili pak najbolji i čekate kupce. Proizvod može biti kvalitetan i koristan, ali se neće prodati sam od sebe. Ipak ćete vi potražiti kupce, a to nije nimalo jednostavan posao. Kreirani proizvod ima svoju cijenu koju ste formirali na bazi uloženog. Ako visina cijene nije prihvaćena doći ćete u situaciju da proizvod prodajete ispod njegove vrijednosti što ne može pokriti ulaganja, a vi ste na gubitku. Proizvod treba biti dostupan i poznat onima koji treba da ga kupe. Iz ovoga se može zaključiti da svaki element marketing miksa: proizvod, cijena, distribucija i promocija zaslužuju pažnju i podjednak tretman koji šanse za uspjeh čine izglednijim.

Uobičajeno se uzimaju ova četiri elementa marketing miksa poznatija kao *Model 4P*. U novije vrijeme dodata su još tri elementa marketing miksa tzv. *Model 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence)*¹²⁰.

Devedesetih godina prošlog vijeka, Lauterborn¹²¹ je predložio svoja 4C (*Customer Solution, Customer Cost, Convenience, Communication*), umjesto Kotlerva 4P, a to su: rješenje za kupca (želje i

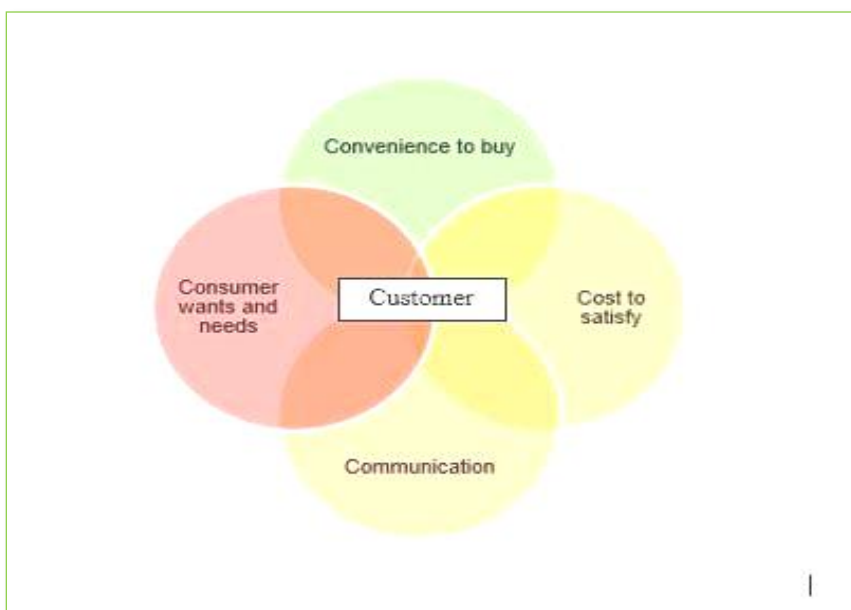
¹¹⁹ Reide, M. & Monash, M. (2015): *Integrated Marketing Communication Capability and Brand Performanse*, Journal of Advertising, 44 (1), p 37-44, DOI: 10.1080/00913367.2014.934998

¹²⁰ Model 7P – Proizvod, Cijena, Mjesto (distribucija), Promocija, Ljudi, Proces (postupak), Fizički dokaz. Noviji koncept podrazumijeva: da ljude treba osposobiti kako da komuniciraju sa kupcima, a i uspjeh ili ugled proizvoda je u njihovim rukama; proces se odnosi na protok aktivnosti koje se odvijaju u interakciji između proizvođača i njegovih kupaca; dok je fizički dokaz kao noviji element važan u domenu pružanja usluga (s obzirom da je usluga nematerijalna postoji određeni rizik, te se on može smanjiti davanjem fizičkog dokaza za izvršenu uslugu i time dodatno uliti povjerenje).

¹²¹ Lauterborn, B.(1990): *New Marketing Litany, 4Ps Passe;4C-Words Take Oover*, Journal: Advertising Age, Vol.41., pp 26.

potrebe potrošača¹²² – u skladu sa Proizvodom u marketing miksu), trošak za kupca (trošak koji treba zadovoljiti – odgovara cijeni), pogodnost za kupca (pogodnost za kupovinu i – odgovara mjestu) komunikacija sa kupcem (ekvivalentna promociji). Lauterborn je na promociju gledao kao na manipulativnu i opisao je kao jednosmjerni sistem s komunikacijama iniciranim od kompanije do potrošača. Njegov stav o komunikaciji je bio da se radi o dijalogu, dvosmjernom razgovoru između kompanije i kupca. Primjenjujući ovo u današnje digitalno doba, možemo vidjeti kako klijenti kreiraju komunikaciju putem sadržaja generisanog od strane korisnika, tako da možda možemo reći da su Lauterbornovi komentari bili rani uvid u promjenjivu prirodu komunikacije s klijentima. Zajedno ovi modeli veoma su primjenjivi u praksi, kao integrisani marketing.

Slika 9: Model 4C ili Vennov dijagram sa kupcem



Izvor:<https://www-smartinsights-com.translate.google/marketing-planing/marketing-models/4cs-marketing-model/>

¹²² Dobar primjer tome bi bila *Nokia*, koja proizvodi mnogo proizvoda, ali ne uspijeva da zadovolji potrebe i želje potrošača.

Poznavanje kompletne situacije na tržištu, vizija, sposobnost strateškog razmišljanja i kreativnost su preduslovi za odvijanje razmjene na tržištu. Pozicioniranje je postupak kreiranja proizvoda kompanije i marketing miksa tako da proizvod zauzme određeno mjesto u svijesti potrošača.¹²³ Tržište je mjesto na kojem se sučeljava ponuda sa tražnjom odnosno proizvođači i potrošači. Ponuda je uspješna ukoliko ima vrijednost za kupca. Segmentacija ili dijejeljenje tržišta na manje cjeline se najčešće praktikuje, zbog veće efikasnosti prodaje. Penetracija tržišta može da doprinese:

- povećanju prodaje postojećeg proizvoda na postojećem/im tržištu/tržištima;
- razvoju tržišta, uvođenjem postojećih proizvoda na nova tržišta;
- razvoju proizvoda, uvođenjem potpuno novih proizvoda na sadašnja (postojeća) ili nova tržišta.

Ekonomska propaganada je jedan od oblika komuniciranja sa ino-tržištem. Na taj način izvoznik upoznaje i informiše potencijalne kupce (potrošače) o svojoj ponudi, ali i stimuliše njihovu potražnju i motiviše ih na kupovinu. Ekonomska propaganda jeste poslovna djelatnost kojom se informiše i utiče na kupca korišćenjem posebnih (masovnih) sredstava komunikacije. Od reklame se razlikuje po tome što se zasniva na rezultatima posebnog istraživanja i posebni je dio tržišnog komuniciranja.¹²⁴

Nastup na ino-tržiše predpostavlja njegovo detaljno upoznavanje, razumijevanje društveno-ekonomskih, socijalnih, političkih, kulturnih i dr. karakteristika i medija, kao i mogućnosti (troškove) njihovog korištenja. Naravno da se u obzir uzimaju karakteristike proizvoda ili usluga koje se promovišu i ciljevi koje želi da dostigne spoljnotrgovinsko preduzeće. Prihvaćeni zadatak propagandnih aktivnosti, za većinu tržišta, jeste komuniciranje s tržištem i motivisanje potrošača na kupovinu.

¹²³ Kotler, P. (1996): *Upravljanje marketingom*, knjiga I, Informator, Zagreb, str.276.

¹²⁴ D. Vežjak (1989): *Međunarodni marketing*, Savremena administracija, Beograd, str.290.

Ekonomska propaganda se razlikuje od ostalih instrumenata promocijskog miksa¹²⁵ jer se oslanja na angažovanje i saradnju sa drugim faktorima uključenim u komunikacioni proces. Za komuniciranje s pojedincima, grupama i organizacijama možemo koristiti nekoliko tipova komunikacionih metoda. Kada organizacija kombinuje pojedine sastavne elemente za promociju određenog proizvoda, ta kombinacija tvori komunikacijski miks za taj proizvod.¹²⁶ Promotivni miks ili marketing komunikacijski miks je kombinacija komunikacijskih aktivnosti koje kompanija koristi kako bi uspješnije saopštila svoju poruku ciljnom auditorijumu. Mnogi faktori imaju uticaja na to koje će promocijske alate marketinški stručnjak odabrati.¹²⁷

Dakle, sve promotivne aktivnosti treba da budu integrisane i konzistentne. Optimalna kombinacija oblika i metoda promocijske ima zadatak da realizuje postavljene marketing ciljeve.

Sve češće možemo čuti izraz Integrisane Marketing Komunikacije (IMK) uz promotivni miks. To ne treba da iznenađuje jer su povezani marketing konceptom. Imaju zajednički zadatak da pomognu poslovnim organizacijama u interakciji sa kupcima. Ključna razlika između IMK i promotivnog miksa je što se IMK odnosi na prenošenje poruke brenda radi stvaranja pozitivnog i snažnog utiska o kupcima, dok se promotivni miks odnosi na spoj marketinških elemenata za promociju poslovanja. Odnosno, prenošenje robne poruke ciljanoj publici kako bi namamio kupce na kupovinu, dok se promotivni miks odnosi na integraciju oglašavanja, ličnu prodaju, promociju prodaje, odnose s javnošću i direktni marketing s ciljem da kupce podstakne na kupovinu. Nadalje, IMK ne uključuje prodaju, dok promotivni miks može uključivati prodaju putem promocijske prodaje.

¹²⁵ Promotivni miks podrazumijeva oglašavanje, direktni marketing, unapređenje prodaje, ličnu prodaju i odnose s javnošću. U novije vrijeme, neki autori izdvajaju još i internet marketing i publicitet. Promotivni miks se smatra dijelom marketing miksa i označava se kao "promocijska".

¹²⁶ Dibb S. et.al (1991): *Marketing*, Evropsko izdanje, Mate, Zagreb, str. 410.

¹²⁷ Kotler P., et.al (2007): *Principi marketinga*, IV izdanje, Mate, Beograd, str. 741.

Pakovanje, ambalaža, dizajn, boja, ime proizvoda i sl. mogu imati značajnu ulogu na samu prodaju i animiranje potrošača na njegovu kupovinu (npr. ambalaža koja se može koristiti u domaćinstvu)

Odnosi s javnošću (*Public Relations – PR*) su oblik komuniciranja preduzeća, korporacija, institucija, pojedinaca, pomoću kojeg se gradi pozitivna slika. Odvija se u tri smjera: korigovanje pogrešne slike (impresije) u javnosti o preduzeću; održavanje pozitivnog utiska javnosti o preduzeću i pojašnjavanje uloge preduzeća i njegovih ciljeva. PR se ostvaruju ličnim kontaktima, publicitetom¹²⁸ i institucionalnom reklamom. To je specifična funkcija upravljanja koja:¹²⁹

- pomaže da se uspostavi i održi međusobno komuniciranje, razumijevanje, povjerenje i saradnja između organizacije i njenih ciljnih grupa;
- pomaže rukovodstvu da prati javno mnjenje i da plasiranjem saopštenja informiše javnost;
- pomaže menadžerima da prate promjene u okruženju (uočavanje trendova u okruženju) i nađu put do svakog tržišta.

Mediji su danas veoma brzi i efikasni. Internacionalizacija finansijskih tržišta i globalni procesi zahtijevaju i globalne odnose sa javnošću. PR u inostranstvu treba da: identifikuje interese preduzeća sa interesima zemlje domaćina, da ostvari dobre veze sa vladom i njenim institucijama i drugim organizacijama koje su od značaja, da stvori imidž preduzeću (predstavi preduzeće u najboljem svjetlu) i da drugim oblicima aktivnosti doprinese poslovnoj saradnji na ino-tržištu (državni prijemi, privredne manifestacije, konferencije za štampu i sl.).

Komunikacija u marketingu je oduvijek postojala. Njegova svrha je da privuče pažnju potrošača i ohrabri ga donese odluku o kupovini. *Off line* odnosno tradicionalni marketing putem raznih konvencionalnih

¹²⁸ Publicitet je veoma interesantan oblik promocije za mnoge organizacije zato što kompanija- sponzor ne plaća za to, iako će aktivnosti vezane za publicitet stvoriti troškove izrade komunikacijskih sredstava i troškove osoblja koje radi na poslovima publiciteta. (Više: B. Tihi, M. Čičić, N. Brkić (2006): *Marketing*, III izmijenjeno i dopunjeno izdanje, Ekonomsk fakultet u Sarajevu, Sarajevo, str. 447-453.)

¹²⁹ Prema Acin Sigulinski S. (1993): *Menadžment u međunarodnoj trgovini*, Pigmalion, Novi Sad, str. 270-271.

kanala, kao što su: TV, radio, štampani oglasi, bilbordi, plakati, promocija, sajmovi... dopire do ciljane publike. Tako recimo promotivna brošura, iako izgleda kao staromodna strategija, ima vrlo dobar efekat.

Direktna komunikacija i lični pristup kupcu predstavljaju posebnu vrijednost koju ne treba zanemariti. *On line* marketing ima neospornih prednosti koje se odnose na ekonomičnost, mjerljivost rezultata i ciljanje publike (prema lokaciji, polu, visini prihoda, zanimanju, starosnoj dobi), što dodatno povećava efikasnost i isplativost marketinga.

Nedoumice oko *on line* i *off line* marketinga i njihova međusobna isključivost ne stoje. Njihova integracija odnosno kombinacija omogućuje stalnu prisutnost i sigurno mjesto u svijesti potrošača, jer nije jednostavno ni lako uvjeriti ljude da troše svoje dragocjeno vrijeme i novac, ali na taj način veliki broj ljudi će znati za vas, te je veća vjerovatnoća da posluju sa vama. Može se reći da zajedno predstavljaju marketing miks koji preduzeću pruža najbolju prezentaciju na tržištu.

POGLAVLJE 7

MENADŽMENT KVALITETA I STANDARDI U SPOLJNOTRGOVINSKOM I DEVIZNOM POSLOVANJU

PREGLED POGLAVLJA

MENADŽMENT KVALITETA I STANDARDI U SPOLJNOTRGOVINSKOM I DEVIZNOM POSLOVANJU

- Definisiranje kvaliteta
- ISO kvalitet
- Menadžment kvaliteta
- Standardi Evropske unije
- Regulisanje standarda u BiH
- Uslovi isporuke
- Carinska konverzija

CILJEVI UČENJA

- Navedite kriterijume za definisanje kvaliteta
- Kakva je uloga i značaj ISO kvaliteta
- Objasnite novi koncept kvaliteta (TQM)
- Šta predstavlja Demingov krug
- Navedite evropske karakteristike kvaliteta (“stari” i “novi” pristup)
- Navedite kako su regulisani standardi u BiH
- Objasnite ugovorne klauzule (uslove isporuke)
- Objasnite ATA karnet

7. MENADŽMENT KVALITETA I STANDARDI U SPOLJNOTRGOVINSKOM I DEVIZNOM POSLOVANJU

Menadžment kvaliteta je sistem odnosno način na koji preduzeće utvrđuje svoj pravac djelovanja i upravlja poslovne aktivnosti koje vezane za kvalitet. To je deo sistema menadžmenta preduzeća koji se fokusira na ostvarivanje rezultata u vezi sa ciljevima kvaliteta, koji se stara o tome da se na odgovarajući način zadovolje potrebe, očekivanja i zahtjevi korisnika.¹³⁰ Njegove komponente su organizaciona struktura, zajedno sa planiranjem, procesima, resursima i dokumentacijom, koji se koriste za postizanje ciljeva kvaliteta, poboljšanja proizvoda i zadovoljavanja zahtjeva korisnika.

Ciljevi kvaliteta upotpunjavaju ciljeve preduzeća, kao što su oni koji se odnose na rast, finansije, profitabilnost, ljudske resurse, rizik, životnu sredinu, zdravlje i bezbjednost na radu i društvenu odgovornost. Da bi se ostvarili navedeni ciljevi, različiti dijelovi sistema menadžmenta preduzeća mogu se integrisati sa sistemom menadžmenta kvaliteta, u jedinstven sistem menadžmenta, uz korišćenje zajedničkih elemenata. Na taj način moguće je olakšati planiranje, raspoređivanje resursa, definisanje komplementarnih ciljeva i ocjenjivanje ukupne efektivnosti preduzeća. Odnosi se na menadžment preduzeća, bez obzira na njegovu veličinu, i na sve aspekte menadžmenta (marketing, prodaju, finansije). O obimu primjene ovih sistema i načinima njihove integracije odlučuje preduzeće.

Standarde za sisteme menadžmenta kvaliteta ne treba poistovjećivati sa standardima za proizvode, jer je riječ o konceptu sistema menadžmenta kvaliteta i konceptu kvaliteta proizvoda. Kvalitet se odnosi na svojstva i karakteristike proizvoda ili usluge, a kako i na koji način se utvrđuju, postižu, provjeravaju, odgovor je standardizacijom. Kvalitet sistema menadžmenta kvaliteta je sistem koji predstavlja sredstvo za preduzimanje sistemskog pristupa u postavljanju i realizaciji poslovnih ciljeva.

¹³⁰ Prema J.Filipović, M.Đurić (2010): *Sistem menadžmenta kvaliteta*, FON, Beograd

7.1. Definisanje kvaliteta

Riječ kvalitet može se upotrijebiti na više načina. Sam naziv potiče od latinske riječi *qualitas* i označava svojstvo, kvalitet, sposobnost, osobinu, vrijednost. Sa aspekta proizvođača, kvalitetan proizvod podrazumijeva kreiranje i njegovu izradu, dok je za potrošača važna njegova upotrebna vrijednost ili korisnost, kao i cijena. Kvalitet je riječ koju često koristimo u svakodnevnom govoru koja nas asocira na nešto što je *dobro* ili kada želimo da naglasimo da je nešto dobro kažemo da je *kvalitetno*, u suprotnom *nekvalitetno* odražava nešto što je *loše*. Poimanje *dobrog* i *lošeg* je stvar individualnog shvatanja i mjeri se stepenom ispunjenosti očekivanja potrošača.¹³¹

Percepcija je način na koji potrošači kreiraju sopstvenu sliku na bazi informacija putem svojih čula o pojavama iz okruženja. U tom procesu važni elementi su selektivno percipiranje i perceptivna distorzija.¹³² Poznati i jedan od vodećih zagovornika kvaliteta, krajem 70-ih godina prošlog vijeka, Phillip Crosby¹³³, definisao je kvalitet kao *usklađenost sa zahtjevima*. Takođe, Crosby smatra da je mnogo jeftinije kreirati odmah visoko kvalitetan proizvod ili uslugu nego da se kasnije ulažu napor na korigovanju nekvalitetnog rješenja. Kvalitetu se može pristupiti i na drugačiji način od prethodnog, odnosno, definisati i kao *prikladno za upotrebu ili svrsishodnost*¹³⁴. Ovakav koncept definisanja kvaliteta je univerzalan jer se može primijeniti i na proizvode i na usluge.

¹³¹ L.Vučićević, A. Bulatović (2022): *Značaj kvaliteta i bezbednosti hrane*, Zbornik radova „Sigurnost i kvalitet hrane“ X međunarodni naučni skup, Evropski univerzitet Brčko distrikt, Brčko, str. 146.

¹³² Tihi, B. Čičić, M., Brkić, N. (2006): *Marketing*, Ekonomski fakultetu Sarajevu, str. 167.

¹³³ Crosby, P. B. (1979): *Quality is Free-The Art of Making Quality Certain*, New York, McGraw Hill

¹³⁴ Josep M. Juran, amerikanac rumunskog porijekla, je zagovornik ovog koncepta kvaliteta koji je doprineo razvoju kvaliteta, te se smatra guruom kvaliteta i najzaslužnijom osobom. On je bio 50-ih godina prošlog vijeka jedan od menadžment teoretičara koji su radili u Japanu, Njegova definicija glasi: "Osnovna pretpostavka ovih proizvoda je da zadovoljavaju potrebe onih članova društva koji će ih stvarno koristiti. Ovaj koncept prikladnosti za upotrebu je univerzalan. Primjenjiv je za sve robe i usluge, bez izuzetka. Popularni termin za prikladnost za upotrebu je Kvalitet, i naša osnovna

Dakle, karakteristike kvaliteta su proizvodne i upotrebne. Za proizvođača se mjeri uspjehom određenog proizvoda na tržištu, a za potrošača da zadovolji njegovu potrebu (korisnost). Moglo bi se reći i da je kvalitet ono što tržište traži.

U vremenu izrazite konkurencije na svjetskom tržištu i dinamičnih promjena, riječ kvalitet nema isto značenje kao nekada, već se češće nameće intenzivnom propagandom na tržištu odnosno agresivnim marketingom i razvijanjem i uvođenjem standarda. Globalni procesi proizvodnje i razmjene usloveli su potrebu za redefinisanjem mjesta i uloge ekonomskog angažovanja i načina obavljanja poslovnih procesa tj. poslovanja. Konkurencija se odigrava na svim poljima: na polju inovacija ponude proizvoda, skraćivanju perioda razvoja proizvoda i stvaranja novih vrijednosti, kraćim životnim vijekom proizvoda, agresivnoj konkurentnosti u pogledu kvaliteta, cijene i diferencijacije proizvodnje.¹³⁵

Kvalitet ima široku lepezu faktora koji koji imaju pozitivno ili negativno dejstvo na upotrebnu vrijednost proizvoda. Kriterijumi za definisanje kvaliteta mogu se formulirati i svrstati u sljedeće:

- kriterijumi bazirani na proizvodu ili usluzi (karakteristikama),
- kriterijumi bazirani na zahtjevima (željama) korisnika,
- kriterijumi na bazi vrijednosti (upotrebljivost + cijena = zadovoljan potrošač),
- subjektivni kriterijumi¹³⁶ i
- proizvodni (uslužni) kriterijumi.

definicija postaje: kvalitet podrazumjeva prikladnost za upotrebu (*fitness for use*)."
(<https://www.agile.ba/ba/tekstovi/109-sta-je-kvalitet>).

¹³⁵ L.Vučićević, A. Bulatović (2022): *Značaj kvaliteta i bezbednosti hrane*, Zbornik radova „Sigurnost i kvalitet hrane“ X međunarodni naučni skup, Evropski univerzitet Brčko distrikt, Brčko, str. 144.

¹³⁶ Pored objektivnih karakteristika ugrađenih u neki proizvod (fizičkih/hemijskih), proizvod karakteriše i subjektivna dimenzija ili kvalitet doživljen od strane potrošača. Subjektivni kriterijumi imaju 2 pristupa: 1) holistički - kod kojeg je kvalitet jednak svim poželjnim osobinama sadržanim u proizvodu i 2) izvrsnost - kod kojeg proizvodi sadrže poželjne osobine, ali ih potrošači zbog nepoznavanja svojstva proizvoda ne mogu prepoznati kao dio kvaliteta.

Svaka tržišna privreda podrazumijeva ekonomski sistem, koji će pored propisivanja standarda proizvoda/usluga predvidjeti i korišćenje tehničko-tehnoloških rješenja (sopstvenih i tuđih), koji će firmama omogućiti da posluju i ostvare uspjeh, ali ne na štetu društvene zajednice.

7.2. ISO kvalitet

Socijalne promjene i naučno tehnološka revolucija mijenjaju proizvodnju (širenje broja grana proizvodnje), a time i nomenklature proizvoda. Rastuća međuzavisnost na svjetskom nivou zahtijeva uklanjanje tehničkih barijera pri robnoj razmjeni i stvaranje poznatog kvaliteta i usvajanje propisa na globalnom nivou. Kao rezultat obezbeđenja kvaliteta, kako na međunarodnom tržištu, tako i u nacionalnim okvirima, nastali su sistemi kvaliteta. Među internacionalne organizacije koje definišu zahtijevani nivo kvaliteta ubrajamo ISO kvalitet, IEC, CAC, IFS, HACCAP, IATA, WHO i mnoge druge organizacije koje donose međunarodne propise za razne oblasti.

Internacionalizacija proizvodnje i razvitka svjetske privrede predstavlja globalnu tendenciju u razvoju tržišta i trgovine. Neminovnost u tom pogledu je postizanje određenog kvaliteta i standardizacija.

Standardizacija podrazumijeva da se odredi jačina, vrijednost ili kvalitet nečega putem upoređivanja sa standardom. Standardizacija u međunarodnim ekonomskim odnosima predstavlja osnovu kako za uklanjanje tehničkih i drugih barijera u međunarodnom prometu, tako je i elemenat za stvaranje međunarodnog sistema obezbeđenja kvaliteta i moćno sredstvo zaštite nacionalnih interesa u robnoj razmjeni. Jednostavno, nema izvoza robe ili usluge bez kvaliteta, niti kvaliteta bez adekvatnih standarda. Utvrđivanje normi, na osnovu naučnih dostignuća, tehničkih kapaciteta i praktičnih iskustava omogućuje predviđanja pozitivnih i negativnih efekata, kako bi definisanjem bile u skladu sa stepenom razvoja, politikom i ciljevima jedne zemlje, regiona ili međunarodnim zahtjevima.

Međunarodni standardi su u suštini strateški alati, ali i smjernice za kompanije kada se sreću sa najzahtjevnijim izazovima u poslovanju.

Oni treba da im služe kao sredstvo da posluju što efikasnije, produktivnije i da olakša kompanijama pristup novim tržištima. Međunarodna organizacija za standardizaciju (*Internacional Standard Organization – ISO*) i Međunarodna elektrotehnička komisija (*Internacional Elektrotechnical Commission - IEC*) predstavljaju specijalizovani sistem za standardizaciju prihvaćen širom svijeta. Nacionalna tijela koja su članice ISO ili IEC učestvuju u razvoju međunarodnih standarda putem tehničkih odbora osnovanih od strane nadležnih organizacija da se bave posebnim područjima ili naučnim radom (kao što su na primjer: instituti za tehnička ispitivanja). Svi međunarodni standardi (ISO) su izrađeni u skladu sa pravilima datim u ISO/IEC direktivama. Glavni zadatak zajedničkog tehničkog odbora je izrada nacrti (priprema međunarodnih standarda). Nacrti međunarodnih standarda koje usvoje zajednički tehnički odbori, šalju se nacionalnim tijelima na glasanje. Nakon glasanja, da bi bio objavljen kao međunarodni standard, potrebno je odobrenje najmanje 75% od svih nacionalnih tijela da glasaju pozitivno. Dakle, standard je dokumenat za opštu upotrebu, donesen konsenzusom i odobren od priznatog tijela, čiju sadržinu čine pravila i smjernice u svrhu postizanja cilja tj. postizanje optimalnog stepena uređenosti u datoj oblasti.

Međunarodnim standardima, pored definicija i definisanja termina, definiše se jedan kompletan područni sistem tj. u raznim oblastima. Jedan od mnogobrojnih sistema je i sistem kvaliteta. Standardizacija je integralni dio svih industrijskih i ekonomskih aktivnosti. Kvalitet je postao svjetski proces. Implementacija standarda, njihova provjera i ocjenjivanje postaju imperativ zahtjeva savremenog poslovanja na domaćem i međunarodnom tržištu.

ISO tehnički komitet TC 176 za upravljanje kvalitetom i osiguranje kvaliteta je osnovan 1979. godine. Prvi ISO standard koji je standardizovao terminologiju upravljanja kvalitetom datira od 1986. godine i nosio je oznaku ISO 8402. Kao rezultat rada ISO/ITC nastali su standardi serije ISO 9000. Standardi ISO 9000-9004 mogu se svrstati u tri grupe: 1) prilaz konceptu kvaliteta 2) operativni (prilagođeni) prilaz u samom preduzeću (proizvodnja) i 3) operativni pristup kvalitetu usluge. Ova serija standarda postala je veoma brzo prepoznatljiva u svijetu.

Kada se spomene ISO standard prva pomislimo na nešto što ima veze sa kvalitetom. ISO standardi značajno poboljšavaju kvalitet proizvoda proizvođačkih kompanija ili kvalitet usluge koju kompanija pruža. Razlog takve slike ili mišljenja opravdan je jer služe da prikažu dobru praksu odnosno da prikažu kako se najbolje radi neki proces, bilo da je riječ o procesu prodaje, nabavke, realizacije usluga, proizvodnje, održavanja ili nečeg drugog. I po toj dobroj praksi radi cijela kompanija. To u stvari znači da se pravi procedura koja opisuje idealan način kako se nešto sprovodi u djelo i ko je zadužen i odgovoran za realizaciju poslova iz određenog djelokruga poslova na nivou kompanije.

ISO standard 9001 je standard koji se bavi kvalitetom u organizaciji. Ovaj standard je preduslov za uvođenje drugih standarda. Najčešće korišćeni standardi u praksi su ISO 9001 (kvalitet), ISO 14001 (zaštita životne sredine), ISO 18001 ili OHSAS (bezbjednost i zaštita na radu) i ISO 22000 (sigurnost i hvalitet hrane).

Ukoliko neka firma želi da unaprijedi svoje poslovanje, angažuje profesionalce koji se bave implementacijom ISO standarda. Ovaj proces se obično sastoji iz dva dijela:

- priprema dokumentacije i
- priprema zaposlenih za sertifikaciju.

Priprema dokumentacije podrazumijeva izradu svih propisanih dokumenata za uvođenje ISO standarda. To svakako spada u lakši dio posla. Teži dio je priprema zaposlenih za sertifikaciju koji treba da demonstriraju poznavanje ISO standarda i pokažu poznavanje procedura, dokumenata, poslova, i odgovornosti i sl. u okviru svog sektora. Pozitivna ocjena implementiranog standarda potvrđuje se izdavanjem certifikata ISO standarda.

Globalnim pristupom kvalitetu, odnosno atestiranjem i ispitivanjem, ocenjivanjem usaglašenosti, kreirani su uslovi da se na uzajamnom principu priznavanja dokaže saobraznost sa direktivama i standardima bilo po pitanju regulatorne (zakonske) ili neregulatorne (dobrovoljne) oblasti.

7.3. Menadžment kvaliteta (TQM)

Menadžment kvaliteta ili upravljanje kvalitetom podrazumijeva praćenje zadatog nivoa (kvaliteta). Kvalitet označava promjenu. Održanje u današnjem vremenu dinamičnih promjena, pa i pitanje opstanka preduzeća na tržištu, zahtijeva uspostavljanje procesa kontinuelnih promjena.

Novi koncept kvaliteta predstavlja najvažniji faktor konkurentnosti. Razumijevanje kvaliteta, briga i uopšte filozofija kvaliteta u preduzeću ima direktan uticaj na njegovo tržišno pozicioniranje. Potrošač svoje želje i potrebe zadovoljava odabirom određenog proizvoda u skladu sa svojim mogućnostima i zahtjevima. Proizvod koji je kreiran u skladu sa potrebama, željama, očekivanjima, mogućnostima i zahtjevima potrošača obezbeđuje visok nivo njihove satisfakcije. To se direktno odražava na preduzeće, u pogledu troškova usaglašavanja kvaliteta, popravki, dorada, zamjene i sl. i pozicije preduzeća. Briga o kvalitetu je oduvijek postojala. Vremenom su se mijenjale metode koje su se koristile za kontrolu kvaliteta, kao i njegovo suštinsko poimanje i sadržaj. Dakle, formiranje stava o kvalitetu polazi od njegovog poimanja, dok stepen kvaliteta predstavlja razliku u specifikaciji za istu funkcionalnu upotrebu proizvoda (viši kvalitet znači veći troškovi, a često i veću vrijednost).

Kvalitet predstavlja pozitivan koncept potpunih promjena kompanije. Funkcija kvaliteta može se definisati kao skup aktivnosti na osnovu kojih se postiže podobnost proizvoda za korišćenje.¹³⁷ Razvoj društva i tehnološki napredak doprineo je razvoju kvaliteta. Sa tog aspekta mogu se uočiti sledeći pristupi:

- kontrola kvaliteta (*Quality Inspection-QI*) podrazumijeva mjerenje u proizvodnom procesu u cilju otkrivanja i eliminisanja lošeg kvaliteta
- obezbeđenje kvaliteta (*Quality Assurance-QA*) odnosi se na sve procesne faze proizvoda (od razvojnih do korišćenja proizvoda tj. životnog ciklusa proizvoda) radi sprečavanja pojave lošeg proizvoda

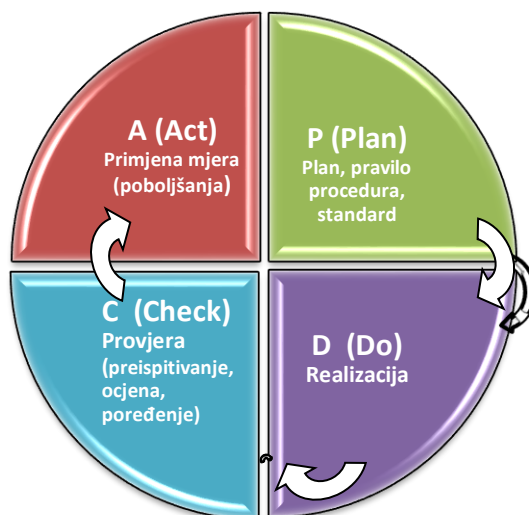
¹³⁷ Juran, J. M. & Gryna F. M. (1999): *Planiranje i analize kvaliteta*, Privredni pregled, Beograd

- menadžment kvaliteta (*Quality Management-QM*) označava podizanje odgovornosti za kvalitet na rukovodeću strukturu; novi stil menadžmenta koji integriše sve poslovne aktivnosti i zadatke od momenta kreiranja proizvoda do momenta potrošnje (osigurava kvalitet i upravlja kvalitetom) u cilju realizacije određenog kvaliteta radi zadovoljenja potreba čovjeka
- totalni menadžment kvaliteta (*Total Quality Management-TQM*) karakteriše izražena težnja ka zadovoljenju kupca u potpunosti, uz konstantan rad na poboljšanju, odgovornost za kvalitet na nivou društva i shvatanje kvaliteta kao kulture življenja.

Novi koncept kvaliteta odnosi se na prilagođavanje organizacije promjenama. Samo one koje neprekidno usavršavaju i poboljšavaju svoje sposobnosti i performanse mogu očekivati bolje rezultate svojeg poslovanja i očuvanje položaja na globalizovanom tržištu. To je u stvari i suština novog koncepta: postizanje konkurentnosti prilagođavanjem načina poslovanja brže odnosno prije nego što se promjene događaju u okruženju. Menadžment treba imati viziju budućeg odnosno tragati za odgovorima kako da predvide promjene, da upravljaju njima i prilagođavaju se i da time donesu korist ljudima.

Među najpoznatijim pionirima koji su popularisali teoriju upravljanja kvalitetom je William Edwards Deming. Sredinom prošlog vijeka svoju teoriju je počeo primjenjivati u industriji Japana. U početku Demingova teorija nije naišla na razumijevanje stava da najvažniju ulogu i ujedno i odgovornost u organizacijama imaju menadžeri. Ustanovio je da su menadžeri i njihovi propusti gotovo jedini uzrok problema vezanih za kvalitet. Kasnije, 80-ih godina prošlog vijeka, njegova teorija se počela sve više uvažavati u SAD. Uz to ističe važnost kontinuiranog unapređenja. Izradio je krug – planiraj, radi, provjeri, primijeni odnosno tzv. PDCA krug ili Demingov krug koji prkazuje naredna slika (slika 10).

Slika 10: Demingov krug



Demingov krug se fokusira na proces unapređenja kvaliteta menadžmenta i svih aktivnosti koje se odvijaju u kompaniji. Njegov krug prikazuje da se sve aktivnosti, procesi ili projekti prvo planiraju, realizuju, pa tek nakon toga provjeravaju, preispituju, porede i ocjenjuju kako bi se na kraju preduzele mjere za poboljšanje. Deming na ovaj način poručuje da se stil menadžmenta treba transformisati, a kada se u taj proces uključe svi zaposleni, stvara se proces kontinuelnih promjena.

Propisao je četrnaest principa¹³⁸ kojima se u upravljanju trebaju voditi sve organizacije koje žele poboljšati kvalitet svojih usluga i osigurati napredak.

¹³⁸ Cilj ovih principa je da uprava (menadžment) i radnici promijene odnos prema radu: 1) Konstantnost svrhe poslovanja i neprekidno poboljšavanje u cilju konkurentnosti i budućih poslova; 2) Usvajanje nove filozofije kako bi prihvatili izazove tržišta i bili spremni na promjene (preuzeti liderstvo u promjenama); 3) Eliminirati zavisnost masovnog kontrolisanja kvaliteta blagovremenom ugradnjom kvaliteta; 4) Prekinuti praksu izbora najpovoljnijeg dobavljača (na osnovu cijene) i okrenuti se minimiziranju ukupnih troškova (jedan dobavljač-jedna stavka uz izgradnju dugoročnih odnosa, lojalnosti i povjerenja); 5) Permanentno unapređivanje poslovnih procesa i aktivnosti smanjivanjem troškova uz poboljšanje kvaliteta i produktivnosti; 6) Institucionalizovati vođstvo (nadzor) čija svrha je pružanje pomoći zaposlenima da bolje obave svoj posao; 7) Osloboditi se straha tako da svi zaposleni efektivno rade za kompaniju; 8) Ustanoviti

Poluga novog koncepta kvaliteta, koji ima ambicije da zadrži vodeću ulogu bez obzira na promjene koje se dešavaju u okruženju, je kreativno mišljenje ili preduzimanje aktivnosti koje će odgovoriti na novonastale okolnosti. Odgovor na aktuelne promjene možemo dati kada ih u potpunosti shvatimo. Promjene moraju biti posmatrane strateški i sistematski i poslužiti kao izvor ideja na osnovu kojih će se kreirati superiornije vrijednosti koje će odgovoriti pozitivno promjenama.

Koncept TQM ili totalni kvalitet podrazumijeva pristup trajnog uspjeha kroz satisfakciju potrošača u kojem učestvuju svi zaposleni uz kontinuirano poboljšavajne proizvodnog procesa, usluge i kulture njihovog rada. Mjera tržišnog uspjeha kompanija ogleda se u zadovoljavanju i ispunjenju zahtjeva, očekivanja i želja potrošača. TQM objezbeđuje očekivanja glavnih učesnika:¹³⁹

- za kupce: kvalitet, cijenu i dobru uslugu,
- za akcionare: održiv rast i profit,
- za zaposlene: sigurnost radnog mjesta, zaradu, priznanja i razvoj karijere,
- za partnere i isporučioce: održivo partnerstvo i obostranu korist,
- za društvo: dobar ugled, održivo korišćenje prirodnih resursa, zaštitu životne sredine i uredno plaćanje poreza.

Upravljanje kvalitetom osvaja svijet i postaje neminovnost. TQM treba da ostvari sinergiju i integraciju svih menadžment sistema u organizaciji u koju uključuje sve zaposlene, što zahtijeva korenite promjene kulture organizacije. Suština TQM koncepta je u njegovoj moći da istovremeno objezbeđuje povećanje produktivnosti, snižavanje troškova i poboljšanje tj. viši nivo kvaliteta koji sugerise na izvrsnost svakog dijela i svakog aspekta organizacije. Akcenat se stavlja sa

obuku na poslu; 9) Ukloniti barijere između sektora i da svi djeluju kao tim, 10) Ukloniti prepreke koje sprečavaju isticanje sposobnih menadžera i inženjera; 11) Eliminirati norme i barijere za isticanje sposobnih radnika koji donose kvalitet; 12) Ukinuti programe nepogrešivosti, kvota i sl. koji mogu kotraproduktivno djelovati na zaposlene; 13) Podsticati obrazovanje i lično usavršavanje zaposlenih i 14) Uključiti sve zaposlene da rade na transformaciji jer je to posao svih da rade na napredku.

¹³⁹ M.Unković, B.Stakić, *cit.djelo*, str.106.

kvaliteta menadžmenta na kvalitet življenja u kojem se afirmiše humana dimenzija kvaliteta. U tom smjeru definiše se BEST model izvrsnosti koji integriše izvrsnost i redefinisani održivi razvoj, tako što definiše nove principe održivosti za: **B**iofiziku i okolinu, **E**konomiju, **D**ruštvo (*Society*) i **T**ehniku. Redefinisani održivi razvoj društva i okoline predstavlja usklađivanje ispunjenja potreba sadašnjih i budućih generacija korisnika.¹⁴⁰TQM je razvio modele odnosno metodologiju prema kojoj se menadžment sistemi organizacije modeluju. Japanska i zapadna iskustva su pokazala da primjena novog koncepta kvaliteta može donijeti veće blagodeti (efekte) u odnosu na zahtjevne (skupe) investicije u tehnologiju.

Koncept kvaliteta, odnosno novi pristup menadžmenta u praksi, ima širok odaziv, zahvaljujući mogućnostima koje ovaj koncept praktično pruža u ostvarenju finansijskih i nefinansijskih ciljeva. Suprostavljene ciljeve moguće je ostvariti novim pristupom (efikasnost i profitabilnost sa ciljevima zadovoljstva kupaca, bezbjednosti na radu, zaštite životne sredine i drugih aspekata kvaliteta). To je za posljedicu imalo standardizovanje zahtjeva za menadžment sisteme, kao i obavezu da se sertifikuje njihova usklađenost sa tim zahtjevima. Drugim riječima, standardizacija i sertifikacija menadžment sistema postaje ključna karika, ili čak formalni uslov, njenog uspješnog poslovanja na tržištu.

Trend na svjetskom tržištu, u pogledu zadovoljenja propisa i standarda (utvrđenog nivoa kvaliteta proizvoda i menadžment sistema isporučilaca), od organizacija zahtijeva: potvrdu o kvalitetu proizvoda i potvrdu o kvalitetu standardizovanih menadžment sistema. Na taj način se stvara tržišna barijera odnosno novi vid protekcionizma, ali se ujedno promoviše i kvalitet kao nova društvena vrijednost i potencijalno se kreira "svjetska firma" ma gdje se nalazila u svijetu ukoliko primjenjuje efektivan menadžment sistem kvaliteta.

U današnjem vremenu, smatra se da je TQM najbolji metod menadžmenta za istovremeno ostvarivanje sljedećih ciljeva organizacije:¹⁴¹

¹⁴⁰ Edgeman, R. L. (2000). *BEST business excellence: an expanded view*, Measuring Business Excellence, Vol. 4. No 4, pp. 15-17.

¹⁴¹ M. Heleta (2008). *Menadžment kvaliteta*, Univerzitet Singidunum, Beograd, str.8-9.

- anticipiranje i kreiranje budućnosti organizacije,
- oduševljenje i lojalnost kupaca,
- organizaciono i tehnološko restrukturiranje organizacije,
- sniženje troškova, povećanje produktivnosti i profita,
- društveno odgovorno poslovanje i
- dugoročan rast i razvoj organizacije usklađen sa životnom sredinom.

Iz prethodno navedenog možemo zaključiti da je kvalitet višedimenzionalan. Usvajanje nove filozofije kvaliteta zahtijeva konstantno i trajno poboljšavati kvalitet uz konstantno sniženje troškova, kao i eliminisanje svih barijera koje predstavljaju kočnicu promjenama (norme, slogani i sl.) i uspostavljanje programa edukacije i samopoboljšanja ka transformaciji kao zajedničkom poslu (cilju).

Uspjeh mogu da postignu samo one firme koje uspostave koncept inovativnih promjena i čiji menadžment je orijentisan na budućnost i spreman da odgovori u datom trenutku promjenama.

7.4. Standardi Evropske unije

Dvadeseti vijek je obilježila globalna evolucija kvaliteta. Odgovor Evrope na globalni kvalitet zasnovan je na integraciji kvaliteta tržišta čime bi se uspostavio balans rezultata prema svim korisnicima. Standardi Evropske unije zasnivaju se na ISO standardima.

Prvobitni pristup, tzv. "stari pristup", za proizvode u EU, odnosi se na Direktive na sektorskoj osnovi (sa tehničim specifikacijama). Kako je svijet išao tehnološki naprijed, direktive su se korigovale i nadopunjavale i tehnološkom napredku prilagođavale. To je proizvelo potrebu za usvajanjem nove regulatorne tehnike nazvane "novi pristup". Novi pristup, definisan Rezolucijom vijeća iz 1985. godine zahtijeva obaveznu harmonizaciju direktiva kao zakonskih dokumenata koji se odnose na zaštitu okoline i zdravlja ljudi, na bezbjednost i evropskih standarda kao neobaveznih dokumenata. *Globalnim pristupom*, 1989. godine, odnosno mjerama se objezbeđuje zaštita evropskog tržišta, kao i ekonomski opstanak i konkurentnost evropskih učesnika na međunarodnom tržištu.

Nakon toga, 1995. godine donesena je *Bijela knjiga (White Paper)*¹⁴² koja zapravo predstavlja preporuke za unapređenje poslovne klime u cilju poboljšanja uslova poslovanja. Osnovni postulat *Bijele knjige* je da zakonski pušten proizvod u prodaju na tržište jedne od država članica mora imati slobodan pristup na tržište svih ostalih njenih članica. Komisija je donijela (tri) dokumenta kojima postavlja principe za realizaciju strategije Evrope. Poseban akcenat se stavlja na evropsku viziju kvaliteta koja podrazumijeva ujednačenost regulative za kvalitet proizvoda, kako za isporučioce (izvoznike) tako i za uvoz svih proizvoda koji ulaze (uvoznike) na njeno tržište.

Jedan od dokumenata, *Novi pristup usaglašavanja tehničkih propisa i standarda*, definiše način na koji se ostvaruje jednakost tehničke regulative (harmonizacija), te predviđa sljedeće:¹⁴³

- usaglašavanje normativnih akata – tehničkih propisa koje proizvod mora da zadovoljava u osnovnim zahtjevima (bezbjednost, zaštita zdravlja ljudi i domaćih životinja, zaštita potrošača),
- donošenje evropskih standarda i tehničkih specifikacija – od strane regionalnih organizacija za standardizaciju (kao što su: CENELEC, CEN, CEPT, ACEMA, RILEM, itd.),
- međusobno prihvatanje nacionalnih normi i uvažavanje različitosti sadržanih u njima u nedostatku pozitivnih normi evropskih standarda,
- ispitivanje i sertifikacija proizvoda i proizvođača – bazirana na uzajamnom priznavanju rezultata ispitivanja, atestiranja i sertifikacije, u skladu sa definisanim pravilima i uslovima, koje obavljaju nadležne laboratorije i organizacije za sertifikaciju.

Evropska politika kvaliteta kreirana je da razvija poslovno okruženje u kojem evropski imidž i kultura kvaliteta kreiraju svijest i promovišu kvalitet kao optšte društvenu korist.

¹⁴² U Milanu 28. i 29. juna 1985. godine donesen je dokument EZ koji definiše osnovne postavke jedinstvenog unutrašnjeg tržišta i programske akcije EZ za njihovu realizaciju, koje su svrstane u tri poglavlja: 1) uklanjanje fizičkih granica, 2) uklanjanje tehničkih prepreka i 3) uklanjanje fiskalnih barijera. Najveća ulaganja u eliminisanju barijera za uspostavljanje jedinstvenog unutrašnjeg tržišta Unije odnosila su se na savladavanje tehničkih prepreka u čijoj osnovi je kvalitet s namjerom da se obezbijedi zaštita evropskog tržišta.

¹⁴³ Prema M. Heleta (2008). *Menadžment kvaliteta*, Uiverzitet Singidunum, Beograd, str.42.

Evolutivne karakteristike evropske politike kvaliteta su sljedeće:¹⁴⁴

- novi pristup,
- globalni pristup,
- zahtjevi za *CE znak*,¹⁴⁵
- sertiikacija sistema kvaliteta.

Evropska politika kvaliteta je logičan korak na putu od usaglašavanja sa zahtjevima bezbijednosti (posebno kroz direktive *CE znaka*) prema ekonomskoj konkurentnosti i poslovnoj izvrsnosti kroz strategiju menadžmenta kvaliteta.¹⁴⁶ Iskustveni pokazatelji primjene TQM-a u kompanijma, orijentisani na zadovoljenju kupca, utemeljeni na neprekidnom poboljšanju i uključenosti (podržavanju) svih zaposlenih, pokazuju porast njihove konkurentnosti.

Pristup na evropsko tržište, prema tome, može se ostvariti prihvatanjem sistema kvaliteta od strane proizvođača (isporučioaca), koji je ocijenjen i priznat (posjeduje sertifikat “priznati proizvođač odnosno”*CE znak*”). U okviru evropske politike kvaliteta izdvaja se pet specifičnih akcija:

- 1) evropska nagrada za kvalitet (EFQM model baziran na TQM modelu);
- 2) evropska nedjelja kvaliteta;
- 3) evropska benčmarking kuća (privatne i javne);
- 4) evropski sistem kvalifikovanja profesionalaca za kvalitet i
- 5) evropski monitoring kvaliteta (tržišno ocjenjivanje progressa kvaliteta).

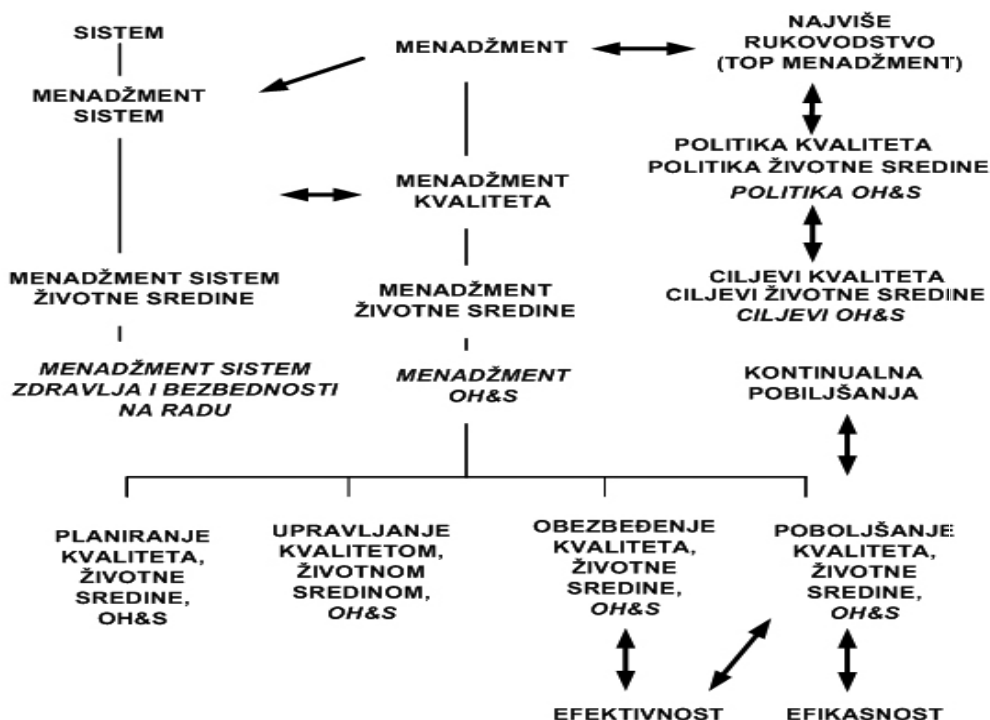
¹⁴⁴Prema M. Heleta (2008). *Menadžment kvaliteta*, Univerzitet Singidunum, Beograd, str.43.

¹⁴⁵ CE znak je skraćénica od „Conformite europeenne” (eng. *European Conformity*) i predstavlja oznaku proizvođača da je proizvod u skladu sa smjernicama EU i odgovarajućim evropskim normama na koje se pozivaju smjernice. Upravo CE znak omogućava slobodan protok robe na tržištu EU i iz tog razloga CE znak zovu i „pasošem, kartom za evropsko tržište”.

¹⁴⁶ M. Heleta (2008). *Menadžment kvaliteta*, Univerzitet Singidunum, Beograd, str.44.

Vizija evropskog kvaliteta, protkana mnoštvom individualnih različitosti (kulture, religije, jezika, nacija) čiji je krajnji cilj izvrsnost tj. kreiranje evropske vrijednosti kao prepoznatljive (*Made in Europe*). Ona treba da bude sisnonim za kvalitet u svakom pogledu: za visoke standarde, etički menadžment, besprekoran dizajn i jedinstvenost kvaliteta kroz partnerstvo, grupisanje i saradnju kao balans između međusobne kooperativnosti i konkurentnosti (javnog, privatnog i trećeg sektora). Uniformisanost, standardizacija i hijerarhija odnosa zasnovana na zajedničkim osnovama uz sve raznolikosti, razvija institucije i širi vrijednost uzajamne saradnje obogaćenu međusobnim idejama i praksom koja predstavlja formulu za uspjeh.

Slika 11: Koordinisane aktivnosti za upravljanje i vođenje organizacije



Izvor: M. Heleta (2008). *Menadžment kvaliteta*, Univerzitet Singidunum, Beograd, str.50.

Sušтина prethodne ilustracije jeste da se utvrdi svrha sistema, uspostavljanje bolje povezanosti njegovih elemenata i djelotvornosti, odnosno, efektivno i efikasno realizovanje politike i ciljeva koji su planirani. Pojam menadžment kvaliteta ili njegovo potpuno značenje zapravo se odnosi na ukupno upravljanje i vođenje organizacije.

Koncept TQM, Evropska fondacija za menadžment kvaliteta (*EFQM - European Foundation for Quality Management*)¹⁴⁷, smatra osnovnim modelom menadžmenta u organizaciji ka ostvarivanju poslovne izvrsnosti fokusirane na: kupca, partnerstvu sa dobavljačima- isporučiocima, njenom razvoju i uključivanju svih zaposlenih.

Takođe, i Evropska organizacija za kvalitet (*EOQ – European Organization for Quality*) definiše koncept TQM, ne kao standardizovan opšte prihvaćeni model, već kao sveobuhvatan pristup kvalitetu i konkurentnosti, koji je dinamičan i višedimenzionalan – uzimajući u obzir sve važne parametre uz učešće ljudskog faktora i trajno poboljšanje, kao i kulturološki aspekt. Prema tome, globalnom TQM standardu nema mjesta.¹⁴⁸

7.5. Regulisanje standarda u BiH

Spoljnotrgovinsko poslovanje podrazumijeva obavljanje prometa roba i usluga na međunarodnom tržištu. Stanardizacija treba da olakša razmjenu odnosno ona je osnova za uklanjanje tehničkih i drugih barijera u spoljnoj trgovini i ujedno elemenat za stvaranje međunarodnih sistema obezbeđenja kvaliteta i sredstvo za zaštitu nacionalnih interesa. Obavljanje izvoznih aktivnosti nije moguće zamisliti bez kvaliteta, kao ni kvalitet bez odgovarajućih standarda. Zapravo standardi daju mogućnost

¹⁴⁷ Osnovana je 1988. godine, uz podršku Evropske komisije, od strane četrnaest multinacionalnih evropskih kompanija. EFQM je vlasnik modela izvrsnosti – *EFQM Excellence Model*, koji je kreiran 1991. godine i služi kao osnov za dodjelu evropske nagrade za kvalitet. Nagrada se dodjeljuje ne samo velikim kompanijama, nego i malim i srednjim preduzećima. Primjena EFQM modela izvrsnosti ubrzo je dala izuzetno dobre rezultate. Evropske kompanije koje su primjenjivale ovaj model vrlo brzo su postale vodeće kompanije sa značajno poboljšanim performansama i veoma konkurentne na svjetskom tržištu što je još značajnije.

¹⁴⁸ M. Heleta (2008). *Menadžment kvaliteta*, Univerzitet Singidunum, Beograd, str.61.

da se zahtijevani nivo kvaliteta definiše, utvrdi, ostvari i prizna. Danas smo svjedoci sve prisutnije standardizacije na nacionalnom, preko regionalnog pa do međunarodnog plana. Zbog njene kompleksnosti (definisanja, usaglašavanja) veliki broj specijalizovanih organizacija se bavi poslovima donošenja međunarodnih standarda.

Regulisanje standarda u BiH¹⁴⁹, između ostalog, podrazumijeva standardizaciju, međunarodnu standardizaciju, evropsku standardizaciju, državnu standardizaciju, tijelo za standarde... sa ciljem pospješivanja međunarodne trgovine uklanjanjem ili sprečavanjem barijera proisteklih iz razlika u poslovanju na državnom nivou, unapređenje poslovnih aktivnosti i povećanje nivoa sigurnosti, zaštite zdravlja i života.

Principi na kojima se zasniva standardizacija u Bosni i Hercegovini su:¹⁵⁰

- a) dobrovoljno učešće i doprinos svih zainteresovanih strana kod pripreme i usvajanja državnih standarda BiH;
- b) dobrovoljna primjena i korištenje državnih standarda BiH;
- c) konsenzus, koji znači načelno slaganje značajnog dijela zainteresovanih o sadržaju državnog standarda BiH;
- d) prioritet zajedničkih interesa zainteresovanih strana nad pojedinačnim interesima;
- e) transparentnost rada u pripremi i dostupnost javnosti državnih standarda BiH;
- f) međusobna usklađenost državnih standarda BiH;
- g) poštovanje dostignutog stanja tehnike i pravila međunarodne i evropske standardizacije.

Institut za standardizaciju u BiH (ISBIH), kao i Savjet za standardizaciju, sprovode programiranje i obavljaju zadatke standardizacije. ISBIH afirmisan je Zakonom¹⁵¹, ali nije u njegovoj nadležnosti da izrađuje i donosi tehničke propise. Osnovna nadležnost ISBIH je pripremanje, donošenje i objavljivanje BAS

¹⁴⁹ *Zakon o standardizaciji Bosne i Hercegovine* ("Službeni glasnik BiH", broj 19/01)

¹⁵⁰ Član 4. *Zakona o standardizaciji Bosne i Hercegovine* ("Službeni glasnik BiH", broj 19/01)

¹⁵¹ *Zakon o osnivanju Instituta za standardizaciju Bosne i Hercegovine* ("Službeni glasnik BiH", broj 44/04)

(bosanskohercegovačkih) standarda. Za izradu i donošenje tehničkih propisa nadležna su ministarstva.

Proces certifikacije sprovodi akreditovano certifikaciono tijelo, a po izboru same organizacije. Uspostavljanje sistema menadžmenta kvalitetom (QMS) po zahtjevima standarda ISO 9001 se odvija kroz nekoliko faza:

- Upoznavanje zaposlenih sa projektom ISO 9001:2008
- Snimak, analiza i ocjena stanja postojećeg sistema
- Projektovanje i izrada dokumentacije QMS-a
- Razvoj i implementacija dokumentacije QMS-a u radne procese
- Organizovanje i sprovođenje interne provjere
- Pripreme za ocjenjivanje i certifikaciju

Poslove akreditiranja obavlja Institut za akreditaciju, kao jedino državno tijelo za akreditovanje (BATA)¹⁵² i predstavlja BiH u evropskim i međunarodnim organizacijama za akreditaciju i učestvuje u njihovom radu. Tako na primjer, Standard EN ISO 9001:2008 identičan je ISO 9001:2008 i u sistem standardizacije BiH usvojen je putem Tehničkog komiteta BAS/TC 3, Upravljanje kvalitetom i osiguranje kvaliteta, kao BAS EN ISO 9001:2009. U septembru 2015. godine Međunarodna organizacija za standardizaciju (ISO) objavila je novo izdanje standarda ISO 9001:2015, koje je identično ISO 9001:2015 i kod nas je usvojeno kao BAS EN ISO 9001:2015.¹⁵³

Takođe, Standard EN ISO 9001:2008 i certifikati koji su u skladu sa standardom EN ISO 9001:2008 mogli su se primjenjivati do septembra 2018. godine i važili su do tog datuma. Od septembra 2018. godine mora se primjenjivati isključivo novo izdanje standarda EN ISO 9001:2015, što podrazumijeva da su certifikati usklađeni s tim standardom.

¹⁵² Na web stranici Instituta za akreditovanje BiH www.bata.gov.ba mogu se pribaviti informacije o akreditovanim tijelima u Bosni i Hercegovini.

¹⁵³ <https://isbih.gov.ba>

Razlika između certifikovanja i akreditovanja je što se certifikovanjem dobija potvrda (certifikat) o usklađenosti sistema upravljanja, proizvoda ili osoba sa određenim standardom ili tehničkom specifikacijom, dok se akreditovanjem dokazuje kompetentnost za vršenje određenih ispitivanja, mjerenja, inspekcije ili certifikacije.

Standardi u BiH usklađuju se sa smjernicama EU i odgovarajućim normama na koje se pozivaju smjernice. Da bi roba dospjela na tržište EU važan i obavezan je „CE“ znak koji omogućava slobodan protok robe na EU tržište, ali se „CE“ znak može postaviti tek nakon sastavljanja i potpisivanja EC deklaracije o usklađenosti. To je dokumenat kojim proizvođač potvrđuje da je njegov proizvod ispunjava zdravstvene i bezbjedonosne zahtjeve direktiva *Novog pristupa* odnosno preuzima odgovornost i daje garanciju da je njegov proizvod ne samo prilagođen primjenjivim odredbama iz Direktiva EU već i da je bio predmet ocjenjivanja propisanih procedura usaglašenosti.

Postavlja se pitanje: Kako proizvođač može postaviti CE znak na proizvod? U najkraćim crtama:

- da proizvođač definiše proizvod i grupu kojoj pripada proizvod u okviru pokrivenom Direktivama odnosno da odrede sve relevantne direktive Novog pristupa koje se moraju primjenjivati;
- proizvođač treba da bude informisan tj. da raspolaže informacijama koji se propisi ili standardi EU ili druge zemlje članice kojoj je namijenjen izvoz;
- ukoliko je proizvođač van EU (poput BiH), a proizvod je namijenjen za plasiranje ili korištenje u EU, dužan je da proizvede proizvod prema direktivama Novog pristupa i sprovede postupke ocjenjivanja usklađenosti ili može ovlastiti zastupnika sa sjedištem u EU, a ako nema zastupnika u EU do određenog nivoa odgovornost je na uvozniku ili licu koje plasira proizvod;
- nakon utvrđivanja usklađenosti sa direktivama koje se moraju primjenjivati, vrši se procjena rizika i sačinjava lista tehničke dokumentacije (tehnički dosije- *Technical Construction File (TFC)*). Uz to, potrebna je i deklaracija o usklađenosti od proizvođača za ugrađene

dijelove. Takođe, proizvođač treba izvršiti mjerenja i ispitivanja verifikovanim mjernim instrumentima, kod sebe ili u specijalizovanim laboratorijama, nakon čega dopunjava tehničku dokumentaciju dobijenim rezultatima (ako je nalaz obavljenih ispitivanja povoljan) i priprema izjavu (deklaraciju) o usklađenosti. Proizvođač kompletiranu tehničku dokumentaciju je u obavezi da čuva u pisanom i elektronskom obliku;

- završna faza je postavljanje CE znaka (ukoliko je propisano) ili se CE znak postavlja nakon sastavljanja i potpisivanja deklaracije o usklađenosti.

Prema tome, standardizacija je veoma važna jer otvara mnoga vrata kompanijama, odnosno pomaže inovativnosti, otvaranju novih tržišta i konkurentnosti. Entiteti Bosne i Hercegovine (Federacija BiH i Republika Srpska) mogu u skladu sa svojim potrebama organizovati rad u određenim područjima standardizacije uz zakonsko regulisanje i uspostavljanje infrastrukture. Entitetske institucije za standardizaciju mogu obavljati sljedeće poslove:¹⁵⁴

- a) olakšavanje prenosa informacija o standardima i procesu donošenja standarda do krajnjih korisnika;
- b) preuzimanje sponzorstva nad radom tehničkih komiteta Instituta koji su od posebnog interesa za entitet;
- c) donošenje, distribucija i prodaja pokrajinskih standarda za koje imaju interes subjekti samo tog entiteta koji donosi standard;
- d) pružanje pomoći firmama u izradi internih standarda;
- e) organizovanje prevođenja standarda na jezik za koji entitet ima poseban interes i upućivanje prevoda u utvđenu proceduru pripremanja i donošenja državnih standarda;
- f) prodaja standarda na jeziku za koji entitet ima poseban interes u skladu sa odgovarajućim ugovorom sa Institutom;
- g) učestvuje u predlaganju članova tehničkih komiteta iz entiteta;

¹⁵⁴ Član 10. *Zakona o standardizaciji Bosne i Hercegovine* ("Službeni glasnik BiH", broj 19/01)

- h) bavi se izdavačko-publicističkom djelatnosti iz oblasti standardizacije;
- i) obavlja nadzor u entitetu nad provođenjem državnog i entitetskog zakona o standardizaciji;
- j) obavlja edukaciju zainteresovanih subjekata iz oblasti standardizacije;
- k) radi i sve ostale poslove iz oblasti standardizacije koji nisu spomenuti u ovom zakonu.

Uključivanje na međunarodnom tržištu u cilju postizanja konkurentnosti i pospješivanja međunarodne trgovine zahtijeva smanjivanje razlika u poslovanju na državnom nivou, unapređenje poslovnih aktivnosti i povećanje nivoa sigurnosti, zaštite zdravlja i života odnosno regulisanje standarda u skladu sa svjetskim tokovima spoljnotrgovinskog poslovanja.

7.6. Uslovi isporuke – ugovorne klauzule

Uslovi isporuke su veoma važan elemenat prilikom zaključivanja kupoprodajnog ugovora u regulisanju odnosa između kupca i prodavca.

Globalna ekonomija pruža mogućnost pristupa tržištima širom svijeta, i u pogledu asortimana i količinski. Porast i složenost međunarodne trgovine dovodi i mogućnosti nesporazuma i sporova zbog neadekvatno sačinjenih ugovora. U tu svrhu služe klauzule, za nesmetano odvijanje međunarodne trgovine, izbjegavanjem različitih shvatanja, nejasnoća ili sporova utumačenju ugovorninih izraza uvoznika i izvoznika.

Klauzule su sistematizovane, prihvaćene i objavljene, te su postale trgovinske uzanse pod imenom pravila za tumačenje trgovinskih termina, zbirka spoljnotrgovinskih definicija ili jednostavno, uslovi za prodaju i isporuku robe. Poznate *Incoterms (International Commercial Terms)* klauzule, kao skup međunarodnih pravila tumačenja termina, najčešće se upotrebljavaju u spoljnoj trgovini. Ograničene su na pitanja koja se vezuju za isporuku robe odnosno na prava i obaveze ugovornih strana u vezi sa isporukom prodane robe. Često se pogrešno *Incoterms* predstavlja

kao ugovor o prevozu, a ne kupoprodajni ugovor, a ponekad se pogrešno smatra da Incoterms predviđa sve obaveze koje potpisnice ugovora mogu unijeti u kupoprodajni ugovor. Incoterms klauzule se bave samo odnosom između kupca i prodavca na osnovu kupoprodajnog ugovora i to samo u nekim posebnim oblastima tog odnosa.

Incoterms klauzule ili međunarodni trgovački termini obuhvataju jedan broj indentifikovanih obaveza ugovornih strana (stavljanje robe na raspolaganje kupcu što je obaveza prodavca ili je preda radi prevoza ili je isporuči na odredištu) i podjele rizika ugovornih strana u takvim situacijama. Dakle, definišu vrijeme, mjesto i način prelaska svojine, troškova i rizika na robi, sa prodavca na kupca.

Nadalje, ove klauzule se bave i obavezom carinjenja robe za uvoz i izvoz, pakovanjem robe, obavezom preuzimanja robe od strane kupca i obavezom podnošenja dokaza da su određene obaveze propisno ispunjene. Ne bave se posljedicama povrede ugovora, već se ta pitanja rješavaju u skladu sa drugim odredbama kupoprodajnog ugovora i primjenljivim pravom. Od neprocjenjive su važnosti, jer bez njih nije nemoguće formirati cijene i procijeniti rizike u spoljnotrgovinskom poslovanju, a njihovo poznavanje jedan je od preduslova za uspjeh izvršenja posla.

Zbog povremenih promjena Incoterms-a, važno je da ugovorne strane prilikom unosa klauzule se izričito pozovu na njegovu tekuću verziju. Tako Incoterms 2000 naizgled se od Incoterms 1990 malo razlikuje, ali pored toga što Incoterms 2000 jasno i precizno odražavaju trgovačku praksu, suštinski se razlikuju zbog promjena u oblasti carinjenja i plaćanja obaveza (prema FAS i DEQ) i obaveze utovara i istovara (prema FCA). U narednoj tabeli dat je pregled Incoterms pravila za 2010. godinu i 2020.godinu za sve vrste transporta.

Tabela 2: Incoterms pravila za 2010 i 2020 za sve vrste transporta.

INCOTERMS PRAVILA 2010 ZA SVE VRSTE TRANSPORTA		INCOTERMS PRAVILA 2020 ZA SVE VRSTE TRANSPORTA	
EXW (Ex works) <i>(named place of delivery)</i>	Franko fabrika (naznačeno mjesto isporuke)	EXW (Ex works) <i>(named place of delivery)</i>	Franko fabrika (naznačeno mjesto isporuke)
FCA (Free carrier) <i>(named place of delivery)</i>	Franko prevoznik (naznačeno mjesto isporuke)	FCA (a) ili FCA (b) <i>(Free carrier)</i> <i>(named place of delivery)</i>	Franko prevoznik (naznačeno mjesto isporuke)
CPT (Carriage paid to) <i>(named place of destination)</i>	Vozarina plaćena do (naznačeno mjesto odredišta)	CPT (Carriage paid to) <i>(named place of destination)</i>	Vozarina plaćena do (naznačeno mjesto odredišta)
CIP (Carriage and insurance paid to) <i>(named place of destination)</i>	Vozarina i osiguranje plaćeno do (naznačeno mjesto odredišta)	CIP (Carriage and insurance paid to) <i>(named place of destination)</i>	Vozarina i osiguranje plaćeno do (naznačeno mjesto odredišta)
DAT (Delivered at terminal) <i>(named terminal at port or place of destination)</i>	Isporučeno na terminal (naznačeni terminal u luci ili mjesto odredišta)	DPU (Delivered duty paid) <i>(named place of destination)</i>	Isporučka i istovar (naznačeni terminal u luci ili mjesto odredišta)
DAP (Delivered at place) <i>(named place of destination)</i>	Isporučeno u mjestu (naznačeno mjesto odredišta)	DAP (Delivered at place) <i>(named place of destination)</i>	Isporučka (naznačeno mjesto odredišta)
DDP (Delivered, duty paid) <i>(named place of destination)</i>	Isporučeno, ocarinjeno (naznačeno mjesto odredišta)	DDP (Delivered, duty paid) <i>(named place of destination)</i>	Isporučeno, ocarinjeno (naznačeno mjesto odredišta)

U početnoj fazi, kada se priprema početna ponuda za prodaju robe bez bilo kakvih uključenih troškova, EXW podrazumijeva da prodavac stavlja robu na raspolaganje na svojoj lokaciji ili drugom navedenom mjestu (pogon, skladište, fabrika itd.). Prodavac, ovom kaluzulom, nema obavezu utovarivati robu na bilo kakvo prijevozno sredstvo za prikupljanje niti treba cariniti robu za izvoz.

FCA klauzula može imati dva različita značenja, pri čemu se za svako mijenjaju mogućnosti rizika i troškova za kupca i prodavca. FCA(a) se koristi kada prodavac isporučuje robu ocarinjenu za izvoz na

naznačenom mjestu koje je njegov vlastiti prostor, a FCA(b) se upotrebljava kada prodavac isporučuje robu ocarinjenu za izvoz na naznačenome mjestu koje nije njegov vlastiti prostor. U oba se slučaja roba može dostaviti prevozniku kojeg je imenovao kupac ili nekoj drugoj strani koju je imenovao kupac.

U skladu s CPT-om prodavac plaća prevoz robe do navedenog odredišta, a slično je i kod CPT, s tim što prodavac treba da se pobrine za minimalno osiguranje robe u tranzitu.

Prema pravilima, kod DAP klauzule prodavac treba upravljati svim rizicima koji se podrazumijevaju pri unošenju robe. Smatra se da je isporuku obavio kada je roba stavljena na raspolaganje kupcu na dolaznom prevoznom sredstvu, te je spremna za istovar na navedeno odredište.

DPU Incoterm pravila zahtijevaju od prodavca da robu isporuči i istovari na navedenome mjestu. On pokriva i sve troškove prevoza (izvozne dažbine, prevoz, istovar od glavnog prevoznika u odredišnoj luci i troškove odredišne luke) i preuzima sve rizike do dolaska na odredište.

Kod DDP, prodavac je odgovoran za isporuku robe na navedeno mjesto u državi u kojoj živi kupac i podmiruje sve troškove vezane za dostavu robe na odredište, uključujući uvozne dažbine i poreze. Prodavac po ovom pravilu nije odgovoran za istovar.

Svaka klauzula ugovorena je na potpun način ukoliko sadrži pet bitnih elementa, a to su:

- osnovna klauzula
- mjesto isporuke
- tačku isporuke i
- poziv na pravilo INCOTERMS sa godinom izdanja.

Na primjer, ugovorena je klauzula CIF Shanghai Incoterms 2020 ili DAP 10 Downing Street, London, Great Britain Incoterms 2020. Ako u nazivu pravila Incoterms nije navedena godina, važi sljedeće:

- do 31. decembra 2019. primjenjuju se pravila Incoterms iz 2010. godine.
- od 1. januara 2020. primjenjuju se pravila Incoterms iz 2020. godine.

Ako je navedena neka druga godina, na primjer, za Incoterms iz 1980. godine, primjenjuju se odgovarajuća pravila.

U narednoj tabeli dat je pregled Incoterms pravila za 2010. godinu i 2020.godinu za pomorski i riječni transport.

Tabela 3: Incoterms pravila 2010 i 2020 za pomorski i riječni transport

INCOTERMS PRAVILA 2010 ZA POMORSKI I RIJEČNI TRANSPORT			INCOTERMS PRAVILA 2020 ZA POMORSKI I RIJEČNI TRANSPORT		
FAS (Free alongside ship) (named port of shipment)	Franko uz bok broda (naznačena luka otpreme)		FAS (Free alongside ship) (named port of shipment)	Franko uz bok broda (naznačena luka otpreme)	
FOB (Free on board) (named port of shipment)	Franko brod-ukrcano na brod (naznačena luka otpreme)		FOB (Free on board) (named port of shipment)	Franko brod-ukrcano na brod (naznačena luka otpreme)	
CFR (Cost and freight) (named port of destination)	Cijena i vozarina plaćena do (naznačena luka odredišta)		CFR (Cost and freight) (named port of destination)	Cijena i vozarina plaćena do (naznačena luka odredišta)	
CIF (Cost, insurance & freight) (named port of destination)	Cijena, osiguranje i vozarina plaćeno do (naznačena luka odredišta)		CIF (Cost, insurance & freight) (named port of destination)	Cijena, osiguranje i vozarina plaćeno do (naznačena luka odredišta)	

Po FAS oznaci, prodavac vrši isporuku kada je roba smještena uz plovilo (npr. na rivi ili teglenici) koje je odabrao kupac u navedenoj luci otpreme. Rizik od gubitka ili oštećenja robe prestaje kada je roba pokraj broda (uz bok broda), a kupac od tog momenta preuzima odgovornost za sve troškove.

FOB ili franko brod znači da prodavac isporučuje robu na palubi plovila, koje je odabrao kupac u navedenoj luci otpreme ili nabavlja robu koja je tako isporučena. Rizik od gubitka ili oštećenja robe prestaje kada je roba na plovilu, a kupac od tog trenutka preuzima odgovornost za sve troškove.

CFR klauzula obavezje prodavca da isporučuje robu na palubi broda. Rizik od oštećenja robe prestaje kada je roba na palubi broda. Prodavac mora sklopiti ugovor o podmirenju troškova i cijene s vozarinom koji su potrebni da bi se roba dopremila do navedene luke odredišta.

Slično, kao i CFR klauzula, CIF još obavezuje prodavca da mora osigurati (imati) minimalno osiguranje rizika kupca od gubitka ili oštećenja robe tokom prevoza.

Upoređivanjem Incoterms 2000. sa Incoterms 2010. izbačene su četiri klauzule: DAF (isporučeno na granici uz naznaku imena), DES (isporučeno franko brod), DEQ (isporučeno franko obala) i DDU (isporučeno naznačeno mesto, neocarinjeno). Istovremeno, uvedene su dvije nove klauzule i to: DAT (isporučeno na određeni lučki terminal ili mjesto odredišta) i DAP (isporučeno u naznačenom mjestu odredišta).

Kada su u pitanju razlike između Incoterms pravila 2010 i Incoterms pravila 2020, one se ogledaju u sljedećem:

- Incoterms FCA pravilo (franko prevoznik) sada nudi dodatnu opciju koja omogućuje izradu bilješke na palubi u tovarnom listu prije utovara robe na plovilo.
- Troškovi su sada centralizovani u odjeljku A9/B9 svakog pravila Incotermsa
- CIP pravilo zahtijeva barem osiguranje s minimalnim pokrićem institutske klauzule za osiguranje robe u prijevozu (A) (svi rizici, podložni izdvajanju izuzetaka).
- CIF pravilo zahtijeva barem osiguranje s minimalnim pokrićem cargo klauzule (C) (broj navedenih rizika, podložnih izdvajanju izuzetaka).
- Pravila Incotermsa za franko prevoznika (FCA): Isporučeno na mjesto (DAP), Isporučeno i istovareno (DPU) i Isporučeno s plaćenim dažbinama (DDP), koja sada uzimaju u obzir da roba mora biti prevezena bez uključenosti trećih osoba, zapravo, upotrebom vlastitih prevoznih sredstava.

- Pravilo Isporučeno na terminalu (DAT) promijenjeno je u pravilo Isporučeno i na mjesto istovareno (DPU) kako bi se razjasnilo da odredište može biti bilo koje mjesto, a ne samo „terminal”.
- Incoterms 2020 sada izričito prebacuje odgovornost za zahtjeve vezane za sigurnost i dodatne troškove na prodavca.

INCOTERMS – zbirka klauzula - može da se primenjuje originalnim unošenjem - citiranjem klauzule, a ako se od nje odstupa u ugovoru mora da se da precizna odredba u vezi odstupanja od određene klauzule.

7.7. Carinska konvencija (ATA karnet)

Carinska konvencija - ATA karnet, za privremeni izvoz i uvoz robe, je jednostavan i jedinstven međunarodni carinski dokument koji omogućava privremeni uvoz najvažnijim grupama roba kojima se trguje u svijetu. ATA karnetom roba cirkuliše neocarinjena za period od jedne godine na carinskom području zemlje koja je prihvatila Konvenciju o privremenom uvozu i to bez popunjavanja nacionalnih carinskih isprava, plaćanja carine ili polaganja depozita, što inače slijedi u redovnom postupku za privremeni izvoz, odnosno uvoz. Plaćaju se samo administrativne takse za carinsko evidentiranje. Možemo je reći da je sinonim pasoša za robu.

Akronim imena je kombinacija početnih slova francuske riječi *Admission Temporaire* i engleske *Temporary Administration*, što znači privremeni uvoz odnosno brzi izvoz i uvoz robe u određenom vremenskom periodu. Usvojena je u Međunarodnom carinskom savezu (*Customs Cooperation Council*) u Briselu 1961. godine. Primjenjuje se u zemljama potpisnicama od 30. jula 1963. godine. Njegovu administraciju danas vrši ICC (*Intenational Chamber of Commerce*), Pariz zajedno sa Svjetskom carinskom organizacijom WCO (*World Customs Organisation*) iz Brisela. One zajedno i njihove zemlje članice, čine Nacionalnu garantnu asocijaciju NGA (*National Guaranteeing Assotiations*), poznatiju kao „Međunarodni garantni lanac“. Ovaj lanac

daje recipročne garancije o slobodi ulaska i izlaska robe bez carine i poreza, kada se radi o njenom privremenom uvozu. Vlada svake zemlje članice određuje koja će institucija u zemlji izdavati ATA karnete. Najčešće su to privredne odnosno trgovinske komore. U Bosni i Hercegovini Spoljnotrgovinska komora izdaje ATA karnete odnosno komore entiteta koje je ovlastila.

U Bosni i Hercegovini, nosilac ATA Karneta može biti samo domaće pravno ili fizičko lice. Nosilac ATA Karneta može imati svog Zastupnika (jednog ili više – maksimum 3 mjesta na karnetu). Zastupnik je osoba koja putuje sa karnetom, odnosno koja prati robu. To može biti sam prevoznik ili neka druga osoba koju nosilac ovlasti, a može se navesti i više osoba. Ukoliko je zastupnik strano lice ili se ne zna ko će to biti u rubrici “Zastupnik”, umjesto imena upisuje se *Pismo ovlašćenja/Letter of authority*. Lice ovlašćujete Pismom ovlašćenja na obrascu sa prevodom na engleski jezik, koji možete dobiti u ATA Odjeljenju, koji zastupnik mora pokazati cariniku svaki put kada obavlja operaciju izvoza/uvoza/tranzita sa ATA Karnetom.

Roba pomoću ATA Karneta prelazi granicu brzo i jednostavno (bez angažovanja špeditera), ali pri tome se moraju poštovati određena pravila i uslovi:¹⁵⁵

1. Sva roba izvezena ili uvezena po osnovu ATA Karneta mora da bude u potpunosti ponovo izvezena/ponovo uvezena u istom stanju u kojem je bila izvezena/uvezena (nije namjenjena za prodaju, iznajmljivanje, komercijalno održavanje, obradu, popravku, interni saobraćaj, industrijsku ambalažu ili proizvodnju, izgradnju, komercijalnu eksploataciju prirodnih resursa itd.).
2. Sva roba izvezena ili uvezena po osnovu ATA Karneta mora da bude lako prepoznatljiva prilikom izvoza/uvoza i ponovnog izvoza/ ponovnog uvoza (detaljan opis robe u Robnoj listi).
3. Sve vrijednosti obuhvaćene robe moraju da predstavljaju pravu komercijalnu vrijednost u zemlji izdavanja.
4. Svi nosioci moraju da poštuju nacionalne zakone i propise zemlje polaska/zemalja koje se posećuju/zemalja u tranzitu.

¹⁵⁵ <https://komorars.ba/usluge/ata-karneti/>

5. Sva roba obuhvaćena karnetom je podložna carinskoj inspekciji.
6. Rok važenja ATA Karneta određuje ATA odjeljenje, koje izdaje ATA Karnet, u skladu sa rokom predviđenim Konvencijom, odnosno do 12 mjeseci od datuma izdavanja. Međutim, carinski organi zemalja članica ATA lanca mogu da utvrde i kraći rok, u skladu sa nacionalnim propisima i relevantnim Konvencijama.

Korišćenje ATA Karneta predviđa se i za tranzit kroz zemlju, članicu ATA sistema, pod uslovima iz ATA konvencije.

Na osnovu posjedovanja karneta ATA potpuno je uprošćen postupak carinjenja robe koja se privremeno uvozi u zemlju. Imalac ATA karneta oslobađa se svih uvoznih carinskih procedura. Robe namijenjene za sjmove, izložbe i prezentacije, profesionalna oprema, sportske manifestacije i slično, koriste se ATA karnetom.

Glavne kategorije roba koje se privremeno uvoze po osnovu ATA karneta su sljedeće: antikviteti, mašine, alatne mašine, obuća, oprema za ugostiteljstvo, konzervisana hrana, igračke, kompjuteri, kancelarijska oprema, transformatori, generatori struje, električna/elektronska i naučna oprema, hirurška i stomatološka oprema, nakit i predmeti od plemenitih metala/dragog kamenja, muzički stubovi, audio-vizuelni aparati, fotografska oprema i oprema za snimanje filmova, laseri, muzički instrumenti i ploče, materijal za izlaganje, avioni, filmovi, motorna vozila i pribor, mašine za trkaće motore, oprema za grijanje i osvjetljenje, poljoprivredne mašine, namještaj, zemljano posuđe, slike i drugi umjetnički radovi, kišobrani, trkaći konji, koferi, parfemi, pozorišni efekti i rekviziti, koncertni i muzički instrumenti, kožna i sportska roba, odjeća, jahte i čamci, izložbeni štandovi.

ATA Karnet se izdaje za robu koja će se privremeno izvesti iz BiH, a zatim ponovo uvesti u nepromjenenom stanju.

ATA Karnet se ne izdaje za prehrambene proizvode (hranu, piće), robu namijenjenu preradi ili popravci, reklamni materijal koji će biti podjeljen na sajmovima ili izložbama i za opremu koja treba da se koristi za industrijsku proizvodnju ili pakovanje robe ili za eksploataciju

prirodnih izvora, za izgradnju, popravku ili održavanje zgrada i slične radove.

Režim ATA karnet se ne treba miješati sa privremenim uvozom roba po lizing poslovima, poslovima zastupstva i konsignacionim poslovima. Zbog toga, što se tu radi o mnogo većim i po vrijednosti značajnijim količinama robe, pa je carinska i poreska kontrola ovih roba neophodna i povjerena carinskim službama.

Pojedine zemlje traže preventivne garancije za plaćanje carine i uvoznih poreza, ukoliko dođe do zloupotrebe prilikom uvoznog postupaka. Pri Nacionalnoj garantnoj asocijaciji (NGA), postoji i, posebno tijelo za rješavanje sporova po pitanju korišćenja karneta ATA koji nosi naziv *Dispute Resolution Services*, a nalazi se pri Međunarodnoj trgovinskoj komori (ICC).

CIJENA U SPOLJNOJ TRGOVINI

PREGLED POGLAVLJA

CIJENA U SPOLJNOJ TRGOVINI

- Značaj i pojam cijena u spoljnoj trgovini
- Oblici ugovaranja cijena
- Praćenje ugovorene cijene kroz reviziju
- Prizma politike izvoznih cijena

CILJEVI UČENJA

- Objasnite šta predstavlja cijena u spoljnoj trgovini i njen značaj
- Navedite oblike ugovaranja cijene u spoljnoj trgovini
- Navedite po čemu se razlikuju oblici ugovaranja cijene u spoljnoj trgovini
- Objasnite damping cijenu
- Navedite faze postupaka određivanja cijene
- Uloga tržišne cijene i troškova u politici cijena

8. CIJENA U SPOLJNOJ TRGOVINI

Prometovanje roba ili usluga u spoljnotrgovinskom poslovanju posebnu pažnju posvjećuje vrijednosti predmeta razmjene. Vrijednost predmeta razmjene se novčano izražava (cijenom). Cijena je jedan od relevantnih faktora, čiji mehanizam formiranja na internacionalnom tržištu, ne proističe samo iz različitih oblika svjetskih cijena (uvozne, izvozne, berzanske inodomicilne i sl.), već i iz nekomparativnosti brojnih proizvoda nastalih diferencijacijom proizvodnje (kao jedan od oblika i metoda monopolističke konkurencije) na globalnom nivou, kao i protekcionističkog i intervencionističkog pristupa (brojne regulativne i kontrolne mjere vodećih ekonomija), koja modifikuju djelovanje zakona vrijednosti.

Na ovaj način cijene ostvarene na svjetskom tržištu odražavaju postojanje privremene neravnoteže između ponude i tražnje izvan glavnih regionalnih tržišta, zbog čega te cijene ne mogu predstavljati zdravu osnovu za određivanje nivoa cijena pojedinih roba koje bi trebalo obuhvatiti u međudržavnim sporazumima.¹⁵⁶

Formiranje cijena, bilo uvoznih ili izvoznih, je pod uticajem kako unutrašnjih ekonomskih uslova proizvodnje, tako i spoljno-ekonomskih determinanti koje određuju mjesto (položaj) neke zemlje u međunarodnoj podjeli rada.

8.1. Značaj i pojam cijena u spoljnoj trgovini

Spoljna trgovina odvija se između privrednih subjekata jedne zemlje sa privrednim subjektima svih drugih zemalja. Politika cijena predstavlja značajan dio ugovaranja međunarodnih poslova. Cijena je vrijednosni izraz neke robe odnosno usluge. To je određeni iznos novca koji se traži za proizvod ili uslugu, odnosno zbir vrijednosti koje kupci

¹⁵⁶ Institut za ekonomiku industrije (1964): *Međunarodna trgovina i razvoj*, Beograd, str.56.

razmjenjuju za koristi od posjedovanja ili upotrebe proizvoda ili usluge. Možemo reći da je cijena novčani iznos koji treba dati da bi neku robu kupili ili platili uslugu. Na visinu cijene utiču odluke proizvođača i potrošača na tržištu roba i usluga.

Na međunarodnom tržištu, kao posljedica društvene podjele rada, dejstva prirodnih faktora i potreba potrošača, dolazi do razmjene dobara i usluga između učesnika domiciliranih u raznim zemljama. Učesnici u međunarodnoj razmjeni, aktom razmjene tj. kupoprodajom uzrokuju izmjene u materijalnoj strukturi ukupnog bruto proizvoda i utiču na zadovoljenje određenih kategorija potreba u nacionalnoj proizvodnji i potrošnji. Kupoprodajni ugovor (akt razmjene), po svojoj prirodi, je dvostrani posao, gdje neko isporučuje robu ili vrši uslugu u nečiju korist uz odgovarajuću novčanu ili robnu protivuvrijednost.

Učesnicima u poslu spoljnotrgovinske kupoprodaje, kao bitno pitanje za rješavanje postizanja sporazuma, stoji odnos obima vrijednosti činidbi u jednom (izvoznom) i u drugom (uvoznom) pravcu iskazanih u njihovom novčanom izrazu (cijeni), po kojoj će se izvršiti obostrano prihvaćena razmjena. Iz toga bi trebalo da bude obezbijeđena ekvivalentnost (jednakost odnosa vrijednosti mjerena količinom rada koju predmeti razmjene nose u sebi) i to ne samo u izolovano posmatranom spoljnotrgovinskom poslu, nego i u ekonomskim odnosima zemlje sa inostranstvom u cjelini. Ukoliko između navednih količina rada (u izvoznim i uvoznim proizvodima) ne postoji razlika ili je u pitanju neznatna razlika, onda se govori o ekvivalentnoj razmjeni. Ipak, praksa pokazuje da na tržištu, ekonomski jači od slabijeg uzimaju dio društvenog bogatstva, putem djelovanja mehanizma svjetskog tržišta.

Svjetsko tržište, kao tržište višeg ranga od nacionalnog tržišta, obično, podrazumijeva cjelokupnu ponudu svih proizvođačkih zemalja svijeta, kao i cjelokupnu tražnju svih potrošačkih zemalja. Otuda proizilazi i međusobna povezanost i zavisnost zemalja (i jednih i drugih), usljed čega svjetsko tržište postaje nužno i za jedne i za druge. Iako ovaj termin podrazumijeva sučeljavanje sveukupne svjetske ponude i svjetske tražnje, sve manje se koristi odnosno sve češće se suprostavlja pojam spoljnih međunarodnih tržišta. Domaća privreda se ne suočava sa jedinstvenim uslovima na svjetskom tržištu, već se uključuje u

međunarodnu podjelu rada u uslovima kada je svjetsko tržište podijeljeno na tri nivoa i to:

- regionalna tržišta – koja kreiraju zajedničku zaštitnu politiku, politiku podsticanja izvoza, zajedničke instrumente ekonomske politike i sl.
- nepovezana tržišta – odsustvo funkcionalnih veza između različitih tržišnih stanja (tržište finalnih proizvoda, poluproizvoda, energije i sl.)
- tržišta multinacionalnih kompanija – kao važan segment svjetske privrede, gdje unutar mnogih kompanija važe posebni režimi cijena i tokovi kapitala (transferne cijene, interne cijene i sl.).

Nesumnjivo je da svjetsko tržište danas samo po sebi predstavlja složen i protivuriječan mehanizam procesa reprodukcije nacionalnih privreda, prepun neizvjesnosti i rizika, ali i neophodan uslov razvoja nacionalnih privreda i povezanosti u svijetu. Na njemu gravitiraju suprotstavljena suprotstavljena različitosti i raznovrsnih interesa, neloyalna konkurencija i razni oblici protekcionizma, ali istovremeno nastaju i pozitivni podsticaji za razvoj soljnotrgovinskog poslovanja i privredni napredak svake zemlje.

Postoje brojne definicije svjetske cijene u literaturi. Tako jedna od njih, svjetsku cijenu definiše kao dominirajuću cijenu na svjetskom tržištu za pojedine vrste proizvoda ili usluga. Ovakvim definisnjem, svjetska cijena proizilazi iz odnosa ponude i tražnje na svjetskom tržištu, a prigovara mu se da svjetska cijena nije rezultat spontanog tržišnog odnosa mogućih kupaca i prodavaca, već je dobrim dijelom usmjerena mjerama intervencionističke politike. Iz ove argumentacije, svjetska cijena bi predstavljala cijenu koja se upravo formira pod uticajem djelovanja zakona vrijednosti i mjera njenog narušavanja. Ovaj koncept svjetske cijene određuje i formira zemlja koja dominira u međunarodnoj trgovini.

Odnos nivoa cijena u razmjeni s inostranstvom izražava se pokazateljem pod nazivom *Terms of Trade*. Stavljajući prosječni nivo izvoznih cijena u odnos prema prosječnom nivou uvoznih cijena za posmatrani period (obično jedna kalendarska godina), utvrđuje se uticaj razmjene s inostranstvom na domaću privredu. Ukoliko je taj odnos manji

od jedan - uticaj je negativan, a ukoliko je taj odnos veći od jedan - uticaj je pozitivan. Teorijski posmatrano, ekvivalentna razmjena s inostranstvom, ostvaruje se kada je vrijednost *Terms of Trade* – jednaka jedan. Ovo implicira da pitanje cijene pri sklapanju jednog spoljnotrgovinskog posla u savremenim uslovima predstavlja centralni problem za rješenja u procesu postizanja trgovačkog sporazuma zainteresovanih učesnika u razmjeni. Interesi učesnika u razmjeni se ne ograničavaju samo na neposredne učesnike (kupce i prodavce), već dosežu do interesa njihovih zemalja, jer od tog odnosa će zavisiti stanje njihovog platnog bilansa prema inostranstvu.

8.2. Oblici ugovaranja cijena

Cijena je bitan element pri zaključivanju kupoprodajnog ugovora, bez obzira na koji način i u kome obliku je ona ugovorena. S obzirom da je prodajna cijena, i u jednom i drugom pravcu (kupovna i prodajna), konačni pokazatelj ekonomskog efekta razmjene i jedan od ključnih elemenata za sklapanje posla, kao takva ona mora biti predmet sistematske obrade i analize u toku pripremnih radnji za zaključenje kupoprodajnog posla. Sve odredbe o cijeni u kupoprodajnom ugovoru se, s obzirom na važnost i osjetljivost ovog pitanja, moraju regulisati na najprecizniji mogući način, kako bi se izbjegla svaka nejasnoća i razlike u tumačenju obaveza i time mogućnost sporova u izvršenju istih.¹⁵⁷

Suštinski, ugovorena cijena predmeta kupoprodaje, trebala bi da bude formirana u svim njenim pojedinostima. Pod tim se podrazumijeva utvrđivanje cijene u pogledu njene visine na određenom paritetu isporuke, valute u kojoj se treba isplatiti i količine robe na koju se cijena odnosi. Generalno, postoje dva osnovna obika ili načina na koji se cijena ugovara, i to:

- direktan oblik ugovaranja cijene i
- indirektan oblik ugovaranja cijene.

Najčešće se, u praksi, cijena utvrđuje u svim njenim pojedinostima pri sačinjavanju kupoprodajnog ugovora, a to je direktan oblik ugovaranja

¹⁵⁷ M. Tešić, *cit.djelo*, str.291.

cijene ili *direktna cijena*. Međutim, ukoliko se ugovorne strane pri sačinjavnju (tekstom) kupoprodajnog ugovora, pozivaju na neko treće lice ili izvor koji će na određeni način, utvrditi cijenu robe ili pak prihvataju cijenu koja važi na određeni dan ili prosječnu cijenu protekom određenog vremena, koja važi na izvjesnom tržištu (berza, aukcija, mjesto i sl.), onda je to *indirektna cijena* ili indirektnan oblik ugovaranja cijene.

Prema količini robe i usluge na koju se odnosi, ugovaranje cijene razlikuje se po sljedećem, i to:

- po jedinici mjere predmeta kupoprodaje (litar, komad, tona, metar, itd.), je *jedinična cijena*. Različitost ovih cijena nastaje usljed zavisnosti od toga da li je u cijenu robe uključena i težina ambalaže. Tako, na primjer, imamo izraze: *ambalaža uračunata*, *franko ambalaža* ili *ambalaža gratis* (kupac nema obavezu da je vrati i plati prodavcu);
- *cijena po sadržini korisne materije odnosno prema izvađenom uzorku*, koja se utvrđuje posebnim mjerenjem, postupkom ili hemijskom analizom (na primjer: voćni sokovi prema procentualnom sadržaju suvih materija, rude prema procentu korisne sadržine metala, rakija prema hektolitarskom stepenu sadržanog alkohola; opijum prema procentualnom sadržaju morfina i sl.);
- *bruto cijena* ili *zbirna cijena* za cijelu isporuku predmeta kupoprodaje, koja proizlazi iz zbira cijena pojedinih pozicija ili kod kupovine *sve zajedno* (paušalno), recimo kod opreme, investicionih objekata i sl.;
- *orijentaciona cijena* koja se obično utvrđuje za duže periode, ali sa pravom da se odgovarajuće prilagodi promjenama nastalim prema konkretnim okolnostima tržišta prodaje i cijena, koje su u međuvremenu nastale;
- *osnovna cijena* kod koje postoji mogućnost njenog korigovanja po osnovu kvaliteta robe, stepena složenosti, načina utovara i ambalaže (obično se primenjuje kod valjanih proizvoda od gvožđa i čelika);
- *prosječna cijena* za prosječan (standardni) kvalitet se praktikuje kod zamenljive (fungibilne) robe, a u zavisnosti od standardnog odstupanja kvaliteta robe naniže ili naviše, pri isporuci robe vrši se

odgovarajuće procentualno povećanje (premija), ili smanjenje prosječne cijene (bonifikacija).

Prema prethodnom, očigledno je da se cijena robe ili usluge može ugovorati na različite načine u zavisnosti od okolnosti i konkretnog slučaja.

Osim navedenog, konačna visina ukupne cijene predmeta kupoprodaje zavisi još i od sljedećih faktora, a to su:

- *Obim isporuke robe ili usluge* utiče na visinu cijene (povećava ili smanjuje konačnu cijenu) odnosno veća količina robe niža cijena i obratno (zbog popusta u cijeni na količinu robe), ali i zbog činjenice da kod pojedinih predmeta kupoprodaje u momentu zaključivanja ugovora nije moguće precizno utvrditi cijenu robe. Kada to nije moguće precizno utvrditi onda se klauzulom *circa* ili *oko* (engl. *about*, franc. *environ*, nem. *ungefähr*) ostavlja mogućnost da prodavac isporuči do 10% od ugovorene količine robe (na primjer: kod isporuka živih pilića, jagnjadi, goveda, čije je plaćanje po cijeni u tonama ili kod robe sa standardnim pakovanjem), te ovom odredbom u ugovoru postoji mogućnost odstupanja (tolerancije) ugovorene količine tj. može isporučiti manje ili više robe, koja će biti preuzeta i plaćena po ugovorenoj cijeni i na ugovoreni način.
- *Paritet ili razgraničenje obaveza* vrši se klauzulom o cijeni i paritetu isporuke u kupoprodajnom ugovoru po Incoterms-u. Paritet znači da od momenta ili mjesta na putu robe od fabrike ili skladišta prodavca do mjesta opredeljenja, ugovorna cijena pokriva i ostale uobičajene troškove (ambalaže, transporta, rukovanja robom, rizika, osiguranja, taksa i dažbina). Kada su u pitanju posebne porudžbine ili ako se zahtijeva neobično kratak rok isporuke, to će imati uticaja na cijenu, jer će odgovarajuće povećati troškove proizvodnje (za intenzivniji i prekovremeni rad danju, noću, vikendom ili u neuobičajenim uslovima: temperatura, hladnoća, vlaga, snijeg, rad u podzemlju i sl.), ali i povećati rizik zbog izrade specijalne porudžbine ili kratkog roka isporuke.

Visina cijene predmeta kupoprodaje zavisi i od uslova plaćanja ugovorene protivuvrijednosti:

- *u gotovom*, ukoliko će isplata ugovorenog iznosa usjediti u primjereno kratkom roku (od 3-30 dana), računato od ugovorom utvrđenog uslova ili datuma (prijem trgovačke fakture, prijem robe, od sredine ili poslednjeg dana tekućeg mjeseca za slučaj kada ima veliki broj sukcesivnih isporuka, zaključenje i stupanje ugovora na snagu, uručenje konosmana kupcu, ugovoreni datum plaćanja i sl.). U tom slučaju prodavac bi mogao da odobri kupcu za ranije plaćanje iznos od 2-3% od fakturne vrijednosti na ime kasa-skonta (*cassa sconto*), kao povraćaj zaračunate tržišne kamate u trajanju i do tri mjeseca od datuma trgovačke fakture;
- *na kredit*, kada je cijena opterećena svim troškovma kredita po uslovima koji su ugovorom o kreditu definisani (kamatna stopa, troškovi osiguranja kredita, bankarski troškovi u zemlji i inostranstvu, a nekad i razlikom između zvanične eskontne stope i nivoa tekuće kamatne stope na tržištu u zemlji prodavca i sl.).

Visina cijene predmeta kupoprodaje zavisi i od rabata (popusta), ugovorenih ili uobičajenih u trgovačkom prometu. Za iznos rabata umanjuje se ugovorena cijena, što se na odgovarajući način iskazuje u trgovačkoj fakturi. U praksi su primjenljivi različiti rabati, kao što su:

- *rabat na veliko* se od strane prodavca, obično odobrava proizvođač u korist kupca robe na veliko i
- *rabat na malo* se od strane prodavca na veliko odobrava onome, koji će robu prodavati na malo.

Rabati na veliko i na malo se primenjuju u slučajevima kada proizvođač/prodavac politiku prodajne cijene na malo drži u svojim rukama:

- *količinski rabat* odobrava prodavac u korist kupca srazmjerno količini robe, koja je predmet kupoprodajnog ugovora ili po osnovu prometa ostvarenog protekom određenog vremenskog perioda (godišnje, polugodišnje, kvartalno i sl.). Uvećavanjem količine kupljene robe do određene mjere raste i procenat količinskog rabata, koji se unaprijed ugovorom utvrđuje, a iz

ekonomskih razloga prodavac primjenjuje ovaj rabat tj. da poveća obim prometa i po tom osnovu i proizvodnju, čime duže vremena obezbjeđuje uposlenost svojih kapaciteta;

- *izvozni rabat* se odobrava u korist kupca iz inostranstva i
- *rabat za stalne kupce* koji se predmetnom robom snabdevaju kod istog prodavca i to u dužem vremenskom trajanju.

U spoljnotrgovinskom poslovanju moguće je kombinovati dve ili više vrsta rabata u korist kupca, s tim da oni u kumulativu ne bi smjeli preći uobičajenu granicu, koja je prihvatljiva za prodavca.

Tržišna podjela cijena utvrđuje uslove njihovog formiranja i primjene u spoljnotrgovinskom poslovanju, a najčešće se sreću sljedeće kategorije:

- proizvođačke cijene ili cijene zasnovane na troškovima,
- tržišne cijene,
- monopolske cijene,
- damping cijene,
- administrativne cijene,
- dirigovane cijene,
- tekuće cijene i
- stalne cijene.

Proizvođačke cijene ili cijene zasnovane na troškovima obuhvataju troškove proizvodnje, društvene izdatke (doprinosi i druge zakonske obaveze) i ukalkulisanu zaradu.

Tržišna cijena formira se pod dejstvom tržišnih zakona ponude i tražnje u određenom mjestu, regionu ili nacionalnom tržištu. Ona se može mijenjati usljed promijenjenih odnosa u intenzitetu ponude i tražnje u određeno vrijeme. Prema tome, Tržišna cena je ona cijena koja se u određeno vrijeme postiže na tačno određenom tržištu za utvrđenu vrstu i kvalitet robe i paritet njene isporuke. Na osnovu njih izračunavaju se prosječne tržišne cijene za pojedine proizvode, koje mogu biti referentne za neke poslove u spoljnoj trgovini. Za one proizvođače koji su radili pod prosječnim uslovima proizvodnje i ostvarili prosječne rezultate, tržišna cena im obezbjeđuje prosječan nivo zarade, dok su na dobitku proizvođači koji su ostvarili troškove ispod prosjeka (ostvaruju ekstra

profit) a na gubitku proizvođači sa ostvarenim troškovima iznad prosjeka. Pri tome nedovoljna ponuda, uz postojanje čvrste i neodložne tražnje, ima za posljedicu porast tržišne cijene, i obratno, veća ponuda uz nedovoljnu tražnju, dovodi do smanjenja tržišne cijene. Tržišna cijena se razlikuje je po zemljama, proizvodima, pa čak i lokalno.

Svjetska cijena je dio tržišne cijene i umeđunarodnoj trgovini odnose se na uvozne (importne) koje zemlje uvoznice plaćaju prilikom uvoza iz inostranstva, izvozne (eksportne) koje zemlje izvoznice postižu na ino-tržištu, a najčešće se odnosi na berzanske kotacije cijena za robu koja je predmet trgovanja berze u spoljnotrgovinskom prometu. U tom smislu, mjerodavne su kotacije na berzi od međunarodnog značaja tj. koje obavljaju značajniji dio ukupne svjetske trgovine u određenoj robnoj struci ili proizvodu. Za berzansku robu, koja nije predmet berzanske trgovine, svjetska cijena se formira pod uticajem tržišnih zakona ponude i tražnje između učesnika iz raznih zemalja u njihovoj međusobnoj konkurenciji, kao što je slučaj sa transparentnim međunarodnim tenderima, aukcijama i licitacijama. U savremenom svijetu, takoreći bez izuzetka, postoji u primjeni veoma razuđen izbor mjera zaštite domaće privrede i tržišta, ograničenja i intervencionizma u sklopu koncepta tekuće privredne politike i ekonomskih odnosa sa inostranstvom. Zbog toga, u tim uslovima nije moguće postojanje klasične svjetske cijene (iz doba punog liberalizma u međunarodnoj razmeni roba i usluga). Takva, klasična svjetska cijena, bi trebala da omogućava slobodan promet materijalnih dobara i usluga po svim kontinentima i zemljama svijeta, a ona bi se za istu vrstu robe od jedne do druge zemlje, razlikovala samo u mjeri udaljenosti mjesta njene kupoprodaje ili privođenja konačnoj namjeni od mjesta njene proizvodnje (prevoz, osiguranje, rukovanje robom i sl.). Na kraju ipak, kupca interesuje bruto tržišna cijena odnosno cijena koju će on platiti u mjestu potrošnje, tj berzanska ili referentna tržišna cijena uvećana za troškove carine, poreza i takse i izražena u domaćoj valuti.

Monopolske cijene imamo kod najznačajnijih proizvođača u svijetu (monopolske organizacije), koje utvrđuju nivo prodajne cijene, na različite načine, za određene kategorije robe koji će važiti na internacionalnom tržištu ili na domaćem. U principu, ove cijene,

obezbjeduju pored prosječnog profita i superprofit (ekstra profit) za prodavca. Njegova visina zavisi od moći, značaja i položaja na tržištu i međunarodnog uticaja monopolskih saveza, koji im diktiraju monopolske cijene pod određenim uslovima. One mogu biti značajne i za uslove međunarodne kupoprodaje robe i usluga. Bez izuzetka, sve zemlje u svijetu, nastoje da nametnu pravila kojim bi se izbjegla primjena monopolskih cijena.

Damping cijena (Dumping Price) je cijena koja je znatno ispod postojeće tržišne cijene te robe u zemlji kupca, pa i prodavca, a u nekim slučajevima čak i ispod troškova proizvodnje tih gotovih proizvoda u zemlji porijekla. Problemi nastaju kada izvozna cijena nije jednaka cijeni na domaćem tržištu, jer izvoznik ostvaruje povraćaj dažbina (PDV, carina i sl), te se cijena snižava, a nanosi štetu domaćim proizvođačima koji ne mogu ponuditi nižu cijenu od postojeće, niti prodavati tj. biti konkurentni, i time su na gubitku koji može dovesti većih posljedica ukoliko se ne preduzmu mjere zaštite. Da bi se odbranile od ovakvih cijena zemlje pribjegavaju uvođenju antidampinskih dažbina, čija maksimalna visina ne može biti veća od dampinske marže (razlike između niže izvozne cijene nekog proizvoda i njegove tržišne cijene). U praksi, damping cijene predstavljaju mjeru politike prodiranja na nova ino-tržišta ili bitnijeg proširenja obima prodaje. Primjenjuju ih ekonomski moćnije kompanije, same ili uz podršku države (premije, poreska oslobođenja i olakšice, obračunski kursevi valuta naplate, povlašćene tarife u prevozu robe za izvoz i slično). Intrafirmske cijene su subjektivne cijene koje spadaju u damping cijene. Određuje ih uprava firme u centru jedne multinacionalne kompanije. Najčešće odstupaju od tržišnih cijena, na više ili na niže, u zavisnosti od toga gdje je isplatinije za kompaniju, u kojoj zemlji prikazati više, a u kojoj niže cijene, sa aspekta plaćanja carina, izbjegavanja poreza i ostvarivanja dobiti.

Zemlja uvoznica da bi se zaštitila od damping cijena, po propisima Svjetske trgovinske organizacije, može protiv damping cijena odmah uvesti određenu antidampinsku carinu, i to pod sljedećim uslovom:

- da je pokrenut postupak istrage,
- da je dokazano da postoji damping cijena i

- da vlada zemlje uvođenje antidampinške carine smatra nužnom, kako bi se spriječilo moguće nanošenje veće privredne štete.

Slična situacija je kod kompenzatornih carina, kada zemlja izvoznim subvencijama nastoji ostvariti izvozni uspjeh na račun (štetu) uvozne zemlje. U preventivne svrhe mogu se uvesti kompenzatorne carine, pod sljedećim uslovima:

- da je istraga pokrenuta u skladu sa propisima Svjetske trgovinske organizacije,
- da su preliminarni nalazi potvrdili štetu za domaću privredu zbog uvedenih subvencija u izvoznoj zemlji i
- da postoji vjerovatnoća da će nastati nove i veće štete, ako se ne primjene kompenzatorne carine.

Uredbom (EU) 2016/1036 utvrđuju se pravila Evropske unije o trgovinskoj zaštiti radi zaštite od dampinškog uvoza iz zemalja koje nisu članice EU na tržište EU. Mijenjana je tri puta, i to: prvi put 2017. godine, zatim 2018. godine i 2020. godine. Uredbom (EU) 2017/2321 uvodi se metodologija izračunavanja dampinga koja se odnosi na uvoz iz zemlja članica Svjetske trgovinske organizacije, gdje postoje znatni poremećaji tržišta kao rezultat državnih intervencionističkih mjera. Uredbom (EU) 2018/825 donose se izmjene koje se odnose na skraćivanje perioda uvođenja privremenih antidampinških mjera (sa 9 na 7 mjeseci, uz mogućnost produženja na 8 mjeseci), mijenja se način primjene u antidampinškim slučajevima („marža štete“), uvode se nove mjere „neštetne cijene“ (uz minimalnu dobit od 6 %, koja se uključuje u obračun iznosa štete, ali sa mogućom većom profitnom maržom u zavisnosti od slučaja), uvodi se razdoblje prije objavljivanja (3 nedjelje) i uvodi se povrat naplaćenih dažbina (ako su mjere ukinute). Delegiranom uredbom (EU) 2020/1173 se mijenja trajanje razdoblja prije objavljivanja o eventualnom izricanju privremenih mjera na 4 nedjelje, s tim da Komisija ima obavezu da ako je došlo do značajnog povećanja uvoza tokom razdoblja od četiri nedjelje prije objavljivanja tj. do takvog porasta, čime je nanio dodatnu štetu predmetnoj industriji EU-a.

Administrativne cijene predstavljaju cijene koje utvrđuje država preko organa uprave kojem je dala ovlaštenje. Mugu se posmatrati kao fiksne, jer ostaju na snazi do izmjene, a mijenjaju se odlukom ili planskim aktom ovlaštenog organa uprave.¹⁵⁸ Država na nivo cijena ima indirektan uticaj, propisivanjem poreza i doprinosa, uticajem preko kamatnih stopa i deviznog kursa.

Dirigovane cijene nastaju zajedničkim dejlovanjem tržišnih okolnosti i administrativnih mjera s namjerom ostvarivanja željenih efekata privredne politike u proizvodnji i prometu.

Tekuće cijene, kako im sam naziv govori, predstavljaju tržišnu cijenu koja važi u određenom mjestu (prostoru) i u određenom vremenskom periodu ili na određeni dan, po kojoj se date robe kupuju ili prodaju.

Stalne cijene predstavljaju važeće tržišne cijene za određeno dobro na utvrđeni dan ili predstavljaju prosjek tržišnih cijena za određeni period koji se uzima kao bazni. Ovakav način utvrđivanja cijene primjenjuje u statističke svrhe za iskazivanje praćenja i upoređenja stanja i kretanja istorodnih pojava u vremenski različitim posmatranim periodima, jer kod ove vrste cijena za iskazivanje stanja isključen je uticaj variranja cijena. Kao što je primjer: obim izvoza po vrijednosti, proizvodnja određene robe i slično.

Formiranje cijene podložno je brojnim uticajima, ali je ključni elemenat koji stvara prihod. Cijena proizvoda je ono što kompanija dobija u zamjenu za sav napor koji je uložila u proizvodnju i plasman proizvoda na tržištu.¹⁵⁹

Postupak određivanja cijene prolazi kroz šest faza:¹⁶⁰

¹⁵⁸ U praksi, imamo, primjer poljoprivrednih cijena u Evropskoj uniji, gdje Komisija propisuje tri vrste cijena svake godine. To su: ciljne (interventne) cijene – navise cijene za proizvođače sa najnižom produktivnosti; granične (uvozne) cijene, kada se od ciljnih cijena oduzmu troškovi distribucije i transport, u zemlji od granice do mesta potrošnje; i garantovane cijene, koje se garantuju proizvođačima a niže su od uvoznih cijena, da bi omogućile zaštitu domaćim proizvođačima.

¹⁵⁹ Jobber D., Fahy J. (2006). *Osnovi marketinga*, Data Status, Beograd, str.201.

¹⁶⁰ M. Unković, B.Stakić, *cit.jelo*, str.129.

- 1) izbor cilja formiranja cijena – kompanija prvenstveno treba da zna šta želi da postigne određenim proizvodom/uslugom. Alternativne mogućnosti su: ostvarivanje zarade, osvajanje novih tržišta/kupaca, potiskivanje konkurencije, pozicioniranje proizvoda, itd. U odnosu na politiku formiranja cijena, kompanija može da postavi četiri poslovna cilja: opstanak, maksimiziranje profita, vođstvo u tržišnom učešću i vođstvo u kvalitetu proizvoda;
- 2) utvrđivanje tražnje za proizvodom/uslugom – tražnja i cijene su obično obrnuto proporcionalne, tj. što je viša cijena, tražnja je manja i obrnuto;
- 3) procjena troškova – u odnosu na visinu troškova po jedinici proizvoda, kompanija razvija i odgovarajuću cijenu nižu od tržišne. Ova strategija omogućava da kompanija ostvaruje veći obim prodaje, osvaja nova tržišta i bolje pozicionira proizvod u odnosu na konkurenciju;
- 4) analiza cijena i ponude konkurenata – predstavlja stvaranje informacione osnove za utvrđivanje okvira u kojima se može odrediti cijena;
- 5) izbor metoda formiranja cijena – najčešće se koriste kod formiranja cijena: metod troškovi plus, metod mape polja dobitka, metod percipirane vrijednosti, metod tekućih tržišnih cijena, metod zatvorene ponude, metod fiksne i metod klizne cijene);
- 6) izbor konačne cijene – predstavlja finalizaciju procesa određivanja cijene i sintezu svih prethodno izvršenih analiza i istraživanja.¹⁶¹

Stepen ili visina određenosti ugovorne cijene zavisi od postojećih tržišnih okolnosti, od daljeg izgleda kretanja na tržištu zemlje prodavca tj. da li trenutni uslovi, kao i eventualna predviđanja razvoja tržišnih prilika, ukazuju na izvjesnost promjena u troškovima proizvodnje predmeta kupoprodaje ili ne. Ako se prihvati određena cijena na dan zaključenja kupoprodajnog ugovora, onda svaka promjena u troškovima proizvodnje, nastala u toku ugovorenog roka isporuke, u zavisnosti od njenog obima, mora odgovarajuće ugroziti interese jedne od ugovornih strana.

Obično se za gotovu robu, koja u trenutku zaključenja trgovinskog posla realno postoji (promptne isporuke standardnih artikala i sl.), tada

¹⁶¹ Filipović V., Kostić M.(2001). *Marketing menadžment*, FON, Beograd, str.209-212.

određuje tekuća tržišna cijena. Za isporuke robe u budućnosti, u jednom više ili manje vremenski udaljenom roku ili u rokovima raspoređenim po vremenu, s obzirom na stabilnost okolnosti na tržištu i obim vrijednosti isporuke robe koja je u pitanju, može se postupiti na tri načina. Mogu se ugovoriti tzv. fiksne cijene, berzanske cijene i klizajuće cijene. Ove tri kategorije cijene, po svome karakteru su različite, jer na potpuno različit način regulišu odnose ugovornih strana po pitanju cijene iz predmetnog kupoprodajnog ugovora.

U prvom slučaju ugovorne strane imaju jasnu predstavu o stvarnoj cijeni predmeta kupoprodaje već u trenutku zaključenja kupoprodajnog ugovora. U druga dva slučaja visina cijena predmeta kupoprodaje je neizvjesna sve do momenta isporuke robe, odnosno izvršenja obračuna nastalih promjena u troškovima proizvodnje robe ili usluga, koja je predmet isporuke po poslu u pitanju. U prvom slučaju ugovorne strane odmah fiksiraju cijenu, a u druga dva slučaja, naročito pri isporuci u budućnosti, ugovorne strane utvrđuju samo metode i način određivanja cijene u budućnosti.¹⁶²

U slučaju kada postoje svi uslovi stabilnosti odnosa na tržištu u zemlji prodavca, u kojima ne prijete opasnost da će bilo koja od ugovornih strana biti oštećena takvim postupkom, utvrđuje se fiksna cijena robe ili usluge. To je kategorija cijene, koja u toku cijelog ugovorenog roka isporuke robe ili usluge, bez obzira na njegovu dužinu trajanja, veličinu ugovorne vrijednosti predmeta kupoprodaje i stanje na tržištu zemlje prodavca, ne može biti predmet nikakvih promjena vezanih za eventualno nastale izmjene u visini troškova proizvodnje robe ili usluga. U tom smislu, u ugovoru mora postojati odgovarajuća klauzula, izjava ugovornih stranaka, da se odriču prava primjene načela *rebus sic stantibus*. Tek tada je ugovorena predmetna cijena, i kada nastanu bitne promjene u troškovima proizvodnje poručene robe, apsolutno fiksna. Kupac će, u tom slučaju, biti obavezan da na ugovoreni način plati prodavcu onu cijenu, koja je ugovorom određena za isporučenu robu ili izvršenu uslugu. Svaka od ugovornih strana pri tome, snosi rizik nastalih posljedica, koje su ih snašle zbog mogućih variranja troškova proizvodnje. Kod povećanja

¹⁶² M. Tešić, *cit. djelo*, str. 296-297.

troškova proizvodnje postoji mogućnost štete na strani prodavca, a pri smanjenju istih, postoji mogućnost štete na strani kupca. Međutim, ni jedna ni druga strana nema mogućnosti ma kakvog regresa jedne prema drugoj, u vezi sa ovim izmjenama u troškovima proizvodnje.

Ugovaranje fiksne cijene robe u savremenim uslovima (ne)stabilnosti tržišnih prilika koristi se samo kod isporuka standardne robe i to na relativno kraće rokove isporuke, i pri tome, na manje ugovorene vrijednosti predmeta kupoprodaje. Ali ako se radi o dužem roku isporuke i predmetu kupoprodaje veće ugovorene vrijednosti, skro pa uvijek se ugovara klizajuća ili berzanska cijena u zavisnosti o kakvoj se radi. Ugovorne strane se na različit način zalažu za prihvatanje ili odbacivanje ovog oblika ugovorene cijene. Tako da kada se očekuje povećanje troškova proizvodnje predmetne robe, kupac će nastojati da se ugovori fiksna cijena, dok prodavac neće biti saglasan sa time i obratno.

Berzanska cijena (kotacija) se primjenjuje u razmjeni tzv. artikala berzanskog prometa (standardizovana, fungibilna roba). Pri zaključivanju kupoprodajnog ugovora sa primjenom ovakvog oblika cijena, ugovorne strane se usaglašavaju o berzi, domaćoj ili inostranoj, čija će kotacija za robu, koja je predmet kupoprodaje, biti mjerodavna u određeni dan (ugovoreni datum isporuke ili dan koji ovome prethodi da bi se uredno mogli ispostaviti robni dokumenti, koji prate robu) ili period vremena. Utvrđuje se koja rubrika berzanskog biltena će biti mjerodavna za određivanje prodajne cijene, kao i da li će to biti cijena u početku ili na kraju berzanskog sastanka ili prosječna cijena posla ili nešto drugo što je potrebno. Slično se postupa i pri prodaji tzv. neberzanskih i poluberzanskih kategorija robe, ali za koje se na određenom tržištu ili tržišnoj ustanovi (produktna berza) izdaje bilten ili izvještaj o zvaničnom kretanju tržišne cijene tih artikala u određene dane ili za određeni period vremena.

Klizajuća cijena nastaje na osnovu činjeničnog stanja, da su ugovorne strane unijele u ugovor tzv. rezervu na cijenu iz ugovora o kupoprodaji. One time zadržavaju pravo, da u mjeri i smislu nastalih promjena u troškovima proizvodnje predmeta kupoprodaje u zemlji prodavca, primjenom metoda klizne skale, na način i pod uslovima predviđenim u ugovoru, izvrše odgovarajuću korekciju ugovorene cijene.

Ovim postupkom se otklanja šteta po bilo koju od ugovornih strana u vezi sa mogućim promjenama u troškovima proizvodnje predmeta kupoprodaje, ako bi bila ugovorena kupoprodaja po fiksnoj cijeni. Prilagodavajući ugovorenu cijenu predmeta kupoprodaje nastalim promjenama u troškovima proizvodnje robe u zemlji proizvođača, ona se dovodi na nivo tekuće tržišne cijene ili na nivo koji bitno ne odstupa od nje. Ovaj oblik cijene se primenjuje u slučajevima kada se radi o dugoročnim poslovima velike ugovorene vrijednosti predmeta kupoprodaje i kada izgledi predstojećih kretanja na tržištu zemlje prodavca/proizvođača ne nude nužni minimum stabilnosti troškova i kretanja cijena.

U savremenim uslovima realizacije međunarodne razmjene roba i usluga, primjena ovog oblika cijena i metoda klizne skale, sve više dobija na značaju i postaje češća, pa čak, u određenim okolnostima i neizbježna. Prelazna kategorija cijena između fiksnih i klizajućih cijena postoji ugovaranjem klauzule *skok-pad* (engl. *Fall & Rise clause*; franc. *hausse et baisse clause*; nem. *Baisse und Hausse Klausel*). Ugovorom se utvrđuje način korigovanja ugovorene cijene robe u mjeri nastalih promjena, u skoku ili padu cijena na tržištu u vreme trajanja roka isporuke, najčešće do $\pm 10\%$.

8.3. Praćenje ugovorene cijene kroz reviziju

Zbog nestabilnosti ili poremećaja na tržištu, da bi se omogućila razmjena, došlo se na ideju moguće korekcije ugovorene cijene. Za izvršenje ugovorne obaveze prodavca potrebno je kraće ili duže vrijeme u što zavisi od obima isporuke. Obično je obim isporuke u srazmjeri sa potrebnim vremenom za njeno izvršenje na ugovoreni način, odnosno veći obim isporuke robe ili izvršenja ugovorenih usluga u korist inostranog kupca odgovarajuće povećava i ugovoreni rok isporuke istih.

Od značaja je i ukupna ugovorena vrijednost robe/usluge i dužina potrebnog vremena za izvršenje ugovorne obaveze, odnosno što je isporuka obimnija, trebalo bi i rok isporuke da bude duži, a s tim i ugovorena vrijednost odgovarajuće veća.

Postojanje nestabilnih prilika na međunarodnom tržištu odražavaju se na kretanje cijena. One su se ispoljavale kroz stalnu težnju za porastom u različitom obimu od jedne do druge zemlje. Da bi se u ovakvim tržišnim uslovima omogućila razmjena dobara/usluga u međunarodnom obimu i to sa dovoljno sigurnosti kroz moguće korekcije ugovorene cijene po smislu i veličini nastalih promjena u troškovima proizvodnje, robe koja je predmet kupoprodaje, u tu svrhu primjenjuje se metoda klizne skale. Pri razmatranju umješnosti primjene metoda klizne skale u konkretnom spoljnotrgovinskom poslu, treba uvažiti sljedeća osnovna načela:¹⁶³

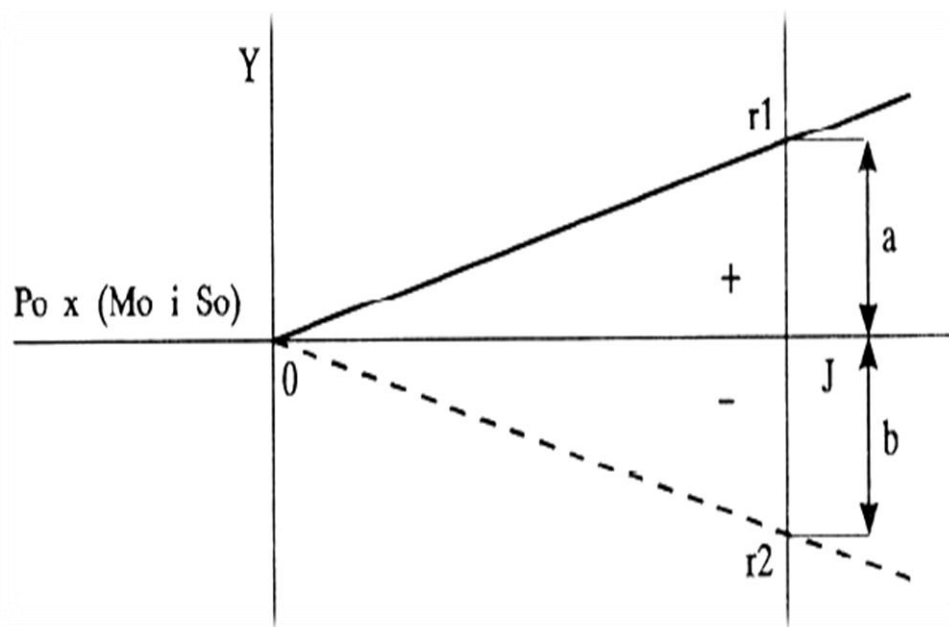
- klizna skala se može i ne mora primjenjivati kod spoljnotrgovinskih poslova na manje ugovorene vrijednosti i sa kraćim rokom isporuke;
- ako je u pitanju kupoprodajni ugovor na velike iznose ugovorene vrijednosti, pa i sa relativno kraćim rokovima isporuke, kliznu skalu treba primjenjivati;
- kod kupoprodajnih ugovora na velike ugovorene vrijednosti i sa dužim rokovima isporuke primjena klizne skale ni pod kakvim uslovima ne bi smjela da izostane.

Sušтина primjene i dejstva metoda klizne skale jeste praćenje ugovorene cijene i njena revizija ili korekcija u smislu nastalih promjena na tržištu. Sastoji se u tome, da u odnosu na stanje varijabilnih faktora (**Mo** i **So**), koje je postojalo na dan zaključenja kupoprodajnog ugovora, po usvojenoj matematičkoj formuli klizne skale, izvrši ispravku ugovorene cijene predmeta kupoprodaje u mjeri i smislu nastale promjene u njegovim troškovima proizvodnje u toku određenog dijela ugovorenog roka isporuke, određenom periodu (vremenu), troškovi proizvodnje predmeta kupoprodaje u globalu uzeto (**r1**, **r2**) se mogu različito ponašati (vidi sliku 10.) Cijena predmeta kupoprodaje ugovorena je na osnovu iskalkulisanih troškova proizvodnje, koje su važile na dan zaključenja ugovora o kupoprodaji (bazni indeksi). Nivo tih troškova za materijal za izradu (**Mo**) i lične dohotke radnika zaposlenih u neposrednoj proizvodnji predmeta kupoprodaje (**So**) unose se u ovu odredbu teksta kupoprodajnog ugovora u vidu brojke (cijena po jedinici mjere ili indeks cijena u prodaji

¹⁶³ M.Tešić, *cit.djelo*, str. 299.

na veliko za materijal i kao visina u valuti isplate nadnica izrade po času rada - satnica ili indeks satnica izrade za kvalifikovanog radnika u grani proizvodnje od interesa u datom izvoznom poslu). Pri tom, strogo treba voditi računa da iznosi izraženi u brojkama i slovima budu apsolutno isti. U slučaju neslaganja, važi iznos napisan slovima.

Slika 12: Shematski prikaz premjene metoda klizne skale¹⁶⁴



Primjena i dejstvo metoda klizne skale u datom slučaju ima za cilj da izvrše ispravku ili korigovanje ugovorene cijene predmeta kupoprodaje (P_o) i to:

¹⁶⁴ Objašnjenje znakova: O- datum zaključenja kupoprodajnog ugovora ; J-ugovoreni datum isporuke robe, O-J je ugovoreni rok trajanja do isporuke robe, r1-svodna rezultanta nastalih promjena u troškovima proizvodnje u smislu njihovog povećanja, r2-svodna rezultanta nastalih promjena u troškovima proizvodnje u smislu njihovog smanjenja, a-nastala razlika u troškovima proizvodnje u smislu njihovog povećanja na bazno stanje (M_o i S_o); b- nastala razlika u troškovima proizvodnje u smislu njihovog smanjenja na bazno stanje (M_o i S_o).

- u slučaju nastale promjene po svodnoj rezultanti **r1** u odnosu na bazno stanje u smislu povećanja za iznos **a** (nastala razlika u troškovima proizvodnje u smislu njihovog povećanja na bazno stanje Mo i So);
- u slučaju nastale promjene po svodnoj rezultanti **r2** u odnosu na bazno stanje u smislu smanjenja za iznos **b** (nastala razlika u troškovima proizvodnje u smislu njihovog smanjenja na bazno stanje Mo i So);

Ovim postupkom u oba slučaja se ugovorena cijena predmeta kupoprodaje dovodi na nivo tržišne cijene ili joj se bar približava.

8.4. Prizma politike izvoznih cijena

Politiku prodajnih cijena određuje karakter robe koja je predmet prometovanja i stanje odnosa ponude i tražnje na konkretnom tržištu. Obrada izvoznih cijena zahtijeva sistematski i studiozan pristup. Određena pravila i mjerila mogu se uopšteno primjeniti, ali ima i specifičnih slučajeva kod kojih se ne mogu primjenjivati univerzalna pravila, što zavisi od predmeta kupoprodaje. Izvozna cijena je određena kada sadrži: visinu, jedinicu robe na koju se cijena odnosi, odredbu po kojoj iskazana cijena se odnosi na neto ili bruto težinu, valutu i trgovinsku (transportnu) klauzulu. Na cijenu može uticati i niz drugih faktora, kao što su strategija pozicioniranja, strategija lansiranja novih proizvoda, strategija za liniju proizvoda, konkurentska marketing strategija, strategija upravljanja kanalima i strategija međunarodnog marketinga.

Cijena je dinamična kategorija. Bez obzira na to da li cijene rastu ili padaju, uvijek treba voditi računa o profitabilnosti kompanije. Cijene se formiraju na osnovu tri faktora:¹⁶⁵

¹⁶⁵ Jobber D., Fahy J. (2006). *Osnovi marketinga*, Data Status, Beograd, str. 199-218.

- troškova,
- tržišne cijene i
- konkurencije (a uz to postoje i etička pitanja vezana za formiranje cijena).

Troškovi predstavljaju jedan od osnovnih polaznih osnova formiranja izvoznih cijena, naročito kada nije poznata tržišna cijena. Po pravilu, prihod mora da pokrije sve troškove važi i u izvoznom marketingu. Da bi se bilo konkurentno u troškovima mora se voditi računa o zaradama, amortizaciji, materijalnim troškovima, imputima na tržištu, troškovima svih stejkholdera, porezima i slično. Nisu važne uštede na pojedinim troškovima, važno je da izvozna cijena bude što je moguće niža, a time i konkurentnija. Istraživanje troškova odnosi se na ukupne troškove (neposredne i posredne, fiksne i varijabilne). Razlika stvorena između troškova i tržišne cijene važna je za ocenjivanje sopstvenog položaja u odnosu na konkurente na tržištu. Finansijski položaj je određen stanjem finansijske ravnoteže, zaduženosti, solventnosti, održavanjem realne vrijednosti sopstvenog kapitala i reprodukcijom sposobnošću preduzeća.¹⁶⁶ Preduzeće koje ima rezerve u troškovima tj. koje ostvaruje niže troškove može da vodi aktivnu politiku cijena.

Prilikom analize troškova ne uzimaju se samo proizvodni troškovi, već se uzimaju i troškovi distribucije (marže grosista i detaljista u zemlji i inostranstvu) i troškovi komuniciranja i propaganda (formiranje javnog mnjenja, ekonomska propaganda, unapređenje prodaje u inostranstvu). Katkada izvoznik nije u situaciji da pokrije sve troškove, pa pristaje da prodaje po cijeni koja je bar minimalno viša od fiksnih troškova u proizvodnoj kalkulaciji.

Tržišna cijena određena je upotrebom vrijednosti proizvoda koji su namenjeni izvozu i elastičnosti tražnje u inostranstvu. Elastičnost tražnje u inostranstvu zavisi od brojnih faktora: prvenstveno od vrste izvoznog proizvoda odnosno egzistencijalne važnosti izvoznog proizvoda, cijene konkurencije, visine ponuđene cijene i kupovne moći, kao i od

¹⁶⁶ I. Banda, A. Bulatović, L. Vučićević, *cit.djelo*, str.268.

načina kupovine odnosno kanala marketinga. Kada je riječ o tenderima, aukcijama i berzama, prihvata se najniža ponuda odnosno izvozne poslove dobija izvoznik sa najnižom ponuđenom cijenom. U ostalim tržišnim kanalima obavezno se provjerava tržišna cijena na svakom tržištu. Prikupljanje ovih informacija i podataka nije lako dostupno na međunarodnom tržištu. Postojeći, dostupni statistički podaci često nisu dovoljni, pa se angažuju konjunkturane službe, marketing agencije i sopstvena trgovinska mreža u inostranstvu, pa i insajderski kanali za prikupljanje pouzdanih informacija, paralelno sa time treba pratiti i izučavati namjere konkurencije.

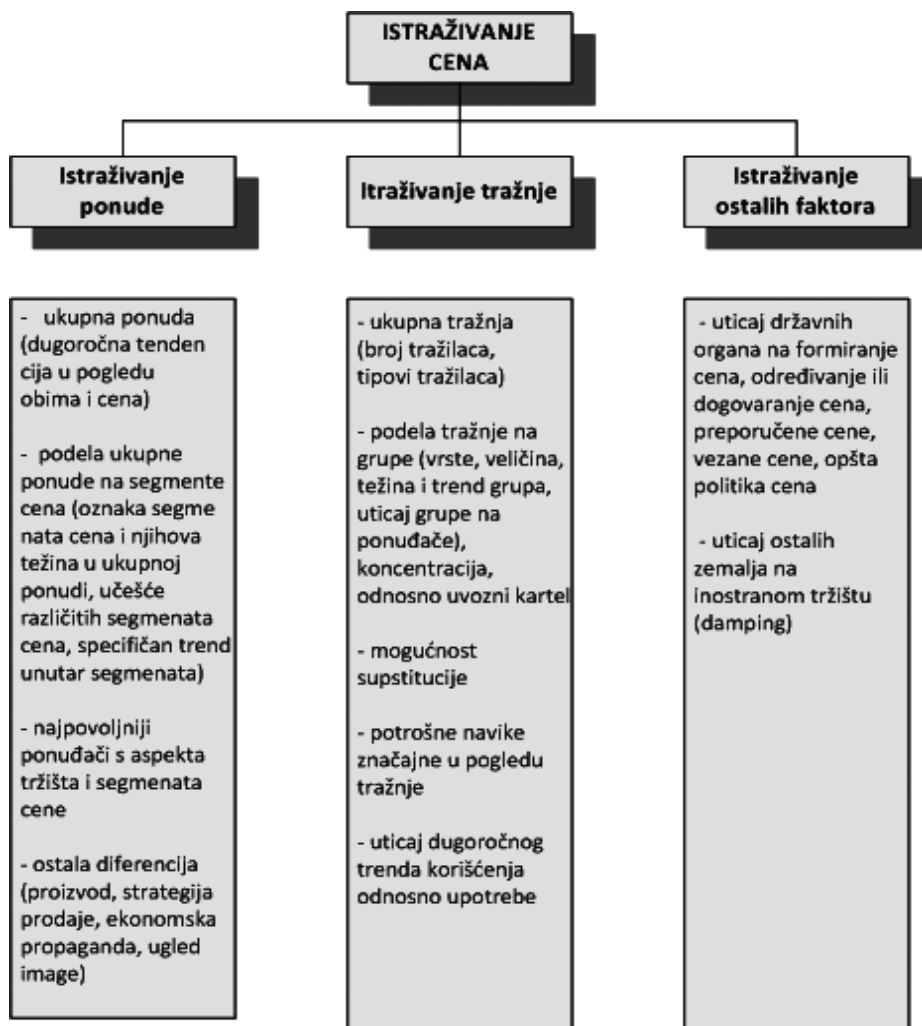
Konkurencija je način funkcionisanja tržišta. Potiče od latinske riječi *concurrentia* što znači rivalstvo ili takmičenje. To je vid ekonomske borbe između različitih preduzeća za najbolje uslove u proizvodnom procesu, postupcima kupovine i prodaje. Konkurencija je dobra jer vas gura naprijed i motiviše da budete bolji, drugačiji i razmišljate unaprijed. Ključni uslovi za postojanje i djelovanje konkurencije su sveobuhvatno razvijena proizvodnja proizvoda, slobodan pristup tržištu i slobodno formiranje cijena. Konkurencija na međunarodnom tržištu ima i negativne efekte kroz eliminisanje pojedinih preduzeća sa tržišta ili stečaj pojedinih preduzeća, što dovodi do povećanja nezaposlenosti, ekonomskih kriza i monopolizacije tržišta

Odnos troškovi-tražnja-konkurencija možemo da definišemo na sljedeći način: troškovi određuju donju granicu, tražnja gornju granicu, a konkurencija međugranicu cijene.¹⁶⁷

Istraživanje izvoznih cijena radi postizanja konkurentnosti na inostranom tržištu prikazano je na narednoj slici (slika 13.).

Slika 13: Istraživanje cijena

¹⁶⁷ D.Vezjak(1976). *Međunarodni marketing*, Savremena administracija, Beograd, str. 342.



Izvor: D.Vezjak (1976). Međunarodni marketing, str.342.

Informacije koje nam pružaju troškovi, tržišna cijena i konkurencija predstavljaju osnovu na kojoj se zasniva politika izvoznih cijena. Riječ je o vrsti politike cijena, odnosno utvrđivanju mjera i izboru na području cijena, kao i o optimalizaciji marketing miksa u sadejstvu sa ostalim njegovim instrumentima (proizvod, distribucija, komunikacija).

Ukoliko su tržišni uslovi takvi da omogućavaju potpunu konkurenciju, da nema prepreka za ulazak na tržište, cijena će se formirati na tržištu, a izvozno preduzeće će voditi politiku prilagođavanja. To

znači, ukoliko je cijena na inostranom tržištu iznad graničnih troškova, proizvođač će moći da proizvodi i prodaje proizvod na inostranom tržištu.

Kada izvozno preduzeće ima monopolski položaj na tržištu može da vodi aktivnu politiku cijena. U savremenim uslovima, nesavršena konkurencija je realnost, jer je tržište pod uticajem monopola i države. Monopol, produktivnost i inovacija (zaštićena oznaka) daje mogućnost za aktivnu, dok mogućnost zamjene (supstitucije) proizvoda smanjuje aktivnu politiku vođenja cena.

Takođe, pri analizi ukupnog položaja preduzeća na nekom tržištu, pored konkurencije, treba obratiti pažnju na sve propise u pojedinim zemljama i analizirati transportne troškove i troškove manipulacije robe, zatim troškove carinjenja, taksu i poreza, odnosno uvozne procedure. Uz to treba prepoznati povoljnije uslove neke zemlje (zemlje sa fer trgovinom, jer pojedine zemlje ne mogu ni da izvoze zbog visokih carina i poreza koji se prema njima primenjuju. Nedostatak znanja i loša analiza tržišta mogu imati kobne posljedice

KALKULACIJE U SPOLJNOTRGOVINSKOM
POSLOVANJU

PREGLED POGLAVLJA

KALKULACIJE U SPOLJNOTRGOVINSKOM
POSLOVANJU

- Značaj i pojam kalkulacija
- Vrste kalkulacija
- Metode kalkulacija
- Kalkulacija prema vrstama posla
- Kalkulacija specifičnih poslova u spoljnoj trgovini

CILJEVI UČENJA

- Objasnite pojam kalkulacija i njihov značaj
- Navedite vrste kalkulacija prema vremenu izrade
- Objasnite koje kalkulacije se primjenju kod raznovrsnosti i upotrebnih karakteristika proizvoda
- Navedite metode kalkulacija prema polaznoj osnovi
- Navedite šta je potrebno za uspješno kalkulisanje posla u spoljnoj trgovini
- Objasnite kalkulacije specifičnih spoljnotrgovinskih poslova

9. KALKULACIJE U SPOLJNOTRGOVINSKOM POSLOVANJU

Kalkulacije u spoljnotrgovinskom poslovanju predstavljaju računске metode i tehnike koje se primjenjuju prilikom određivanja nabavnih i prodajnih cijena, izvoza i uvoza, cijena proizvodnje ili nekog drugog posla u spoljnoj trgovini. Svako preduzeće nastoji svojim poslovanjem da ostvari profit. Kalkulacije im mogu poslužiti za donošenje odluke o prihvatanju nekog posla ili njegovom ne prihvatnju. Kalkulacije u spoljnotrgovinskom poslu treba da obuhvate sve troškove (takse, poreze, carine, devizne kurseve) u svrhu utvrđivanja cijene i mogućeg kontrolisnja odvijanja posla, kao i da se donese pravilna odluka. Time se pokazuje poslovnost i obazrivost koje su od interesa za preduzeće i njegovo poslovanje.

9.1. Značaj i pojam kalkulacija

Bez kalkulacija bilo koji posao, posebno spoljnotrgovinski posao, ne može se odvijati na očekivani način ukoliko mu nije prethodila procjena troškova koji se mogu realno očekivati. Kalkulacija treba da prati svaki posao s obzirom na izražene specifičnosti spoljnotrgovinske djelatnosti koje se ispoljavaju od raznovrsnih troškova do kalkulacije cijene u domaćoj valuti i određivanja devizne cijene.

Samo razmatranje problematke kalkulacija cijena u međunarodnim poslovnim aktivnostima (trgovini) govori o njenom značaju. Različitosti u odnosu na unutrašnji ekonomski prostor i nepredvidivost neizvjesnosti van ekonomskog prostora svoje zemlje vezane za prisustvo ino-konkurencije, troškova izvoza i faktora ino-tražnje, zahtijeva razmatranje kalkulacija cijene odnosno, kako doći do cijene koja omogućuje i u velikoj mjeri određuje tržišni udio i profitabilnost na tržištu ili služi kao poluga budućih razvojnih strategija preduzeća.

Strategija kalkulacije cijena, pored računskih tehnika, mora da vodi računa o postojanju opštih i posebnih, egzogenih i endogenih, statičnih i dinamičnih, izolovanih i međunarodno povezanih uticajnih faktora i iskazuje se kao jedna složena komponenta menadžmenta u međunarodnoj trgovini.¹⁶⁸

Proizvođači ili pružaoci usluga koji namjeravaju da iste prodaju van ekonomskog prostora svoje zemlje ili žele povećati obim prodaje u inostranstvu, treba da imaju u vidu da to mogu postići kvalitetom i nižom cijenom u odnosu na konkurenciju. Pri tome, izvoznici, često polaze od domaće cijene ne uzimajući u obzir da kod formiranja domaće cijene učestvuju faktori koji nisu primjenljivi u kalkulaciji izvozne cijene. Tako recimo, treba eliminisati troškove koji nisu direktno vezani za izvoznju prodaju ili administrativne troškove (na primjer, povraćaj carinskih dažbina, porez na dodatu vrijednost i sl.).

Prije samog sačinjavanja kalkulacije, izvoznik se mora upoznati sa carinskom tarifom u stranoj zemlji i informisati se kod nadležnih organa svoje i strane zemlje ili trgovačkih, privrednih ili diplomatskih predstavništava. Takođe, potrebno je obratiti pažnju na carinske procedure, carinsku klasifikaciju, izvozni status robe u uvoznčkoj zemlji, damping i antidamping proceduru odnosno poželjno je snabdjeti se svim informacijama koje su korisne izvozniku i uobziriti sve okolnosti koje mogu uticati na kalkulaciju cijene u međunarodnoj trgovini. Za izvoznika je najvažnije da dođe do cijene koja omogućuje profit ili služi kao polazna osnova za buduću strategiju razvoja.

Riječ kalkulacija podrazumijeva iznalaženje cijene, njene strukture i rentabilnosti poslovnog rezultata primjenom odgovarajućih računskih metoda ili tehnika. Prema tome, spoljnotrgovinska kalkulacija kod poslova izvoza i uvoza podrazumijeva formiranje (iznalaženje) cijene i strukture njenih troškova. Spoljnotrgovinska kalkulacija izvoznog ili uvoznog posla je pokazatelj ne samo rentabilnosti, nego i konkurentnosti izvoznika/uvoznika na međunarodnom tržištu.

¹⁶⁸ S. Acin Sigulinski (1993): *Menadžment u međunarodnoj trgovini*, Pigmalion, Novi Sad, str.176.

U zavisnosti od kategorije posla o kom se govori i rezultata njegove namjene, zadatak spoljotrgovinskih kalkulacija se razlikuje. U suštini odnosi se na izračunavanje ekonomskog efekta primjenom postojećih instrumenata i obuhvatanjem odgovarajućih troškova posla u cilju donošenja ispravne odluke (visine cijene) i kontrole kretanja ostvarenih troškova i zarade.

9.2. Vrste kalkulacija

Kalkulacije u spoljnotrgovinskom poslu se razlikuju po kriterijumu koji služi kao osnov. Bez obzira o kojoj vrsti izrade kalkulacije je riječ, svaka pojedinačna kalkulacija izrađuje se pod najrazličitijim okolnostima ili uslovima, proizvodnih i trgovačkih subjekata, i nosi u sebi određene specifičnosti konkretnog posla. Dakle, mogu se posmatrati sa više aspekata.

Polazeći od kriterijuma vremena i svrhe izrade kalkulacije spoljnotrgovinskog posla, razlikuju se:

- *Pretkalkulacija* kako joj i sam naziv govori, kao prehodnica svakog spoljnotrgovinskog posla, primjenjuje se za utvrđivanje konačne nabavne cijene pri uvozu ili za utvrđivanje moguće prodajne cijene pri izvozu. Redovno se izrađuje pretkalkulacija za svaki spoljnotrgovinski posao i to prije preduzimanja bilo kakvih direktnih aktivnosti za zaključenje posla. Njen smisao je da izvozniku pokaže kojiko je njegova cijena viša ili niža od one koja se može postići na konkretnom tržištu tj. da iskaže rezultat koji se iz predstojećeg posla može očekivati (dobit).
- *Kontrolna kalkulacija* je neka vrsta međukalkulacije, čija je funkcija kontrolnog karaktera, kojom provjerava eventualni raskorak između planiranih i ostvarenih troškova. Primjenjuje se kod obimnijih poslova (kao što je izvođenje investicionih radova u inostranstvu) koji se mogu podijeliti na manje, zaokružene i nezavisne dijelove (faze) u tehničkom, tehnološkom i troškovnom pogledu, a izrađuju

se poslije zaključenog posla i djelimičnog izvršenja posla radi preduzimanja adekvatnih mjera za blagovremeno otklanjanje ili izbjegavanje nepovoljnih posljedica.

- *Konačna kalkulacija* se izrađuje po završetku spoljnotrgovinskog posla i predstavlja računovodstveni dokument izrađen na osnovu dokumentacije o stvarno nastalim troškovima vezanim za izvršavanje određenog spoljnotrgovinskog posla (na primjer, troškovi usluga u prometu, faktura dobavljača, carinske dažbine i sl.). Svrha konačne kalkulacije jeste da se od početka do završetka posla (sva pristigla potraživanja i sve pristigle obaveze budu ispunjene) izračuna konačne cijene i iskaže poslovni rezultat.

Slika 14: Primjer obračuna konkretnog spoljnotrgovinskog izoznog posla domaćeg izvoznika „Jahorina“ Sarajevo po CIP paritetu Zagreb.

1. OBRAČUN IZVOZA	Valuta	VRIJEDNOST
Prodajna cijena robe na paritetu CIP Zagreb	eur	35.000,00
troškovi prijevoza na relaciji granica BH-Zagreb	eur	500,00
troškovi transportnog osiguranja na relaciji BH granica-Zagreb	eur	50,00
Vrijednost robe na paritetu franko BH granica (neto devizni priljev)	eur	34.450,00
Preračunato u KM po kursu 1euro=1,95583	KM	67.378,34

2. OBRAČUN TROŠKOVA U ZEMLJI		
Prodajna cijena domaćeg proizvođača "Jahorina"	KM	50.000,00
troškovi transporta na relaciji Sarajevo-BH granica	KM	2.000,00
troškovi osiguranja na relaciji Sarajevo-BH granica	KM	160,00
željeznička provizija po vagonu	KM	145,00
brojanje koleta	KM	80,00
troškovi špeditera	KM	700,00
trošak banke	KM	260,00
marža izvoznika (10 % od vrijednosti CIP Zagreb)	KM	7.000,00
Vrijednost robe sa svim troškovima u zemlji na paritetu franko BH granica	KM	60.345,00

3. PRORAČUN ISPLATIVOSTI IZVOZNOG POSLA		
Preračunata vrijednost deviznog prijeva	KM	67.378,34
Ukupni troškovi u zemlji	KM	60.345,00
UKUPNA POZITIVNA RAZLIKA (ekstra profit izvoznika)		7.033,34

Izvor:<https://www.slideserve.com/nizana/spoljnotrgovinske-kalkulacije>
(10.9.2023.)

Prema predmetu obrade, kalkulacija spoljnotrgovinskog posla, može biti:

- *prosta* – kada je predmet kalkulisanja jedan određeni proizvod, određenog kvaliteta i cijene, i
- *složena* – kada je je predmet kalkulisanja više varijanti jednog proizvoda ili namjenski sličnih proizvoda čije se cijene i druge karakteristike razlikuju (računskom tehnikom kombinuju se vrste i količine radi pronalaženja najpovoljnijeg sastava po pitanju cijena i tržišnih uslova prodaje).

Sa aspekta primjene računskih tehnika, kod raspoređivanja zavisnih troškova koji terete više različitih proizvoda, različitih fakturnih cijena po jedinici proizvoda i različitih fizičkih i upotrebnih karakteristika proizvoda, primjenjuju se sljedeće kalkulacije:

- *dotatna kalkulacija* - postupak iznalaženja konačne cijene (početnoj cijeni se dodaju ostali troškovi neposredno vezani za izvršenje konkretnog posla),

- *divizionna kalkulacija* - koristi se kada su zavisni troškovi zbirno poznati, te ih treba rasporediti na pojedine proizvode (po komadu ili mjernoj jedinici),
- *kalkulacija primjenom koeficijenata* - primjenjuje se kod sličnih ali ne i apsolutno uporedivih roba (košulje, veš, čarape i sl.) radi raspoređivanja zavisnih troškova (izraženim u uslovnim jedinicima),
- *procentna kalkulacija* - ukupne zavisne troškove raspoređuje prema njihovom pojedinačnom procentualnom učešću u ukupnoj fakturnoj cijeni robe (pri čemu se do konačne nabavne cijene dolazi uvećanjem dobijenog procentualnog iznosa).

9.3. Metode kalkulacija

Primjenom metoda kalkulisanja vrši se izbor metode kojom se pokrivaju svi troškovi i izdaci i koja obezbeđuje odgovarajući profit. Cilj je da se izabere onaj metod koji najrealnije oslikava okolnosti u kojima se posao treba izvršiti uz sve raspoložive informacije u momentu izrade kalkulacije. Osnovni zadatak spoljnotrgovinske kalkulacije jeste da prikaže utvrđene razlike koje mogu da postoje između domaćih proizvodnih uslova i međunarodnih uslova razmjene dobara/usluga.

Kalkulacija u spoljnotrgovinskom poslu obuhvata stavke troškova prometa i dejstva instrumenata režima razmjene sa inostranstvom, kako bi se utvrdila cijena predmeta kupoprodaje, njena struktura i poslovni rezultat konkretnog spoljnotrgovinskog posla (za budići posao, posao u toku ili posao koji je već izvršen), primjenom najcjelishodnijeg računskog postupka.

Prije zaključenja izvoznog posla, u toku pripreme, ključne su dvije veličine i to: stvarna cijena koštanja robe namijenjene izvozu i troškovi koji prate promet tokom izvršenja izvoznog posla, i druga veličina, visina tekuće tržišne cijene na veliko, utvrđena istraživanjem tržišta zemlje namjene, od kojih zavisi sklapanje posla.

Sa aspekta osnove od koje se polazi u izradi kalkulacije, moguće je primijeniti sljedeće metode:

- *Progresivna metoda* spoljnotrgovinske kalkulacije primjenjuje se kada je poznata fakturna cijena robe i svi zavisni troškovi nabavke (u zemlji i inostranstvu) i želi se doći do prodajne (izvozne) cijene. U praksi je najčešće primjenjivana metoda.

Kod uvozne kalkulacije robe, na fakturnu cijenu preračunatu u domaćoj valuti dodaju se svi zavisni troškovi i dobije se nabavna cijena u domaćoj valuti. Dodavanjem troškova poslovanja dolazi se do cijene konkretne robe koja služi kao osnova za donošenje odluke da li istu uvoziti ili ne. Progresivna metoda se rjeđe koristi kod kalkulacije cijene robe u izvozu, jer se u tom slučaju polazi od cijene domaćeg proizvoda, na koju bi trebalo dodati sve zavisne troškove izvoza do krajnjeg kupca prema paritetu isporuke. Ovakva cijena bi mogla bitno odstupati od cijene konkurencije i ne bi trebalo da predstavlja kranju veličinu za donošenje odluke, ali može da posluži kao orijentir (orijentaciona cijena) sa aspekta rentabilnosti izvoza i sagedavanja odnosa domaće cijene sa cijenama konkurencije.

- *Retrogradna (inverzna) metoda* spoljnotrgovinske kalkulacije primjenjuje se kada nam je poznata prodajna cijena na inostranom tržištu, odnosno polazi se od prodajne cijene u inostranstvu. Ova kalkulacija ima zadatak da polazeći od poznate prodajne cijene u inostranstvu i poznatih zavisnih troškova, pronade optimalnu cijenu dobavljaču (kod uvoza) da bi cijena robe u izvozu bila konkurentna. Pri tom, važno je raspolagati tačnim i pouzdanim informacijama o cijenama koje se mogu postići na određenom inostranom tržištu (cijene konkurenata), odnosno da se može plasirati na zadovoljavajući način.

- *Difrencijalna metoda* spoljnotrgovinske kalkulacije u izvjesnom smislu predstavlja kombinaciju progresivne i retrogradne metode. Primjenjuje se kada su poznate fakturna cijena, zavisni troškovi nabavke i prodajna cijena, a traži se razlika između domaće nabavne cijene i važećeg deviznog kursa i prodajne cijene u devizama koja se može ostvariti u inostranstvu. Služi za izračunavanje rentabilnosti

izvoza (neto devizna cijena) sa stvarnom vrijednošću robe po paritetu FOB ili CIF (domaće cijene).

U narednoj tabeli (tabela 4.) dat je uporedni pregled prehodno navedena tri metoda izrade kalkulacija prema polaznoj osnovi.

Tabela 4: Komparativni prikaz metoda kalkulacije

Kalkulacioni elementi	Metoda kalkulacije		
	Progresivna	Retrogradna	Diferencijalna
Fakturna cijena dobavljača + zavisni troškovi nabavke	poznata +	traži se -	poznata +
= Nabavna cijena + troškovi poslovanja	+ +	- -	traži se razlika
= Prodajna cijena	traži se	poznata	poznata

Izvor: prilagođeno prema Vormbaum H. (1955). *Aussenhandelskalkulation*, Wiesbaden, str.209.

Dakle, možemo zaključiti da se navedene kalkulacije primjenjuju na sljedeći način:

- Progresivna metoda – koristi se za izračunavanje uvoznih cijena.
- Retrogradna (inverzna) metoda – koristi se onda kada proizvođač sam izvozi robu; za izračunavanje izvoznih cijena.
- Diferencijalna metoda – koristi se onda kada izvoznik nije proizvođač, već radi za proviziju; za izračunavanje izvoznih cijena.

9.4. Kalkulacija prema vrstama posla

Prilikom izrade spoljnotrgovinskih kalkulacija važno je da se obuhvate svi troškovi koji nastaju od momenta pripreme do izvršenja spoljnotrgovinskog posla, jer je time procjena realnija i ekonomski

opravdana, a nakon izvršenja izvedena analiza konačnog rezultata obavljenog spoljnotrgovinskog posla biće ekonomičnija.

Uspješno kalkulisanje u svim njegovim vrstama i namjenama je stvar stručnog kadra, praktičnog iskustva ili rutine u radu i odgovarajuće pripreme posla. Duži rad u jednoj struci omogućava solidno poznavanje materije. Polazeći od prakse spolnotrgovinskih organizacija, smatra se da lica koja rade na poslovima izrade spolnotrgovinskih kalkulacija, treba dobro da poznaju:¹⁶⁹

- kretanje ponude i tražnje, kao i kretanje cijena konkretne robe na domaćem i inostranom tržištu,
- cijene bankarskih usluga,
- kretanje deviznih kurseva i stabilnost valute u kojoj se ugovara posao,
- tarife prevoza svih transportnih sredstava (posebno lučke i aerodromske takse i korišćenje javnih i carinskih skladišta),
- proizvodno-tehnološke karakteristike proizvoda i njegova svojstva (prednosti i nedostaci),
- vrste troškova i njihov uticaj na cijenu proizvoda namijenjenu izvozu i uvozu,
- visinu carina i drugih uvoznih dažbina, kao i troškove pribavljanja raznih dozvola pri uvozu i izvozu.

Rutina, iskustvo u radu je značajan faktor, zato što svaki poslovni događaj u spolnotrgovinskom prometu je kompozicija za sebe. Kompozicija uslova, okolnosti, puta, vrste spolnotrgovinskog posla ili njihovih kombinacija, vidova finansiranja, uslova i načina plaćanja i drugih brojnih faktora od uticaja. Svaki od njih treba da nađe svoj realni odraz u kalkulaciji, jer ništa ne treba da ostane neobuhvaćeno, a stvar je umješnosti u toku trgovačkih pregovora, da se elastičnim postavljanjem u odnosu na poslovnog partnera u manjoj ili većoj mjeri materijalizuju zahtjevi iz kalkulacije u cjelosti ili bar do željenog i naloga kupaca. Mehanički pristup poslu, prilaženje putem šema i šablona umnogome će otežati pronalaženje svih alternativa, koje često stoje na strani onoga, koji izlazi sa inicijativom.

¹⁶⁹Vidi: I. Andrijanić (2001): *Vanjska trgovina – kako poslovati sa inozemstvom*, Mikrorad, Zagreb

Podjela spoljnotrgovinskih kalkulacija po mjerilu kategorije posla na koji se odnosi je od izuzetnog značaja. U zavisnosti od toga da li se u konkretnom slučaju radi o izvozu, uvozu, specijalnim spoljnotrgovinskim poslovima ili kalkulaciji poslova usluga u spoljnotrgovinskom prometu, izrada kalkulacije se znatno razlikuje. Spoljnotrgovinske kalkulacije se, prema tome, mogu klasifikovati na:

- kalkulacije izvoznih poslova,
- kalkulacije uvoznih poslova,
- kalkulacije specijalnih spoljnotrgovinskih poslova i
- kalkulacija poslova usluga u spoljnotrgovinskom prometu.

Sve navedene vrste kalkulacija se, prije svega, razlikuju u postavljenom zadatku i pitanju isplativosti posla, na koje kalkulacija spoljnotrgovinskog posla, u konkretnom slučaju treba da odgovori; zatim se razlikuju u namjeni kalkulacije, te primjeni postojećih računskih metoda kalkulisanja strukture troškova i metodologije njihovog obuhvatanja, koje se takođe razlikuju. Za ulazak ili početak spoljnotrgovinskog posla najznačajnija je predkalkulacija. U suštini, sve se kalkulacije svode na uvozne ili izvozne kalkulacije ili obje istovremeno, uz strogo uvažavanje i pridržavanje uslova plaćanja, koji su i osnov postojanja i cilj izvršavanja ovih poslova.

Neosporno je da je veoma važno da preuzeće izradi realnu izvoznju cijenu. Nije poželjno da se izvozna cijena robe utvrđuje samo na osnovu domaćih cijena i sa troškovima prevoza i osiguranja, jer može biti nerealno visoka ili suviše niska. Strani kupci obično poznaju domaće cijene tako da mogu da biraju najpovoljniju za sebe. Prodaja u inostranstvu u željenom obimu može se postići pored kvaliteta i dobrom (konkurentnom) cijenom. Na formiranje kalkulacije izvozne cijene djeluju mnogobrojni faktori, jedan od njih je i kalkulisanje dobiti tj. treba na samom početku posla biti siguran da li se ista može ostvariti, a ako to nije moguće onada je bolje odustati od posla.

9.5. Kalkulacija specifičnih poslova u spoljnoj trgovini

Specifične spoljnotrgovinske poslove karakteriše heterogenost. S obzirom na specifičnost samog posla, različitost se ogleda po nizu kriterijuma, prije svega, postoji razlika sa aspekta uslova i načina plaćanja robnih isporuka, kao što su: valuta, kursne razlike, mjesto i zemlja plaćanja, plaćanje u vidu robnih isporuka i tome slično. Zatim, razlikuje se po konačnoj namjeni robe koja se prometuje, odnosno da li je prodaja na domaćem tržištu, ili je riječ o doradi, preradi i obradi, potom a li je dreeksport, tranzit, lizing, franšizing ili neki drugi specifičan posao spoljne trgovine. Koja god kategorija spoljnotrgovinskog posla da je u pitanju, svaka od njih svoju ekonomsku namjenu i uslove pod kojima se odvija u međunarodnoj razmjeni. Generalno posmatrano, sve vrste robnih specijalnih spoljnotrgovinskih poslova se, odnose se na vršenje izvoza i uvoza robe i usluga, ali pod posebnim uslovima u pogledu plaćanja i konačne namjene robe. Shodno tome i kalkulacije ovih poslova se generalizuju na kalkulacije uvoza ili kalkulacije izvoza ili obje istovremeno, uz strogo poštovanje uslova plaćanja, koje je osnovni motiv i cilj izvršenja ovih poslova. Specifične i ujedno najsluženije kalkulacije u spoljnoj trgovini primenjuju se djelatnosti izvođenja građevinskih radova i građevinskog inženjeringa.

Kalkulacija kompenzacionog posla podrazumijeva kalkulisanje dva vezana uporedna posla od kojih je jedan izvozni, a drugi uvozni i njihovo upoređivanje da li se posao isplati. Plaćanje isporučene robe se vrši kontra isporukom robe, dakle, bez promjena ili upotrebe sredstava u bilateralnom platnom prometu. Obračun obima i vrednosti izvršenih isporuka na izvoznjoj i uvoznoj strani se vrši u jedinstvenoj valuti, a najčešće se ugovara opšte prihvaćena svjetska konvertibilna valuta (dolar, euro). Paritet isporuke robe se može razlikovati, ali vrijednomst izvoznog i uvoznog posla mora biti jednaka. Kukulisanje kompenzacionog izvoza je isto kao i kod običnog izvoza sa paritetom isporuke robe u mjestu njene razmjene (obično franko granica zemlje kupca), s tim da se umjesto očekivanog deviznog priliva kao protivvrijednost dobija roba. Slično je i kod kalkulisanju uvoza robe, jer se izrađuje po načelima izrade obične

uvozne kalkulacije, ali u varijanti uvoznog posla za sopstveni račun i uvoznog posla za tuđ račun (kalkulisanje uvoza i upoređivanje njegovih rezultata sa stanjem i kretanjem cijena date robe na domaćem tržištu). Jedina specifičnost ili razlika (kao pozicija troškova) u izradi ove vrste kalkulacije postoji povjerenik ugovornih strana, preko koga se odvija razmjena robe i robnih dokumenata za obje strane.

Kalkulacija poslova obrade, dorade, prerade i popravke za račun inostranog nalogodavca sve češće se danas koristi, zbog isplativosti ovih vrsta poslova i zbog upošljavanja domaćih proizvodnih kapaciteta. Domaći prodavac uvozi predmet rada na određeno vrijeme (kraće od godinu dana) a po nalogu kupca i pod određenim uslovima plaćanja, da izvrši na predmetu rada potrebne obrade, dorade, prerade ili opravke. Prodavac, pored utrošenog dodatnog rada, često troši i razne materijale da bi doradio, obradio, preradio ili popravio predmet, osim kada mu kupac neophodni materijal dostavi. Ugovorom se regulišu međusobni odnosi kod ovih poslova, u pogledu pratećih troškova (osiguranja, prevoza u dolasku i povratku, manipulativni troškovi i sl.), te shodno tome se izrađuje kalkulacija. U slučaju da je nalogodavac (naručilac) u dolasku (izvozu) ugovoro franko njegova fabrika, a u odlasku (izvozu) franko fabrika prodavca, kalkulacija ovog posla je dosta pojednostavljena. Ponekad se izrada kalkulacije izvoza ove vrste usluga zasniva na količini izvršenog dodatnog rada i vrijednosti utrošenog materijala i amortizacije po tržišnim cijenama sa svim pratećim pozicijama nastalih troškova. Takođe, ukalkulisano je i dejstvo postojećih instrumenata režima spoljnotrgovinske razmjene, kao što je stimulacija i oslobađanje plaćanja poreza.

Kalkulisanje obavljanja reeksportnog posla polazi od nabavne cijene kupljene robe u inostranstvu, radi njene daljne prodaje u nekoj trećoj zemlji sa ili bez ulaska na domaću carinsku teritoriju i sa ili bez postupka njenog oplemenjivanja. Izvoz robe treba izvršiti u propisanom roku. Ovi poslovi se mogu obaviti i uz neke olakšice ažijske, poput primjene instrumenata režima spoljnotrgovinske razmjene i u pogledu mogućnosti uprošćavanja carinskog postupka (na primjer, slobodna carinska zona i sl.) i drugih faza obrade ovakvog posla. Kalkulacija reeksportnog posla predstavlja sintezu postupnih faza rada sa robom u

zavisnosti od konstrukcije cjelokupnog posla. Kada je riječ o direktnom reeksportnom poslu kod kojeg roba i ne ulazi na domaću carinsku teritoriju, kalkulacija se sastoji iz tri faze: kalkulacija nabavke ili uvoza, kalkulacija tranzita robe do zemlje namjene i kalkulacija prodaje ili izvoza. Kod indirektnog reeksportnog posla roba ulazi na domaću carinsku teritoriju i sa postupkom oplemenjivanja, kalkulacija sadrži sljedeće faze rada: kalkulacija uvoznog posla, kalkulacija tranzitnog posla, kalkulacija posla dorade ili prerade i kalkulacija izvoznog posla. U obje varijante obavljanja reeksportnog posla je od posebne važnosti bonitet valute (konvertibilna ili meka) u kojoj se roba plaća pri nabavci u inostranstvu.

Prva varijanta reeksportnog posla, može biti, kada se roba kupuje u konvertibilnoj valuti u inostranstvu, a prodaje u mekoj valuti u inostranstvu (nekonvertibilna), onda se i konačni poslovni rezultat reeksportnog posla treba iskazati u nekoj od konvertibilnih valuta. Da bi se to ostvarilo, kalkulacija reeksportnog posla u fazi izvoza mora da obezbijedi znatnu razliku u cijeni koja će, nakon pokrivanja svih nastalih troškova za izvršenje posla i primjerenu zaradu reeksportera, obezbijediti još i uobičajenu maržu disažija¹⁷⁰ koja će omogućiti da se primjenom nekog od mnogih oblika arbitraže (robne ili valutne) konačna protivvrijednost za izvezenu robu konvertuje u čvrstu valutu, te na taj način ostvari isti nivo boniteta prvobitno uložene valute. Znači, ako se omogući razlika u cijeni za iznos disažije, obezbijedi konverzija konačne protivvrijednosti robe u neku konvertibilnu valutu, a da se pri tome ostvari bar minimalna zarada. Takav reeksportni posao, koji je koristan za bilans plaćanja zemlje, može dobiti dozvolu od nadležnog organa državne uprave za njegovo izvršenje.

Druga moguća varijanta reeksportnog posla je kada se roba i kupuje i prodaje u konvertibilnoj ili nekonvertibilnoj valuti. Pri istom nivou boniteta upotrijebljenih valuta, uz zadovoljenje ostalih navedenih uslova, ne postavlja se problem štete po bilans plaćanja zemlje.

¹⁷⁰ Disažija potiče od italijanske riječi *disagio* predstavlja razliku po kojoj je kurs neke valute niži od njene nominalne vrijednosti. Upotrebljava se i izraz *ažija* koji ima isto značenje.

Treća moguća varijanta je obrnut slučaj od prve, odnosno da se roba u inostranstvu kupuje u nekonvertibilnoj valuti, a prodaje u inostranstvu u konvertibilnoj valuti. U takvom slučaju, zavisno od ostvarene razlike u cijeni na međunarodnom tržištu, zbog defektnosti funkcionisanja njegovih mehanizama, postižu se manji ili veći efekti na bilans plaćanja zemlje. To zavisi od okolnosti da li će ostvarena ažija biti jednaka ili veća od tekuće uobičajene razlike u odnosima obračuna u platnom prometu zemlje konvertibilne valute, gde je roba prodana i zemlje porijekla robe, gde je roba kupljena. U svakom slučaju, kalkulacija reeksportnog posla to mora da obuhvati, strukturno izrazi i time omogućiti donošenje najcelishodnije odluke o stepenu ekonomskog interesa za namjeravani reeksportni posao, te će prema tome reeksportni posao biti odobren ili ne.

POGLAVLJE 10

KANALI UVOZA I IZVOZA

PREGLED POGLAVLJA

KANALI UVOZA I IZVOZA

- Međunarodni sajmovi
- Međunarodne aukcije
- Vrste i pojam berzi
- Učesnici, vlasnici i članovi berzi
- Berzansko poslovanje
- Najvažnije robne berze u svijetu
- Međunarodni tenderi

CILJEVI UČENJA

- Navedite ulogu i karakteristike međunarodnih sajmova
- Objasnite međunarodne aukcije
- Objasnite nastanak i navedite vrste berzi
- Objasnite ulogu i veze između berzanskih učesnika
- Navedite posrednike berzanskog poslovanja
- Navedite berzanske poslove prema predmetu kupoprodaje
- Navedite najznačajnije svjetske robne berze
- Objasnite značaj i ulogu međunarodnih tendera

10. KANALI UVOZA I IZVOZA

Međunarodna trgovina je djelatnost koja se odnosi na razmjenu dobara ili usluga između različitih zemalja svijeta. Ona uključuje uvoz (kupovinu), izvoz (prodaju) ili zamjenu roba i usluga u različitim valutama i oblicima plaćanja. Ljudi trguju od davnina. U početku su razmjenjivali ono što se proizvodilo i putem trampe su obavljali razmjenu roba (trgovinu) između sebe. Vremenom, sa razvojem društva i njegovih potreba, trgovina se širila. Naravno da današnja trgovina nije ni nalik nekadašnjoj trgovini, ali njena uloga je postajala sve izraženija. Nijedna zemlja na svijetu ne raspolaže svom robom da može da zadovolji sve potrebe stanovništva. Iako bi postojao takav primjer sigurno ne bi bila istog kvaliteta. Trgovina između zemalja svijeta je potrebna, a kao takva spoljna trgovina ima veliki uticaj na ekonomiju jedne zemlje. Najčešće se prodaja i kupovina roba i usluga u međunarodnoj razmjeni odvija u oblicima koji se klasifikuju na sljedeće kategorije:

- prodaja na međunarodnim sajmovima;
- prodaja na međunarodnim aukcijama;
- prodaja na berzama;
- elektronska trgovina;
- prodaja putem lizinga;
- prodaja putem franšizinga;
- prodaja putem licitacije;
- prodaja preko dilera;
- prodaja putem kataloga;
- MLM prodaja (multilevel prodaja)
- prodaja robe putem direktnih trgovačkih pregovora;
- prodaja robe putem zastupnika;
- prodaja putem pošte;
- svjetski trgovinski centri;
- strateške alijanse.

U nastavku pojedine navedene kategorije će biti obrađene, a neke su već obrađene u prethodnim poglavljima.

10.1. Međunarodni sajmovi

Međunarodni sajmovi (eng. *International Fair*, nem. *Internationale Messe*) su specifičan oblik trgovine, koji se razlikuju od uobičajene trgovine, čija je uloga, danas, da unaprijede domaću ekonomiju i da posluju u skladu sa strogo komercijalnim principima. Takođe, karakteristika prodaje robe putem međunarodnih sajmova ogleda se u tome što se izložena roba ne prodaje, već se prezentuje potencijalnim kupcima odnosno ostvaruje se neposredni susret ponuđača robe (prodavaca) i zainteresovanih kupaca. Proizvođači ne izlažu robu za direktnu prodaju već uzorke robe. Na međunarodnim sajmovima izlaganje izložbenih uzoraka robe (ekspozata) se prezentuje u količini i obimu koji je dovoljan da kupci steknu jasnu sliku o kvalitetu, izgledu i funkciji proizvoda. Treba napomenuti da, na međunarodnim sajmovima, ne mora biti izložen sav asortiman (sva roba) i da se prodaja može obaviti i putem prospekata, nacрта, tehničkih karakteristika ili kataloga iz kojih se kupac može upoznati sa bitnim karakteristikama proizvoda koji ga interesuje ili koji želi kupiti.

Sajmovi su manifestacije koje okupljaju fizička i pravna lica i imaju veliki uticaj na rast i razvoj mnogih ekonomija, ali i na kreditnu politiku i razmjenu valuta. Nastali su u srednjevjekovnom procvatu trgovine i u početku su se održavali u crkvenim dvorištima¹⁷¹, a kasnije se proširili po čitavom svijetu. Današnji sajmovi su organizovani kao specifična preduzeća koja imaju podršku države (lokalne i državne administracije) u vidu raznih izuzeća ili pogodnosti, kao što su oslobađanje od poreza ili manje stope poreza za robu prodatu na međunarodnom sajmu. Sajmovi se u zavisnosti od ponude ili značaja mogu podijeliti na:

- opšte ili specijalizovane (po privrednoj grani) po sadržaju ponude i
- po njihovom značaju na lokalne, nacionalne i međunarodne.

¹⁷¹ Tokom XII i XIII vijeka najpopularniji sajmovi održavani su u Francuskoj (Šampanj), a kasnije u Ženevi, Antverpenu, Frankfurtu, Brugi, Lajpcigu, Lionu, Parizu i Novgorodu. Sajam u Lajpcigu je 1894. g. postavio novi standard za sajmove tzv. *sajam uzoraka*. i od tada se razvijaju sajmovi kakve danas poznajemo.

Razlozi zbog kojih se uzima učešće na sajmovima mogu se podvesti pod sljedeće razloge:

- proširenje znanja ili razmjena iskustava,
- praćenje konkurencije,
- prikupljanje ili razmjena informacija,
- osvajanje novih kupaca i proširivanje tržišta,
- održavanje i njegovanje poslovnih kontakata,
- potraga za novim dobavljačima,
- praćenje trendova ili otkrivanje inovacija,
- isprobati proizvode,
- uvođenje novog proizvoda,
- ekonomski publicitet, itd.

Međunarodni sajmovi se dijele na:

- 1) opšte ili mješovite međunarodne sajmove,
- 2) specijalizovane međunarodne sajmove i
- 3) međunarodne salone i izložbe.

Opšti međunarodni sajmovi se najčešće organizuju od strane državnih ili regionalnih grupacija, pa čak i kad imaju prefiks “međunarodni” uglavnom najveći broj učesnika čine domaći proizvođači. Na ovim sajmovima je u ponudi roba široke potrošnje i proizvodi različitih industrijskih grana iz skoro svih zemalja svijeta. Otvorenog su tipa, i za građane i za privrednike, i na njima se nudi sve.

Specijalizovani međunarodni sajmovi obuhvataju određenu industrijsku granu odnosno namijenjeni su uspostavljanju direktnih kontakata sa kupcima određene industrijske grane (na primjer: koža i obuća, drvo i namještaj, tekstil i tekstilni proizvodi, elektronika, mašine, aparati, informatička oprema i kompjuteri, papir i knjige, i dr.). To su manifestacije na kojima se prezentuju najnovija dostignuća iz određene grane i sklapaju poslovi uz bogat zabavni sadržaj. Specijalizovane sajamske institucije u unaprijed poznatom mjestu i terminu organizuju i profesionalno pružaju usluge učesnicima (izlagačima) kao što su usluge aranžiranja, prevodilaca, usluge skladištenja, hotelskog smještaja,

restorana, marketing agencija, usluge advokatskih kancelarija, banaka i dr.

Lista poznatih međunarodnih sajmova je dosta velika, ali izvdajićemo nekoliko onih koji okupljaju ljude iz različitih krajeva svijeta i koji imaju rekordnu posjećenost. U renomirane sajmove svjetskog glasa čiji posjetioči su oduševljeni sadržajima i događajima na sajmu ubrajaju se sledeći sajmovi: sajam automobila u Parizu jedan je od najboljih u svijetu (eng. *Paris Motor Show*, fr. *Paris Mondial de l'Automobile*), kantonski sajam u Kini koji se održava dva puta godišnje u Guangdžou (*Guangzhou*) i najveći je kineski trgovinski sajam, zatim sajam knjiga u Frankfurtu, sajam namještaja u Milanu, sajam turizma u Berlinu i sajam potrošačke elektronike u Las Vegasu (*Consumer Electronics Show – CES*).

Međunarodni saloni i izložbe se koriste za izlaganje proizvoda u specijalno izgrađenim izložbenim prostorima za određeni krug potrošača. Ideja na kojoj se zasnivaju međunarodne izložbe jeste da svaka zemlja ima priliku da ostatku svijeta prikaže svoj pogled na neku zadanu temu. Zemlje učesnice sajma u skladu sa zadanom temom po sopstvenom nađenju u odvojenim paviljonima uređuju svoje izložbene prostore. Naziv *Expo*¹⁷² je uobičajeni naziv za svjetske izložbe koje se povremeno održavaju u različitim dijelovima svijeta i u tu svrhu u specijalno izgrađenim prostorima. Svjetske izložbe se dijele u dvije kategorije i to: međunarodne prijavljene izložbe i međunarodne priznatne izložbe. Prijavljene međunarodne izložbe održavaju se svakih 5 godina u trajanju do 6 mjeseci na prostorostornoj površini izložbe koja nije ograničena, dok se međunarodne priznate izložbe održavaju u intervalu između dvije prijavljene međunarodne izložbe u trajanju do 3 mjeseca na prostornoj površini izložbe do 25 hektara.

Posljednja svjetska izložba, ovoga tipa, *Expo 2020* održana je u Dubajiu. To je prvi put, od kada se organizuju svjetske izložbe, da se

¹⁷² Prva svjetska izložba održana je u Londonu 1851. godine, nakon čega ovakav koncept postaje popularan i primjenjuje se tj. organizuje se u načelu svake pete godine, kako bi se na jednom mjestu predstavili naučni, tehnološki, ekonomski i društveni napredak, sa ciljem poboljšanja znanja čovječanstva.

održavaju na prostoru Bliskog istoka, Afrike i Azije, ali i prvi put pomjeren je datum zbog nama svima poznatog razloga – pandemije korona virusa. Održan je u periodu od 01.10.2021. do 31.3.2022. godine kada je Dubai postao centar svijeta. Tema svjetske izložbe je bila „Povezivanje umova, stvaranje budućnosti“ (*Connecting Minds, Creating the Future*). Biće zapamćen zbog rekordnog broja učesnika, ali i posjetilaca. EXPO svjetske izložbe baštine tradiciju predstavljanja najznačajnijih dostignuća i inovacija iz različitih oblasti koje su doslovno promijenile svijet. Izumi koji su ranije nastali su po prvi put predstavljeni upravo na svjetskim izložbama (telefon, telegraf, prvi uzorci napravljeni od plastike, revolver, pisaća mašina, dizel motor i mnogi drugi). Danas svjetske izložbe su planetarni događaj posvećen pronalazaženju rješenja za brojne izazove sa kojima se čovječanstvo suočava, ali i most koji povezuje kompanije, međunarodne organizacije, vlade i građane, koji razmjenjujući ideje i najbolje prakse, pronalaze rješenja i razvijaju nove oblike saradnje.

Slika 15: Expo 2020 Dubai, UAE



Izvor: <https://40thousandkm.com/2022/04/12/expo-2020-a-dream-to-reality/>

Naredna svjetska izložba održaće se u Japanu, Osaka Kansai Expo 2025, na temu „Dizajniranje budućeg društva za naše živote“ (*Designing a Future Society for Our Lives*) nastojeći da doprinese ostvarenju ciljeva održivog razvoja (SDG) i konceptualizuje „Eksperimentalno mjesto za naše buduće društvo“ koje odražava našu budućnost i dalje. Nakon Japana, Srbija će biti domaćin svjetske izložbe Expo Belgrade 2027 na temu „Igraj za čovječanstvo – sport i muzika za sve“ (*Play for Humanity – Sport and Music for All*).

Učešće na međunarodnim sajmovima je jedan od najboljih načina da se prezentuje proizvodni asortiman i da se upoznaju potencijalni kupci. Svakako da samo učešće na sajmu ne garantuje unapređenje prodaje, ali ako se ono zasniva na tačno definisanim ciljevima nastupa na sajmu, adekvatnom izboru kadrova za štandom i njihov nastup, položaja štanda u sajamskoj hali i dobro uređenog štanda da privuče pažnju posjetilaca, daleko više doprinosi prodajim rezultatima. Ograničavajući faktor za sajamski nastup je cijena odnosno troškovi nastupa (zakup prostora-štanda, mogućnost uređenja štanda sopstveno ili organizatorska služba, troškovi dopreme uzoraka, puta, smještaja, reklamiranja...), koje prije odluke o učešću na sajmu treba sagledati. Nakon utvrđivanja svih predviđenih troškova učešća na sajmu, koji mogu izgledati enormno visoki, sačinjava se okvirna kalkulacija cijene učešća, te donosi se odluka o učešću. Često se iz tih razloga mala i srednja preduzeća, čije je poslovanje u stagnaciji, opravdavaju da ne mogu potrošiti toliko novca na promovisanje bez garancije povećanja prodaje ili strahuju da su suviše mali da se nose sa velikim konkurentima na međunarodnom tržištu i ostaju pri plasmanu na domaćem tržištu. Ukoliko se programski nastupi na sajmu, nakon završetka sajma se sumiraju rezultati i analiziraju efekti nastupa na sajmu. U praksi se koriste, za mjerenje i ocjenu efekata nastupa na sajmu, tri kriterijuma: 1) obim ostvarene prodaje, 2) broj poslovnih kontakata i 3) izloženost ekonomskoj propagandi.

10.2. Međunarodne aukcije

Aukcija ili dražba (eng. *Auction, Public Sale*, nem. *Auktion*) je javno nadmetanje kupaca i prodavaca u pogledu cijene i drugih uslova kupoprodaje robe. Smatraju se posebnom vrstom tržišta na kojem se javno prodaje prisutna roba, pretežno na veliko, gdje se kupci nadmeću ili licitiraju kupovinu robe, koja je najčešće neujednačenog kvaliteta, pa se mora vidjeti (kao što je prodaja voća, povrća, duvana, sirova koža, krzno, neprana vuna, drvo, cvijeće, čaj, svježa riba, goveđi čereci, svinjske polutke, sirovi prirodni kaučuk i sl.). Takođe, predmet aukcijske prodaje može biti havarisana i zaplijenjena roba, zatim antikviteti, umjetničke slike, rijetki predmeti i tome slično, s tim da roba koja je predmet kupoprodaje mora biti na licu mjesta.

Holadnija se smatra kolijevkom međunarodnih aukcija. Početkom XVII vijeka Istočno-indijska trgovačka kompanija u Amsterdamu je organizovala prvu veliku aukciju međunarodnog karaktera. Obično su se organizovale dva puta godišnje (u jesen i u proljeće) i okupljale trgovce pretežno evropskih zemalja, koji su bili zainteresovani i koje su unaprijed organizatori aukcije obavještavali. Na prolječnim aukcijama prodavali su se uglavnom kafa, cimet, čaj, biber i sl. (kolonijalni proizvodi), dok su jesenje aukcije nudile raznovrsne tekstilne proizvode – pamučnu i svilenu robu.

Dakle, aukcijska prodaja je objava prodaje robe najboljem ponuđaču na određenom mjestu i određeno vrijeme. Važi princip “ko da više” odnosno ko ponudi najvišu cijenu (licitiranje od najniže ponuđene do najviše postignute cijene). Izuzetak su aukcije u Holandiji gdje se licitira naniže tj. kreće od veoma visokog nivoa i spušta se cijena dok prvi kupac ne potvrdi kupovinu, što obično rezultira plaćanjem više cijene od one koju je namjeravao da plati i plaća se odmah u gotovini.

Aukcijska prodaja se obavlja preko aukcijskog posrednika ili senzala, koji je vrstan poznavalac i stručnjak za takvu robu. Prodavci šalju robu koja će se prometovati aukcijskom prodajom u skladište (aukcijsko ili javno). Po otvaranju aukcijskog sastanka, rukovodilac aukcije (koji je najčešće i njen vlasnik) obavještava učesnike o početnoj cijeni robe,

nakon toga počinje takmičenje prisutnih kupaca (aukcijski senzali, brokeri, makleri i slično) sve dok se ne postigne najveća cijena robe. Roba za aukcijsku prodaju se razvrstava, popisuje po brojevima i oznakama svake partije (lot), sa potrebnim opisnim detaljima karakteristika robe. Ove specifikacije olakšavaju posao i služe kao obavještenje o robi kupcima koji su zainteresovani za nju. Za svaku obavljenju prodaju na aukciji ispostavlja se zvaničan dokument o kupoprodaji tj. zaključnica, zatim kupac vrši isplatu u gotovini i dobija ostala robna dokumenta, a prodata roba se obično otprema u roku od 14 dana. Za robu koja je predmet prodaje ne garantuje se kvalitet, bez ikakve naknadne, takva kakva je viđena i ugovorena se prodaje.

Kao posebni aukcijski posrednici na međunarodnim aukcijama, pored senzala, uključuju se i brokeri. Oni imaju sporazum sa aukcijskim društvom koji je garancija da će partija ili lot kupljen od strane brokera aukcijskom prodajom biti preuzet i u propisanom roku isplaćen. Brokeri zaključuju posao u svoje ime a za račun komitenta koji na takav način ostaje anonimn.

Aukcijski posrednici moraju odlično poznavati robu sa kojom rade, uzanse aukcijskog društva, dobro vladati pravilima i uzansama aukcijskog društva i biti spretni u zaključivanju trgovačkih poslova.¹⁷³

Aukcije mogu biti organizovane za prodaju na veliko i malo. Prodaja na veliko se organizuje za raznovrsne nestandardizovane proizvode ili proizvode neujednačenog kvaliteta, dok se prodaja na malo uglavnom organizuje za antikvitete, umjetničke slike i rijetke predmete. Aukcije mogu biti organizovane u svim oblicima vlasništva. Najčešće, organizovane su u privatnom vlasništvu. Osnovno pravilo je da obavezno unaprijed mora biti oglašeno mjesto prodaje, naziv aukcije i agenta kao komisionara. Prije održavanja aukcijskog sastanka, roba se sortira po vrstama u lotove i u aukcijskim skladištima, odnosno na izložbenom mjestu kako bi se omogućio uvid zainteresovanim kupcima. Takođe, svaka partija robe koja nosi oznaku (lot) je upisana u aukcijski katalog, dostupan potencijalnim kupcima, a često su u katalogu upisane i početne

¹⁷³ S. Acin Sigulinski (2002): *Menadžment u međunarodnoj trgovini*, četvrto izmijenjeno i dopunjeno izdanje, Pigmalion, Novi Sad, str.118.

cijene, kao i vrijeme, uslovi i mjesto gdje se roba može pogledati prije aukcije.

Aukcijskom prodajom se vrši koncentracija ponude i tražnje određenih kategorija robe. Ukoliko rukovodilac aukcijske prodaje dođe do nivoa cijene koju prodavac smatra veoma niskom ima mogućnost da povuče robu sa licitacije. Ovo se odnosi na aukcijsku prodaju kada se kreće od maksimalne početne cijene do najniže određene cijene ili limitirane cijene.

Današnji načina privređivanja obilježava standardizacija i tipizacija roba (proizvoda i sirovina) što donekle umanjuje značaj aukcijskog načina prodaje. Ipak, aukcijska prodaja koja je ranije bila značajan faktor u međunarodnoj razmjeni i danas ima višestruki značaj u unutrašnjoj i spoljnoj trgovini. U novije vrijeme, aukcijski oblik prodaje robe može biti i ujednačenog kvaliteta i može se organizovati povremeno i u slučajevima trenutnog suficita ili deficita u ponudi nekih poljoprivrednih proizvoda (na primjer dobrog – velikog roda jabuke ili nedovoljne ponude – uvoza južnog voća).

Međunarodne aukcije na malo koje su stalne i redovno se održavaju u Parizu, Cirihu, Njujorku, itd. predmeti licitiranja dostižu cijene predmeta licitiranja od nekoliko stotina dolara do nekoliko miliona dolara. Kupci, poput zastupnika renomiranih svjetskih muzeja ili bogatih pojedinaca, se obično pojavljuju direktno ili ukoliko žele anonimnost putem posrednika. Organizaciju na velikim međunarodnim aukcijama obavljaju trgovačka ili akcionarska društava (kompanije), pa čak i banke ponekad uz proviziju.

Savremeni način života i pojava interneta daje mogućnost da učešće na aukciji uzme ogroman broj ljudi, jer nema potrebe da dolazi na mjesto licitiranja već to može obaviti od kuće.

Na taj način svako ima priliku da na aukciju stavi bilo koji proizvod od ličnih predmeta koji su mu nepotrebni do kolekcionarskih predmeta (posebno umetničkih slika u privatnoj kolekciji)¹⁷⁴. Na ovim

¹⁷⁴ Slika Vincenta Van Gogha, koja prikazuje parišku uličnu scenu i koja je čuvana u prvatnoj kolekciji preko sto godina, prodana je za 14 miliona eura na online aukciji. Aukcijska kuća *Sotheby* procijenila je vrijednost slike između pet i osam miliona eura za

aukcijama možete prodati ili kupiti sve što zakonom nije zabranjeno. Broj ovakvih aukcija se konstantno povećava, što jača konkurenciju prodavaca sa internet stanicama, što rezultira postavljanjem minimalne tržišne cijene za mnoge proizvode i usluge.

Osim toga, prodaja pojedinih predmeta se može obaviti u formatu fiksne cijene i treba reći i da se kvalitet usluge korisnicima konstantno poboljšava. Knjige, odjeću, nakit, automobil, nekretnine i sl., kupci mogu licitirati ili kupiti odmah on-line ili preko web stranice.

Tako na primjer, *Ebay* je jedna od najstarijih aukcijskih mjesta na mreži čiji predmet licitiranja može biti sve od odjeće do dijamanata preko nekretnina. *Good Will* je neprofitna organizacija koja upravlja maloprodajnim trgovinama za prikupljanje novca za osobe sa invaliditetom ili recimo *Ubid* nudi oglasni prostor koji je preostao iza marki kao što je Sony ili Dell. Aukcije koje organizuje *Auction Zip* korisnici mogu pratiti direktno u web pregledniku i mogu uzeti jednako učešće kao i oni koji su “na podu”.

10.3. Vrste i pojam berzi

U spoljnotrgovinskom poslovanju odnosno međunarodnoj trgovini, jedan od najznačajnijih oblika, jesu berze i berzansko tržište na kojem se obavljaju berzanski poslovi. Da bi govorili o vrstama berzi, prethodno ih treba pojmovno definisati. Posebno stalno organizovano mjesto na kojem se redovno sastaju kupci, prodavci i mešetari radi sklapanja poslova, po unaprijed propisanim pravilima, naziva se berza (eng. *Exchange*, nem. *Börse*, fr. *Bourse*, it. *Borsa*, lat. *Bursa*). Na njima se trguje isključivo zamjenljivom (fungibilnom) robom.

Začetnici berze datiraju iz XIII i XIV vijeka u trgovini na vašarima po malim italijanskim gradovima kao što je Firenca, Venecija, Đenova i dr. Sam izraz berza tumači se dvojako. Prema jednim, nastala

“Uličnu scenu na Montmartreu”, koja je naslikana 1887. godine. *Sotheby*-ev tim održao je aukciju iz Pariza s nadmetanjem online ili telefonski iz Pariza, New Yorka i Hong Konga, a ponuda od 14 miliona eura je došla tik pred završetak.

je kao rezultat uloge koju je imala kao tržište novca i vezuje za latinsko značenje “kesa”. Drugi smatraju, da je termin povezan sa imenom porodice “van den Burse” koja je živela u Belgijskoj varoši Briž, bavila se trgovinom, a na kući kao simbol bavljenja trgovinom istaknute su bile dvije kese i ispred koje su, sa početkom XIV vijeka, redovno održavali sastanci mjesnih i inostranih trgovaca, koji su uz obavljanje poslova i prikupljali potrebna obavještenja (informacije). Za pomenute sastanke koristio se termin berza koji su prihvatile germanske zemlje, dok aglosaksnoske zemlje su prihvatile prvobitnu ulogu berze kao kao tržišta efekata i mjenica (*exchange, change*), a kasnije za robne berze korišten je naziv *Commodity Exchange* dok se za efektne berze upotrebljavao naziv *Stock Exchange*.

Sa krajem XV vijeka Antverpen postaje raskršće puteva zapadnih i indijskih trgovaca odnosno trgovački centar koji dobija karakteristike prve zvanične međunarodne berze. Ujedinjena istočnoindijska kompanija VOC je 1602. godine, u Amsterdamu, počela prvi put izdavati akcije kako bi mogla finansirati svoje ogromne brodske ekspedicije po Aziji i sa njima se počelo trgovati u vidu izdavanja potvrde o udjelu u poslu - VOC akcija. Kao početak funkcionisanja kupoprodaje hartija od vrijednosti tj. efektivnih berzi, vezuje se za 1611. godinu, kada je Amsterdamska berza prometovala deonice prvog deoničarskog društva. To je doprinijelo da Antverpensku ulogu berze u XVII vijeku preuzima Amsterdam. Krajem XIX vijeka, u doba klasičnog, izrazitog liberalizma u međunarodnoj trgovini, berze su postale regulator svjetske ponude i potražnje, a berzanske cijene, u uslovima postojanja slobodne konkurencije, regulator svjetske privrede.¹⁷⁵ Slobodna konkurencija, u to vrijeme, je bila neopodan preduslov koji objezbeđuje, da berza vrši svoju ulogu, koju je tada imala i u okviru nacionalne privrede i svjetskom nivou. Ipak, berze kao institucionalizovana tržišna forma kakvu poznaje savremeno doba nastala je u prvoj polovini XX vijeka. Amsterdamska berza u svojoj dugogodišnjoj istoriji postojanja se vremenom mijenjala, u tehničkom smislu, modernizovala je berzansko poslovanje, a mnogima je poznata pod imenom *Danmark*. Iako ostvaruje zavidan promet u Evropi, prednjače berze u Londonu, Frankfurtu i Parizu.

¹⁷⁵ M. Tešić, *cit.djelo*, str.167.

Sušтина postojanja berzi ogleda se u sljedećem:

- berza je organizovano (koncentrisano) tržište,
- na berzi se sklapaju kupoprodajni ugovori odnosno trguje se fungibilnom ili zamjenljivom robom,
- pravila berzanskog poslovanja su striktna i obavezna za pridržavanje,
- transakcije se obavljaju na određenom mjestu i u određeno vrijeme,
- na berzi su prisutni subjekti kupovine i prodaje ili njihovi agenti i
- mogućnost zaključivanja promptnih i terminskih ili špekulativnih poslova.

Sve berze imaju određene karakteristike koje ih razlikuju od drugih, ali prema imovinsko-pravnim karakteristikama, dijele se na:

- 1) *zvanične ili službene berze* koje su pod neposrednom kontrolom državne vlasti u pogledu poslovanja i uslova pod kojima se osnivaju (u zemljama zapadne i srednje Evrope),
- 2) *privatne berze* čije se poslovanje odvija na principima akcionarskog društva (u anglosaksonskim zemljama) i
- 3) *mješovite berze*.

Posebnu varijantu ove grupe ili anglosaksonski tip berze koji se primjenjuje u Italiji, Francuskoj, Španiji i Portugaliji, po čemu se i razlikuje, jeste da učešće u utvrđivanju tekućih kurseva na berzi uzima država preko svojih delegiranih organa, na taj način što komitentima nudi posebne zaštitne uslove prilikom obavljanja berzanskih poslova, jer su članovi berze udruženi u jedan sindikat koji solidarno garantuje za obaveze svojih članova, proistekle iz poslovanja na berzi, prema trećim licima. Na ovim berzama nije dozvoljeno da banke i bankari budu njihovi članovi.

Prema tome šta je predmet berzanskog poslovanja i prema toku razvoja, berze možemo podijeliti na:

- 1) *robne berze (Commodity Exchange)* koje mogu biti univerzalne ili opšte i specijalizovane, a u nekim manjim trgovačkim centrima mogu biti objedinjene ili tzv. mješovite,
- 2) *berze usluga prevoza i osiguranja pomorskog brodskog prostora ili berze frahta (Freight Exchange)*,
- 3) *efektne berze ili berze vrijednosnih papira (Stock Exchange)* i

4) *devizne berze (Forein Currency Exchange ili Currency Exchange).*

Robne berze predstavljaju važan institucionalni oblik u međunarodnoj trgovini. Berzanski način trgovine robnih berzi je prodaja robe po standardnoj oznaci berze u kojoj su sadržane sve karakteristike, odgovarajući lotovi (utvrđene količine) i kvalitet robe, što znači da je svaka partija istovjetna drugoj. Na ovim berzama nema fizičkog prisustva robe, a prodaje se po standardu koji propisuje svaka berza svojim uzansama.

Kvalitet berzanskog poslovanja omogućuju berzanske uzanse.¹⁷⁶ Moguća je primijena opštih i posebnih ili specijalnih uzansi, s tim da svaka berza je dužna da poštuje i primjenjuje pravila opštih uzansi koja regulišu zaključivanje berzanskih poslova (ugovora), dok se specijalne uzanse razlikuju od berze do berze i pretežno se odnose na kvalitet robe (standardizaciju kvaliteta), dokumentaciju (formulare), rokove, modele i načine plaćanja i tome slično.

Predmet trgovine na robnim berzama je fungibilna (zamjenljiva) roba. Na robnim berzama trguje se robama kao što je pamuk, kafa, šećer, koža, kaučuk, žita (kukuruz, ječam, pšenica), obojeni i plemeniti metali (cink, olovo, kalaj, bakar, zlato, srebro) i drugim robama.

Na robnim bezama za pojedine robe, cijene koje se formiraju, služe kao idikator prosječnih svjetskih cijena i predstavljaju polugu za formiranje cijena raznovrsnih roba. Berzanske cijene roba formiraju se na berzanskim sastancima i mogu biti:

- domicilne cijene – za unutrašnju prodaju;
- izvozne cijene – za prodaju u inostranstvu (obično su niže za razliku od domicilnih, zbog odbitnih stavki koje postoje kod domicilnih: poreza i taksu) i
- kotacijske cijene (fiksne i varijabilne) – formiraju berze za robe koje tamo kotiraju, ali nisu uvijek dominirajuće tj. roba

¹⁷⁶ Berzanske uzanse su sistematizovani i institucionalizovani trgovački običaji na berzama.

koja kotira na nekoj berzi često se na svjetskom tržištu prodaje po drugačijim cijenama.

Berze *frahta* ili berze brodskog prostora su specijalizovane berze usluga gdje se koncentrišu ponuda i tražnja transportnih/prevoznih kapaciteta i tražnja tereta za prevoz. To su pretežno prevoznici kapaciteti u brodskom i avionskom prevozu. Pored berzi frahta, postoje berze gdje se susreću ponuda i tražnja raznovrsnih oblika osiguranja robe koja se prevozi.

Berze na kojima se posluje hartijama od vrijednosti nazivaju se berze efekata ili efektne berze. Na njima se najčešće trguje prvoklasnim hartijama od vrijednosti kao što su akcije, industrijske i državne obveznice, investicionim certifikatima i drugim vrijednosnim papirima koji se lako mogu prodati na berzanskom tržištu. Njihova podjela se može izvršiti prema nekoliko kriterijuma, i to:

- 1) prema roku dospijeca dijele se na: a) hartije od vrijednosti sa tačno utvrđenim rokom, b) hartije od vrijednosti bez roka i c) hartije od vrijednosti po viđenju (*a vista*);
- 2) prema načinu prenošenja vlasništva hartije od vrijednosti mogu biti: a) na ime, b) po naredbi i c) na donosioca;
- 3) prema kriterijumu vlasništva hartije od vrijednosti su isprave koje vlasniku, povjeriocu ili korisniku daju određena imovinska prava i dijele se na: a) državne (izdaje država) i b) privatne (izdaje ih banka ili preduzeća (akcije, mjenice, čekovi);
- 4) prema sadržaju hartija od vrijednosti dijele se na: a) stvarne kojim njen imalac stiče pravo na određene predmete, kao na primjer konosman, skladišnica i sl. i b) novčane kojima se dokazuje pravo na određenu sumu novca koju hartija od vrijednosti nosi (banknota, lutrijska srećka, obveznica, akcija, mjenica, ček, blagajnički zapis i dr.);
- 5) prema kriterijumu ispunjenosti uslova vrijednosnih papira za ulazak na berzu, postoje: a) hartije od vrijednosti koje učestvuju u prometu na berzi ali nisu notirane (za njih su propisani minimalni uslovi, b) notirane hartije od vrijednosti (za njih su propisani strožiji uslovi i

ulivaju veću sigurnost ulagačima) i c) registrovane hartije od vrijednosti koje nisu predmet berzanskog poslovanja, već su informativnog karaktera ulagačima o notiranju tih hartija na ino-tržištima koje posredno utiču na valorizovanje domaćih hartija od vrijednosti.

Predmet berzanskog poslovanja mogu biti isključivo hartije od vrijednosti koje ispunjavaju uslov za ulazak na berzu i konstantno ispunjavaju uslove i propise berzanskog prometa. Kako svaka berza ima svoje posebno propisane uslove o uvođenju hartija od vrijednostina berzu, ipak, oni se mogu svesti na dva osnovna uslova koje zahtijevaju sve berze. Jedan uslov se odnosi na materijalno stanje izdavaoca hartije od vrijednosti odnosno prihvataju se samo hartije od vrijednosti od ekonomski prosperitetnog i snažnog emitera. Drugi uslov se odnosi na obavezu emitera (izdavaoca hartije od vrijednosti) da u kontinuitetu pruža informacije o svom bonitetu kako bi ulagači raspolagali relevantnim informacijama o sigurnosti ulaganja ili da informacije emitera služe kao vodič za donošenje odluka ulagačima.

Na deviznim berzama (*Foreign Currency Exchange*) se trguje devizama i valutama. Poslovanje na deviznim berzama nije skoncentrisano na jednom mjestu i odvija se pismenom, telekomunikacionom vezom između banaka i deviznih mešetara. Kupci i prodavci devizne berze koriste kao devizna tržišta. Po organizacionoj strukturi najviše sličje robnim berzama i berzama hartija od vrijednosti. Ključni kupci i prodavci na ovim berzama su velike banke koje su u stalnim telefonski otvorenim linijama povezane sa sjedištem berze. Devizne berze obično podrazumijevaju trgovanje devizama i valutama odnosno svako potraživanje prema inostranstvu koje glasi na stranu valutu i koje je naplativo u inostranstvu (kao što su mjenice, čekovi i obveznice koje glase na stranu valutu, pozitivan saldo na računima u inostranstvu) i efektivne strane novčanice (valute), u zemlji koja nije zemlja njihove emisije, postaju devizne kada se pošalju u inostranstvo i odobre deviznom računom. Devizni kurs je cijena Postoji direktna i indirektna kotacija (notiranje) na deviznim berzama. Direktno notiranje podrazumijeva odnos ili kurs jedinice domaćeg novca prema jedinici stranog novca (na primjer, koliko jedinica domaće valute se daje za 1

jedinicu ili 100 jedinica strane valute poput USD dolara, eura i sl.). Pod indirektnim notiranjem izražava se koliko jedinica strane valute (novca) vrijedi jedna jedinica domaće valute.

Prema značaju trgovačke djelatnosti, berze se mogu podijeliti na: *nacionalne, regionalne i međunarodne*.

Privredna, finansijska, monetarna, politička i druga međunarodna kretanja i događaji imaju značajan uticaj na berze i berzansko tržište institucija. Ovakva kretanja dovode do promjena na berzama, koje se potom reflektuju na kretanja u svjetskim privrednim i trgovinskim tokovima. Poznatije su pod imenom berzanski krah (*Market Crash*) kada dolazi do masovnog pada vrijednosti efekata na berzi. Nagle i neočekivane promjene mogu biti pogubne kako za nacionalnu tako i za svjetsku privredu u cjelini.

Takvih primjera je bilo, kao što je recimo slučaj Njujorške berze vrijednosnih papira, poznatije kao *Wall Street*, koji se odigrao 25. oktobra 1929. godine, kada su za jedan dan katastrofalne promjene dovele da neki izgube sav svoj imetak, da se suspenduju dotadašnja pravila monetarnog poretka i uspostave intervencionističke mjere koje su dezorganizovale trgovinu i svjetsku privredu uopšte. Te promjene su bile uvertira u veliku ekonomsku krizu koja je trajala od 1929-1932 godine prošlog vijeka.

Pojam *berza* treba razlikovati od pojma *berzansko tržište*. Berza je institucija čiji je zadatak da organizuje prometovanje vrijednosnim papirima, dok berzansko tržište podrazumijeva mjesto, bilo fizički ili virtualno, na kojem se odvija ponuda i potražnja vrijednosnih papira, uspostavlja njihova cijena i zaključuju transakcije. Berza može da “posluži” i kao indikator finansijskog tržišta.

Na berzama se obezbjeđuje kontinirano poslovanje (e-trgovina pruža mogućnost poslovanja non-stop 24 sata) i postojano tržište kupoprodaje vrijednosnih papira, novca, roba i usluga. Na berzi se vrši procjena vrijednosnih papira koje emituju ekonomski subjekti i mogu se komparirati ekonomski subjekti iz iste grane putem kotacije ili tzv.kotiranje na berzi, što investitoru olakšava pristup u svakom momentu

i uvid u stvarnu vrijednost. Na taj način, berza predstavlja ekonomski barometar, indikator “zdravlja” emitenata, kompanija ili država.¹⁷⁷

Poslovanje berze se zasniva na novčanim sredstvima (kapitala) sa dugim rokom, obično preko godine dana.¹⁷⁸ Osim toga, berza omogućava brže kreiranje kapitala, utiče na sticanje navike štednje, investiranja i preuzimanja rizika za investitora, tako što štednju pretvara u profitabilnu investiciju, zatim se brzo i jednostavno vrši poravnanje transakcija između učesnika (po principu poravnanja dugovanja i potraživanja odnosno trgovanja i saldiranja) i omogućava javne pozjmime tj. može da posluži kao platforma na kojoj se na tržištu daju državne obveznice. Priliv i odliv kapitala zavise od formiranja ponude i tražnje kapitala, a berzansko tržište omogućuje da kapital bude dostupan (ponuđen) i zadovolji potrebe (tražnju), brojnih subjekata (učesnika), za finansijskim sredstvima.

Uloga države na tržištu kapitala je višestruka: kao investitora, kao korisnika (tražioca) kapitala, kao regulatora i kontrolora tržišta. Država je često u ulozi korisnika kapitala i kao najveći korisnik kapitala odnosi sa tržišta kapitala najveći dio. To je poznati “efekat istiskivanja”, kada država istiskuje privatni kapital sa tržišta kapitala.¹⁷⁹ Ukoliko dođe do oscilacija na berzi ili kriza berze uloga države postaje regulatorna (reguliše ponudu i tražnju) i smirujuća (smirujući tržište) na tržištu novca. Naravno da svoju ulogu treba obavljati neutralno i objektivno bez preferiranja interesa određenih grupa ili pojedinaca. Putem cjelokupnog instrumentarija kojim raspolaže (zakonskom regulativom i formiranjem državnih institucionalnih tijela) ostvaruje svoju ulogu kreiranu na principima međusobnog povjerenja i zajedničke koristi učesnika na tržištu (obostrane koristi).

Berze predstavljaju interaktivne međusobne odnose svih učesnika na tržištu i ona je središte oko kojeg su okupljeni ostali učesnici na berzanskom tržištu. U zavisnosti od zadatka i vrste berze odvija se

¹⁷⁷ Friedman, M. (1998): *Kapitalizam i sloboda*, Global book, Novi Sad, str.2.

¹⁷⁸ K. Ristić, S. Komazec S., Ž. Ristić (2014): *Berze i berzansko poslovanje*, Etnostil, Beograd, str.198.

¹⁷⁹ K. Ristić, S. Komazec S., Ž. Ristić (2014): *Berze i berzansko poslovanje*, Etnostil, Beograd, str.190.

poslovanje. U narednoj tabeli dat je pregled berzi po klasifikaciji (vrsti), zadatku i berzanskom poslovanju tj. poslovima koji se obavljaju na berzi:

Tabela 5: Pregled klasifikacije, zadatka i i berzanskih poslova

BERZE		
Klasifikacija	Zadatak	Poslovanje
Prema predmetu poslovanja: robne, finansijske ili efektne, mješovite i devizne	<ul style="list-style-type: none"> • Formiranje likvidnog tržišta • Kuntinuitet tržišta • Fer tržišna cijena • Utvrđivanje cijene tržišnog materijala • Seljenje kapitala • Promjena vlasništva • Informativna aktivnost berze 	<ul style="list-style-type: none"> • Poslovi koje se zaključuju na samoj berzi (za bezanskim pultom) • Poslovi zaključeni putem komunikacione mreže • Poslove bavljaaju samo posebno ovlašćena lica (berzanski posrednici) • Javni karakter berzanskih poslova • Kontinuirana kontrola rada učesnika na berzi u cilju izbjegavanja poremećaja ili kriznih situacija • Poslovi koji prethode trgovanju • Poslovi neposredne trgovine • Poslovi nakon trgovine
Po strukturi vlasništva: javne, privatne i mješovite		
Prema cilju poslovanja: profitne i neprofitne		
Po motivu učesnika: hedžing, špekulacija		
Prema prisutnosti/ odsutnosti učesnika: berze na kojima su učesnici prisutni i kompjuterske berze		
Prema roku dospijea zaključenih poslova: promptni i terminski		
Prema sjedištu: domaće i inostrane		

10.4. Učesnici, vlasnici i članovi berzi

Ne postoji opšta forma ili obrazac po kojem bi se sve berze i njihni posrednici (učesnici) organizovali. Organizacija, predmet i način rada berze su karakteristike po kojima se svaka berza prepoznaje odnosno što ih međusobno razlikuje. Infrastrukturu berze čine članovi berze koji moraju da ispune određene uslove i kriterijume koje je berza utvrdila, a tek nakon odobrenja postaju njihni članovi.

Poslovi na berzi se mogu zaključiti samo na određenom mjestu, u određenom periodu ili vremenu (tzv. *berzanskom periodu*) preko

ovlašćenih lica koja se moraju pridržavati utvrđenih pravila koja važe na datoj berzi. Organizovane su po sistemu koncentričnih krugova u čijem centru je sama berza sa svim ovlaštenjima, zatim prvi krug čine ovlašćeni posrednici koji su jedini ovlašćeni da zaključuju poslove na berzi dok ostali to čine preko njih. Svaki naredni krug ima manji obim ovlaštenja.

Savremene berze su samostalne finansijske institucije koje posjeduju fizički poslovni prostor za obavljanje poslovanja (trgovanja), imaju svoje članstvo i poslovna pravila kako bi zaključili određeni kupoprodajni ugovor predmeta trgovanja.

Takođe, pojedini autori smatraju da berze predstavljaju interaktivna, informaciono-upravljiva (*information-driven*) i obimom-upravljiva (*volume-driven*) tržišta.¹⁸⁰ S obzirom da razvoj interneta utiče na sve aktere u društvu, pa tako i na berze (sve više su elektronske berze), fizička lokacija (prostor berze) pomalo gubi smisao. Promjene nisu samo prostorne, već se značajno mijenjaju i pravila berzanskog poslovanja.

Fizička i pravna lica koja obavljaju poslove trgovine vrijednosnim papirima na berzi mogu biti članovi berze. Na nekim berzama članstvo je ograničeno brojem njenih članova. Članovi berze (uopšteno) mogu biti brokersko-dilerske kuće (berzanske firme) i ovlaštene banke.

Berza za obavljanje svog poslovanja treba da obezbijedi, između ostalog:

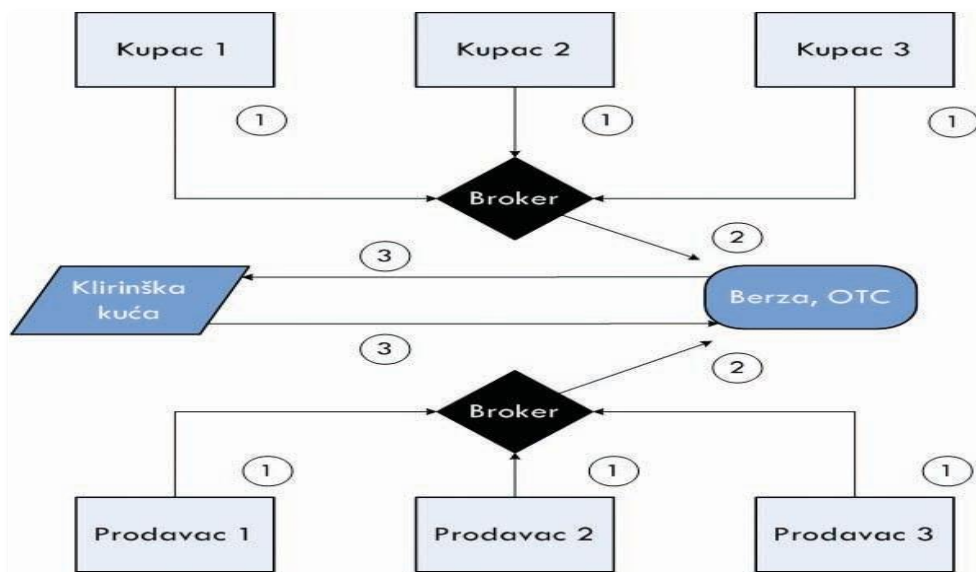
- zakonito obavljanje trgovine na berzi,
- zaštitu interesa učesnika na berzi,
- poštovanje pravila i standarda berze koji se odnose na ponašanje učesnika na berzi,
- informacije za javnost o svim činjenicama značajnim za rad berze.

Učesnici na berzi ili subjekti berzanskog poslovanja su sva pravna i fizička lica koja posluju na berzi (direktno ili indirektno). Fizička lica,

¹⁸⁰ Schwartz, R., Francioni, R. (2004): *Equity Markets in Action - The Fundamentals of Liquidity, Market Structure & Trading*, John Wiley & Sons, p.3.

domaći ili strani privredni subjekti, banke ili neke druge institucije finansijskog karaktera mogu imati ulogu kupaca i prodavaca. Na narednoj slici prikazani su učesnici berzanskog poslovanja i njihova međusobna povezanost.

Slika 16: Učesnici i veze između berzanskih učesnika



***1.Ispostavljanje naloga brokeru 2.Izvršenje naloga 3.Kliring i saldiranje**

Izvor: T. Brzaković (2007): *Tržište kapitala-Teorija i praksa*, Data Status Beograd, str.51.

Glavni nosioci berzanskih poslova su brokeri i dileri, zatim brokerske kuće ili klirinške kuće, banke, institucionalni investitori na berzi (penzioni, zdravstveni ili investicioni fondovi i osiguravajuće kuće). Osim navedenih, berza u svom sastavu ili ugovornim angažmanom ima značajne službe, kao što su: prvenstveno obračunska služba, zatim služba skladištenja, utovra robe i kontrole kvaliteta. U berzanskom polovanju mogu se pružati i savjetodavne usluge (investicioni savjetnici) kako upravljati robama na berzi, da li ih prodavati ili kupovati i kada je najpovoljnije obaviti posao.

Transakcije na berzi mogu zaključivati samo njeni članovi, dok posredovanje u berzanskim poslovima mogu obavljati posrednici – brokeri, džoberi (dileri) i brokerske kuće.

Broker je termin potekao iz engleskog jezika i označava firmu ili pojedinca unutar firme koji posreduje na tržištu. Najčešće broker ne posjeduje predmet kojim truguje odnosno koji prodaje ili kupuje, već nastupa kao agent prodavaca ili kupaca i zasvoje usluge spajanja prodavaca ili kupaca zaračunava proviziju. Naime, broker na samoj berzi izvršava naloge svojih klijenata i naziva se *floor broker* ili *commission house broker*, što su u stvari “brokeri na parketu” zaposleni kod firmi koje su članice berze i koji na berzi u ograđenom dijelu dvorane kao agenti “na parketu” izvršavaju naloge svojih klijenata.

Berzanski brokeri imaju, pored dozvole za pristup berzi, ovlaštenje za sklapanje berzanskih poslova i kao prodavci i kao kupci. Poslovanje na berzi obavljaju u svoje ime i za tuđi račun (za nalogodavca). Nalogodavac može zbog toga biti anonimn, što zavisi od pravila koja važe na određenom tržištu, ali i snosi rizik preuzetog posla u potpunosti. Za svoje angažovanje odnosno posredovanje naplaćuju tzv. brokersku (brokerage) ili proviziju koja se određuje u vidu procentulnog iznosa od obavljenog prometa, a koji opada sa porastom vrijednosti transakcije. Mogu se organizovati u svoja udruženja u cilju zaštite klijenata putem samostalnog regulisanja rada svojih članova. Isto tako, mogu zastupati interese brokera u odnosu na berze ili druge faktore iz okruženja (na primjer: državu). Vode poseban dnevnik u kojem su upisani svi poslovni podaci tzv. brokerski dnevnik (*Broker Journal Diary*) koji se svakodnevno podvlači, a izvod iz brokerskog dnevnika se daje svakom partneru. U slučaju uništenja ili gubitka ugovora, izvod iz brokerskog dnevnika može poslužiti kao dokaz da je ugovor postojao kod eventualnih sudskih sporova. Ovdje je riječ o javnom ili službenom brokeru. Na službenim berzama, koje su pod kontrolom države, posrednike koji mogu trgovati na berzi imenuje nadležni državni organ. To su osobe koje su visoko rangirane za ovu djelatnost, koje su stručne i izvrsno poznaju posao, a taj posao obavljaju samo po nalogu komitenta.

Takođe, postoje i *specijalizovani brokeri* koji trguju određenom vrstom robe ili usluge i nazivaju se robni brokeri, kao na primjer: za metalnu robu, aparate za domaćinstvo, brodove, tekstil, konfekciju, žito, namještaj i sl. Oni posreduju, dovode u vezu, kupca i prodavca i pred kojim se zaključuje i potpisuje posao. Ukoliko se prodaja obavlja prema uzorku, zadržava neutralni uzorak do momenta dok kupac ne preuzme robu. Specijalizovani brokeri su odgovorni za eventualne štete klijentima odnosno čije oštećenje je posljedica njihovog rada.

Džoberi ili *dileri* su berzanski posrednici koji posluju na berzi u svoje ime i za svoj račun odnosno za račun firme ili organizacije u kojoj imaju radni angažman. Naziv diler (*dealer*) uobičajen je u Sjedinjenim Američkim Državama, dok se naziv džober (*jobber*) koristi u Velikoj Britaniji. Uloga dilera je da svojim aktivnostima utiču na neravnoteže tržišta do kojih može doći ili bolje rečeno očekuje se “da pravi tržište” (*to make market*). Od dilera kupac kupuje robu ili hartije od vrijednosti iz njegovog sopstvenog portfolija. Mnoge kompanije su istovremeno registrovane za obe vrste aktivnosti, tako da je naziv broker-diler uobičajen kod spajanja funkcije brokera sa dilerskom funkcijom prilikom obavljanja posredničkih poslova na berzi.

Poslove posredovanja na zvaničnim (službenim) berzama obavljaju berzanski posrednici i drugi funkcioneri, koje je imenovao upravni odbor, uz prethodnu saglasnost nadležnog resornog ministarstva ili državnog komesara pri berzi. Polaganjem zakletve, postavljeni posrednici, obavezuju se da će poslove posredovanja na berzi obavljati u skladu sa propisima (statutom), uzansama i pravilima berze, jer u suprotnom uz gubitak službenog mjesta i dokazanu krivicu odgovara krivično za učinjeno djelo.

Obaveze brokera, kao i dilera kada nastupaju kao berzanski posrednik su:¹⁸¹

- da se vodi brigu o interesima klijenta,
- da postupa u skladu sa dobijenim nalogom,

¹⁸¹ M.Unković, M. Milisavljević, N. Stanišić (2010): *Savremeno berzansko i elektronsko poslovanje*, Univerzitet Singidunum, Beograd, str. 25.

- da vodi brigu o izvršenju naloga koji je primio,
- da obavještava klijenta o svim bitnim činjenicama,
- da otvori novčani račun i račun vrijednosnih papira,
- da obavijesti klijenta kada se nalog izvrši,
- da vodi knjigu naloga,
- da sačinjava berzanske zaključnice,
- da čuva poslovnu tajnu,
- da investiciono usmjerava na bazi investicionog istraživanja koja sprovodi odjljenje u okviru brokerske kuće i savjetuje klijenta ukoliko on to zahtijeva.

Na privatnim berzama poslove posredovanja vrše članovi berze (akcionari), koji su istovremeno i sopstvenici (vlasnici) berze. Pitanja koja se tiču posredničke djelatnosti, uslova i mogućnosti pristupa berzanskim sastancima i uopšte obavljanja poslovanja na berzi, svaka berza reguliše na poseban način u skladu sa pozitivnim zakonskim propisima koji regulišu ovu djelatnost, svojim statutom i pravilima berze. Različito su regulisana ova pitanja kod efektivnih i robnih berzi. Kod robnih berzi organizovanje poslovanja je nešto jednostavnije u odnosu na efektivne berze. Standardizacija odnosno ujednačena proizvodnja i propisivanje standarda su u mnogo čemu doprinijeli jednostavnosti poslovanja na berzi, između ostalog, proširivanju liste artikala koji su predmet berzanske trgovine i regulisanju odstupanja od ugovorenog standardnog kvaliteta isporučene robe (u vidu premije za bolji kvalitet ili bonifikacije za lošiji kvalitet). Roba koja se masovno prodaje i ne zadovoljava uslove i standarde kvaliteta predmet su aukcijske prodaje. Potrebno je napomenuti da poslovanje na robnim berzama, pored nešto jednostavnijeg rješenja organizacije poslovanja, čini i to da svaka berza ima svoje posebne specifičnosti ili karakteristike.

Osim prethodno navedenih berzanskih posrednika, *brokerska kuća* predstavlja veoma važnu instituciju koja djeluje odnosno posreduje u kupoprodajnim poslovima na sekundarnom tržištu novca. Uslovi za osnivanje brokerske kuće baziraju se na zakonski definisanim uslovima i uslovima koje propisuje Udruženje brokera i dilera, kao i uslovi za

članstvo koje propisuje berza, a to su: veličina kapitala, stručan kadar, etički kodeks i fer poslovanje. Samo poslovanje brokerske kuće se može obavljati na otvorenom (van berzi tzv. OTC tržište – *Over the Counter Market*) ili u samoj berzi. Današnje mogućnosti savremenog načina komunikacije omogućavaju rad non-stop (24 sata) brokerskim kućama. Pitanje organizacije rada brokerske kuće, između ostalih mnogobrojnih faktora, zavisi od: a) vrste klijenata i vrste hartije od vrijednosti koja je predmet poslovanja; b) da li se trgovina bazira na savremenim informaciono-komunikacionim tehnologijama; c) da li ima mjesto na berzi odnosno svog predstavnika i d) da li je brokerska kuća uključena u OTC tržište i da li je ono kompjuterizovano (vitruelno).

Banke su važan i značajan učesnik poslovanja na berzi i u jakoj interakcijskoj vezi. Snažno finansijsko tržište berze je jedna od ključnih poluga uspješnog poslovanja banaka, jer im kreiraju mogućnosti plasiranja viškova sredstava i time ostvarivanje prihoda, kao i pribavljanje sredstava koja im nedostaju. Na taj način banke, preko berze, transformišu svoja kratkoročna novčana sredstva u dugoročna novčana sredstva s jedne strane, dok sa druge strane, mogu biti značajna finansijska podrška razvoju i likvidnosti berze. Takođe, banke uključene u berzansko tržište raspolažu informacijama od značaja za likvidno poslovanje i uspješno vođenje svoje poslovne politike. Osim toga, banke često upravljaju, bilo direktno ili preko svojih organizacionih jedinica za rad na tržištu kapitala, investicionim fondovima i za te usluge naplaćuju proviziju.

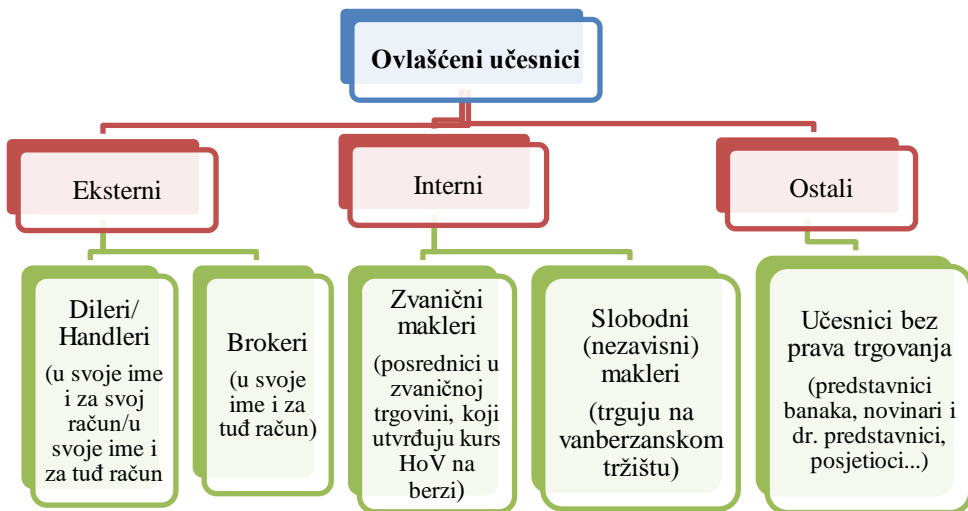
Institucionalni investitori, osiguravajuće kuće, penzioni i zdravstveni fondovi i institucionalni fondovi, pored banaka, smatraju se značajnim učesnikom na berzanskom tržištu. Osiguravajuće kuće, koje osiguravaju imovinu i lica (i druge vidove), raspolažu velikim novčanim rezervama koje mogu plasirati u hartije od vrijednosti na berzi (sve do momenta likvidacije štete), te uvećati promet i likvidnost berze. Sličan slučaj je i kod penzionih i zdravstvenih fondova, koji mogu plasirati svoje rezerve kapitala na berzi i dodatno uvećati svoje rezerve (zaraditi). Investicioni fondovi su institucije koje povlače sredstva, od ekonomski

manjih individualnih investitora, za šta emituju akcije (*shares*) ili potvrde (*units*), koja plasiraju na finansijsko tržište (domaće ili međunarodno) u hartije od vrijednosti i kreiraju diversifikovani investicioni portfolio. Prihodi od HoV, umanjeni za iznos provizije, se dijele štedišama tj. vlasnicima (akcionarima) srazmjerno njihovom učešću. Za razliku od drugih finansijskih posrednika, kompanije investicionih fondova ne preuzimaju rizik poslovanja, već ga direktno prenose na vlasnike (akcionare) koje su prethodno upoznali sa svojim investicionim ciljevima i imaju njihovu saglasnost.

Kod većine berzi članstvo na berzi se stiče u skladu sa strogo propisanim pravilima. Članstvo na berzi se nasleđuje odnosno ono je nasledno pravo. Imenovanje novog člana berze se može vršiti samo ukoliko neko izgubi status nosioca naslednog prava (isključen sa berze) ili pak ukoliko nakon smrti njenog člana nema naslednika. Šira javnost tj. posjetioci (*Visitors*) mogu pristupiti berzi, ali je taj broj posjetilaca ograničen brojem i lokacijom mjesta na berzi (najčešće je to balkon).

Savremeni, elektronski, oblik trgovanja uticao je na promjene osnovnih pravila berzanskog poslovanja. Međunarodna organizacija komisije za hartije od vrednosti (*IOSCO*), kao najznačajnija institucija za regulaciju poslovanja berzi, razvija, sprovodi i unapređuje međunarodno priznate standarde koje treba da ispuni berza da bi postala član te organizacije. Istraživanja koja proučavaju savremeno poslovanje berzi, berze definišu kao: organizacije čije je poslovanje odobreno i regulisano od strane Komisije za hartije od vrednosti. Berzu osnivaju članovi koji koriste svu dostupnu tehniku, tehnologiju i opremu da bi se trgovalo hartijama od vrijednosti i posluje po strogo utvrđenim i definisanim pravilima. Na berzi se uglavnom trguje akcijama kompanija koje su listirane. Privredni subjekt ili kompanija koja želi da prikupi svež kapital na berzi, mora da se prijavi na berzu i da ispuni zahtjeve berze da bi se trgovalo njenim akcijama. Infrastruktura berze može se koristiti i za trgovanje hartija od vrijednosti koje nisu listirane. N narednoj slici prikazani su učesnici na efektoj berzi.

Slika 17: Učesnici na efektnoj berzi



Svi učesnici sa prethodne slike su uključeni u njeno poslovanje na direktan (interni – zvanični i nezvanični makleri) ili indirektan način (eksterni i ostali).

10.5. Berzansko poslovanje

Berzansko poslovanje se obavlja na posebnom stalno organizovanom mjestu - berzi na kojem se redovno sastaju prodavci, kupci i mešetari sa ciljem sklapanja poslova u skladu sa unaprijed utvrđenim pravilima berze. Cilj kojem streme sve berze jeste povećanje transparentnosti tržišta, veća efikasnost, manji troškovi, kao i eliminisanje manipulisanja tokom trgovanja.

Berza je institucionalno organizovan prostor na kojem važe pravila ponašanja i poslovanja njenih učesnika, koja su precizno definisana, i trguju hartijama od vrijednosti na tržištu kapitala odnosno efektima. Dakle, to je mjesto na kojem se koncentriše ponuda i potražnja

za kapitalom. Svrha berzi jeste da doprinesu smirivanju oscilacija na tržištu i utvrđivanju realnih vrijednosti hartija od vrijednosti koje su emitovali emitenti – korporacije, lokalna vlast, država i dr., jedne nacionalne ekonomije.

Berzanski ciklus se sastoji iz tri faze: ¹⁸²

- 1) Prva faza se odvija van berze. Uspostavlja se odnos između investitora i berzanskog posrednika i to otvaranjem računa hartija od vrijednosti (HoV) i racuna novčanih sredstava investitora kod posrednika, kao i davanjem naloga za kupovinu ili prodaju određenog finansijskog instrumenta. U prošlosti je berzanska trgovina podrazumijevala njihov neposredan odnos.
- 2) Druga faza u kojoj dolazi do realizacije naloga, dakle, kupuje se ili se prodaje finansijski instrument i utvrđuje se njegova cijena. Finansijski instrument kojim se trguje na berzi mora biti primljen na berzi što se naziva listing. Formiranje cijene se naziva kotacija. Kotacija akcija na berzi znači da je određeno preduzeće dobilo odobrenje da svoje akcije plasira kao preduzeće na listingu čime prikuplja dodatni kapital. Sučeljavanje ponude i tražnje za određenim finansijskim instrumentom realizuje se na berzi, odnosno na skupu predstavnika članova berze. Trgovina dugoročnim finansijskim instrumentima koji nisu prijavljeni u listing na berzi zato što emitenti ne ispunjavaju kriterijume berze ili ne žele kotaciju, vrši se na šalterskom tržištu kojeg čini mreža dilera i brokera povezanih komunikacijskim linijama.
- 3) Treća faza, u njoj se vrši obračun, plaćanje određene kupovine ili prodaje kao i prenos HoV i novčanih sredstava na odgovarajuće račune kod berzanskih posrednika. Tu se vrše razne knjigovodstvene operacije različitog stepena automatizacije, a krajnji rezultat je registracija transfera vlasništva.

Berzansko poslovanje odnosno berzanski poslovi mogu se podijeliti u dvije grupe, bez obzira na predmet kupoprodaje, i to na:

¹⁸²M. Kulić (2003): *Finansijski Menadžment*, Megatrend Univerzitet primenjenih nauka, Beograd, str. 161.

- 1) promptne berzanske poslove i
- 2) terminske berzanske poslove.

Ključna razlika između ove dvije grupe berzanskih poslova ogleda se u tome što kod promptnog berzanskog posla trguje se realnom (postojećom) robom, dok kod terminskih poslova to nije uvijek slučaj. Zatim, razlike se ispoljavaju i u namjeri učesnika pri zaključivanju akta o kupoprodaji berzanskog posla, jer zaključenje akta o kupoprodaji promptnog posla pretpostavlja stvarnu predaju robe kupcu, dok to nije uobičajeno kod terminskih berzanskih poslova.

Promptni berzanski poslovi (*Prompt Delivery, Prompt Shipment, A Float Goods*) su poslovi kupoprodaje efektivno postojeće robe u skladištu, na putu, u brodu, u luci ili plovidbi, koja se njenom vlasniku, u određenom kratkom roku, može isporučiti. Kao dokaz o stvarnom postojanju robe služi skladišnica, tovarni list, konosman ili neki drugi robni dokumenti kojima se jasno dokazuje realno postojanje robe u trenutku kupoprodaje. U pogledu rokova izvršenja ovog posla, svaka berza određuje svojim uzansama. Uobičajeni rokovi se kreću u intervalu od dva dana do tri nedjelje od dana kada je zaključen promptni berzanski posao. Kupac ima obavezu da, u roku od najkasnije 48 sati nakon zaključenog promptnog berzanskog posla na berzanskom sastanku, dostavi prodavcu urednu dispoziciju za robu. To je slučaj kod robnih usporuka, dok je uobičajeni rok izvršenja kod promptnog berzanskog posla za efekte (prema pravilima berze i uzansama) do tri dana od datuma zaključenja posla. Promptni (efektivni) berzanski poslovi, prema kriterijumu isporuke, mogu se zaključivati kao:

- loko posao ili na licu mjesta – što znači da roba mora biti dostupna kupcu u mjestu održavanja berzanskog sastanka i uz odgovarajuću dokumentaciju isporučuje se kupcu neposredno nakon zaključenja posla (iz carinske zone, silosa, skladišta, sa broda ili nekog drugog prevoznog sredstva);
- prompt isporuka – kada se u veoma kratkom roku roba mora predati kupcu (kod prodatih efekata najčešće sljedeći dan, a kod prodate robe zavisi od vrste robe, a najčešće, prema berzanskim uzansama do 14 dana po zaključenju posla);

- prompt utovar ili prompt ugovor – po kojem prodavac mora ukrcati robu na brod u ugovorenom roku, kako bi konosman izdao najkasnije u roku od 14 dana od dana sklapanja berzanskog posla odnosno datum konosmana ili tovarnog lista ne smije biti nakon određenog posljednjeg dana za utovar;
- prompt posao za robu na putu ili “ploveću robu” – znači da se ugovora roba koja “putuje” ili “plovi” do odredišta i predaja se vrši uručenjem indosiranog konosmana ili prenosnog tovarnog lista na kupca koji od tog trenutka ima robu na raspolaganju;
- oročeni promptni posao – predstavlja odloženo izvršenje predaje robe kupcu i kod takvih roba ostavlja se sloboda ugovornim stranama za određivanje komercijalnih uslova isporuke robe (načina isporuke, datuma isporuke, pakovanja, pariteta, mjesta isporuke i sl.).

Terminski berzanski poslovi (*Forward Business, Future Transaction, Option Business*) predstavljaju, na robnim berzama, poslove kupoprodaje koji imaju za cilj obezbeđenje od špekulacija odnosno rizika pada ili skoka cijene robe, te se u praksi ne govori o prodaji robe već se govori o prodaji ugovora određene specifikacije po njenoj oznaci, kao na primjer na Njujorškoj berzi ugovor broj 3 za šećer ili ugovor D za kafu i sl. Kupovina i prodaja robe sklapanjem standardizovanog kupoprodajnog *bona fide* ugovora za isporuku efektivne robe na određeni dan isporuke odnosno neki budući datum. U takvim okolnostima, terminski poslovi na berzama, imaju izražen špekulativni karakter jer obje strane očekuju da može doći do promjena cijena od dana sklapanja posla do dana njegovog izvršenja (dospijeca). Ovakvi motivi zaključivanja posla mogu biti veoma unosni ali pogubni, jer zavise od kretanja na tržištu i informisanosti o stanju na tržištu na kojem učestvuje veliki broj lica i različitih informacija koje ne moraju biti tačne s obzirom da se oko 3% terminskih poslova izvršava isporukom robe.

Tehnika izvršavanja terminskog berzanskog posla svodi se na to da špekulant kupuje ugovor za jedan termin, a onda ga prodaje na drugi termin. Nazivaju se i “report” poslovi (*Continuation Business, Speculating in Continuance*) kod kojih oni koji špekulišu na porast cijena produžuju kupovinu, jer ih u dospjelom roku cijena ne zadovoljava, pa

angažuju banku da za njihov račun isplati kupljenu robu i sačuva je do idućeg roka. U idućem roku se odlučuju da li će preuzeti robu ili je prodati zavisno od očekivanja daljeg rasta cijena. Za njega se koristi termin *hosist* ili *a la hausse* (u Evropi), što je uobičajeni termin na robnim berzama, koji zaradu ostvaruje na očekivanom porastu cijena (razlici u cijeni). Špekulanti koji računaju na pad cijena nazivaju se *besisti* ili *a la baisse* (u Evropi), a poslovi koje obavljaju “deport” poslovi kod kojih se berzanski posao prodsje robe produžuje ili odgađa. Špekulanti koji računajući na pad cijena kupuju ugovor u skorašnjem terminu i po višoj cijeni i istovremeno kupuju novi ugovor u daljem (prolongiranom ili odgođenom) terminu po nižoj cijeni. Kada ugovorena cijena opadne do nivoa dospelosti zaključka, nosilac posla ostvaruje razliku (zaradu) koja se obračunava na berzanskoj blagajni kao i kod hosista. Dakle, u zavisnosti od dužine trajanja dospijeca zaključka mijenja se i cijena robe. Kod poslova sa dužim rokom dospijeca koji se ugovoraju po višim cijenama, veći su i troškovi, dok su poslovi sa kraćim rokom dospijeca praćeni znatno nižim troškovima. Zaključak je postojan ukoliko se ugovorne strane dogovore da izvrše kupoprodaju u ugovorenom roku bez obzira na visinu cijene toga dana. Može se ugovoriti i sa opcijom izbor, pri čemu strana koja odustane ne mora drugoj strani platiti nikakvu štetu ili sa premijom kada stana koja odustaje plaća ugovoreni iznos premije. Ovi poslovi se vrlo rijetko završavaju stvarnom prodajom robe, a ako se pipak i završe, prodavac na posebnom obrascu – izvještaju o prenosu (*Transferable Notice*) obavještava obračunsku blagajnu berze o datumu stvarne prodaje robe. Blagajna ovaj izvještaj prosleđuje svim zainteresovanim berzanskim posrednicima koji imaju nepokrivene zaključke s određenom robom. Likvidiranje terminskih zaključaka bez isporuke robe može se izvršiti i prije dospijeca ugovorenog termina. Prodaja ugovora se naziva likvidacija, a njegova kupovina pokriće.

Premijski poslovi (Premium Business), kao najvažniji terminski berzanski poslovi, su poslovi u kojima se ugovorom dogovara da na dan dospijeca roka za izvršenje transakcije kupac ili prodavac mogu odustati uz plaćanje ugovorene premije (odštete) partneru koji se nije izjasnio da odustaje od posla. Mogu biti obični ili sa dvojnou premijom.

Kod običnog premijskog posla postoji kupovna opcija (evropska i američka opcija) i prodajna opcija. Kupovnom opcijom kupac stiče pravo da kupi robu po unaprijed utvrđenoj fiksnoj cijeni na određeni dan (evropska opcija) ili u utvrđenom roku (američka opcija), dok prodavac kupovne opcije se obavezuje da će robu prodati po cijeni utvrđenoj na dan zaključivanja posla. Prodajnom opcijom kupac stiče pravo da prije isteka roka proda robu po cijeni koja je ugovorena ili da odustane od realizacije ugovora. Poslovi se realizuju samo ukoliko se kursevi kreću u očekivanom pravcu. Ukoliko dolazi do promjene kursa izvan očekivanja može odustati od posla s tim da položenu premiju gubi. Za prodavce je iznos premije najveća moguća dobit, dok je mogući gubitak, u principu, neograničen.

Premijski poslovi sa dvojnomo premijom predstavljaju kombinaciju kupovne i prodajne opcije. Ove poslove sklapaju subjekti koji izričito procjenjuju kretanje kurseva. Neod njih računaju na promjene (ostvaruju dobit na razlici), a drugi na stabilnost (dobit čini ugovorena premija koju ostvaruju jer nije bilo promjena kursa).

Hedžing poslovi (Hedging Business) su posebna vrsta terminskih berzanskih poslova koji predstavljaju kombinaciju promtnog i terminskog berzanskog posla u kojem se kupac ili prodavac osiguravaju od eventualno porasta ili pada cijena. U tim poslovima, najčešće kod osiguranja rizika kretanja cijena sirovina, vršilac se pojavljuje i u ulozi prodavca i u ulozi kupca u terminskom berzanskom poslu. Na taj način, jer promjene cijena djeluju istovremeno, na jednom poslu će profitirati a u drugom izgubiti. I hedžing poslovi, kao i kod premijskog posla, mogu biti dvojaki: kupovni i prodajni.

Fjučers poslovi (Futures Business) su poslovi koje se ubrajaju u grupu specifičnih terminskih poslova, a predstavljaju prolongirane, špekulativne poslove koji se “produžuju” odnosno u kojima se zaključeni posao odlaže ili produžuje za neki daljnji rok. Do prolongiranja dolazi kada špekulant nije zadovoljan ostvarenom cijenom u roku dospijeća i očekuje da će u “novom” roku ostvariti veću zaradu. Ovi poslovi se realizuju na bazi fjučers ugovora, koji su standardizovani ugovori o prodaji robe, deviza, indeksa i finansijskih instrumenata u kojima se plaćenje i isporuka po unaprijed dogovorenoj cijeni odlaže za određeno vrijeme (perod). Za

izračunavanje obaveza iz fjučers ugovora stara se klirinška kuća (*Clearing House*) koja stoji između kupaca i prodavaca fjučersa odnosno kako bi se transakcije uopšte realizovale. Obje strane, i kupac i prodavac, imaju obavezu da zaključe posebne ugovore sa klirinškom kućom. Zbog toga se za njih često kaže da su “prodavčev kupac” i “kupčev prodavac”. Njihov značaj se ogleda u upravljanju rizikom, uticaju na stabilnost cijena, prevazilaženju jaza u finansiranju i sl. Predmet trgovine fjučers ugovora, najčešće, su poljoprivredni proizvodi (pšenica, kukuruz, soja, pirinač...), živa stoka, nafta i zemni gas, metali, itd. Uslov za trgovinu robnim fjučersima jeste ispunjenje zahtjeva u pogledu standardizacije količina (na primjer 1 barel = 158,98 l).

10.6. Najvažnije robne berze u svijetu

Nastanak robnih berzi vezuje se za civilizaciju koja je koristila različite predmete trgovanja tokom svog nastajanja. Preovladava mišljenje da su prve robne berze zasnovane na robnim proizvodima, nastale u Šumeru prije nove ere (oko 4500 p.n.e. i 4000 p.n.e.), koje su prvobitno koristile glinene tokove zapečaćene u gline, zatim gline za pisanje koje su služile za količinu (na primjer broj koza koje treba isporučiti). Ovakav nekadašnji način, obećanja i vremena ispokuke, podsjeća na današnje fjučers poslove (ugovore). Koristile su se još i svinje, rijetke školjke ili neka druga roba kao zamjena za novac (robni novac). Sa pojavom srebra i zlata slika trgovanja robama se mijenja. U početku su se plemeniti metali koristili za trgovinu i razmjenu za drugu robu ili za plaćanje rada, a kasnije plemeniti metal – zlato postaje mjera za vrijednost.

Na savremenim berzama trgovanje se pretežno obavlja putem telefona ili elektronski (*on line*). Danas, gotovo sve, berze posluju po principu aukcija odnosno gdje se učesnici nadmeću davanjem ponuda za kupovinu ili izdavanjem naloga za prodaju. Zahvaljujući standardizaciji predmeta trgovanja, na berzama se može trgovati robama koje još nisu ni proizvedene, nitui su prisutne na mjestu trgovanja da je kupac moće vidjeti, kao i budućim cijenama. Berzansko tržište je u značajnoj mjeri

pod uticajem onih koji imaju novac, a koji ga i održavaju živim (milijarderi, velike korporacije, vlade). Mali investitori (individualci) ne mogu značajno uticati na tržište zbog nedovoljne snage pojedinačne investicije, ali udruživanjem u dovoljnom kapacitetu (finansijskom) mogli bi imati uticaj na pomake na tržištu.

Slika 18: Tradicionalna i elektronska berza



Najveći dio berzanskog poslovanja obavlja se na relaciji Njujork – London – Tokio.

Sjedinjene Američke Države posjeduju veoma razgranat sistem berzi. Najveće, centralne, berze smještene su u Njujorku i Čikagu. Osim njih postoje i regionalne i lokalne berze. Na američkom kontinentu berze sa najvećim prometom su:

- Njujorške berze: NYSE (*New York Stock Exchange*) tzv. *Big Board* koja je svjetski lider po tržišnoj kapitalizaciji, koja je u februaru 2018. godine iznosila preko 30 biliona dolara, dok je prosječni dnevni promet ove berze oko 153 milijarde dolara. NYSE je sama po sebi veća od berzi u Šangaju, Šenženu, Japanu i Euronextu zajedno. Takođe značajna berza, u Njujorku, je njujorška trgovinska berza NYMEX (*New York Mercantile Exchange*) na kojoj se trguje naftom, mazutom, benzinom, krompirom, platinom, pladijumom i fjučersima za ove robe, kao i naftim opcijama. Na njujorškoj robnoj berzi NYCE

(*New York Commodity Exchange*) se trguje metalima. Poznata je i njujorška berza za kafu šećer i kakao NYCSCE (*New York Coffee, Sugar & Cocoa Exchange, Inc.*), koja trguje i fjučersima i opcijama koje imaju podlogu u navedenim robama i indeksima na plate. Srednje američka robna berza MACE (*MidAmerica Commodity Exchange*) posluje u sastavu njujorškog Svjetskog trgovinskog centra sa robama porijeklom iz Latinske Amerike. U Njujorku, u SAD, je smještena najveća i prva elektronična berza NASDAQ (*National Association of Securities Dealers Automated Quotations*) osnovana 1971. godine, koja zajedno sa NYSE predstavlja najveću berzu na svijetu. U narednoj tabeli prikazano je top 10 berzi u svijetu.

Tabela 6: Svjetskih top 10 berzi

Rank	Exchange	Market Cap (Oct '22)	Location	Approx. # of companies
#1	NYSE	\$22.8T	United States 	2,400
#2	NASDAQ	\$16.2T	United States 	3,700
#3	Shanghai Stock Exchange	\$6.7T	China 	1,600
#4	EuroNext	\$6.1T	Europe 	800
#5	Japan Exchange Group	\$5.4T	Japan 	3,800
#6	Shenzhen Stock Exchange	\$4.7T	China 	2,800
#7	Hong Kong Stock Exchange	\$4.6T	Hong Kong SAR 	2,600
#8	National Stock Exchange of India	\$3.3T	India 	2,100
#9	London Stock Exchange	\$3.1T	UK 	1,900
#10	Toronto Stock Exchange	\$2.7T	Canada 	1,500

Izvor: <https://www.bankar.me/2023/03/01/kolika-je-kapitalizacija-dvije-najvece-americke-berze-infografika/> (28.6.2023.)

- Osim Njujorka, Čikaške berze imaju značajan uticaj na tržištu. Najveća robna berza na svijetu na kojoj se trguje pored standardnih roba (žitarica, nafte, zlata, metala) i berzanskim indeksima, kamatnim stopama i valutnim parovima je beza u Čikagu CBOT (*Chicago Board of Trade*). Jedna je od najstarijih berzi u svijetu osnovana 1848. godine koja se 2007. godine spojila sa CME Group (*Chicago Mercantile Exchange*) i tada je počela trgovati berzanskim indeksima,

kamatnim stopama i valutnim parovima. Danas je CBOT dio čikaške robne razmjene koju čine četiri berze: CME, CBOT, NYMEX i COMEX i sve više uvodi elektronski sistem trgovanja, s obzirom na troškovne prednosti ovog sistema ali i sklonosti klijenata. U Čikagu je smještena i čikaška berza opcija CBOE (*Chicago Board Option Exchange*) na kojoj se trguje fjučersima i opcijama na pšenicu, ječam, ovas, soju, sojino ulje, sojinu sačmu, kukuruz, zlato, srebro, državne obveznice i bezanske indekse, i čikaška beza pirinča i pamuka CRCE (*Chicago Rice & Cotton Exchange*) koja trguje robama po nazivu.

U SAD, pored Njujorka i Čikaga, postoje i značajne berze i u drugim američkim gradovima: berza žita u Mineapolisu, trgovinska berza u Kansasu, filadelfijska berza u Filadelfiji, berza u Bostonu i druge.

U Evropi najznačajni svjetski berzanski centar je London. Londonska berza je naziv za glavnu finansijsku berzu u Velikoj Britaniji. Osnovana je 1802. godine. U neformalizovanoj formi trgovina hartijama od vrednosti u Londonu počela još u XVII vijeku po kafanama i krčmama. Regionalne berze u Velikoj Britaniji ujedinile su se 1973. godine sa Londonskom berzom u Berzu Velike Britanije i Irske. Nakon temeljne reorganizacije finansijskog sistema tzv. *Big Bang*-a, 1986. godine, prerasla je u Međunarodnu berzu Ujedinjenog Kraljevstva i Republike Irske, ali je i dalje ostala poznata kao Londonska berza. Tokom 2007. godine je uveden *TradeElect*, novi sistem trgovanja, koji pruža mogućnost povećanja i usavršavanja nivoa usluga. Kapacitet i brzina trgovanja, nakon uvođenja ovog sistema, su se povećali na preko 600.000 transakcija dnevno i svaka transakcija se izvršavala za 6 milisekundi. Berza omogućava svim kompanijama, od gigantata do manjih preduzetnika širom svijeta, da oplode svoj kapital koji im je potreban, na četiri osnovna tržišta. Prvo, glavno tržište (*Main Market*) na kome se kotiraju najcejenjenije i najprestižnije svjetske kompanije, na kojem je listirano oko 1800 kompanija sa tržišnom kapitalizacijom od skoro 4.000 milijardi funti. Drugo, postoji Alternativno investiciono tržište AIM (*Alternative Investment Market*) koje je kreirano kao tržište namijenjeno

mladim kompanijama u razvoju, koje je u 2004. godini obuhvatalo 65% svih IPO u Zapadnoj Evropi i na kojem se listira oko 1800 emitenata sa tržišnom kapitalizacijom od oko 37 milijardi funti. Za razliku od glavnog tržišta, nije potrebno imati minimalnu kapitalizaciju, minimalni broj akcija u javnom optičaju, dokumentovan prethodni tok sekundarnog trgovanja akcijama, niti posebnu dozvolu akcionara, već je dovoljno imati nominovanog savjetnika, angažovanog brokera, statutarnu slobodu raspolaganja akcijama, prijavna dokumenta i plaćenu godišnju proviziju AIM-a. Treće tržište je *Professional Securities Market* na kom se listiraju dužničke hartije i depozitne potvrde. Kao četvrto tržište postoji *Specialist Fund Market* koje je usmjereno na posebne specijalizovane investicione entitete.

U Londonu se nalaze:

- Londonska berza metala – LME (*London Metal Exchange*) na kojoj se trguje metalima: aluminijum, bakar, olovo, cink, čiji lot iznosi 25 tona i kalajem čiji lot znosi 5 ton, a predmet trgovanja su i plemeniti metali (srebro i zlato). Na dnevnom nivou, u toku rada berze, se trguje po 5 minuta sa svakim metalom.
- Londonska robna berza – LCE (*London Commodity Exchange*) trguje sa preko stotinu raznovrsnih roba (čajevi, začini, lijekovi, guma, vosak...)
- Međunarodna berza nafte – IPE (*International Petrol Exchange*)
- Baltička berza BE (*Baltic Exchange*) koja trguje robama baltičkog porijekla i čiji rad je organizovan u tri sekcije: robnu, brodsku i vazduhoplovnu sekciju.
- Londonska međunarodna berza fjučersa i opcija – LIFFE (*London International Financial Futures & Options Exchange*) koja je od 2008. godine u vlasništvu NYSE/Euronext berze. Tržište Euronexta ima tri segmenta u zavisnosti od kapitalizacije kompanije koja je listirana. Na Segmentu A listirane su kompanije sa tržišnom kapitalizacijom od preko milijardu evra, dok se na Segmentu B nalaze kompanije čija je kapitalizacija između 150 miliona evra i milijardu dolara. Treći segment, Segment C rezervisan je za kompanije kapitalizacije ispod 150 miliona evra.

- Londonska berza kukuruza – na kojoj se osim kukuruza trguje sjemenima, đubrivom, stočnom hranom, pasuljem, graškom.
- Londonska berza kaučuka – na kojoj se trguje tablama kaučuka standarda i zaključuju ugovori (terminski i svop)
- Londonska provizorna berza – zasijeda jednom nedjeljno, a predmet trgovanja su jaja, slanina, salo, kozervirano meso, sir, buter.

Osim Londona, u Velikoj Britaniji u značajnije berze ubrajaju se Liverpulska berza za: pamuk i za kukuruz i Mančesterska kraljevska berza.

Kontinentalna Evropa se uvijek, u određenoj mjeri, razlikovala od anglosaksonske praske koja je česta u Velikoj Britaniji i SAD. Najveća berza danas u kontinentalnom dijelu Evrope jeste Frankfurtska berza (*Frankfurter Wertpapierbörse*). Ona je najveća njemačka berza, koja obuhvata preko 90% trgovanja u Nemačkoj, a ujedno spada i u najveće na svijetu. Frankfurt obilježava viševjekovna trgovačka tradicija, čiji se počeci berzanskog trgovanja naziru krajem XVI vijeka, kada je osnovana berza za trgovanje novcem. Berzansko poslovanje sa današnjeg aspekta vezuje se za početak XIX vijeka, a odnosi se na promet akcija Austrijske nacionalne banke. Sa sadašnjim godišnjim prometom od 5,2 triliona eura, Frankfurtska berza predstavlja treće po veličini svjetsko tržište akcijama, a zauzima šesto mjesto po vrijednosti tržišne kapitalizacije. Tržište se prati kroz brojne indekse, među kojima je najvažniji indeks *DAX*, koji obuhvata najkvalitetnije akcije sa Frankfurtske berze, u koje spadaju kompanije kao što su Adidas, BMW, Lufthansa, Dojče banka, Simens, Metro i drugi. Kao posljedica harmonizacije finansijskih tržišta Evropske Unije, tokom 2000. godine, tačnije u septembru, osnovan je *Euronext* u Parizu. *Euronext* je pan-evropska berza koja obuhvata finansijska tržišta Belgije, Francuske, Holandije, Potugala i Velike Britanije. Harmonizacijom EU tržišta došlo je do spajanja Amsterdamske, Briselske i Pariske berze, dok je krajem 2000. godine priključena i Londonska međunarodna berza fjučersa i opcija (LIFFE). Od 2002. godine u sastav Euronexta je i Lisabonska berza. Kada je američki NASDAQ otpočeo korake ka preuzimanju Londonske berze, NYSE grupa, koja, između ostalog, upravlja i Njujorškom berzom, ponudila je 8 milijardi evra za preuzimanje Euronextra, prekoračivši konkurentsku ponudu Dojče berze,

koja upravlja Frankfurtom berzom. Nakon ovog preuzimanja osnovana je kompanija NYSE/Euronext sa sedištem u Njujorku. Osim navedene dvije berze, mogu se pomenuti, po obimu prometa i tržišnoj kapitalizaciji, u zemljama zapadne Evrope, berze u Milanu i Madridu. Milanska berza (*Borsa Italiana*) je vodeća italijanska berza, osnovana 1808. godine i gotovo 200 godina bila je u državnom vlasništvu, privatizovana je 1997. godine, dok je danas u vlasništvu Londonske berze. U Španiji postoje četiri regionalne berze, ali je najjača i najrazvijenija berza smještena u glavnom gradu Madridu. Madridska berza (*Bolsa de Madrid*) osnovana je 1831. godine, a danas poseduje nekoliko segmenata tržišta.

Daleko iza vodećih berzi zapadne Evrope, nalaze se finansijska tržišta zemalja centralne Evrope i zemalja bivšeg socijalističkog bloka. Berza koja prednjači u ovom regionu je Bečka berza (*Wiener Börse*) i jedna od najstarijih svjetskih berzi koja je osnovana 1771. godine, dok je vladala carica Marija Terezija, u cilju formiranja tržišta za trgovanje državnim obveznicama. Bečka berza obuhvata oko 60% trgovanja akcijama u Austriji, jer se značajnim dijelom trguje vanberzanski. Dva najvažnija indeksa su WBI, kojeg sačinjavaju samo domicilne akcije, dok ATX indeks obuhvata 20 kompanija, i predstavlja vodeći indeks Bečke berze. U korpu ATX indeksa spadaju najjače austrijske kompanije, kao što su Erste banka, OMV, Rajfajzen banka, Telekom Austrija i drugi. Bečka berza ima partnerski odnos sa Budimpeštanskom berzom, pošto su međusobno povezane, razmenjujući informacije i objedinjavajući pojedine tržišne segmente. Sličnu saradnju Bečka berza ima sa berzama u Bukureštu i Zagrebu. Od septembra 2005. za drugo po veličini finansijsko tržište centralne i istočne Evrope smatra se Praška berza. Iako je prva Praška berza osnovana 1861. godine, sadašnja je osnovana tek poslije pada komunizma u ovoj zemlji, 1992. godine, dok je trgovanje krenulo nekoliko mjeseci kasnije. Između dva svjetska rata Praška berza doživjela je pravi bum, pa je, po značaju, prevazišla i Beču berzu, tada neprikosnovenu u regionu.

U regionu istočne Evrope, izdvojila se Varšavska berza. Kao i u većini bivših komunističkih zemalja, berza je osnovana u XIX vijeku,

tačnije 1817. godine. Između dva svjetska rata snažno se razvija i obuhvata preko 90% poljskog tržišta, koje nakon II svjetskog rata biva zatvoreno. Nova, Varšavska berza obnavlja poslovanje tokom 1991. godine, kada je prvog trgovačkog dana bilo listirano tek pet akcija. Krajem 2007. godine, na Varšavskoj berzi listirana je 351 kompanija, dok je tržišna kapitalizacija oktobra te godine bila oko 336,4 milijardi dolara, pri čemu se oko 200 milijardi odnosi na poljske kompanije. Promet akcijama tokom 2006. godine iznosio je oko 115 milijardi dolara. Još jedna postkomunistička država uspjela je da razvije relativno solidno finansijsko tržište. Vodeću rumunsku berzu predstavlja Bukureštanska berza, sa tržišnom kapitalizacijom od oko 44 milijardi dolara. Od decembra 2005. godine, Bukureštanskoj berzi pripojeno je vanberzansko rumunsko tržište *Rasdaq*, koje ima kapitalizaciju od oko 12 milijardi dolara. Prva berza osnovana je 1882. godine, i gotovo bez prekida radila je do 1945. godine, kada ju je nova komunistička vlast ukinula. Ponovno otvaranje Bukureštanske berze odigralo se 1995. godine, kada je trgovano sa tek devet akcija. Tokom devedesetih godina, tržište je bilo osjetljivo na veće oscilacije, a od 2001. godine berzu zahvata snažan rast i razvoj. Tokom 2002. godine, glavni indeks BET porastao je za preko 100%, pa je *Financial Times* ovu berzu svrstao kao najbrže rastuće tržište u svijetu te godine.

Na azijskom kontinetu, 80-tih godina XX vijeka, snažan bum doživljavaju azijske berze, bez kojih se globalno finansijsko tržište danas ne može ni zamisliti. Hartije od vrijednosti u Japanu su predstavljene 1870. godine, a prva Berza je osnovana 1878. godine u Tokiju (Tokijska Berza). Tokijska Berza je funkcionisala sve do 1943. godine kada je zbog ratih okolnosti došlo do udruživanja berzi u jednu berzu „Japansku Berzu Hartija od vrijednosti“, a ponovo je otvorena 1949. godine. Tokijska Berza, treća je berza po tržišnoj kapitalizaciji na svijetu i najveća u Aziji. Danas se na njoj trguje sa 2.271 akcijom domaćih i 31 akcijom stranih kompanija, koje ostvaruju tržišnu kapitalizaciju od 5 triliona američkih dolara. Listiranje akcije na Tokijskoj berzi podjeljeno je u tri sekcije: prvoj sekciji pripadaju najveće kompanije, druga sekcija je rezervisana za akcije srednjih preduzeća i u trećoj ili *Mothers* sekciji se nalaze

kompanije sa visokim rastom. Tokijska berza je 1. oktobra 2020. godine, prvi put u svojoj historiji, morala da prekine trgovanje svim akcijama na cijeli dan zbog tehničkog kvara, te se kupovina i prodaja bile zamrznute. Ovo je najavljeno nekoliko minuta prije otvaranja berze. Kada je ustanovljen da je problem u „sistemu za prenošenje tržišnih informacija”, te je zbog toga greška postala mrežni problem, *Japan Exchange Group Inc*, koja upravlja Tokijskom berzom, rekla je da će suspenzija biti neograničena dok se problem ne riješi. I druge berze u Japanu obustavile su trgovanje. Osnovni indeks Tokijske berze je *Nikkei 225* i koji predstavlja vrijednost akcija kompanija koje su izabrane od strane najjačeg Japanskog poslovnog magazina. Među popularnim indeksima nalaze se i TOPIX i J30, prvi je baziran na vrijednosti akcija kompanija iz Prve Sekcija a drugi na velike kompanije u industriji koje takođe biraju jedne Japanske novine.

Londonska i Tokijska Berza rade na razvoju zajedničkih proizvoda za trgovanje i dijele tehnologiju, sve zbog rasta konkurncije na internacionalnom nivou. Tokijska Berza, takođe, traži partnere i na području Azije, a prvenstveno se misli na Singapursku Berzu, za koju se smatra da će postati lider u Azijsko-Pacifičkoj regiji. Pošto je Singapur vodeći finansijski centar u Azijsko-Pacifičkoj regiji, Singapurska Berza je postala lider u ovoj regiji. Osnovana je 1999 godine, udruživanjem „Stock Exchange of Singapore“, berze fjučersa i „Singapore International Monetary Exchange“ koja je bila berza akcija. Ima listirano 722 akcije kompanija koje stvaraju tržišnu kapitalizaciju od 773 biliona američkih dolara.

Najstariji organizator tržišta u Aziji je Bombajska Berza, koja je zbog toga imala posebnu ulogu u formiranju nacionalnog tržišta kapitala. Berza je osnovana 1875. godine, najveća je na svetu kada se govori o broju listiranih akcija (4800 akcija) i nalazi se u Indiji. Oktobra 2007. godine, vrijednost tržišne kapitalizacije iznosila je 1.61 triliona američkih dolara, što je svrstava na prvo mjesto u južnoj Aziji ili u top deset na svijetu. Osnovni Indeks Bombajske Berze je BSE SENSEX (BSE 30) i predstavlja vrijednost akcija trideset kompanija koje imaju kapitalizaciju

od 1/5 cijele berze. Vrlo je cijenjena u Indiji i svijetu. Na ovoj berzi se trguje i finansijskim derivatima, odnosno fjučesima i opcijama.

Iako je Šangajska Berza SSE (*Shanghai Stock Exchange*) prva i najveća berza u Kini, ispred Hong Konga i Šenžena. Nekada je postojala Šangajska Berza iz 1904 godine, ali je zbog komunističkog režima zatvorena 1949. godine. Berza je organizovana kao neprofitna organizacija i pod direktnim je nadzorom Kineske Komisije za hartije od vrijednosti. Postoje dva različita listinga akcija (A i B). Razlika između akcija ova dva listinga je u valuti kojom se trguje. Na A listingu se trguje sa nacionalnom valutom, i predstavlja većinu akcija, a na B listingu sa američkim dolarima. Krajem 1990. godine šangajska berza je najavila spremnost za otvaranje novog kineskog tržišta kapitala, usred punog perioda reformi i otvaranja. Berza je ranije bila otvorena sa samo 8 kompanija koje kotiraju na berzi sa ukupnom tržišnom kapitalizacijom od 1,23 milijarde juana (180 miliona dolara). Šangajska berza je u proteklih više od tri decenije postala treća po veličini berza u svijetu sa preko 18 hiljada registrovanih kompanija i ukupnom tržišnom vrijednošću od 166 milijardi juana, kako je objavila na svom sajtu u decembru 2022. godine. Na berzu je uticao inovativni duh kulture grada Šangaja. Zapravo, *Shanghai-Hong Kong Stock Connect* je pokrenut 2014. godine, stvarajući kanal za pružanje pristupa međunarodnim investitorima tržištu dionica tipa A. Osim toga, Kina je 2015. godine lansirala svoje prve dioničke opcije na Šangajskoj berzi, nudeći investitorima priliku da uđu u značajne dionice. STAR Market (*Scientific-Technological Innovation Board*), poznatiji kao *Shanghai's Nasdaq*, je kreiran 2019. godine. Ovo je bila vodeća faza inovacione kampanje i reforme tržišta kapitala u zemlji. Prvi lotovi kompanija za ulaganja u nekretnine u javnoj infrastrukturi su 2021. godine odobreni na Šangajskoj berzi. Nivoi značaja privrednih sektora u zemlji odražavaju se na strukturu Šangajske berze. Na primjer, strateške industrije u nastajanju čine 56% ukupnih kompanija na listi; poluprovodnički, biomedicinski i drugi sektori počinju da zauzimaju sve češće mjesto na listama.

10.7. Međunarodni tenderi

Kupovina i prodaja na međunarodnom tržištu može se obaviti i putem međunarodnih tendera. Za razliku od prethodno navedenih obika kupovine i prodaje na međunarodnom tržištu, tenderi su slični aukcijama i berzama, ali se razlikuju od njih po tome što predmet međunarodnih tendera ne mora biti roba, već mogu biti radovi ili usluge.

Međunarodni tender ili javni oglas je javni poziv upućen ponuđačima da pod određenim kriterijumima za zahtijevanu robu ili uslugu dostave svoje ponude za sklapanje ugovora, a rezultat je sklapanje ugovorenog posla sa najboljim ponuđačem. Pretežno se sprovode kada je riječ o međunarodnim investicionim ugovorima. Kada govorimo o međunarodnim tenderima važan faktor ovoga posla čine izvori informacija. Najčešći izvor informacija su službene institucije zemalja koje su raspisale tender (predstavništva, ambasade), časopisi, službena glasila i publikacije međunarodnog karaktera. Svakako je neziostavna i zakonska regulativa koja definiše prava, obaveze, odgovornost i pravnu zaštitu u postupku javne nabavke. Danas je praćenje raspisanih tenera dosta olakšano jer su informacije dostupne na internetu. Obično se raspisuje za zahtjevne i krupne projekte, kao što je izgradnja mostova, puteva, železnice, metroa, značajnih stambenih objekata, dijelova grada i sl. Posao investitor, po pravilu, sklapa sa najpovoljnijim ponuđačem u skladu sa kriterijumima raspisanog tendera.

Međunarodni tenderi mogu biti:

- otvoreni – poziv upućen svim zainteresovanim i javno objavljen,
- ograničeni – poziv upućen samo određenim potencijalnim ponuđačima i
- pretkvalifikacioni – u posebnom postupku utvrđuje se podobnost potencijalnih izvođača, a nakon tog slijedi finalni postupak i izbor najpovoljnijeg ponuđača.

U prvom slučaju radi se o transparentnom načinu kupovine ili licitaciji međunarodnog karaktera, a praktično se primjenjuje kod nabavke robe široke potrošnje i repromaterijala (sirovina) koje imaju veću

vrijednost, a vrlo rijetko za opremu i građevinske radove. Izbor putem javnog oglasa za najboljeg ponuđača je otvoren jer se ponude otvaraju u prisustvu svih ponuđača koji su se odazvali na javni poziv i ispunjavaju uslove odnosno javno se saopštava izbor najpovoljnijeg isporučioaca.

U drugom slučaju, zbog ekonomičnosti kvaliteta ponude, poizv se upućuje samo prvoklasnim i odabranim ponuđačima, da dostave svoje uslove ponude, oglašen putem pisma, telefona, faksa ili interneta. Ovaj oblik predstavlja ograničen i pristrasan način kupovine, jer kupac sam određuje broj firmi kojima će uputiti poziv.

U trećem slučaju, tenderi se sprovode u dvije faze. Prvo se objavljuje tender za pretkvalifikaciju na kojem učesnici dokazuju svoje reference odnosno da ugovoreni posao mogu obaviti kvalitetno i blagovremeno. To znači da predkvalifikacioni tender služi za utvrđivanje podobnosti potencijalnih ponuđača i usklađivanje njihovih sposobnosti izvođenja posla, kvaliteta, rokova i načina održavanja objekta. Nakon toga slijedi druga faza ili finalni tender na kojem pretkvalifikacioni učesnici licitiraju cijenu i uslove plaćanja. Za sve učesnike ili ponuđače, da bi uzeli učešće na tenderu, potrebno je da se ponuda na raspisani tender podnese u određenoj formi (*BID form*) koja se sastoji iz tri dijela, i to:

- komercijalnih uslova – jasno iskazane cijene na istom paritetu,
- tehničke dokumentacije – zahtijevani kvalitet i rok isporuke i
- bankarske garancije – komparativne uslove plaćanja i kreditiranja.

Komercijalni uslovi moraju biti dobro proučeni i realno procijenjene sopstvene mogućnosti izvršavanja obaveza. Osnovni elementi komercijalnih uslova su: jedinična i ukupna cijena, valuta plaćanja (paritet *FOB*-luka ukrcanja u zemlji ponuđača, troškovi osiguranja, troškovi prevoza od luke ukrcanja do luke iskrcanja kada je riječ o pomorskom prevozu, jedinična i ukupna cijena na paritetu *CIF*-odredišna luka, način pakovanja, rok isporuke, način plaćanja, rok važenja ponude i drugi uslovi. Uobičajeno je da ponuđači uz ponudu dostave i najvažnije informacije o sebi (firmi) kao što su: veličina firme, dosadašnja učešća na

tenderima odnosno ugovorenim i završenim poslovima (reference), poslovni uspjesi (ukupan prihod, dohodak zaposlenih).

Tehnička dokumentacija podrazumijeva nacрте i opise ponuđene robe ili usluge koja treba da zadovolji propisane tenderske zahtjeve (na primjer, poseban obrazac). Nisu poželjna odstupanja od tražnih zahtjeva, jer mogu odbiti ponuđača zbog formalnih razloga, ali ukoliko do njih dođe treba ih izričito naglasiti. Takođe, uz tehničku dokumentaciju potrebno je prilažiti i vjerodostojan dokaz o karakteristikama robe ili usluge (atest, certifikat, licencu i sl.)

Bankarske garancije su neizostavan dio tenderskog postupka, kojom se raspisivač tendera želi zaštititi (osigurati) od rizika, ukoliko najpovoljniji ponuđač odustane od posla prije sklapanja ugovora ili nije u mogućnosti da izvrši posao do kraja. Banka kao izdavalac garancije se obavezuje da će korisniku bankarske garancije (investitoru) isplatiti određeni novčani iznos ukoliko bi učesnik tendera odbio da sklopi ugovor prema ponudi koju je dao i koja je od strane investitora prihvaćena. Bankarske garancije se obično daju sa obavezom plaćanja “na prvi poziv” (*on Call*).

Tender se podnosi u zapečaćenoj koverti, koja se nakon oglašavanja da je tender konačan (ofertalan), javno otvara pred prisutnim ponuđačima. Nakon toga nisu moguće nikakve intervencije investitora, već se proglašava najbolji ponuđač. Ukoliko je tender uslovan, tada investitor može postaviti naknadne (dodatne) uslove od isporučioaca i onda može izabirati onog isporučioaca kojeg želi ili koji mu najviše odgovara. Zbog toga se uslovni tender tretira kao lošiji i nesigurniji kanal izvoza.

Sve prethodno navedeno navodi da je način prodaje putem međunarodnih tendera veoma složen proces i postupak, kojem treba pristupiti vrlo ozbiljno, studiozno i precizno, s obzirom na mnoge neizvjesnosti i rizike koje sa sobom nosi.

Ovakv oblik prodaje ima svojih prednosti, ali i nedostataka. Prednost koja se smatra najvažnijom ogleda se u nepromjenljivosti cijena i uslova prodaje koje je ponudio najpovoljniji ponuđač. S druge strane, ovom obliku prodaje, kao nedostatak pripisuje se postignuta cijena koja ne mora biti najpovoljnija i raspisani uslovi koji ne znače da se nisu mogli postići drugačiji. Iz tih razloga, raspisivač animira i obavještava, što je

moguće širi krug potencijalnih i zainteresovanih ponuđača, da je tender raspisan.

U Bosni i Hercegovini Zakonom o javnim nabavkama¹⁸³ uređuje se sistem javnih nabavki u Bosni i Hercegovini i utvrđuju pravila za postupke javnih nabavki, odnosno definišu prava, obaveze, odgovornosti i pravna zaštita učesnika u postupku javne nabavke, kao nadležnost (Agencija za javne nabavke Bosne i Hercegovine i Kancelarija za razmatranje žalbi Bosne i Hercegovine). Prema navedenom Zakonu, postupak javne nabavke odnosi se na postupke nabavke robe, usluga ili radova koje sprovodi ugovorni organ¹⁸⁴ ili sektorski ugovorni organ¹⁸⁵ u skladu s odredbama ovog zakona i podzakonskih akata. Ugovorni organi mogu donijeti odluku da zajednički sprovode postupak javne nabavke ili osnovati centralni nabavni organ. Pravila sprovođenja zajedničke nabavke i osnivanja centralnog nabavnog organa propisuje podzakonskim aktom Savjet ministara Bosne i Hercegovine, dok Agencija za javne nabavke BiH donosi Pravilnik koji sadrži listu ugovornih organa po kategorijama koji su obavezni da primjenjuju ovaj Zakon i onada kada nisu uvršteni u listu organa.

Za sprovođenje otvorenog postupka, ograničenog postupka, pregovaračkog postupka sa objavom i bez objave obavještenja, konkursa za izradu idejnog rješenja, takmičarskog dijaloga i konkurentskog zahtjeva za dostavljanje ponuda ugovorni organ je obavezan da imenuje

¹⁸³ *Zakon o javnim nabavkama BiH* („Službeni glasnik BiH“, broj 39/14, 59/22)

¹⁸⁴ Prema članu 4. ugovorni organ je: svaka institucija vlasti u Bosni i Hercegovini, entitetima, Brčko Distriktu Bosne i Hercegovine, na nivou kantona, grada ili opštine; pravno lice koje je osnovano za određenu svrhu s ciljem zadovoljavanja potreba od opšteg interesa, a koje nema industrijski ili komercijalni karakter i ispunjava propisane uslove; asocijacija koju su formirali jedna ili više institucija vlasti ili pravnih lica

¹⁸⁵ Član 5. pod sektorskim ugovornim organom podrazumijeva obavljanje djelatnosti u oblasti vodosnabdijevanja, energetike, prometa i poštanskih usluga, i to: ugovorni organ iz člana 4. ovog zakona kada nabavlja robu, usluge ili radove za potrebe obavljanja djelatnosti navedenih u čl. 78-83. ovog zakona (vodosnabdijevanje; gas, toplotna i električna energija; istraživanje, vađenje nafte, gasa, uglja i ostalih čvrstih goriva; transportne usluge; vazdušne, pomorske i riječne luke; poštanske usluge); privredno društvo u kojem ugovorni organ ili više ugovornih organa ima ili može imati neposredan ili posredan prevladavajući uticaj na osnovu vlasništva, finansijskog učešća ili na osnovu propisa koji vrijede za društvo i koje obavlja jednu ili više djelatnosti navedenih u čl. 78-83. ovog zakona, kada nabavlja robu, usluge ili radove za potrebe obavljanja tih djelatnosti.

komisiju za nabavke, čije uspostavljanje i rad je regulisan podzakonskim aktima koje donosi Savjet ministara BiH. Svaki ugovorni organ u Bosni i Hercegovini donosi interni pravilnik kojim propisuje i uređuje organizaciju i efikasno vršenje nabavne funkcije unutar ugovornog organa, kao što su: način cirkulisanja dokumentacije vezane za javne nabavke, konkretna zaduženja službenika i administrativnog osoblja koji sprovode javne nabavke ili su u određenoj vezi s njima, rokovi za postupanje, način imenovanja i eventualna rotacija članova komisija za nabavku i sva druga odnosna pitanja.

Prema članu 14. Zakona o javnim nabavkama BiH, za nabavke čija je vrijednost manja od 50.000,00 KM u slučaju robe i usluga, ili 80.000,00 KM u slučaju radova, ugovorni organ može primijeniti jedan od postupaka utvrđenih ovim zakonom, osim direktnog sporazuma, uz obavezu ispunjenja uslova propisanih za svaki postupak. Primjena otvorenog ili ograničenog postupka, ili pregovaračkog postupka sa objavom ili bez objave obavještenja, ili konkursa za izradu idejnog rješenja, ili takmičarskog dijaloga obavezna je u slučaju kada je vrijednost nabavke za robe i usluge jednaka ili veća od: a) 250.000,00 KM za ugovorne organe; b) 400.000,00 KM za ugovorne organe; c) 800.000,00 KM za sektorske ugovorne organe.

Ukoliko je vrijednost nabavke jednaka ili veća od propisanih vrijednosnih razreda, ugovorni organ dužan je da dodatno oglasi i sažetak obavještenja na engleskom jeziku na portalu Agencije za javne nabavke BiH i Kancelarije za razmatranje žalbi. Inicijativu za izmjenu i dopunu ovog zakona po hitnom postupku, u pogledu promjene iznosa vrijednosnih razreda, pokreće Agencija, uz prethodnu saglasnost Odbora Agencije za javne nabavke BiH kada dolazi do značajnih promjena stope inflacije, ekonomskih uslova BiH i/ili zakonodavstva EU o javnim nabavkama.

Donošenje plana navki je uslov pod kojim se najčešće vrše javne nabavke. Pokretanje samog postupka ugovorni organ pokreće donošenjem odluke ili rješenja u pisanoj formi koje obavezno sadrži.¹⁸⁶

¹⁸⁶ Član 18. Zakona o javnim nabavkama BiH („Službeni glasnik BiH“, broj 39/14, 59/22)

- a) zakonski osnov za sprovođenje postupka javne nabavke;
- b) predmet javne nabavke;
- c) procijenjenu vrijednost javne nabavke;
- d) podatke o izvoru - načinu finansiranja;
- e) vrstu postupka javne nabavke.

Ugovor o javnoj nabavci robe, usluga ili radova može se dodijeliti u pregovaračkom postupku sa objavom obavještenja:¹⁸⁷

- a) ako u otvorenom ili ograničenom postupku ili u postupku takmičarskog dijaloga dobije sve ponude koje ne ispunjavaju uslove kvalifikacije, a osnovni uslovi za dodjelu ugovora se nisu bitno promijenili, ugovorni organ nije obavezan da ponovo objavi obavještenje o nabavci, pod uslovom da pozove sve ponuđače, odnosno kandidate da otklone nedostatke u svojim ponudama, te svoje ponude učine prihvatljivim;
- b) u izuzetnim slučajevima, kada zbog prirode robe, usluga ili radova ili zbog rizika povezanih s izvršavanjem predmeta nabavke nije moguće prethodno određivanje ukupne cijene.

Ugovorni organ izuzetno može ugovor o nabavci dodjeljivati putem pregovaračkog postupka bez objave obavještenja o nabavci, u sljedećim slučajevima:¹⁸⁸

- a) kada nijedna ponuda ili nijedna prihvatljiva ponuda nije dostavljena u otvorenom ili ograničenom postupku i kada uslovi za ugovor nisu bitno promijenjeni u odnosu na uslove iz prethodnog postupka;
- b) kada nijedan zahtjev za učešće u ograničenom postupku nije dostavljen ili nijedan kvalifikovani kandidat nije zatražio učešće u ograničenom postupku, i kada uslovi za ugovor nisu bitno promijenjeni u odnosu na uslove iz prethodnog postupka;
- c) kada se zbog suštinskih, dokazivih tehničkih ili umjetničkih razloga, ili zbog razloga koji se odnose na zaštitu ekskluzivnih prava, ugovor može dodijeliti samo određenom dobavljaču;
- d) kada izuzetno, zbog dokazivih razloga krajnje hitnosti, prouzrokovane događajima nepredvidivim za ugovorni organ, ne mogu ispoštovati ovim

¹⁸⁷ Član 20., Ibidem

¹⁸⁸ Član 21., Ibidem

zakonom utvrđeni minimalni rokovi za otvoreni, ograničeni ili pregovarački postupak sa objavljivanjem obavještenja. Okolnosti kojima se opravdava izuzetna hitnost postupka ni u kom slučaju ne smiju se dovesti u vezu sa ugovornim organom.

U sprovođenju otvorenog postupka ugovorni organ dužan je da:¹⁸⁹

- a) pripremi tendersku dokumentaciju;
- b) objavi obavještenje o javnoj nabavci;
- c) privrednim subjektima stavi na raspolaganje tendersku dokumentaciju;
- d) obavi javno otvaranje blagovremeno primljenih ponuda;
- e) obavi provjeru kvalifikacija ponuđača prema uslovima učešća u tenderskoj dokumentaciji i ocijeni ponude prema kriterijumima za dodjelu ugovora;
- f) obavijesti ponuđače o ishodu postupka javne nabavke;
- g) ponudi ugovor najuspješnijem ponuđaču;
- h) objavi obavještenje i dostavi izvještaj Agenciji.¹⁹⁰

U sprovođenju ograničenog postupka ugovorni organ dužan je da pripremi tendersku dokumentaciju. Tenderska dokumentacija se priprema i dostavlja u dva dijela, i to: u fazi pretkvalifikacije i u fazi poziva za dostavljanje ponuda koja obavezno sadrži i kriterijume za dodjelu ugovora. Ograničeni postupak sprovodi se na sljedeći način:¹⁹¹

- a) objavljuje se obavještenje o nabavci, kojim ugovorni organ poziva sve zainteresovane kandidate da zatraže dokumentaciju za fazu pretkvalifikacije;
- b) kandidatima se učini dostupnom dokumentacija za fazu pretkvalifikacije na portalu javnih nabavki;
- c) izvrši se provjera kvalifikacija kandidata;
- d) obavijeste se kandidati koji se nisu kvalifikovali;
- e) dostavi se tenderska dokumentacija sa pozivom za dostavljanje ponuda svim kvalifikovanim kandidatima istovremeno;

¹⁸⁹ Član 25., Ibidem

¹⁹⁰ Član 75., Ibidem

¹⁹¹ Član 26., Ibidem

- f) obavi se javno otvaranje blagovremeno primljenih ponuda;
- g) ocijene se ponude prema kriterijumima za dodjelu ugovora utvrđenim u tenderskoj dokumentaciji;
- h) obavijeste se ponuđači o ishodu postupka javne nabavke;
- i) ponudi se ugovor najuspješnijem ponuđaču;
- j) objavi se obavještenje i dostavi izvještaj Agenciji.

Tenderska dokumentacija treba da pruži potpune informacije o uslovima ugovora i postupku dodjele ugovora, a koji su kandidatima ili ponuđačima dovoljni za pripremu zahtjeva za učešće, odnosno ponuda na stvarno konkurentskoj osnovi i objavljuje se na portalu javnih nabavki. Ugovorni organ može vršiti izmjene i dopune tenderske dokumentacije pod uslovom da zainteresovane kandidate obavijesti istog dana ili najkasnije pet dana prije isteka utvrđenog roka za prijem zahtjeva za učešće ili ponuda. Ukoliko se suštinski mijenja predmet nabavke, ugovorni organ će produžiti rok za prijem zahtjeva za učešće ili ponuda u zavisnosti od složenosti predmeta nabavke, a produženje roka ne može biti kraće od sedam dana.

Takođe, Zakonom je predviđena pravna zaštita. Stranke koje smatraju da je njihov pravni interes ugrožen mogu podnijeti žalbu Komisiji za rješavanje žalbi. Žalbu može podnijeti svaki privredni subjekat koji ima ili je imao interes za dodjelu ugovora o javnoj nabavci i koji učini vjerovatnim da je bila ili mu je mogla da bude u konkretnom postupku javne nabavke prouzrokovana šteta zbog nezakonitog postupanja ugovornog organa, a koje se u žalbi navodi kao povreda ovog zakona i podzakonskih akata od strane ugovornog organa u postupku javne nabavke.¹⁹² Žalba se podnosi direktno, pismenom preporučenom pošiljkom ili elektronskim putem ako je predviđen ovakav oblik komunikacije. Ukoliko se utvrdi da je žalba blagovremena, dopuštena i izjavljena od ovlašćenog lica, razmatraju se žalbeni navodi i ukoliko se ispostavi da je učesnik pretrpio štetu zbog povrede Zakona primijenit će se odredbe predmetnog Zakona, Zakona o upravnom postupku i odgovarajuće odredbe Zakona o obligacionim odnosima.

¹⁹² Član 97., Ibidem

NAČINI PLAĆANJA U SPOLJNOJ TRGOVINI

PREGLED POGLAVLJA

NAČINI PLAĆANJA U SPOLJNOJ TRGOVINI

- Ovlaštenje bankama za poslovanje sa inostranstvom
- Odnosi između banaka rezidenata i banaka nerezidenata
- Regulisanje deviznog poslovanja
- Devizno tržište – pravno regulisanje
- Spot prodaja i spot kupovina deviza između CB BiH i banaka
- Efektive i devize sa kojima se trguje
- Vođenje i otvaranje deviznih računa nerezidenata i rezidenata
 - Nerezidenti
 - Reezidenti
 - Obavljanje mjenjačkih poslova
- Platni promet sa inostranstvom
 - Međunarodni dokumentarni akreditiv
 - Vrste akreditiva
- Instrumenti bezgotovinskog plaćanja
 - Ček
 - Međunarodno kreditno pismo
 - Kliring u međunarodnim plaćanjima
- Instrumenti obezbeđenja u međunarodnom poslovanju
 - Podjela bankarskih garancija
 - Jemstvo
 - Mjenica
 - Vrste mjenica
- Stvarno pravna obezbeđenja plaćanja
 - Ručna zaloga
 - Hipoteka

CILJEVI UČENJA

- Objasnite ulogu CB BiH i banaka u poslovanju sa inostranstvom
- Objasnite na koji način se reguliše devizno poslovanje u BiH
- Navedite efektivne i devize sa kojima se trguje u BiH
- Objasnite otvaranje i vođenje deviznih računa nerezidenta i rezidenta
- Objasnite mjenjačke poslove
- Objasnite međunarodni dokumentarni akreditiv i navedite njegove vrste
- Objasnite instrumente bezgotovinskog plaćanja
- Navedite instrumente obezbeđenja u međunarodnom poslovanju
- Objasnite bankarsku garanciju
- Navedite karakteristike jemstva
- Objasnite mjenicu i navedite vrste mjenica
- Objasnite stvarno pravna obezbeđenja plaćanja: ručnu zalogu i hipoteku

11. NAČINI PLAĆANJA U SPOLJNOJ TRGOVINI

Spoljna trgovina osim ugovaranja cijene, rokova isporuke, pripreme akata kupoprodaje i drugih aktivnosti, podrazumijeva i bitan element - način plaćanja za dogovoreni kupoprodajni posao. Plaćanje u spoljnoj trgovini razlikuje se od domaćeg ili unutrašnjeg plaćanja, jer se vrši sredstvima međunarodnog plaćanja.

Razvoj međunarodne trgovine prate i oblici disponiranja stranim sredstvima međunarodnog plaćanja. Spona koja olakšava i ubrzava međunarodnu trgovinu tj. izmirivanje novčanih obaveza ili dugovanja odnosno uplatu novčanih potraživanja u ekonomskim transakcijama sa inostranstvom su banke (poslovne banke). Pored svojih funkcija, savremene banke sve češće imaju ulogu posrednika između dužnika i povjerilaca.

Klasifikacija sredstava međunarodnog plaćanja se razlikuje, u zavisnosti od polaznog kriterijuma koji je usvojen kao mjerodavan za njeno klasifikovanje. Tako, prema načinu plaćanja postoje dvije vrste plaćanja, a to su: gotovinsko plaćanje i kreditno plaćanje (plaćanje na kredit). Način plaćanja zavisi i od obima i vrijednosti isporuke, načina isporuke (jednokratno ili sukcesivno) i drugih elemenata ugovorenog kupoprodajnog posla (prije, u toku ili nakon isporuke).

U svrhu realizacije spoljnotrgovinskog posla koriste se različiti instrumenti međunarodnih plaćanja, čiji je značaj, a i regulisanje putem međunarodnih standarda u toj oblasti, prepoznala i usvojila Međunarodna trgovinska komora (ICC) . Ugovori sastavljeni po modelima ICC, predstavljaju autoritet u donošenju pravila kojima se uređuje međunarodno poslovanje, iako su na dobrovoljnoj osnovi, postala su dio sistema međunarodne trgovine, jer se svakodnevno poštuju u nizu transakcija. Najznačajnija su: jednoobrazna pravila i običaji za dokumentarne akreditive, jednoobrazna pravila za inkaso, sa modelima obrazaca, jednoobrazna pravila za garancije na poziv, međunarodna pravila za menjice i dr.

Za preduzeća i banke u međunarodnom poslovanju najvažnije je da na ugovore primjenjuju međunarodna pravila (finansijske klauzule), jer

pružaju sigurnost svim akterima u poslu, prihvaćena su od strane većine zemalja svijeta, uređuju ponašanje partnera i u slučaju spora štite.

11.1. Ovlaštenje bankama za poslovanje sa inostranstvom

Nadležnosti kod centralnih banaka mnogih zemalja ogledaju se u tome da su jedine nadležne za štampanje novca, stavljanje i povlačenje domaće valute (novca) iz opticaja, držanje deviznih rezervi i upravljanje njima, sprovođenje monetarne politike, uspostavljanje i održavanje platnih i obračunskih sistema, primanje depozita od države i od komercijalnih banaka radi održavanja obaveznih rezervi, i za sprovođenje odredbi u vezi s obaveznim rezervama, prikupljaju podatke o ekonomskim i finansijskim pitanjima, dostavljaju im se informacije koje su im neophodne za rad, u skladu sa zakonom izvještavaju organe vlasti o svom radu, zastupaju svoje države na međunarodnim sastancima po pitanju monetarne politike i po drugim pitanjima, i mogu učestvovati u međunarodnim finansijskim institucijama i međunarodnim organizacijama.

Centralna banka Bosne i Hercegovine (CBBiH) i njene nadležnosti propisane su Ustavom i Zakonom o centralnoj Banci Bosne i Hercegovine.¹⁹³ Nadležnosti CBBiH utvrđuju Predsjedništvo Bosne i Hercegovine i Parlamentarna skupština Bosne i Hercegovine kojima CBBiH i podnosi izvještaj o radu. Upravni savjet Centralne banke je jedini autoritet u Bosni i Hercegovini koji donosi odluke o izdavanju zakonitog sredstva plaćanja i povlačenju iz opticaja zakonitog sredstva plaćanja, preko centrale, glavnih jedinica i ostalih filijala u Federaciji Bosne i Hercegovine i Republici Srpskoj. Centralna banka direktno vodi inventuru zalihe novca, planira izdavanje novca, a centrala, glavne jedinice i ostale filijale Centralne banke osiguravaju redovno

¹⁹³ Član VII Ustava Bosne i Hercegovine propisuje da je CBBiH jedina ovlaštena institucija za štampanje novca i monetarnu politiku na cijelom području Bosne i Hercegovine. Zakon o Centralnoj banci donesen je 1997. godine, i tokom godina u više navrata vršene su izmjene i dopune

snabdijevanje novčanica i kovanica Konvertibilne marke tako da udovolje potrebama privrede Bosne i Hercegovine.

Specifičnost CBBiH ili razlike u odnosu na druge centralne banke jesu što se CBBiH:

- ne uključuje se u operacije na tržištu novca, uključujući vrijednosne papire,¹⁹⁴
- Centralna banka Bosne i Hercegovine ne daje “nikakav kredit pod bilo kakvim okolnostima” i ne može imati bilo koji interes vlasništva u preduzećima (član 67. Zakona),
- kursdomaće valute je fiksiran za euro kao „sidro valutu“,
- nema Zakonskih odredbi o tome da Centralna banka savjetuje organe vlasti po pitanjima monetarne i ekonomske politike.

Po pitanju odnosa Centralne banke sa bankama, Zakon propisuje da:

- Svaka banka koja obavlja svoje djelatnosti na osnovu bankovne licence otvara i drži račun za obavezne rezerve u knjigama centrale i glavnih jedinica Centralne banke pod uslovima koje odredi Upravno vijeće Centralne banke, te na zahtjev, bez odlaganja, dostavlja informacije Centralnoj banci ili njenim glavnim jedinicama i ostalim filijalama u Federaciji Bosne i Hercegovine i Republici Srpskoj koje se odnose na njeno poslovanje i finansijsku poziciju, što propisom određuje Upravno vijeće Centralne banke.¹⁹⁵
- Centralna banka preko centrale i glavnih jedinica može pomagati bankama u organizovanju klirinških mogućnosti i obračunu u međubankarskom plaćanju, uključujući plaćanje putem čekova i drugih platežnih instrumenata i može uspostaviti procedure i izdati takve propise koje smatra pravilnim.¹⁹⁶

¹⁹⁴ Član 37. Zakona o Centralnoj banci BiH („Službeni glasnik BiH“, broj 1/97, 29/02, 8/03, 13/03, 14/03-ispravka, 9/05, 76/06, 32/07)

¹⁹⁵ Član 57. Zakona o Centralnoj banci BiH

¹⁹⁶ Član 58., Ibid

- Uz navedeno, CBBiH može osnovati i održavati informativnu mrežu za finansijski sistem Bosne i Hercegovine.

Centralna banka može prihvatiti depozite u svojoj centrali i glavnim jedinicama u Konvertibilnoj marci i stranoj valuti iz institucija Bosne i Hercegovine i javnih agencija koje određuje nadležno ministarstvo Bosne i Hercegovine. Kao depozitar, Centralna banka prima depozite i vrši isplate do granica deponovanih uloga prema platnim nalogima za te račune. Centralna banka plaća kamatu na takve depozite prema tržišno orjentisanoj stopi nakon oduzimanja njenih administrativnih troškova.

U cilju bržeg i efikasnijeg slanja i prijema novca, kada je u pitanju platni promet sa inostranstvom, poslovne banke u Bosni i Hercegovini za prilive iz inostranstva otvaraju klijentima devizne račune.

Banke u Bosni i Hercegovini posluju na osnovu Zakona o bankama i dobrenja za rad nadležne Agencije. U tom smislu, banka je pravno lice koje je osnovano i posluje u skladu s propisima o bankama entiteta i ima dozvolu za rad Agencije za bankarstvo Federacije Bosne i Hercegovine ili Agencije za bankarstvo Republike Srpske.

Prema Zakonu o bankama kojim se uređuje osnivanje, poslovanje, upravljanje, supervizija poslovanja, restrukturiranje banaka i prestanak rada banaka, te niko osim banke ne može se baviti primanjem depozita ili drugih povratnih sredstava, davanjem kredita i izdavanjem platnih kartica ukoliko nema dozvolu nadležne Agencije za bankarstvo. Agencija vrši nadzor ili restrukturiranje banaka, u saradnji sa CBBiH i drugim nadležnim agencijama i institucijama i regulatornim organima. Nadležna Agencija propisuje uslove osniva se Ugovorom ili Odlukom o osnivanju banke, donošenjem Statuta banke i ispunjavanjem sledećih kriterijuma:

U Bosni i Hercegovini nadzor i ovlašćenja banaka uglavnom su regulisani od strane CBBiH. CBBiH je jedina monetarna institucija zadužena za održavanje stabilnosti novčanog sistema, donošenje monetarne politike i nadzor nad bankarskim sektorom. Centralna banka Bosne i Hercegovine ima ovlašćenje da izdaje dozvole za osnivanje i rad

banaka, te da ih nadgleda kako bi osigurala njihovu stabilnost i poštovnje regulatornih standarda. Takođe, CBBiH saraduje sa drugim regulatornim organima u Bosni i Hercegovini kako bi održala cjelovitost finansijskog sistema. Osim CBBiH, regulatorne odgovornosti mogu biti podijeljene između entitetskih banaka (na primjer Agencija za bankarstvo Republike Srpske ili Agencija za bankarstvo Federacije Bosne i Hercegovine) u skladu sa entitetskom nadležnošću. Važno je pratiti najnovije informacije iz relevantnih regulatornih tijela kako bi se raspolagalo informacijom o trenutnom stanju .

Banka koja dobije ovlašćenje za obavljanje poslova sa inostranstvom, u cilju efikasnije cirkulacije sredstava u međunarodnom platnom prometu, zahtijeva da domaća banka ima korespodentsku banku u svakoj zemlji u kojoj njeni osnivači i komitenti imaju uspostavljenje i razvijene poslovne odnose. To je razlog zbog kojeg banke međusobno razvijaju korespodentske odnose sa bankama u mnogobrojnim zemljama svijeta. Jedna banka može imati više korespodentskih banaka u istoj zemlji što zavisi od inteziteta i obima poslova, zatim od razvijenosti bankarske mreže, od uslova pod kojima se odvija saradnja među njima i slično. Domaće banke uspostavljaju korespodentske odnose izborom banaka koje imaju ugled ili dobru reputaciju u svijetu odnosno koje svojim poslovanjem pružaju sigurnost i ulivaju povjerenje.

Uspostavljanjem saradnje sa stranim bankama, domaće banke obezbjeđuju neophodnu poslovnu informisanost na međunarodnom planu u cilju unapređenja svojeg poslovanja, pružanja adekvatnog servisa komitentima pri izvršavanju naloga za plaćanje i za naplatu u inostranstvu, kreditnim poslovima, deponovanju i ulaganju sredstava i sl. Potrebe za uspostavljanjem saradnje rezultiraju iz poslovnih potreba domaćih preduzeća i banaka.

11.2. Odnosi između banaka rezidenata i banaka nerezidenata

Svaki spoljnotrgovinski posao zaključen kao komercijalni ugovor koji zaključuju uvoznik i izvoznik mora da sadrži finansijsku klauzulu koja tačno utvrđuje uslove i način ili instrument likvidacije određenog plaćanja, s tim što se o tome konsultuju sa svojom bankom. Banke za potrebe svojih komitentata mogu da razvijaju korespodentske i kontokorentne odnosne, što zavisi od potreba njenih komitenata, potreba privrede i razgranatosti bankarske mreže u međunarodnim plaćanjima tj. njenom učešću i veličini. Učesnici u poslovima spoljnotrgovinskog prometa svoje obaveze (plaćanja) obavljaju preko svojih poslovnih banaka odnosno putem instrumenata bezgotovinskog plaćanja, dokumentarnim akreditivom ili dokumentarnim inkasom ili njihovom kombinacijom, doznakom, čekom i sl.

Saradnja s međunarodnim finansijskim institucijama igra važnu ulogu u razvoju bankarskog sektora u BiH, poput Međunarodnog monetarnog fonda (MMF), Svjetske banke (WB) i Evropske banke za obnovu i razvoj (EBRD). Uspostavljanje saradnje sa ovim institucijama je od ključnog značaja za integraciju Bosne i Hercegovine u globalni finansijski sistem i za podršku ekonomskom razvoju zemlje. Integracioni procesi zahtijevaju određene reforme i harmonizovanje finansijskog sistema, što pored prednosti koje nose sa sobom, donose i brojne izazove posebno u pogledu upravljanja rizicima i usklađivanja s međunarodnim finansijskim standardima i praksama.

Odnosi između banaka rezidenata (domaćih banaka) i banaka nerezidenata (stranih banaka) u Bosni i Hercegovini temelje se na međunarodnim bankarskim i finansijskim standardima. Banke rezidenti i nerezidenti mogu obavljati međubankarske transakcije. To uključuje međunarodni prijenos novca, kreditne aranžmane i trgovanje valutama.

Centralna banka Bosne i Hercegovine reguliše i nadzire sve banke unutar zemlje, uključujući i odnose s bankama nerezidentima. Na taj način osigurava se poštovanje lokalnih i međunarodnih zakona i standarda. Također, Centralna banka prati i upravlja rizicima koji proizlaze iz

transakcija s bankama nerezidentima, radi očuvanja finansijske stabilnosti u zemlji. Postoji saradnja i razmjena informacija između domaćih i stranih regulatornih tijela kako bi se osiguralo praćenje i regulisanje transgraničnih bankarskih aktivnosti.

Odnosi između domaćih i stranih banaka olakšavaju međunarodne kapitalne tokove, što je od velikog značaja za investicije, trgovinu i ekonomski razvoj zemlje.

Dakle, možemo ukrakto reći da su odnosi između banaka rezidenata i nerezidenata u Bosni i Hercegovini važan dio međunarodnog bankarskog sistema, koji omogućava finansijsku interakciju na globalnom nivou, uz pridržavanje lokalnih i međunarodnih pravila i standarda.

Komunikacija ili saradnja između banaka, donedavno, odvijala se putem standardizovanih poruka (e-pošte, teleksa) i putem Organizacije za međubankarske finansijske telekomunikacije (*S.W.I.F.T.-Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication*).

Banke mogu uspostavljati saradnju kao direktni korespondenti tj. *kontokorentne odnose*, a mogu komunicirati direktno ili indirektno te ostvariti *korespondentske odnose*.

Kada dvije banke iz različitih zemalja imaju međusobno razmijenjena kontrolna dokumenta, kao što su licenca ili ovlašćenje za obavljanje platnog prometa sa inostranstvom, izveštaj o radu uključujući poslednji godišnji bilans banke, međusobno otvorene račune u dogovorenim valutama, listu spesimena potpisa ovlašćenih lica, spisak korespondenata i kontokorenata, štampanu tarifu naknada za usluge koje banka zaračunava u poslovima sa inostranstvom, kao i razmijenjene teleks i SWIFT ključeve, onda možemo reći da imaju kontokorentne odnose ili su direktni korespondenti.

Za razliku od kontokorentnih odnosa, kod direktnih korespondentskih odnosa postoji sporazum o saradnji prilikom izvršavanja međunarodnih plaćanja, ali bez dogovorenog otvaranja tekućih računa. Međusobna plaćanja izvršavaju se putem tekućih računa kod trećih banaka, dajući tim bankama naloge ili ovlašćenja za izvršavanje potrebnih plaćanja u korist druge korespondentske banke.

Kod indirektnih korespodentskih odnosa, saradnja ili komunikacija između banaka odvija se preko trećih banaka, ali u direktnim odnosima.

Savremeni način komuniciranja i primjena IKT posebno je izražena u bankarskom sektoru. U skladu sa trendovima, CB Bosne i Hercegovine posjeduje softver za elektronsko međubankarsko tržište novca koji sadrži tri platforme za trgovinu u realnom vremenu između komercijalnih banaka, i to:¹⁹⁷

- trgovinu depozitima u KM,
- trgovinu deviznim sredstvima i
- trgovinu gotovim novcem.

Korištenje softvera po ova tri osnova između komercijalnih banaka odvija se po principu dobrovoljnosti, odnosno ukoliko banke ocijene da imaju potrebu za ovakvom vrstom poslovanja.

Takođe, ovaj softver se koristi i između Centralne banke Bosne i Hercegovine i komercijalnih banaka i to za poslove kupovine i prodaje KM, najave transporta gotovog novca i drugih poslova koje propiše Centralna banka.

Elektronsko međubankarsko tržište novca za poslove kupovine i prodaje KM, te najave transporta gotovog novca između komercijalnih banaka i Centralne banke Bosne i Hercegovine je zvanično počelo sa radom 5. januara 2009. godine.¹⁹⁸ Uvođenjem u funkciju softverske platforme za međubankarsko tržište novca, dotadašnji načini komunikacije između Centralne banke i komercijalnih banaka za najave kupovine i prodaje KM i za najave transporta gotovog novca (telefaks, kriptovanje) koriste se kao rezervni načini komunikacije.

¹⁹⁷ <https://www.cbbh.ba/Content/Read/1236> (30.12.2023.)

¹⁹⁸ Projekat je odobren odlukama Upravnog vijeća Centralne banke, UV broj: 265/07 i 266/07, obje od 28. maja 2007. godine i UV broj: 284/07 od 31. jula 2007. godine, a Saopštenje o uspostavljanju elektronskog međubankarskog tržišta novca objavljeno je u službenim glasilima entiteta i Brčko distrikta.

11.3. Regulisanje deviznog poslovanja

Svaka zemlja određuje kakav režim kursa će primjenjivati za svoju valutu. Sistem monetarne politike koji primjenjuje Centralna banka BiH zasniva se na valutnom odboru u čijoj je osnovi fiksni devizni kurs. Sistem fiksnog deviznog kursa podrazumijeva njegovu nepromjenljivost (fiksnost) bez bilo kakvih mogućnosti njegove promjene, izuzev ukoliko se ne izmijeni Zakon. Devizni kurs se zakonski određuje, a u takvim uslovima devizne rezerve imaju veoma značajnu ulogu, jer upravo one i garantuju sigurnost domaće valute. Ukupne devizne rezerve moraju u potpunosti pokrivati domaću valutu koja se nalazi u opticaju ali i druge obaveze koje ima Centralna banka BiH. S obzirom na to da u uslovima valutnog odbora Centralna banka BiH nema mogućnosti bilo kakvog kreditiranja privrede ili države, niti ima mogućnost da se uključuje u operacije na domaćem finansijskom tržištu, jedini instrument monetarne politike jeste obavezna rezerva.

Regulisanje deviznog poslovanja u Bosni i Hercegovini obuhvata niz zakona i podzakonskih propisa koji se odnose na poslovanje s inostranstvom u pogledu valuta. Glavni cilj regulisanja deviznog poslovanja jeste kontrola priliva i odliva deviza, očuvanje stabilnosti domaće valute, te sprečavanje nelegalnih finansijskih aktivnosti. Navešćemo, neke od ključnih aspekata:

- CB BiH je ključna institucija za regulisanje deviznog poslovanja, koja postavlja pravila i vrši nadzor nad transakcijama u stranim valutama;
- Zakon o deviznom poslovanju definiše pravila za obavljanje deviznih transakcija, uključujući kupovinu i prodaju strane valute, transfer sredstava u inostranstvo i iz inostranstva, te otvaranje i vođenje deviznih računa;
- Pravno regulisanje uključuje i mjere za sprečavanje pranja novca i finansijski nadzor, što podrazumijeva da banke i druge finansijske institucije imaju obavezu da prate i prijavljuju sumnjive transakcije;
- Za pojedine transakcije postoje određena ograničenja ili potreba izdavanja dozvola za pojedine vrste deviznih transakcija (posebno u pogledu kapitalnih transfera);

- Saradnja sa međunarodnim finansijskim i regulatornim institucijama, kao i usklađivanje deviznih propisa sa međunarodnim standardima, što zahtijeva promjene u oblasti regulisanja deviznog poslovanja a svaka promjena se reflektuje i može imati značajan uticaj na ekonomiju Bosne i Hercegovine, poslovanje njenih privrednih subjekata i građana koji posluju sa inostranstvom.

Zakon o deviznom poslovanju predstavlja osnovni pravni okvir za obavljanje deviznih transakcija. Njime se definišu pravila za trgovanje stranim valutama, uslovi pod kojima se mogu obavljati devizne transakcije, kao i nadležnosti i obaveze učesnika na deviznom tržištu. Agencija, odnosno nadležni državni organ propisuje, u okviru svoje nadležnosti, ovlašćenim bankama, bankama, rezidentima i nerezidentima obavezu izvještavanja o obavljanju deviznih poslova iz ovog zakona, kao i način tog izvještavanja.

Zakonom o deviznom poslovanju, koji je donesen u oba entiteta – Republici Srpskoj i Federaciji Bosne i Hercegovine, reguliše se devizno poslovanje. Zakon o deviznom poslovanju je u primjeni od 2003. godine u Republici Srpskoj¹⁹⁹, a od avgusta 2010. godine se primjenjuje u Federaciji Bosne i Hercegovine²⁰⁰.

Ovim zakonom uređuje se plaćanje i naplaćivanje između rezidenata i nerezidenata i prenos sredstava plaćanja, plaćanje i naplaćivanje između rezidenata u stranim sredstvima plaćanja, kupovina i prodaja sredstava plaćanja, fizički prenos sredstava plaćanja, računi rezidenata i nerezidenata i drugo devizno poslovanje, kako u Republici Srpskoj, tako i u Federaciji Bosne i Hercegovine.

Rezidenti su, prema odredbama entitetskih Zakona o deviznom poslovanju:²⁰¹

¹⁹⁹ *Zakon o deviznom poslovanju Republike Srpske* („Službeni glasnik Republike Srpske“, broj 96/03, 123/06, 92/09, 20/14, 20/18)

²⁰⁰ *Zakon o deviznom poslovanju Federacije Bosne i Hercegovine* („Službene novine Federacije BiH“, broj 47/10)

²⁰¹ Član 2. *Zakona o deviznom poslovanju*

- 1) pravna lica koja su registrovana u Bosni i Hercegovini (u daljem tekstu: pravna lica), osim predstavništava ovih lica koja se nalaze izvan Bosne i Hercegovine;
- 2) ogranci - filijale stranih pravnih lica upisani u registar kod nadležnog organa u Bosni i Hercegovini;
- 3) preduzetnici - pojedinci, koji samostalno obavljaju djelatnost radi sticanja dobiti i registrovani su kod nadležnog organa (u daljem tekstu: preduzetnici);
- 4) fizička lica sa prebivalištem u Bosni i Hercegovini, osim fizičkih lica čiji privremeni boravak u inostranstvu traje duže od jedne godine;
- 5) fizička lica - strani državljani koji na osnovu dozvole za boravak, odnosno radne vize borave u Bosni i Hercegovini 183 dana ili više dana, osim stranih državljana zaposlenih u diplomatskim i konzularnim predstavništvima, kao i članova njihovih porodica;
- 6) državni organi i organizacije, diplomatska predstavništva u inostranstvu i lica zaposlena u tim predstavništvima, kao i članovi njihovih porodica.
- 7)

Nerezidenti su, u skladu s Zakonom, sva lica koja nisu navedena pod pojmom rezidenata.

Rezidenti i nerezidenti koriste devize za plaćanje inostranstvu, ako ovim zakonom nije drukčije određeno, izuzetno Vlada (Federacije BiH ili Republike Srpske) može propisati uslove pod kojima rezidenti i nerezidenti mogu koristiti i efektivni strani novac za plaćanje inostranstvu. Transakcije koje se obavljaju u nekom od entiteta, između rezidenta, između rezidenata i nerezidenata i između nerezidenata vrši se u konvertibilnim markama, izuzev kada se plaćanje, naplaćivanje i prijenos može vršiti u devizama i efektivnom stranom novcu i to po osnovu.²⁰²

- 1) deviznog kreditiranja u skladu sa odredbama ovog Zakona (zavisno o kojem se entitetu govori Republici Srpskoj /Federaciji BiH),
- 2) otplate deviznog kredita (u entitetu o kojem je riječ),

²⁰² Član 4. *Zakona o deviznom poslovanju*

- 3) naplaćivanja premije osiguranja i isplate štete u poslovima osiguranja sa nerezidentima, kao i sa rezidentima koji izvode investicione radove i obavljaju privrednu djelatnost u inostranstvu,
- 4) prodaje i kupovine robe sa konsignacionog skladišta, u slobodnim zonama i u slobodnim carinskim prodavnicama,
- 5) kupovine i prodaje hartija od vrijednosti koje glase na stranu valutu,
- 6) isplate efektivnog stranog novca sa devizne štedne knjižice i deviznog računa, kao i prenosa deviza sa jedne devizne štedne knjižice na drugu deviznu štednu knjižicu, odnosno sa jednog deviznog računa na drugi devizni račun istog lica,
- 7) kupovine i prodaje, odnosno plaćanja i naplate potraživanja i dugovanja nastalih po spoljnotrgovinskim poslovima rezidenata - pravnih lica i preduzetnika (u Republici Srpskoj iz člana 7. stavovi 3.
- 8) i 9. i člana 19 g. ovog Zakona,²⁰³ a u Federaciji BiH iz člana 7. stav 3. i člana 24. ovog Zakona²⁰⁴)
- 9) uplate depozita kao sredstva obezbjeđenja.

Efektivni strani novac, ostvaren u skladu sa ovim zakonom, rezident pravno lice i preduzetnik je obavezan položiti na svoj devizni

²⁰³ Član 7. stav 3. (u Republici Srpskoj) definiše da se plaćanje, naplaćivanje i prenos po tekućim poslovima između rezidenata i nerezidenata prebijanjem dugovanja i potraživanja, ustupanjem potraživanja, preuzimanjem duga ili drugim oblicima plaćanja vrši slobodno, u skladu sa ovim Zakonom, dok stav 9. govori da Vlada može propisati uslove i način pod kojima se plaćanje, naplaćivanje i prenos po kapitalnim poslovima između rezidenata i nerezidenata mogu vršiti prebijanjem, ustupanjem potraživanja, preuzimanjem duga ili drugim oblicima plaćanja. U članu 19 g kazuje se da Banka, kao i rezident - pravno lice mogu kupovati od rezidenta potraživanje po osnovu kredita odobrenog nerezidentu, kao i preuzimati dug rezidenta prema nerezidentu po osnovu kreditnog posla sa inostranstvom.

²⁰⁴ Član 7. stav 3. Zakona o deviznom poslovanju Federacije BiH glasi: Vlada Federacije će propisati uslove pod kojima se plaćanje, naplaćivanje i prijenos po tekućim i kapitalnim poslovima između rezidenta i nerezidenta može vršiti prebijanjem dugovanja i potraživanja, ustupanjem potraživanja, preuzimanjem duga ili drugim oblikom namirenja dugovanja i potraživanja, dok odredbe člana 24. glasi: Banka, kao i rezident - pravno lice mogu kupovati od rezidenta potraživanje po osnovu kredita odobrenog nerezidentu, kao i preuzimati dug rezidenta prema nerezidentu po osnovu kreditnog posla sa inostranstvom, s tim da se ovi poslovima mogu vršiti samo na osnovu ugovora zaključenog u pismenoj formi između svih učesnika u poslu, a nerezidenti mogu od rezidenata kupovati potraživanja i dugovanja po osnovu kreditnih poslova sa inostranstvom samo pod uslovima i na način koji propisuje Vlada Federacije.

račun kod ovlaštene banke, odnosno banke najkasnije narednog radnog dana.

Vlada Republike Srpske i Vlada Federacije BiH mogu propisati i druge osnove po kojima se u datom entitetu može izvršiti plaćanje, naplaćivanje i prenos u devizama i efektivnom stranom novcu.

Zakon o deviznom poslovanju donesen je i u Brčko distriktu Bosne i Hercegovine 2016. godine., a primjenjuje se od 01.01.2017. godine.²⁰⁵ Ovim Zakonom reguliše se plaćanje odnosno poslovanje između rezidenata i nerezidenata u stranim sredstvima plaćanja i u konvertibilnim markama, poslovanje između rezidenata u stranim sredstvima plaćanja, kupovina i prodaja sredstava plaćanja, fizički prenos i jednostrani prenosi imovine iz Brčko distrikta Bosne i Hercegovine u inostranstvo i iz inostranstva u Brčko distrikt koji nemaju obilježja izvršenja posla između rezidenata i nerezidenata. U skladu sa ovim zakonom donešeni su i podzakonski akti, koji reguliraju ovu oblast, a to su:

- Pravilnik o uslovima i načinu otvaranja deviznih računa u inostranstvu
- Pravilnik o uslovima i načinu evidentiranja poslova izvoza roba i usluga koji se smatraju kreditnim poslovima s inostranstvom
- Pravilnik o uslovima i načinu obavljanja mjenjačkih poslova i uslova za izdavanje ovlaštenja u Brčko distriktu BiH
- Pravilnik kojim se uređuje iznošenje strane gotovine, konvertibilnih maraka, čekova, vrijednosnih papira i svih drugih fizički prenosivih instrumenata plaćanja iz Brčko distrikta BiH u inostranstvo

²⁰⁵ *Zakon o deviznom poslovanju u Brčko distriktu Bosne i Hercegovine* („Službeni glasnik Brčko distrikta Bosne i Hercegovine“, broj 23/16)

11.4. Devizno tržište – pravno regulisanje

Devizno tržište predstavlja vezu nacionalne ekonomije sa međunarodnim okruženjem. Ovom tržištu pripadaju sve transakcije vezane za plaćanja u stranim sredstvima plaćanja bilo da se obavljaju na institucionalizovanom ili neinstitucionalizovanom tržištu. Na deviznom tržištu se kupuju i prodaju strana sredstva plaćanja, usklađuje se devizni kurs i upravlja deviznim nacionalnim rezervama. Razlog za postojanje ovog tržišta je međunarodni platni promet, odnosno da nosilac deviznih sredstava kupi raspoloživa sredstva i da ih proda drugim subjektima radi plaćanja njihovih obaveza prema inostranstvu. Njegova ključna uloga je formiranje deviznog kursa. Putem formiranja deviznog kursa se domaće cijene efektivno prevode u strane cijene i obrnuto. Izmjene deviznog kursa uslovljavaju i promjenu cijena. Formiranje deviznog kursa je pod uticajem Centralne banke, koja kupovinom i prodajom deviza utiče na visinu kursa.

Na deviznom tržištu se obavljaju poslovi kupovine i prodaje domaće valute za devize, kupovina i prodaja jedne vrste deviza za drugu, trgovanje kratkoročnim hartijama od vrjednosti, poslovi zaštite od deviznog rizika i drugi poslovi. Na deviznom tržištu se utvrđuje devizni kurs i upravlja se deviznim rezervama. Naizgled osnovna pravila funkcionisanja deviznog tržišta i tržišta roba i usluga skoro da su indentična i razlikuje ih predmet razmjene. Ipak, razlike postoje, a ogledaju se u načinu nastanka deviznog tržišta, načinu njegovog funkcionisanja i motivima njegovih aktera.

Devizno tržište nastaje kao direktan rezultat odvijanja međunarodnih ekonomskih odnosa i postoje od kada postoji međunarodna trgovina robama i uslugama. Ekonomske transakcije se pretežno odvijaju na dva tržišta (uvozna i izvozna). Tako na primjer, da bi se roba uvezla, prvo je potrebno da se ona na međunarodnom robnom tržištu kupi, kao i da se potom, na deviznom tržištu nacionalna valuta proda za inostanu valutu kojom će se ta roba platiti, a obrnuta je situacija kad je riječ o izvozu robe. Osim trgovaca koji omogućavaju izvršenje transakcija koje su posledica izvoza robe i usluga (koje su od uticaja na tekući bilans), danas se i mnogi drugi subjekti pojavljuju kao držaoci (holderi) deviznih

sredstava, poput: komercijalnih banka, privatnih firmi, institucionalnih investitora i sl., a čije učešće je od značaja na deviznim tržištima. Takođe, na tržištu su aktivni i razni špekulanti, koji učestvuju u transakcijama kupoprodaje motivisani zaradom od deviznih transakcija.

Problem sa kojima se susreću zemlje u tranziciji, pa tako i BiH, kada govorimo o deviznim tržištima jeste njegova nedovoljna razvijenost. Zemlja u tranziciji koja želi napredovati mora imati razvijeno devizno tržište i finansijski sistem. Osim toga potreban je kapital odnosno veći broj investitora, kojih u BiH nema u dovoljnim, potrebnim razvojnim okvirima. U BiH razlozi nedovoljno razvijenog tržišta kapitala je mali broj investitora i slaba ponuda roba na tržištu tj. na berzama u BiH se trguje samo akcijama iz privatizacionog procesa što se na tržištu rangira najlošijim, a ne postoje ni tržišta za korporativne ili vladine obveznice, niti tržište finansijskih derivata.

Pored ovih ograničenja, pretpostavke za efikasno funkcionisanje deviznog tržišta u BiH je sprovođenje interventnih mjera Centralne banke na deviznim tržištima i formiranje deviznog kursa na tržištu. S obzirom da se u BiH primjenjuje sistem Valutnog odbora, prema kojem CBBiH ima sužena ovlaštenja u vođenju monetarne politike, kao i da je devizni kurs fiksiran zakonom tj. ne može se mijenjati bez obzira na djelovanje tržišta ove pretpostavke nažalost nisu ispunjene u BiH, a od velikog su uticaja na devizno tržište, i uz to veći je uvoz od izvoza te dovodi do odliva deviza iz Bosne i Hercegovine.

Zakon o deviznom poslovanju propisuje uslove i način rada deviznog tržišta, kao i način formiranja zvaničnog srednjeg kursa konvertibilne marke prema stranim valutama. Na deviznom tržištu se mogu kupovati i prodavati devize i efektivni strani novac u skladu sa pozitivnim zakonskim propisima kojim se utvrđuju vrste deviza i efektivnog stranog novca koji se kupuje i prodaje na deviznom tržištu. Shodno tome, može da se obavlja spot, terminska i svop kupovina i prodaja deviza, kao i kupovina i prodaja deviza sa datumom izvršenja kraćim od spot valute. Platni promet sa inostranstvom obavljaju banke, dok se plaćanje po tekućim transakcijama sa inostranstvom obavlja slobodno. Poslovi kupovine i prodaje efektivnog stranog novca i deviza

između učesnika na deviznom tržištu mogu se obavljati elektronskim putem.

Zahvaljujući veoma razvijenoj mreži korespodentskih odnosa banke svojim klijentima nude veliki broj mogućnosti za kupovinu i prodaju deviza.

Tako, na primjer, pojedine banke nude klijentima sledeće vrste transakcija:

- *FX Outright* - su transakcije kupovine i prodaje strane valute uz trenutno važeći tržišni kurs, sa datumom izvršenja isti dan. Ovu vrstu transakcija moguće je obaviti do 15 časova istog radnog dana, a za pojedine valute kao što je USD i do 16 časova;
- *FX Spot* - su transakcije kupovine i prodaje strane valute po trenutno važećem tržišnom kursu, sa datumom izvršenja dva radna dana;
- *FX Forward* - ugovori o kupovini i prodaji jedne valute za drugu u budućnosti po unaprijed utvrđenom kursu;
- *FX Order* - nalozi klijenta za kupovinu ili prodaju strane valute po željenom kursu. Banka prati ispunjenje FX Ordera, koje će se desiti kada tržišni kurs dostigne nivo željenog.

Osnovna funkcija deviznog kursa jeste da obezbijedi vezu između domaćih i inostranih cijena roba i usluga. Uspostavljanjem deviznog kursa omogućeno je da se cijene inostranih roba i usluga preračunaju i izraze u nacionalnoj valuti, a isto tako moguće je cijene domaćih roba i usluga izražavati u inostranoj valuti. Na taj način mogu se upoređivati cijene na domaćem i inostranom tržištu odnosno produktivnost rada u domaćoj privredi sa produktivnošću rada u privredama drugih zemalja. Treba napomenuti da realan i uravnotežen devizni kurs u potpunosti i uspješno ostvaruje svoju funkciju odnosno da je devizno tržište veoma važan segment i činilac ukupne privrede jedne zemlje.

Devizne transakcije podrazumjevaju prodaju i kupovinu jedne valute za drugu. One mogu da budu promptne koje se izvršavaju u relativno kratkom roku po zaključenju i transakcije na termin koje se izvršavaju u nekom budućem vremenu (danu u budućnosti). U skladu sa

tim se i formiraju tzv. promptni i terminski devizni kursevi. Devizne transakcije se odvijaju na deviznom tržištu koje može da bude organizovano ili *over the counter*. Njegovi ključni akteri su: centralna monetarna ustanova (sa interventnom ulogom u cilju obezbjeđenja stabilnosti deviznog kursa i usklađivanja odnosa ponude i tražnje), ovlašćene banke i brokери. Kao značajan oblik deviznih transakcija mogu se javiti i svop transakcije koje postoje onda kada se promptna kupovina jedne devize kombinuje sa terminskom prodajom deviza.

Spot kupovina ili prodaja deviza predstavlja kupovinu ili prodaju deviza za konvertibilne marke sa datumom izvršenja dva radna dana od dana zaključenja kupoprodajnog ugovora, odnosno dana trgovanja.

Terminska kupovina ili prodaja deviza predstavlja kupovinu ili prodaju deviza za konvertibilne marke sa datumom izvršenja na određeni dan posle spot valute.

Svop kupovine ili prodaje deviza vrše se uz istovremeno ugovaranje kupovine deviza za konvertibilne marke i prodaje deviza za konvertibilne marke sa različitim datumima izvršenja.

Nijedna nacionalna privreda bez obzira na sistem uređenja društvenih odnosa i stepen ekonomskog razvoja ne može se izolovati od kretanja u svjetskoj privredi.

11.5. Spot prodaja i spot kupovina deviza između CB BiH i banaka

CB BiH na u skladu sa regulativom i Odlukom o uslovima i načinu kupovine i prodaje deviza sa bankama obavlja spot kupovinu ili prodaju deviza. Spot prodaja ili kupovina deviza je prodaja ili kupovina sa određenim datumom izvršenja na određeni dan od dana zaključenja ugovora (dana trgovanja). Za razliku od spot prodaje i kupovine deviza, svop prodaja i kupovina deviza podrazumijeva istovremeno ugovaranje i spot kupovine ili prodaje i terminske kupovine ili prodaje deviza, s tim da banka koja obavlja spot transakcije mora da ispunjava određene uslove, a

potom se sklapa ugovor kojim se uređuju obaveze ugovornih strana. Značajna je posebno za klijente čije poslovanje ima međunarodni karakter odnosno većoj izloženosti poslovnim rizicima i banaka i klijenata, te u cilju ostvarivanja zarade i smanjenja rizika stvara se pretpostavka za uspješnu upotrebu finansijskih derivata (svop poslova). Na razvijenim i uređenim tržištima, danas, se trguje velikim brojem finansijskih derivata (fowarda, fjučersa, opcija i svopova), kao i složenim finansijskim derivatima koji se kreiraju putem društava posebnih namjena (*Special Purpose Vehicle* – SPV) ili se baziraju na drugim finansijskim derivatima. Svop poslove karakterišu mogućnosti u procesu zaštite od rizika, unapređenju poslovanja banaka i odnosa sa njihovim klijentima, te unapređenju i rastu privrede. Kamatni svopovi imaju brojne prednosti, ali i potencijalne rizike.²⁰⁶ Pored raznih prednosti korištenja svopova (niži troškovi finansiranja, zaštita od kamatnog rizika, usklađivanje novčanih tokova u aktivi i pasivi, predviđanje budućih troškova finansiranja i dr.), u praksi najčešći su svopovi kamatnih stopa koji se koriste u svrhe hedžinga tj. smanjenja rizika.²⁰⁷

Centralna banka Bosne i Hercegovine je nezavisna i jedina institucija nadležna za sprovođenje monetarne politike u Bosni i Hercegovini. Neto devizne rezerve Centralne banke predstavljaju u svako doba razliku između vrijednosti na fer tržištu aktive i pasive Centralne banke kako je definisano članom 31. Zakona o Centralnoj banci. Zvanične devizne rezerve Centralne banke, prikazane sa presjekom držanja u euro valuti i drugim valutama, se investiraju većinom u dužničke instrumente i depozite kod inostranih banaka.

Na dan 31. januar 2024. godine neto devizne rezerve Centralne banke, izračunate kao razlika zvaničnih deviznih rezervi i obaveza prema nerezidentima, iznose 15.905.566 hiljada KM, dok finansijsko stanje neto strane aktive Centralne banke iznosi 924.591 hiljadu KM i u potpunosti je obezbijeđena stabilnost domaće valute u skladu sa Zakonom o Centralnoj

²⁰⁶ Skarr, D. (2004). *The Fundamentals of Interest Rate Swaps*. California Debt & Investment Advisory Commission.

²⁰⁷ U najznačajnije rizike kamatnih svopova ubrajaju se: rizik druge strane u svop ugovoru, rizik referentne kamatne stope, rizik refinansiranja (*Rollover Risk*), rizik ranog prestanka svopa, rizik amortizacije i poreski rizik.

banci.²⁰⁸ Neto strana aktiva predstavlja dio zvaničnih deviznih rezervi, koje se mogu koristiti samo za namjene i potrebe određene Zakonom o Centralnoj banci. Centralna banka Bosne i Hercegovine (CBBiH) je u 2023. godini uspješno ispunila svoj zakonski mandat i definisane zadatke, a prije svega održala monetarnu stabilnost u zemlji uprkos izuzetno složenim uslovima rada na finansijskim tržištima.

Centralna banka ili drugi autoriteti neće postavljati ograničenja na plaćanja i međunarodne transakcije, osim ako Centralna banka ne odluči da su takva ograničenja potrebna za izvršenje obaveze Bosne i Hercegovine, u skladu sa međunarodnim zakonom. O svim ovim pitanjima Upravni savjet treba da donese jednoglasnu odluku. Centralna banka može, ili za svoj vlastiti račun ili za račun i po nalogu Bosne i Hercegovine, da uđe u klirinške i platežne aranžmane, ili sklopi bilo koji drugi ugovor u istu svrhu sa javnim ili privatnim klirinškim institucijama koje se nalaze u inostranstvu. Upravni savjet Centralne banke može od banaka tražiti da se periodično podnose Centralnoj banci izvještaje putem njenih organizacionih jedinica o njihovim ukupnim otvorenim deviznim pozicijama. Centralna banka propisuje obrasce za izvještaje i odgovarajuću dokumentaciju koja se mora dostavljati.

Centralna banka će raditi kao bankar i fiskalni agent Bosne i Hercegovine i javnih agencija koje Predsjedništvo Bosne i Hercegovine odredi, pod uslovom da niti jedna transakcija koju Centralna banka sprovede ne može služiti kao finansijska pomoć, uključujući kredit, za ili u korist Bosne i Hercegovine. Centralna banka neće djelovati kao bankarski ili fiskalni agent bilo Federacije Bosne i Hercegovine ili Republike Srpske, ukoliko ne postoji zajednička odluka oba Entiteta.

Centralna banka i ministarstvo nadležno za budžet Bosne i Hercegovine se mogu međusobno konsultovati, a dužnost Centralne banke je da pruža savjete ministarstvu nadležnom za budžet Bosne i Hercegovine o svim značajnim pitanjima koja se odnose na njene zadatke ili zadatke koji su na neki drugi način u sklopu njene nadležnosti. Svake godine, ministarstvo nadležno za budžet Bosne i Hercegovine može da konsultuje Centralnu banku o pripremanju budžeta, a u slučaju da je

²⁰⁸ <https://www.cbbh.ba> (03.03.2024.)

konsultovana, Centralna banka podnosi pisani izveštaj Savjetu ministara Bosne i Hercegovine o ekonomskim i finansijskim pitanjima.

Svake godine nadležni organ Bosne i Hercegovine se konsultuje sa Centralnom bankom o planu za spoljno zaduživanje javnog sektora tokom naredne finansijske godine, uključujući iznose koji će biti ugovoreni i isplaćeni prema istom zaduživanju, kao i očekivane rokove i uslove za takvo zaduživanje. O svim spoljnim transakcijama Bosne i Hercegovine i njenih javnih institucija podnosi se izvještaj Centralnoj banci koji sadrži takve detalje koje Centralna banka uz odobrenje Predsjedništva Bosne i Hercegovine određuje propisom.

Centralna banka može prihvatiti depozite u svojoj centrali i glavnim jedinicama u Konvertibilnoj marci i stranoj valuti iz institucija Bosne i Hercegovine i javnih agencija koje određuje nadležno ministarstvo Bosne i Hercegovine. Kao depozitar, Centralna banka prima depozite i vrši isplate do granica deponovanih uloga prema platnim nalozima za te račune. Centralna banka plaća kamatu na takve depozite prema tržišno orijentisanoj stopi nakon oduzimanja njenih administrativnih troškova.

Centralna banka može samo preko trust fonda (povjerilački fond) i prema uslovima o kojima će se složiti s nadležnim organima Bosne i Hercegovine da djeluje kao fiskalni agent za Bosnu i Hercegovinu i njene javne agencije u sledećim slučajevima:

- prodaji dugovnih vrijednosnih papira koje su izdali, kao protokolista ili posrednika u transferu;
- isplati glavnice, kamate i drugih troškova na te vrijednosne papire;
- platne transakcije koje se odnose na njihove račune kod Centralne banke i
- ostalim pitanjima koja su u skladu sa osnovnim ciljevima i zadacima Centralne banke.

Bosna i Hercegovina treba da dostavi Centralnoj banci sva ekonomska i finansijska obaveštenja i dokumente koje Centralna banka zatraži u cilju obavljanja svojih poslova.

Svaka banka koja obavlja svoje djelatnosti na osnovu bankovne licence otvara i drži račun za obavezne rezerve u knjigama centrale i glavnih jedinica Centralne banke pod uslovima koje odredi Upravni savjet Centralne banke, te na zahtjev, bez odlaganja, dostavlja informacije Centralnoj banci ili njenim glavnim jedinicama i ostalim filijalama u Federaciji Bosne i Hercegovine i Republici finansijsku poziciju, što propisom određuje Upravni savjet Centralne banke. Centralna banka preko centrale i glavnih jedinica može pomagati bankama u organizovanju klirinških mogućnosti i obračunu u međubankarskom plaćanju, uključujući plaćanje putem čekova i drugih platežnih instrumenata i može uspostaviti procedure i izdati takve propise koje smatra pravilnim. Srpskoj koje se odnose na njeno poslovanje i

Plaćanje, naplaćivanje, prenos, kupovina i prodaja između rezidenata u stranim sredstvima plaćanja, kupovina i prodaja sredstava plaćanja, fizički prenos sredstava plaćanja, računi rezidenata i nerezidenata i drugo devizno poslovanje regulisano je Zakonom o deviznom poslovanju. Sredstva plaćanja su konvertibilne marke, domaće hartije od vrijednosti i strana sredstva plaćanja. Domaće hartije od vrijednosti su hartije od vrijednosti koje emituje rezident. Strana sredstva plaćanja su devize, efektivni strani novac i strane hartije od vrijednosti, od čega su:

- devize - potraživanja u inostranstvu koja glase na stranu valutu;
- efektivni strani novac - potraživanje u gotovini, odnosno papirni ili kovani novac koji glasi na stranu valutu;
- strane hartije od vrijednosti - hartije od vrijednosti koje emituje nerezident i koje glase na stranu valutu.

Konvertibilna marka (KM) je domaća valuta i zakonito sredstvo plaćanja svih javnih i privatnih obaveza i dugova u Bosni i Hercegovini. Instrumenti plaćanja su akreditivi, doznake, platne kartice, mjenice, čekovi i drugi bankarski i finansijski dokumenti naplativi u stranoj valuti.

11.6. Efektive i devize sa kojima se trguje

Banke i mjenjačnice su mjesta na kojima će većina potrošača kupiti i prodati strane valute. Obično govorimo o dvije vrste kursa - kupovnom i prodajnom kursu strane valute. Kupovni kurs je cijena po kojoj banka ili diler kupuju stranu valutu od klijenta u zamjenu za domaću valutu. Prodajni kurs je cijena po kojoj će banka ili diler naplatiti klijentu koji želi kupiti stranu valutu u zamjenu za domaću valutu, odnosno KM. Većina komercijalnih banaka u BiH u svojim poslovnicama imaju izlistan kupovni i prodajni kurs za oko desetak stranih valuta, između kojih su euro, hrvatska kuna, srpski dinar i švajcarski franak. To su valute s kojima se najviše trguje u BiH. Ukoliko klijent želi da kupi ili proda neku od valuta koja nije izlistana, tada će zatražiti od službenika banke da mu saopšti kurs.

Klijenti moraju biti upoznati sa zaračunavanjem provizije. Banke i dileri zarađuju na deviznim transakcijama kroz zaračunavanje provizije ili drugih naknada. Ovo se ne odnosi samo na kupovinu ili prodaju deviza u bankama ili mjenjačnicama, nego na većinu bezgotovinskih transakcija u stranoj valuti. Na primjer, ako klijent u inostranstvu koristi kreditnu ili debitnu karticu koju je izdala neka od banka u Bosni i Hercegovini, ili želi da kupi nešto čija je cijena u stranoj valuti, onda banka ima mogućnost da na dva načina ostvari prihod za sebe i troškove za klijente. Ona može izabrati devizni kurs za konvertovanje kupovine u inostranstvu u KM i naplatiti taj iznos s klijentovog računa. Uz to, mnoge banke u BiH naplaćuju konverziju za transakcije u inostranstvu i to može iznositi i do 2%. Ove dvije vrste troškova su razlog zbog kojeg potrošači u BiH rjeđe koriste svoje domaće kreditne i debitne kartice za transakcije u inostranstvu, jer može biti vrlo skupo da ih koriste. Isto se odnosi i na naše građane koji primaju doznake u stranoj valuti od rodbine iz inostranstva, bilo preko banaka ili drugih organizacija koje obavljaju transfer novca. Troškovi koji se nameću na ove transakcije u stranoj valute proizilaze i iz deviznog kursa koji banke koriste da konvertuju stranu valutu u KM i eksplicitnih naknada koje zaračunavaju na

transakcije. Ovi troškovi mogu biti vrlo visoki, naročito za transakcije s malim vrijednostima.²⁰⁹

U narednoj tabeli (tabela 7.) prikazane su vrste deviza i efektivnog stranog novca koje banke mogu kupovati i prodavati na deviznom tržištu. Zbog izmjene režima Evropske centralne banke u izdavanju kursne liste, od 01. 07. 2016. godine, dnevna kursna lista koju izdaje Centralna banka Bosne i Hercegovine se publikuje svakog radnog dana poslije 16.00 sati.

Takođe, od 17.01.2023. godine Centralna banka Bosne i Hercegovine za računanje kursa između ruske rublje i konvertibilne marke (RUB/BAM) koristi srednji tržišni *Refinitiv's FX Blended Spot Composite* kurs zbog nedostupnosti relevantnih podataka kursa ruske rublje prema euru na finansijskom servisu *Refinitiv*.

Detaljnije informacije i vremenske serije svih valuta sa kursne liste mogu se pronaći na statističkom web portalu CB BiH. Međunarodna bankarska šifra (ISO CODE) za konvertibilnu marku je BAM. Šifra valute je 977. Kursna lista se radi svakog radnog dana. Zadnja objavljena kursna lista primjenjuje se sve do objavljivanja naredne kursne liste.

Tabela 7: Kursna lista na dan 30. decembar 2023. godine

Zemlja	Šifra	Oznaka	Jedinica	Kupovni	Srednji	Prodajni
EMU	978	EUR	1	1,955830	1,955830	1,955830
Australija	036	AUD	1	1,199619	1,202626	1,205633
Kanada	124	CAD	1	1,332428	1,335767	1,339106
Češka Rep.	203	CZK	1	0,078909	0,079107	0,079305
Danska	208	DKK	1	0,261769	0,262425	0,263081
Mađarska	348	HUF	100	0,509650	0,510927	0,512204
Japan	392	JPY	100	1,247963	1,251091	1,254219
Norveška	578	NOK	1	0,173563	0,173998	0,174433
Švedska	752	SEK	1	0,175823	0,176264	0,176705
Švajcarska	756	CHF	1	2,106847	2,112127	2,117407

²⁰⁹ <https://www.cbbh.ba/press/edukacija/886?lang=hr#7> (28.12.2023.)

Turska	949	TRY	1	0,059747	0,059897	0,060047
V.Britanija	826	GBP	1	2,244912	2,250538	2,256164
USA	840	USD	1	1,765557	1,769982	1,774407
Rusija*	643	RUB	1	0,019581	0,019630	0,019679
Kina	156	CNY	1	0,248499	0,249122	0,249745
Srbija	941	RSD	100	1,664998	1,669171	1,673344
MMF	960	XDR	1		2,381282	

Izvor: <https://www.cbbh.ba/currencyexchange/>

Odlukom o kursnoj listi CB BiH²¹⁰ utvrđuje se kursna lista Centralne banke Bosne i Hercegovine i može se primjenjivati u obračunske, knjigovodstvene i statističke svrhe. Službeni devizni kurs za valutu Bosne i Hercegovine je jedna konvertibilna marka za 0,511292 eura, odnosno jedan euro iznosi 1,955830 konvertibilnih maraka. Na kursnoj listi se kao osnov za utvrđivanje odnosa valuta prema KM te utvrđivanje srednjeg kursa koriste posljednji referentni kursevi Evropske centralne banke (u daljem tekstu: ECB) koje je ECB objavila na finansijskom servisu Refinitiv oko 16.00 sati. Za valute koje se ne nalaze na referentnoj listi kurseva ECB, koriste se posljednji dostupni srednji kursevi koje su nacionalne centralne banke objavile prema euru na istom finansijskom servisu do termina preuzimanja kursne liste ECB-a. Kao osnov za utvrđivanje kursa SDR prema konvertibilnoj marci koristi se posljednji kurs SDR u eurima koji je Međunarodni monetarni fond objavio na finansijskom servisu Refinitiv do termina preuzimanja kursne liste ECB-a.

²¹⁰ Na osnovu člana 2. tačka 3. stava a. i d., člana 7. stav b., članova: 32., 70. i 71. Zakona o Centralnoj banci Bosne i Hercegovine ("Službeni glasnik BiH", br.1/97, 29/02, 13/03, 14/03, 9/05, 76/06 i 32/07), Upravno vijeće Centralne banke Bosne i Hercegovine na 15. sjednici od 30. novembra 2020. godine donijelo je Odluku o kursnoj listi Centralne banke Bosne i Hercegovine ("Službeni glasnik BiH", br. 83/20), u kojoj se iskazuju najznačajnije svjetske valute, valute spoljnotrgovinskih partnera Bosne i Hercegovine te vrijednost specijalnih prava vučenja (SDR – special drawing rights), a koja se primjenjuje od 1. januara 2021. godine. Navedena Odluka je izmijenjena na 17. sjednici održanoj 27.12.2022. godine ("Službeni glasnik BiH", br. 3/23).

Za valute koje se ne nalaze na kursnoj listi, Centralna banka Bosne i Hercegovine utvrđuje pregled kurseva koji je informativnog karaktera i ne predstavlja kursnu listu Centralne banke Bosne i Hercegovine. Pregled kurseva utvrđuje se jednom mjesečno, prvog radnog dana u mjesecu za tekući mjesec, na osnovu dostupnih podataka na finansijskom servisu Refinitiv na zadnji radni dan prethodnog mjeseca.

Kursevi na kursnoj listi se iskazuju u KM i zaokružuju se na šest decimala, izuzev eura i SDR, a kursevi se utvrđuju i iskazuju kao kupovni, srednji i prodajni. Kupovni kursevi svih valuta se utvrđuju odbijanjem 2,5 promila od vrijednosti srednjeg kursa valute, dok se prodajni kursevi utvrđuju dodavanjem 2,5 promila na vrijednost srednjeg kursa valute.

11.7. Vođenje i otvaranje deviznih računa nerezidenata i rezidenata

U Bosni i Hercegovini, procesi vođenja i otvaranja deviznih računa za rezidente i nerezidente, kao i obavljanje mjenjačkih poslova, regulisani su bankarskim i deviznim propisima. Rezidenti i nerezidenti za plaćanje prema inostranstvu koriste devize, ako ovim zakonom nije drugačije propisano.

Banke su obavezne da svoje poslovanje obavljaju u skladu sa zakonom, propisima nadležne Agencije (za banke), uslovima i ograničenjima utvrđenim dozvolom, kao i u skladu sa odgovarajućim standardima i poslovno-računovodstvenim načelima. U poslove koje banka može obavljati svrstavaju se slijedeći poslovi:

- a) primanje i polaganje depozita ili drugih sredstava sa obavezom vraćanja,
- b) davanje i uzimanje kredita i zajmova,
- c) izdavanje garancija i svih oblika jemstva,
- d) usluge unutrašnjeg i međunarodnog platnog prometa i prijenosa novca, u skladu sa posebnim propisima,
- e) kupovina i prodaja strane valute i plemenitih metala,

- f) izdavanje i upravljanje sredstvima plaćanja (uključujući platne kartice, putne i bankarske čekove),
- g) finansijski lizing,
- h) kupovina, prodaja i naplata potraživanja (faktoring, forfeting i drugo),
- i) učešće, kupovina i prodaja instrumenata tržišta novca za svoj ili tuđi račun,
- j) kupovina i prodaja vrijednosnih papira (brokerskodilerski poslovi),
- k) upravljanje portfeljem vrijednosnih papira i drugim vrijednostima,
- l) poslovi podrške tržištu vrijednosnih papira, poslovi agenta i preuzimanje emisije, u skladu sa propisima koji uređuju tržište vrijednosnih papira,
- m) poslovi investicionog savjetovanja i skrbnički poslovi,
- n) usluge finansijskog menadžmenta i savjetovanja,
- o) usluge prikupljanja podataka, izrada analiza i davanje informacija o kreditnoj sposobnosti pravnih lica i fizičkih lica koja samostalno obavljaju registrovanu poslovnu djelatnost,
- p) usluge iznajmljivanja sefova,
- r) posredovanje u poslovima osiguranja, u skladu sa propisima koji uređuju posredovanje u osiguranju,
- s) druge poslove koji predstavljaju podršku konkretnim bankarskim poslovima.

Usluge međunarodnog platnog prometa i prijenosa novca banke obavljaju putem otvaranja i vođenjem deviznih računa svojih klijenata (rezidenata i nerezidenata).

11.7.1. Nerezidenti

Prethodno je navedeno koja lica se smatraju neezidentima tj. koja nisu navedena pod pojmom rezidenta (vidi 11.3. pravno regulisanje - rezidenti).

Banka može nerezidentu otvoriti nerezidentni račun u konvertibilnim markama i devizni nerezidentni račun za devize koje je

nerezident stekao u skladu sa zakonom (nerezidentni račun). Nerezidentni račun može biti tekući i depozitni. Depozitni nerezidentni račun može biti po viđenju ili oročen, sa otkaznim rokom ili bez otkaznog roka, s posebnom namjenom ili bez namjene. Banka otvara nerezidentu nerezidentni račun na osnovu njegovog pismenog zahtjeva za otvaranje nerezidentnog računa i na osnovu pismenog ugovora zaključenog s tim nerezidentom. Banka može nerezidentu otvoriti devizni račun samo u onim vrstama valuta sa kojima se trguje na deviznom tržištu u devizama, u skladu sa odlukom kojom se utvrđuju vrste deviza i efektivnog stranog novca koji se kupuju i prodaju na deviznom tržištu.

Banka nerezidentu – pravnom licu otvara nerezidentni račun na osnovu pismenog zahtjeva za otvaranje nerezidentnog računa, koji sadrži: naziv podnosioca zahtjeva, sjedište (mjesto), adresu i telefon, predmet poslovanja – djelatnost, kao i potpis lica ovlašćenog za zastupanje, uz koji dostavlja i prateću dokumentaciju (izvod iz registra u kome je nerezident – pravno lice upisan u zemlji u kojoj ima registrovano sjedište ili drugi validni dokument o osnivanju ukoliko je osnovan u zemlji u kojoj se ne vrši upis u takav registar, na osnovu kojeg se može utvrditi pravni oblik ovog nerezidenta i datum njegovog osnivanja; izvod iz zakona, odnosno drugog propisa ako se nerezidentni račun otvara po tom osnovu; dokument nadležnog organa koji sadrži poreski identifikacioni broj nerezidenta – pravnog lica ako se zahtjev odnosi na otvaranje nerezidentnog računa u KM; karton deponovanih potpisa lica ovlašćenih za potpisivanje naloga – radi raspolaganja sredstvima na nerezidentnom računu, koji je potpisalo ovlašćeno lice iz rešenja o registraciji nerezidenta – pravnog lica u zemlji sjedišta i lica na koje je ovlašćeno lice prenijelo pravo potpisivanja, odnosno iz drugog validnog dokumenta o osnivanju koji je ovjeren pečatom.

Strana diplomatska i konzularna predstavništva u BiH, kod otvaranja nerezidentnog računa u banci, prilažu izvod iz registra koji se vodi kod nadležnih organa i karton deponovanih potpisa lica ovlašćenih za potpisivanje naloga – radi raspolaganja sredstvima na nerezidentnom računu tih predstavništava. Banka zaključuje ugovor sa nerezidentima – pravnim licima i stranim diplomatskim i konzularnim predstavništvima nakon što utvrdi da su ispunjeni propisani uslovi. Nerezidenti mogu

slobodno vršiti plaćanje i prenos kapitala po osnovu sticanja, prodaje i likvidacije direktnih investicija ukoliko je taj posao registrovan i izvršen u skladu sa Zakonom o stranim ulaganjima.

Banka će otvoriti nerezidentu – fizičkom licu nerezidentni račun na njegov zahtjev, uz koji se podnosilac prilaže dokumentaciju kojom se utvrđuje identitet podnosioca zahtjeva, kao i njegovo državljanstvo, odnosno mjesto prebivališta ili boravišta u posljednjih godinu dana (pasoš ili druga odgovarajuća lična isprava). Banka fizičkom licu otvara nerezidentni račun i kada to lice ovlasti drugo lice (daje punomoć), s tim da ista mora biti ovjerena od strane nadležnog domaćeg ili stranog tijela ukoliko nije sačinjena u banci. Punomoć važi do opoziva kada je bez ograničenja ili ukoliko je naveden datum njene važnosti onda do tog datuma. Banka fizičkom licu otvara nerezidentni račun i na osnovu sudskog rješenja. U tom slučaju ugovor potpisuje lice iz izvršnog sudskog rješenja ili lice koje je određeno za staratelja (npr. rješenjem starateljskog organa), a banka utvrđuje identitet tih lica. Banka koja je fizičkom licu otvorila nerezidentni račun – tom licu izdaje štednu knjižicu, odnosno evidencioni karton, pri čemu štedna knjižica treba da sadrži bitne elemente iz ugovora, kao i vidnu oznaku sredstva plaćanja devizna ili domaća. Evidencioni karton treba da sadrži: naziv banke, podatke o vlasniku nerezidentnog računa, broj računa i druge neophodne podatke. Vlasnik računa ima pravo i da odustane od ugovorene usluge (u skladu sa predviđenim rokovima) podnošenjem pisanog zahtjeva tj. zahtjeva za zatvaranje računa i prilaganja potrebne dokumentacije (npr. smrti vlasnika), obično bez naknade, banka zatvara račun klijentu ili po nalogu ovlašćenog lica, kao i na osnovu izvršnog sudskog rešenja. Banka može zatvoriti račun ukoliko je isti neaktivan u periodu od jedne godine u skladu sa pozitivnim zakonskim i podzakonskim propisima i internim aktima banke.

11.7.2. Rezidenti

Banka vrši otvaranje i vođenje deviznih računa rezidenata shodno Odluci o uslovima i načinu vođenja deviznih računa rezidenata, kojom se propisuju uslovi pod kojima banke otvaraju devizne račune rezidenata,

kao i način vođenja i zatvaranja tih računa. Depozitni devizni račun može biti po viđenju ili oročen, sa otkaznim rokom ili bez otkaznog roka, s posebnom namjenom ili bez namjene. Banka rezidentu (domaćem licu) otvara devizni račun na osnovu pismenog zahtjeva za otvaranje računa i na osnovu zaključenog pismenog ugovora o otvaranju i vođenju tog računa.

Zahtjev kojim banka otvara devizni račun rezidentu pravnom licu, preduzetniku i ogranku stranog pravnog lica, najčešće, treba da sadrži: naziv podnosioca zahtjeva i njegovo mjesto ili sjedište, adresu i telefon, predmet poslovanja ili vrstu djelatnosti, matični broj podnosioca zahtjeva, kao i pečat i potpis lica ovlašćenog za zastupanje. Podnošenje zahtjeva podrazmijeva da se podnosi propisana dokumentacija, kao što je: rješenje o upisu u registar kod nadležnog organa, dokumenat o JIB-u/PIB-u, itd.). Nakon što utvrdi da su ispunjeni propisani uslovi, banka s podnosiocem zahtjeva zaključuje ugovor i otvara mu devizni račun. Banka rezidentu zatvara (gasi) devizni račun na njegov zahtjev ili na osnovu ugovora., ali i kada on prestane da postoji kao pravni subjekt (na osnovu zakona ili drugog propisa, zbog stečaja ili likvidacije ili zbog nastalih statusnih promjena). Efektivni strani novac, ostvaren u skladu sa Zakonom o deviznom poslovanju, rezident pravno lice i preduzetnik je obavezan položiti na svoj devizni račun kod ovlašćene banke, odnosno banke najkasnije narednog radnog dana. Rezident pravno lice i preduzetnik koji ima ovlašćenje za obavljanje menjačkih poslova, efektivni strani novac ostvaren u smislu propisa kojim se uređuje obavljanje menjačkih poslova može polagati samo na poseban tekući devizni račun otvoren kod banke za te namjene. Rezidenti mogu slobodno vršiti plaćanje i prenos kapitala po osnovu sticanja, prodaje i likvidacije direktnih investicija u inostranstvu samo ako je taj posao registrovan i izvršen u skladu sa propisima koji regulišu spoljnotrgovinsko poslovanje.

Banka rezidentu fizičkom licu otvara devizni račun na njegov zahtjev, uz koji se prilaže dokumentaciju kojom se utvrđuje identitet fizičkog lica (lična karta ili druga odgovarajuća lična isprava, CIPS-ova prijava mjesta boravka). Banka koja je otvorila devizni račun fizičkom licu, izdaje tom licu deviznu štednu knjižicu – za depozitni devizni račun, odnosno evidencioni karton – za tekući devizni račun, čiji izgled i

sadržinu utvrđuje konkretna banka. Devizna štedna knjižica treba da sadrži bitne elemente iz ugovora (uslove pod kojima se vodi primljeni devizni depozit, ročnost tog depozita i dr.), kao i tekstualni dio da za devize položene na devizni račun garantuje banka. Jedna devizna štedna knjižica izdaje se za devizne štedne depozite koji imaju istu ročnost i namjenu. Devizna štedna knjižica treba da ima vidnu oznaku da je devizna. Namjenski devizni račun otvara se po isti način, s tim što ugovor treba da sadrži vrstu i namjenu deviznog depozita, kao i podatke o ulagaču. Banka zatvara (gasi) devizni račun na zahtjev vlasnika, odnosno po nalogu lica, kao i na osnovu izvršnog sudskog rešenja, zbog smrti vlasnika računa ili iz drugih razloga.

11.7.3. Obavljanje mjenjačkih poslova

Pod mjenjačkim poslovima se podrazumjevaju poslovi otkupa i prodaje efektivnog stranog novca (efektiva). Mjenjačke poslove, pored banaka, obavljaju rezidenti pravna lica i preduzetnici, koji dobiju ovlašćenje Ministarstva finansija (nadležnog entiteta) za obavljanje mjenjačkih poslova i Dobijanjem ovlašćenja nadležnog Ministarstva finansija pravno lice ili preduzetnik postaje Ovlašćeni mjenjač, koje stiče pravo da vrši otkup i prodaju efektive po kupovnom, odnosno prodajnom kursu, koristeći kursnu listu utvrđenu sa Bankom. Zahtjev za dobijanje ovlašćenja za obavljanje mjenjačkih poslova pravno lice/preduzetnik podnosi banci koja će u ime i za račun pravnog lica/preduzetnika isti dostaviti Ministarstvu finansija. Pravno lice/preduzetnik izrađuje zahtjev na memorandumu preduzeća/preduzetničke radnje, navodeći osnovne podatke o osnivanju i poslovnoj saradnji sa bankom. Uz zahtjev za dobijanje ovlašćenja pravno lice/preduzetnik će priložiti:

- rješenje iz sudskog registra (pravno lice), odnosno rješenje nadležnog organa (preduzetnik), iz kojeg je vidljivo da je pravno lice, odnosno preduzetnik registrovan za obavljanje mjenjačkih poslova - ovjerena fotokopija;
- potvrdu o registraciji nadležne institucije (JIB) - ovjerena fotokopija;

- izjavu da odgovorno lice za zastupanje pravnog lica, odnosno preduzetnika i radnik koji će neposredno obavljati mjenjačke poslove nije pravosnažno osuđen za krivična djela protiv privrede, imovine, života i tijela, protiv javnog reda i mira i pravnog prometa – ovjerena od strane nadležnog organa;
- dokaz o izvršenom plaćanju takse za dobijanje ovlašćenja u skladu sa zakonskim propisima (entitetskim propisima).

Nakon što nadležno Ministarstvo finansija utvrdi da podnosilac zahtjeva za obavljanje mjenjačkih poslova ispunjava uslove, podnosilac zahtjeva dobija ovlaštenje za obavljanje mjenjačkih poslova u zakonski predviđenom roku (15 dana). Mjenjačke poslove banka, odnosno ovlašteni mjenjač koji je sa bankom zaključio ugovor o obavljanju mjenjačkih poslova obavlja u skladu sa odredbama Zakona o deviznom poslovanju, Zakona o Centralnoj banci Bosne i Hercegovine i Odlukom o uslovima i načinu obavljanja mjenjačkih poslova. Banka obavlja mjenjačke poslove u svoje ime i za svoj račun, a ovlašteni mjenjač u svoje ime, a za račun banke. Banka i ovlašteni mjenjač poslove kupovine i prodaje strane gotovine i otkup čekova obavljaju u valutama koje su predmet kupovine i prodaje na deviznom tržištu.

Ovlašteni mjenjač može zaključiti ugovor samo sa jednom bankom. Ugovor mora obavezno sadržavati odredbe kojima se reguliše:

- primjena kursne liste po kojoj će se obavljati mjenjački poslovi,
- visina i način plaćanja provizije ovlaštenom mjenjaču,
- materijalno-tehnički uslovi koje ovlašteni mjenjač mora ispunjavati za obavljanje mjenjačkih poslova - način i dinamika predaje banci otkupljene gotovine i čekova koji glase na stranu valutu,
- način opskrbe ovlaštenih mjenjača konvertibilnim markama i stranom gotovinom,
- da je za potrebe kontrole ovlaštenog organa lice odgovorno za rad ovlaštenog mjenjača, lice koje obavlja mjenjačke poslove na mjenjačkom mjestu i odgovorno lice ovlaštenog mjenjača,
- način izdavanja potvrda o prodaji i otkupu gotovine i otkupu čekova, vođenje evidencije i blagajničkog poslovanja u skladu sa važećim propisima i instrukcijama banke,

- obaveze banke u pogledu obavještanja ovlaštenog mjenjača o obilježju stranih novčanica, pojavi krivotvorenih novčanica, propisima koji regulišu mjenjačko poslovanje i slično.

Takođe, za obavljanje mjenjačkih poslova ovlašteni mjenjač je dužan:

- da na vidnom mjestu, ispred prostora u kome se nalazi mjenjačko mjesto, staviti natpis *MJENJAČNICA*, na jednom od službenih jezika u BiH i najmanje jednom od svjetskih jezika,
- da na vidnom mjestu istakne obavještenje o nazivu banke sa kojom ima zaključen ugovor,
- da mjenjačko poslovanje knjigovodstveno odvojeno vodi od drugog poslovanja koje obavlja,
- da izdata potvrdu o izvršenom otkupu i prodaji, a dnevnik blagajne voditi na način ugovoren sa bankom,
- da na vidnom mjestu istakne kursnu listu koju primjenjuje i pri otkupu i prodaji primjenjuje kurseve iz istaknute kursne liste banke,
- da na vidnom mjestu istakne obavještenje o visini provizije (ako se naplaćuje),
- da se osigura od mogućnosti nastanka štete (krađa, požar i sl.),
- da na vidnom mjestu istakne obavještenje slijedećeg sadržaja: "*Za svaku izvršenu kupovinu ili prodaju strane gotovine i otkup čekova koji glase na stranu valutu mjenjačnica vam je dužna izdati potvrdu*",
- da preda banci višak gotovine iznad blagajničkog maksimuma,
- da na blagajničkom mjestu ili na drugom mjestu unutar mjenjačkog mjesta držati samo novac čiji je otkup ili prodaja evidentirana ili za koji postoji odgovarajuća blagajnička dokumentacija,
- da obezbijedi da se gotovina u konvertibilnim markama, strana gotovina i čekovi po osnovu mjenjačkog poslovanja čuvaju odvojeno od sredstava iz drugog poslovanja i
- ovlašteni mjenjač je dužan izvještaje o kupovini i prodaji strane gotovine i otkupu čekova koji glase na stranu valutu dostavlja banci na način i u rokovima predviđenim ugovorom.

Za obavljanje mjenjačkih poslova Banka i Ovlašteni mjenjač dužni su da izvještavaju nadležnu Agenciju za bankarstvo (Federacije Bosne i Hercegovine/ Republike Srpske), koja je nadležna da vrši nadzor i

kontrolu obavljanja menjačkih poslova. Banka je dužna obavljati direktnu kontrolu ovlaštenog mjenjača sa kojim je zaključila ugovor najmanje jedanput u tri mjeseca. Ukoliko nadležna Agencija utvrdi nepravilnosti u radu Banke ili Ovlaštenog mjenjača naložiće da se iste otklone, u suprotnom preduzeće zakonski propisane mjere.

Mjenjačnice obavljaju sljedeće poslove:

- zamjenu strane valute u KM - otkup efektive,
- zamjenu KM u stranu valutu - prodaja efektive,
- zamjenu strane valute u stranu valutu - gotovinska konverzija,
- zamjenu oštećenih novčanica,
- zamjenu starih novčanica.

Otkup efektive vrši se po kupovnom kursu za efektivu, a prodaja efektive vrši se po prodajnom kursu za efektivu. Kursna lista stranog novca razlikuje dva kursa, kupovni i prodajni. Kupovni kurs je iznos domaće valute za koji se strana valuta može kupiti, a prodajni kurs je iznos u domaćem novcu za koji se strana valuta može prodati. Osnovnu kursnu listu formira Centralna banka BiH, a na osnovnu kursnu listu komercijalne banke i mjenjačnice dodaju procenat provizije ili određenih poreza, što ujedno i čini mjenjački prihod.

Dinamičnost koja karakteriše savremeno ili digitalno doba, i kreira nove alternative, dopire u sve pore društva, koje treba da se prilagodi novim okolnostima, koje osvajaju svijet. Pojava kriptovaluta ima nezaobilazno mjesto u biznisu. O njima se nedovoljno zna i još uvijek ne shvata ozbiljno, što potvrđuje izostanak zakonske regulative ovog područja.

U Bosni i Hercegovini se posluje po Zakonu o deviznom poslovanju, dok oblast trgovine kriptovalutama nije zakonski uređena. Na svjetskom nivou ne postoji dovoljan stepen zainteresovanosti za kripto trgovinu, jer mijenjaju bankarski sektor odnosno ovakav oblik trgovine ne zahtijeva veliki broj banaka u odnosu na to koliko ih danas ima i koje imaju velike namete. Na primjer, ako imate nekog u inostranstvu ko želi da vam pošalje novac, tu transakciju obavljate preko Western uniona sa provizijom 7% a uz sve to na novac čekate dva do tri dana dok ga ne preuzmete. U situaciji kada bi banke implementirale ovaj sistem i kada bi

imali mjenjačnice kriptovalutama taj proces bi bio znatno brži (trajao bi nekoliko sekundi) i jeftiniji (koštao bi nekoliko feninga).

Mnogima je nepoznanica šta su kriptovalute²¹¹, koje su njihove pogodnosti i kako se njima trguje. Prije svega, neophodno je čitati o ovoj tematici, upoznati se šta su, kako se kreću i za šta služe kriptovalute.²¹² Osim toga, tržište kriptovaluta je vrlo nestabilno i potrebno je kreirati strategiju trgovanja i pribjegavati tehničkoj analizi prošlih kretanja kako bi se predvidjeo budući smjer, kao pomoćnim sredstvom u kreiranju strategije trgovanja kriptovalutama. Elektronski potis bi doprineo ekonomičnosti i efikasnosti kripto trgovine, a taj proces traje tj. zahtijeva duže vrijeme i iziskuje značajna finansijska izdvajanja.

Jedan od razloga usporavanja ovog procesa osim zakonske regulative, leži u velikom lobiranju banka čiji su vlasnici mahom stranci. Kao drugi razlog, bankarski sistem bi “pretrpeo” izmjene u načinu poslovanja u pogledu funkcije (uticaja ljudskog faktora), zatim imao bi konkurenciju i što u ovaom procesu nema dovoljne uključenosti građana. Kada bi se kripto trgovina prihvatila kao novi način poslovanja, uvidjele prednosti koje donosi korisniku (jeftinije slanje novca, manje šaltera), veći obim trgovanja i razmjene informacija među ljudima, manje uticaja i sl., kao i da banke neće nestati već će imati izmijenjenu funkciju, a kriptovalute kao tehnologija će koegzistirati sa bankama te će u pozitivnom smislu mijenjati bankarski sistem.

S obzirom da ovo tržište nije obuhvaćeno zakonskom regulativom, tako ni većina banaka ne može kupovati kriptovalute. Zbog toga oni koji to žele moraju prodavati na nekim od svjetskih berzi. Zakonska regulativa ove oblasti bi za dijasporu bila od velikog značaja jer bi im olakšala.

²¹¹ Kriptovaluta je digitalna valuta koja djeluje na osnovu kriptografskih algoritama i predstavlja elektronski novac budućnosti. Kriptovalute imaju sve osobine prave valute, osim što iza njih ne stoji autoritet države i postoje samo u elektronskom obliku. Transferi se obavljaju brzo i jednostavno uz minimalne troškove, bez obzira na vrijednost transakcije, a i nezavisne su od centralnih vlasti. Koriste *blockchain* tehnologiju odnosno čuvaju sve transakcije koje su ikad izvršene što obezbjeđuje sigurnost podataka.

²¹² Prije nego što pojedinac odluči da se bavi kriptovalutama potrebno je da ima zadovoljavajući nivo finansijske pismenosti, zatim treba biti svjestan i potencijalnih rizika koji se eventualno mogu nastati, da ima osnovno znanje o informacionim tehnologijama, informacionoj sigurnosti i na kraju o samom načinu kako kriptovalute funkcionišu.

Zakonska rješenja koja postoje u Bosni i Hercegovini u oblasti kriptovaluta nisu dovoljna. Neophodno je da se usvoji Zakon o digitalnoj imovini, kao što ga ima Srbija, ali da bude usklađen s MiCA regulativom²¹³. Po prvi put se kriptoinovina, izdavaoci i pružaoci usluga povezanih sa kriptoinovinom stavljaju pod jedan zakonodavni okvir. Evropska komisija je 24. septembra 2020. podnijela prijedlog o MiCA-i. On predstavlja jedan dio većeg paketa o digitalnim finansijama, čiji je cilj razviti evropski pristup kojim se podstiče tehnološki razvoj i osigurava finansijska stabilnost i zaštita potrošača. Osim prijedloga o MiCA-i, taj paket sadržava strategiju za digitalne finansije, akt o digitalnoj operativnoj otpornosti (*Digital Operational Resilience Act - DORA*), kojim su obuhvaćeni i pružaoci usluga povezanih s kriptoinovinom, i prijedlog o pilot-režimu za tehnologiju distribuiranog zapisa (*Distributed Ledger Technology - DLT*) za upotrebu u veleprodaji. Cilj novih pravila je da što bolje zaštite ulagače i regulišu rizike povezane s kriptoinovinom uz istovremeno podsticanje inovacija i jačanje uloge EU-a kao kreatora standarda u digitalnoj politici.²¹⁴

MiCA Uredba je stupila na snagu 29. juna 2023. godine,²¹⁵ s tim da se odgađa primjena odredbi o tokenima elektronskog novca (*EMT – Electronic money tokens*) i tokenima vezanima uz imovinu (*ART – Asset referenced tokens*), koje će se primjenjivati od 30. juna 2024. godine, te odredbe koje se odnose na pružanje usluga vezanih uz kriptoinovinu u primjeni od 30. decembra 2024. godine. Ovom Uredbom se uređuju i sledeći zahtjevi:

²¹³ MiCA (*Markets in Crypto-Assets Regulation*) je Uredba kojom se reguliše tržište kriptovaluta u EU.

²¹⁴ <https://www.consilium.europa.eu/hr/press/press-releases/2023/05/16/digital-finance-council-adopts-new-rules-on-markets-in-crypto-assets-mica/> (30.01.2024.)

²¹⁵ Uredba 1114/2023 od 9. juna 2023. godine objavljena u Službenom listu Evropske unije broj L 150. Potrošačima se preporučuje da se prije ulaganja u kriptoinovinu informiršu o svim rizicima u vezi s tom imovinom, kao i o eventualnoj zaštiti i pravima koja im pripadaju, a naročito u periodu prije početka primjene odredbi ove Uredbe koje se odnose na tokene elektronskog novca, tokene vezane uz imovinu, kao i pružanje usluga povezanih s kriptoinovinom.

- zahtjevi u smislu transparentnosti i objavljivanja za izdavanje, javnu ponudu i uvrštenje kriptoinovine za trgovanje na platformu za trgovanje kriptoinovinom ("uvrštenje za trgovanje");
- zahtjevi za odobrenje za rad i nadzor pružaoa usluga povezanih s kriptoinovinom, izdavaoca tokena vezanih uz imovinu i izdavaoca tokena elektronskog novca, kao i za njihovo poslovanje, organizaciju i upravu;
- zahtjevi za zaštitu imaoa kriptoinovine pri izdavanju, javnoj ponudi i uvrštenju za trgovanje;
- zahtjevi za zaštitu klijenata pružalaca usluga povezanih s kriptoinovinom;
- mjere za sprječavanje trgovanja po osnovu povlaštenih informacija, nezakonitog objavljivanja povlaštenih informacija i manipulisanja tržištem u vezi s kriptoinovinom kako bi se osigurao integritet tržišta kriptoinovine.

Izgledi da će kriptovalute u potpunosti zamijeniti bankarski sistem su vrlo mali. Ključni razlog je decentralizovan pristup pošto sistem kriptovaluta nije moguće kontrolisati od strane bilo koje države ili regulatora. Nove tehnologije koje prate kriptovalute posmatrane kroz prizmu tradicionalnih znanja i vještina mogu izgledati nerazumljivo i u startu pogrešno shvaćene. Sa strahovima od novina se treba upoznati, razumjeti i iskoristiti alternativne prednosti.

11.8. Platni promet sa inostranstvom

Platni promet sa inostranstvom pri obavljanju spoljne trgovine, za razliku od plaćanja u unutrašnjem ili domaćem platnom prometu, obavlja se u sredstvima međunarodnog plaćanja. Kao sredstvo međunarodnog plaćanja tretiraju se sredstva koja su prihvaćena od strane više zemalja ili međunarodnih finansijskih institucija. To su uglavnom konvertibilne valute.

Plaćanja u spoljnotrgovinskom poslovanju mogu biti različita odnosno njihova klasifikacija se razlikuje, u zavisnosti od kriterijuma koji

je uzet kao mjerodavan za tu klasifikaciju. Tako na primjer, prema kriterijumu načina plaćanja, postoje dvije vrste plaćanja:

- gotovinsko plaćanje (u novije vrijeme plaćanje se sve češće obavlja elektronskim putem ili putem *e-bankinga*) i
- plaćanje na kredit.

Gotovinsko plaćanje se, najčešće, koristi kada se radi o plaćanjima transakcija manjeg obima ili vrijednosti ili jednokratnim isporukama. Mogu se obavljati prije isporuke (avansno plaćanje) djelimično ili u cjelosti, tokom isporuke (sukcesivno) putem dokumentarnog akreditiva i nakon isporuke odnosno prezentiranjem odgovarajućih akreditivnih dokumenata (tzv. dokumentarna naplata – *documentary collection*).

Slika 19 : Međunarodni platni promet



Izvor: predmet.sinergija.edu.ba (15.5.2023.)

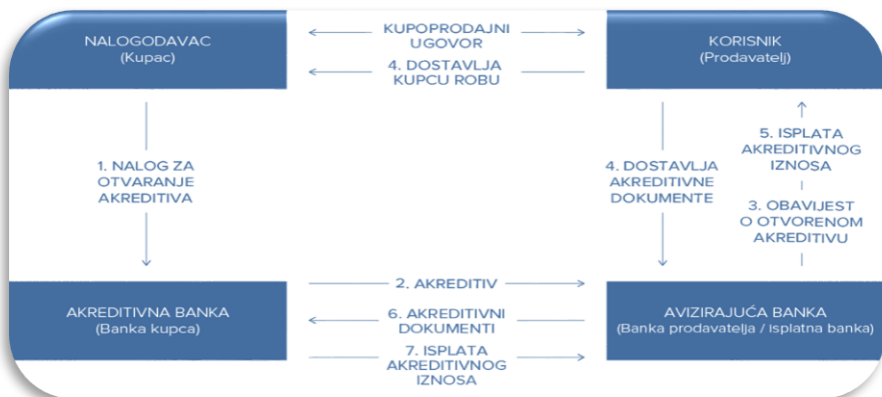
11.8.1. Međunarodni dokumentarni akreditiv

Pojam akreditiv se definiše kao opoziva ili neopoziva obaveza određenog fizičkog ili pravnog lica, najčešće banke (bankarski akreditiv), kojim banka na osnovu naloga svog komitenta vrši isplatu određenog novčanog iznosa (tzv.akreditivni iznos) pod određenim uslovima ili prima mjenicu (tzv.akceptni akreditiv) koju će korisnik akreditiva trasirati na banku. U poslovanju po dokumentarnim akreditivima se pojavljuje najmanje tri učesnika, i to: nalogodavac, korisnik akreditiva i banka.

Dokumentarni akreditiv je vezan za određene uslove, koji se kao i svaki drugi instrument plaćanja prethodno dogovori i naznači u ugovoru. Učesnici u ovakvom načinu plaćanja su prodavac, banka i kupac. Koristi se i za međunarodna tj. plaćanja prema inostranstvu i za domaća plaćanja.

Kupac prije izvršenja ugovora stavlja na raspolaganje svojoj banci ugovoreni iznos novca i daje nalog za otvaranje akreditiva u korist svog poslovnog partnera, prodavca. Poslije otvaranja akreditiva banka kupca dostavlja prodavcu, isporučiocu robe, izvozniku ili njegovoj poslovnoj banci obavijest o otvaranju akreditiva, što ujedno znači da će sredstva iz akreditiva staviti na raspolaganje prodavcu nakon što prodavac ispuni svoje ugovorom preuzete obveze, tj. isporučiti robu i dostavi dokumente. Ovim vidom plaćanja zaštićene su obje strane: prodavac da će naplatiti robu nakon isporuke, a kupac da će mu roba biti isporučena, te je zbog toga najčešće korišćen instrument međunarodnog platnog prometa.

Slika 20: Dokumentarni akreditiv u praksi



Prema: [https://www.hbor.hr/naslovnica/hbor/akreditivi/\(25.5.202](https://www.hbor.hr/naslovnica/hbor/akreditivi/(25.5.202)

Prethodna slika prikazuje kako u praksi izgleda korišćenje dokumentarnog akreditiva kao bankarskog instrumenta međunarodnog plaćanja. Njime nalogodavac (kupac) stavlja putem banke korisniku (prodavcu) na raspolaganje određeni novčani iznos naplativ po ispunjenju određenih uslova.

Dokumentarni akreditiv predstavlja najsigurniji instrument plaćanja i najviše korišten bankarski proizvod u međunarodnoj trgovini, koji istovremeno maksimalno štiti interese kupca i prodavca²¹⁶. Kupac je siguran da će dobiti robu koju je ugovorio i pod uslovima koji su postavljeni u akreditivu, a prodavac je siguran da će naplatiti robu uz uslov da istu isporuči, i prezentuje uredna otpremna dokumenta, a sve u skladu sa postavljenim akreditivnim uslovima i u ugovorenom roku.

Dakle, jedan od najsigurnijih i najčešćih instrumenata u platnom prometu sa inostranstvom je dokumentarni akreditiv. Dokumentarni akreditivi se kroz praksu stalno usavršavaju i razrađuju, tako da postoje i specijalne vrste akreditiva koje nose karakteristično obilježje bilo po načinu otvaranja, bilo po načinu likvidacije, bilo po specijalnoj namjeni.

U međunarodnoj praksi uobičajeno je da dokumentarni akreditivi podliježu Jedinstvenim pravilima i običajima za dokumentarne akreditive (*Uniform Customs and Practice for Documentary Credit - UCP*) i Međunarodnoj standardnoj bankarskoj praksi za pregled dokumenata po dokumentarnim akreditivima (*International Standard Banking Practice for the Examination of Documents under Documentary Credits*) koje je izdala Međunarodna trgovinska komora (*International Chamber of Commerce*) u Parizu. Učestalo se koriste i pravila Incoterms Međunarodne trgovačke komore za upotrebu domaćih i međunarodnih trgovinskih termina. Trenutačno su važeća pravila UCP 600, ISBP 2013 i međunarodno prihvaćeni trgovački termini Incoterms 2010

²¹⁶ Prema: Narodna banka FNRJ (1960): *Inostrani dokumentarni akreditivi*, Beograd, str. 6-9.

11.8.2. Vrste akreditiva

Postoje brojne podjele i vrste akreditiva u praksi. Kao česta pojava u međunarodnoj trgovini, akreditivi se najčešće dijele na: opozive i neopozive (prema čvrstini obaveze u koju ulazi akreditivna banka), potvrđene i nepotvrđene (prema čvrstini obaveze u koju ulazi treća banka učesnica u poslu), nostro i loro (prema pravcu kretanja robe), prenosive i neprenosive (prema mogućnosti prenosa), obične i revolving, zatim akreditive po viđenju i terminske, domicilirane u zemlji i inostranstvu i druge posebne vrste akreditiva.

Opoziv akreditiv (Revocation of Letter of Credit) je vrsta akreditiva koji se u svakom momentu može opozvati bez prethodnog obavještanja korisnika. Zbog toga je poželjno naglasiti odnosno naznačiti da li je riječ o opozivom ili neopozivom akreditivu. Ukoliko nije jasno naznačeno da li je akreditiv opoziv ili neopoziv u tom slučaju se smatra opozivim²¹⁷.

Neopoziv akreditiv (Non-revocable Letter of Credit) jeste akreditiv kod kojeg su promjene ili opoziv moguće jedino ukoliko svi učesnici u akreditivnom poslu saglasni s time. To je akreditiv u kojem akreditivna banka jamči da će ispuniti preuzete obaveze ukoliko su ispunjeni akreditivni uslovi.

Potvrđeni (konfirmirani) akreditiv (Confirmed Letter of Credit) je onaj akreditiv kojeg banka avizira korisniku i ujedno potvrdi (konfirmira). To znači da ta banka tzv. konfirmirajuća banka uz akreditivnu banku

²¹⁷ Prema pravilima jednoobraznih pravila i običaja za dokumentarne akreditive (*Uniform Customs and Practice for Documentary Credits, ICC Publication No. 600*). Prvi put jednoobrazna pravila su usvojena 1933. godine, vremenom su revidirana, a posljednja revizija, koja je na snazi, je izvršena 1. jula 2007. godine. Dodatak jednoobraznim pravilima i običajima za dokumentarne akreditive za elektronsku prezentaciju je od 2019. godine (*Uniform Customs and Practice for Documentary Credits (UCP 600) Supplement for Electronic Presentations (eUCP)*). Više o tome: S. Nenadović (2010): *Dokumentarni akreditiv u elektronskoj eri*, Pravo i privreda, br.1-3, str. 74-83.

preuzima solidarnu odgovornost i obaveze prema korisniku akreditiva koje je preuzela akreditivna banka.²¹⁸

Nepotvrđeni akreditiv (Unconfirmed Letter of Credit) je onaj akreditiv kojeg korespondentna banka avizira korisniku akreditiva, ali ne preuzima obavezu plaćanja. Isplata korisnika akreditiva uslijedit će tek po primitku sredstava od akreditivne banke.²¹⁹

U zavisnosti od uloge u akreditivnom poslu (nalagodavac ili korisnik), razlikujemo *uvozni (nostro)* i *izvozni (loro) akreditiv*. Nostro akreditiv je odlazeći akreditiv, kojeg otvaraju domaći uvoznici u korist inostranog izvoznika (prodavca). Loro akreditiv je dolazeći akreditiv kojeg otvaraju inostrani uvoznici domaćem izvozniku.

Prenosiv dokumentarni akreditiv (Transferable Letters of Credit) jeste samo onaj akreditiv kod kojeg je izričito naznačeno da je prenosiv. Kod takvog akreditiva korisnik ima pravo da banci koja je pozvana da izvrši akceptiranje ili banci ovlaštenoj da izvrši negociranje izda uputstvo da akreditiv u cjelini ili djelimično stavi na raspolaganje jednom ili više drugih korisnika. Prenositi se može samo jedanput, a prenošenje se vrši prema odredbama u originalnom akreditivu. Ime nalagodavca se zamjnjuje imenom prvog korisnika, izuzev ako se ne zahtijeva da ono ostane. Pogodan je za izvoznika jer mu omogućuje da obavezu isporuke prenese na drugog korisnika, stvarnog isporučioaca. Međutim, ovaj akreditiv nije pogodan niti za kupca, niti za banku.

Neprenosiv dokumentarni akreditiv (Non-Transferable Letters of Credit), kako mu sam naziv govori, ne može se prenositi.

Obični dokumentarni akreditiv ili jednokratni akreditiv (Ordinary or One-Time Letter of Credit) koristi se kod jednokratnog akreditivnog iznosa.

Revolving ili rotativni dokumentarni akreditiv (Revolving Letters of Credit) je obnavljajući akreditiv kod kojeg se akreditivni iznos automatski

²¹⁸ Na taj način korisnik akreditiva uklanja rizik akreditivne banke (odnosno zemlje u kojoj se najčešće nalaze nalagodavac i akreditivna banka) te mu za plaćanje nakon ispunjenja svih akreditivnih uslova odgovara njegova poslovna banka.

²¹⁹ Nepotvrđeni kreditiv postoji u slučaju kada akreditivna banka direktno obavještava korisnika o otvorenom dokumentarnom akreditivu ili pak preko svoje korespodentske banke u zemlji korisnika, ali ne preuzima obaveze prema korisniku.

obnavlja za početni iznos nakon njegovog iskorištenja. Njegovo obnavljanje traje dok se ne dostigne određeni maksimalni iznos naznačen u akreditivu ili dok se ne dostigne broj revolviranja prvobitnog akreditivnog iznosa.²²⁰

Akreditiv po viđenju (Letter of Credit at Sight) je vrsta akreditiva koji se odmah isplaćuju nakon prezentacije dokumenata, dok kod terminskih akreditiva (*Term Letter of Credit*) mora proći izvjesno vrijeme od prezentacije dokumenata do isplate akreditivne vrijednosti (iznosa).

Akreditivi se mogu podijeliti i prema kriterijumu domicila akreditiva odnosno prema mjestu plaćanja. U slučaju da je akreditiv *domiciliran u zemlji izvoznika* tada se isplata akreditivnog iznosa obavlja u toj zemlji nakon prezentovanja akreditivnih dokumenata. U svim drugim situacijama akreditiv je *domiciliran u inostranstvu* (npr. pri banci u zemlji inostranog partnera ili pri banci neke druge zemlje). Kod ovog oblika akreditiva za izvoznika je važno da ugovori ili obezbijedi da domicil akreditiva bude u njegovoj zemlji.

U praksi se mogu javiti i još neke vrste akreditiva, kao što su akreditivi sa crvenom ili zelenom klauzulom (*packing*), podakreditivi, reeksportni akreditivi, nalozi za isplatu i sl.

Packing akreditivi (Red Clause/Green Clause Letters of Credit) su posebna vrsta skreditiva kod kojih se u ugovoru stavlja crvena ili zelena klauzula. Kod takozvanih *red clause* akreditiva, akreditivna banka po nalogu kupca, putem svojeg korespondenta u zemlji korisnika akreditiva, korisniku stavlja na raspolaganje određeni iznos novca (avans), uz obvezu da korisnik do određenog roka preda banci koja je isplatila avans otpremne dokumente. Korisnik najčešće prezentira banci izjavu u kojoj navodi kako će navedeni avans iskoristiti za pripremu proizvodnje ili za neku drugu unaprijed predviđenu svrhu. Kod takozvanih *green clause*

²²⁰ Na primjer: akreditiv se otvori na iznos od EUR 100.000,00, s tim da se nakon svakog korištenja obnavlja do maksimalnog ukupnog iznosa EUR 400.000,00 i da se obnavlja ili revolvira (rotira) tri puta. Ova se vrsta akreditiva najčešće koristi nakon zaključenja ugovora o godišnjim isporukama čija je dinamika poznata i raspoređena tokom godine. Važno je napomenuti da nalogodavac prilikom otvaranja akreditiva treba osigurati pokriće potrebno za otvaranje akreditiva u maksimalnom ukupnom iznosu akreditiva.

akreditiva, korisnik banci prezentira skladišnicu kao dokaz o skladištenju robe (sirovine za njenu proizvodnju) čija je isporuka pokrivena akreditivom i na osnovu koje banka isplaćuje određeni iznos avansa.

Podakreditivi (Back to Back Credit) su takva vrsta akreditiva kod kojeg posrednik koristi akreditiv koji je za njega otvorio kupac. U ovakvom slučaju kupac preko svoje banke, pored otvorenog akreditiva za prodavca, otvara akreditiv za svog isporučioaca robe tj. novi akreditiv – podakreditiv. Ovdje je riječ o dva akreditiva: prvom, koji korisnik ustupa banci i drugom (podkreditivu), koji koristi stvarni isporučilac robe.

Akreditivi koji se svrstavaju u posebne vrste akreditiva su reeksportni akreditiv i nalog za isplatu.

Reeksportni akreditiv (Re-export Letter of Credit) se pojavljuje pri uvozu i izvozu u reeksportnim poslovima. Naime, radi se o loro i nostro akreditivima (dva akreditiva), kod kojih reeksporter traži od kupca otvaranje akreditiva u njegovu korist (loro), dok za dobavljača otvara nostro akreditiv.

Nalog za isplatu (Authority to Pay) je akreditiv koji se može opozvati, jer prodavac – izvoznik vuče mjenicu na korespondentsku banku u svojoj zemlji. Posao je završen za izvoznika kada korespondentskoj banci podnese dokumente i mjenicu koju mu ona isplati.

11.9. Instrumenti bezgotovinskog plaćanja

U međunarodnom bezgotovinskom plaćanju zastupljeni su pojedini instrumenti plaćanja, neki više a neki manje. Razlog tome je i pojava novih oblika plaćanja u međunarodnoj trgovini odnosno savremenog elektronskog plaćanja..

11.9.1. Ček

Ček (*cheque*) je hartija od vrijednosti u strogo zakonskoj formi²²¹ kojim njegov izdavalac (trasant) daje bezuslovni nalog banci ili pošti (trasatu) da na njegov teret isplati određenu svotu novca korisniku čeka (remitentu) ili donosiocu ili drugom licu po naredbi remitenta.

Kao instrument u međunarodnom plaćanju manje je zastupljen. Ček može biti: putnički²²², lični (privatni)²²³, bankarski²²⁴ i dokumentarni ček.²²⁵ U poslovanju sa čekovima potrebna je obazrivost i poznavanje pozitivnih zakonskih propisa o otkupu čekova, koje obično obavljaju ovlašćene banke ili mjenjačnice. Učesnici u poslovanju čekovima su: trasant (izdavalac čeka ili glavni dužnik), trasat (banka kod koje izdavalac ima pokiće) i remitent (imalac čeka).

Prema izdavacu čeka, čekove dijelimo na: *bankarske*; *putničke* i *privatne*.

Bankarski ček je ček vučen od strane jedne na drugu stranu banku odnosno i trasat i trasant su različite banke. Kod ovih čekova uvijek je naznačeno ime remitenta ili korisnika. Najsigurniji su po pitanju naplate, jer veću sigurnost korisniku pruža barirani ček ili certifikovani ček. Banka koja je certifikovala ček postaje glavni dužnik po čeku i odmah zadužuje račun izdavaoca čeka.

²²¹ Ček, kao strogo formalni dokument, sadrži određene elemente kao što su: naziv čeka, naređenje za isplatu određene sume, ime lica koje će ček platiti (trasant), naziv trasata i remitenta, datum i mjesto izdavanja čeka.

²²² Putnički ček izdaju velike svjetske banke ili turističke agencije u inostranstvu i služi privatnim licima za razna plaćanja ili podizanje gotovine do iznosa ispisanog na čeku, a obično se normira na okrugli iznos. Kupac čeka potpisuje prvi put ček pri kupovini čeka, a drugi put pri njegovoj realizaciji.

²²³ Lični ili privatni ček izdaje ino-preduzeće, ustanova ili fizičko lice koje ima potraživanja na svom računu u banci, a na naličju banka koja je trasirala ček stavlja klauzulu potvrđen (*certified*) ili akceptiran (*accepted*) ili ispravan (*good*) što ima posebnu važnost jer sadrži garanciju banke da će biti isplaćen.

²²⁴ Bankarski ček izdaje banka jedne zemlje na inostranu banku kojim poziva ino-banku da u istoj ili drugoj zemlji plati korisniku čeka (remitentu).

²²⁵ Dokumentarni ček izdaje se sa određenim dokumentima (npr. faktura, tovarni list i sl.), a njegova realizacija uslovljena je prilaganjem takvih dokumenata, te je tako i dobio naziv. Koristi se kod izvoza roba i usluga. Banka koja preuzima dokumente i isplaćuje ček, a izdavač čeka dobija dokumenta na osnovu kojih preuzima robu.

Putnički čekovi se koriste za potrebe putničkog i turističkog saobraćaja. Sam njegov naziv putnički ček (eng. *travellers cheque*, ital. *assegno turistico*), je njegova osnovna odlika, dok je druga karakteristika da se oznaka valute u okruglim iznosima unaprijed odštampa na čeku i numerički i slovima. Takođe, svaki putnički ček sadrži naziv emitenta, mjesto i datum izdavanja, oznaku mjesta kupca čeka u momentu izdavanja, oznaku mjesta za drugi potpis vlasnika čeka u momentu prezentacije istog za naplatu, tj. unovčavanje.

Privatne čekove karakteriše klauzula koju banka trasat stavlja na ček, kao što su neke od slijedećih klauzula: *certified*, *accepted* ili *good* na licu čeka sa naznakom datuma certifikovanja. Na čeku pored pečata banke, neophodan je i potpis ovlašćenih lica, koje banka provjerava. Ukoliko banka ne može da provjeri ispravnost potpisa, isti se preuzima na inkaso naplatu odnosno da se sredstva odobravaju imaocu čeka tek po prijemu pokrića. Privatne čekove koji nisu certifikovani ili necertifikovane čekove banka treba da preuzima samo na inkaso ili da izvrši provjeru kod banke trasata (šifrovanom telex ili SWIFT porukom) da li ček ima pokriće odnosno da od nje zatraži ovlašćenje za isplatu.

Prema mjestu izdavanja i plativosti čekove dijelimo na: *inostrane* koji su izdati i plativi u inostranstvu; *loro* koji su izdati u inostranstvu, a plativi u našoj zemlji i *nostro* koji su izdati u našoj zemlji, a plativi u inostranstvu.

Loro čekovi su čekovi vučeni od inostranih banaka na domaće banke. Korisnik je najčešće domaće fizičko lice, a ponekad pravno lice. Da bi loro ček bio vučen (inostrani korespondenti vuku ček na domaću banku) potrebno je prije toga da se postigne sporazum.

Nostro čekove vuku naše ovlašćene banke na inostrane korespondente, u skladu sa prethodno dogovorenim uslovima sa inostranim korespondentima (bankama u svakoj zemlji) kako bi se spriječile poteškoće kod unovčavanja.

Banka može da otkupi ček koji zadovoljava sve elemente čeka, kao i dozvoljeni limit, i da ga isplati svom klijentu uz uobičajeni rizik, s tim što zadržava pravo da od komitenta traži povraćaj sredstava ukoliko ček bude nenaplativ u inostranstvu. Ili pak, može da ga poslati na naplatu

- inkaso ukoliko ček ne ispunjava kriterijume za otkup. Banka u tom slučaju odobrava sredstva svom klijentu tek po prijemu pokrića iz inostranstva.

U cilju izbjegavanja sukoba zakona kod izdavanja čekova u Ženevi je 1931. godine potpisana Međunarodna konvencija, kojom se reguliše plaćanje čekom. Tada je postignuta unifikacija čekovnog prava usvajanjem tri konvencije: o Jednoobraznom čekovnom zakonu, o regulisanju sukoba zakona o čeku i o porezima u materiji čeka. U Bosni i Hercegovini oba entiteta su donijela Zakon o čeku, i to u Federaciji Bosne i Hercegovine koji je objavljen Službenim novinama Federacije BiH, u broju 32 iz 2000. godine, a Republici Srpskoj objavljen u Službenom glasniku Republike Srpske, broj 32 iz 2001. godine, kojima se uređuje forma i saržaj čeka, kao i njegovo izdavanje i poslovanje.

Promjene koje se dešavaju u okruženja zahtevaju modifikaciju ne samo ponašanja poslovnih subjekata, nego i koncepcije poslovanja.²²⁶ Razvoj interneta i informaciono-komunikacionih tehnologija, upotreba aplikativnih rješenja omogućio je razvoj elektronskog poslovanja i elektronske trgovine. U tom smislu kreiran je elektronski ček.

Elektronski ček je verzija njegovog papirnog oblika. Nastao je kao rezultat potrebe da se smanje troškovi obrade klasičnog čeka. Smatra se jednim od najsigurnijihplatežnih instrumenata plaćanja danas. U odnosu na papirni ček, e ček ima nekoliko prednosti. Među najznačajnijim je smanjenje troškova, manipulisanje čekom (kod papirnog štampanje, troškovi slanja, servisiranje) i mogućnost slanja sa bilo kog mjesta.

11.9.2. Međunarodno kreditno pismo

Kreditno pismo kao instrument u međunarodnom plaćanju se, povećanom upotrebom drugih instrumenata u međunarodnom platnom prometu, danas sve rjeđe koristi. Kreditno pismo se pokazalo vrlo praktičnim prilikom poslovnih ili turističkih putovanja u inostranstvo, jer korisnika lišava rizika nestanka ili krađe gotovog novca. Pored

²²⁶ L.Vučičević, M. Brković (2023): *Koncept marketinških aktivnosti prilagođen trendovima poslovanja i okruženja.*, Evropska revija, Evropski univerzitet Brčko distrikt, Brčko, str.143-144.

pogodnosti ovog instrumenta, koja se ogleda u tome što korisnik ga lično nosi i može ga koristiti kod nekoliko banaka u više mjesta i država, kao nedostatak navodi se njegova mogućnost realizovanja samo u toku radnog vremena kod određenog broja banaka i mjesta.

Kreditno pismo je hartija od vrijednosti koja predstavlja pismeni nalog bančinom korespondentu da licu označenom na samom pismu isplati u određenom roku izvjesnu sumu novca, odjednom ili sukcesivno, na teret tekućeg računa banke izdavaoca.²²⁷ U odnosu na ček ili mjenicu, kreditno pismo se ne može prenositi. Takođe, po tome što je neprenosiva isprava razlikuje se i od dokumentarnog akreditiva. Banke obično izdaju kreditna pisma klijentima koji poseduju pokriće ili odobren kredit, i to u jednom originalnom primjerku i dvije kopije.²²⁸

Kreditno pismo, kao trgovački dokumenat, je vrijednosni papir i predstavlja nalog koji jedna banka (asignant) izdaje drugoj banci sa sjedištem u inostranstvu (asignatu) da korisniku isprave (asignataru) isplati određenu sumu novca pod izvjesnim uslovima koji su navedeni u kreditnom pismu. Iznos naveden u kreditnom pismu se može isplaćivati sukcesivno.

Kreditnim pismom banka (asignant) ovlašćuje neko lice da može kod druge korespondentne banke (asignata) raspolagati određenom sumom novca kada se za to ispune predviđeni uslovi u samom pismu.

Postoje dvije varijante ovog dokumenta:

- *Obično ili opšte kreditno pismo* kod kojeg je određena jedna ili dvije korespondentne banke (asignat). Odnosno karakteriše ga što je u njemu označena banka asignat kod koje se vrši naplata kreditnog pisma. Može se koristiti samo u jednoj inostranoj banci.²²⁹ Banka asignat je, u stvari, poslovni partner izdavaoca kreditnog pisma. Zato

²²⁷ Ekonomska i poslovna enciklopedija, Savremena administracija, 1994. str. 681.

²²⁸ Ukoliko banka ovlasti samo jednu banku za isplatu označene sume u kreditnom pismu, govorimo o posebnom (specijalnom) kreditnom pismu, ali ako je riječ o većem broju banaka koje imaju ovlašćenje za isplatu, tada se radi o cirkularnom kreditnom pismu.

²²⁹ K. Ristić i dr. (2016) *Međunarodno bankarstvo i institucionalni investitori*, Etno stil, Beograd, str.355.

je kod ovakvog kreditnog pisma mala mogućnost da se ono zloupotrijebi od korisnika pisma ili lica u čijim se rukama nalazi i

- *Cirkularno kreditno pismo*, kao češći oblik u praksi, odlikuje se po tome što se u ulozi banke asignata javlja više banaka kojima može da se obrati korisnik pisma sa zahtjevom za plaćanje. Takođe, korisnik ove vrste pisma ima mogućnost da naplaćuje novčani iznos koji mu je potreban do najvišeg iznosa određenog u pismu (limitiranog), bilo u gotovini ili putem virmana, ili sukcesivno.

11.9.3. Kliring u međunarodnim plaćanjima

Kliring u međunarodnim plaćanjima se obavlja za račun fizičkih i pravnih lica komitenata banke, čije su Centralne banke sklopile Sporazum o kliringu međunarodnih plaćanja kao bilateralni neto obračun. Kao razlozi za uvođenje Kliringa međunarodnog plaćanja navode se: niži troškovi platnog prometa sa inostranstvom, isti način za devizna plaćanja (pod uslovom da su u skladu sa propisima), veća efikasnost u platnom prometu sa odnosnim zemljama, troškovi platnog prometa sa inostranstvom se plaćaju u zemlji, priprema za ulazak u *Single Euro Payment Area* (SEPA), mogućnost uspješnije saradnje sa drugim zemljama regiona.²³⁰

Kliring ili neto obračun podrazumijeva prijem pojedinačnih naloga za plaćanje ili grupe naloga za plaćanje uz koje se dostavlja specifikacija pojedinačnih naloga radi obračuna multilateralnih iznosa na obračunskom računu (kliringu). Za svakog učesnika kliringa utvrđuje se neto poučija, a poravnanje se vrši preko njegovog žiro računa. Na kraju svakog dana vrši se poravnanje ili prebijanje dugova, a ostaje dio koji nije kompenzovan i treba da se plati. Iz tog razloga se kliring naziva i neto obračun.

Osnovni smisao kliringa jeste da se naplata i uplata između pojedinih zemalja vrši na jednom obračunskom mjestu uz prateću dokumentaciju za takva plaćanja.²³¹ Kod kliringa svaka strana izmiruje

²³⁰ M. Unković, B. Stakić, *cit.djelo*, str. 221.

²³¹ Za razliku od slobodnih deviznih plaćanja za isporučenu robu ili uslugu, klirinška plaćanja su posljedica određenih mjera kontrole i drugih deviznih ograničenja koje podrazumijevaju određene zemlje. (prema: S. Barać i dr. (2006): *Pojmovnik finansija i*

svoje novčane obaveze u domaćoj valuti, dok se izmirenje obaveza obavlja preko posebnog računa centralne ili emisione banke, jedne i druge zemlje. U suštini, radi se o kompenzacijskoj trgovini izađu dvije zemlje, kupuje se roba u onolikoj vrijednosti od zemlje u kolikoj ona kupuje robu od nas.

Riječ kliring potiče od engleske riječi *to clear* što znači čistiti, raščišćavati, dok sam izraz kliring (*clearing*) podrazumijeva postupak čišćenja. Sa bankarskog aspekta, to znači, prebijanje ili kompenzovanje međusobnih dugovanja i potraživanja, dva ili više lica, u cilju utvrđivanja i izmirenja konačnog dugovnog i potražnog salda.²³²

Nadležnosti Centralne banke Bosne i Hercegovine propisane su članom VII Ustava i Zakonom o Centralnoj banci, koji je pretrpio brojne izmjene i dopune²³³. Centralna banka preko centrale i glavnih jedinica može pomagati bankama u organizovanju klirinških mogućnosti i obračunu u međubankarskom plaćanju, uključujući plaćanje putem čekova i drugih platežnih instrumenata i može uspostaviti procedure i izdati takve propise koje smatra pravilnim.

Centralna banka Bosne i Hercegovine i Narodna banka Srbije, izražavajući obostrani interes i volju da uspostave sistem koji će omogućiti efikasniji, brži i jeftiniji platni promet između fizičkih i pravnih lica s teritorije Bosne i Hercegovine i Republike Srbije, sporazumjele su se da zaključe Sporazum o kliringu međunarodnih plaćanja. Isti Sporazum je potpisan i između Centralne banke Bosne i Hercegovine i Centralne banke Crne Gore ali se do danas nijedna komercijalna banka iz Crne Gore nije uključila u ovaj proces.²³⁴

Kliring međunarodnih plaćanja obavlja se za banke sa sjedištem na teritoriji Bosne i Hercegovine s kojima Centralna banka Bosne i Hercegovine ima zaključen ugovor za obavljanje kliringa međunarodnog plaćanja i za banke sa teritorije Republike Srbije sa čijom centralnom

bankarstva, Univerzitet Singidunum, Fakultet za finansijski menadžment i osiguranje, Beograd, str. 140.)

²³² M. Stojanović (2003): *Značaj međunarodnih preko kliringa, monografija*, Ekonomski fakultet Priština, Blace, Beograd, str. 34.

²³³ *Zakon o Centralnoj banci Bosne i Hercegovine* (Službeni glasnik br. 1/97, 29/02, 8/03, 13/03, 14/03, 9/05, 76/06)

²³⁴ <https://www.cbbh.ba/content/read/518> (10.9.2023.)

bankom Centralna banka Bosne i Hercegovine ima zaključen Sporazum o neto obračunu međunarodnih plaćanja.

Pod neto pozicijom banke u određenom trenutku podrazumijeva se razlika između primljenih i izvršenih plaćanja za tu banku od početka klirinškog ciklusa do tog trenutka. Centralna banka Bosne i Hercegovine obavještava operatera kliringa o iznosima limita neto pozicija za banke iz svoje države, za čije izvršenje ona garantuje u skladu sa Sporazumom. Negativna neto pozicija banke nijednog trenutka ne smije biti veća od odobrenog limita.

Poslije isteka vremena predviđenog za prijem poruka utvrđenog Dnevnim terminskim planom, operater kliringa obavještava centralne banke o zbirnim neto stanjima iz kliringa i o neto stanjima banaka iz njihove države, nakon čega centralne banke, u skladu sa odredbama Sporazuma, operatera kliringa obavještavaju o svojoj saglasnosti da se te neto pozicije izvrše.

Plaćanje zbirnih neto pozicija između centralnih banaka obavlja se preko računa kod prvoklasne međunarodne banke, u skladu sa odredbama Sporazuma. Sporazumne strane su saglasne da se plaćanje između njih po osnovu zbirnih neto pozicija obavlja preko računa Deutsche Bank AG, F/M.

11.10. Instrumenti obezbeđenja u međunarodnom poslovanju

Jedan od nezaobilaznih i najvažnijih instrumenata obezbeđenja u međunarodnom poslovanju, koji je postao praksa u poslovanju, jesu bankarske garancije. Pored bankarske garancije, kao sredstvo obezbeđenja u poslovima međunarodnog prometa može se koristiti jemstvo koje najčešće daju banke ili druge finansijske organizacije, a mogu ga dati domaća i strana pravna lica privrednog (trgovačkog) prava kao i pojedinci i mjenica kao najstariji instrument plaćanja u trgovini, a kasnije i obezbeđenja plaćanja.

Nakon II svjetskog rata bankarske garancije počinju da dobiju sve više na značaju, da u savremenom međunarodnom poslovanju postaju

uobičajen izbor za obezbeđenja plaćanja. Bankarska garancija je jedan od instrumenata osiguranja obaveza stranaka iz ugovornog odnosa, odnosno zaštita od rizika neizvršenja ili njihova neurednog izvršenja. Bankarska garancija, kao pravni institut, od 1960. godine povezuje se pretežno sa izvođenjem velikih građevinskih radova koji se odnose na isporuke opreme zemljama u razvoju. Značajnija međunarodna primjena bankarske garancije odvija se, 70-ih godina prošloga vjeka, sa recesijom u razvijenim zapadnim zemljama.

U većini zemalja bankarska garancija je ugovor koji nije zakonskim odredbama regulisan. U Republici Srpskoj, prema Zakonu o obligacionim odnosima („Službeni list SFRJ“ broj: 29/78, 39/85, 45/89, 57/89 i „Službeni glasnik RS“ broj:17/93, 3/96, 39/03, 74/04),²³⁵ bankarskom garancijom se obavezuje banka prema primaocu garancije (korisniku) da će mu za slučaj da mu treće lice ne isplati obavezu o dospelosti namiriti obavezu ako budu ispunjeni uslovi navedeni u garanciji. Ugovor o izdavanju bankarske garancije koji je dvostrano obavezan i teretan pravni posao podrazumijeva pored obaveze banke garanta da izda bankarsku garanciju i obavezu nalogodavca da banci vrati sredstva isplaćena po toj garanciji.²³⁶ U poslovanju privrednih subjekata, pod pojmom bankarska garancija označavaju se različiti pravni instituti, koji imaju za cilj obezbjeđenje ispunjenja ugovorom preuzetih obaveza bančinih komitenata. Riječ je o različitim sredstvima obezbjeđenja, kako personalnim (mjenično jemstvo, akceptiranje mjenice, dokumentarni akreditiv i sl.), tako i realnim, odnosno stvarnopravnim (ručna zaloga, hipoteka, založno pravo na hartijama od vrijednosti). Obezbeđenje ispunjenja ugovornih obaveza zajednička je osobina navedenih instituta, koji u širem smislu predstavljaju bankarske garancije za ispunjenje ugovorenih obaveza.

U principu, stranke su slobodne da odaberu na koji način će izraziti svoju volju. Korisnik bankarske garancije uslovljava realizovanje ugovora bankarskom garancijom, pa čak i sa zahtijevom da garancija bude od tačno određene banke. Posao oko bankarske garancije je složen, jer s jedne strane, sadrži osnovni ugovor između nalogodavca i korisnika

²³⁵ Članovi 1083-1088.

²³⁶ Član 1083. stav 1. *Zakona o obligacionim odnosima*

bankarske garancije (ugovor o izdavanju bankarske garancije) i ugovor o bankarskoj garanciji, s truge strane, koji se zaključuje između banke garanta i korisnika garancije. Osnovna karakteristika bankarske garancije u užem smislu riječi je samostalnost, odnosno pravna odvojenost od osnovnog posla i ugovora o izdavanju garancije.²³⁷ U svakom ugovoru o bankarskoj garanciji moraju biti naznačene pretpostavke (uslovi) odgovornosti banke, tj. činjenice od čijeg nastupanja zavisi ispunjenje bančine obaveze po garanciji. Tek nastupanjem određene okolnosti, obaveza iz potencijalne prelazi u stvarnu obavezu. Zbog toga određivanje te okolnosti od čijeg nastupanja zavisi ispunjenje bančine obaveze, mora biti predviđeno u ugovoru o bankarskoj garanciji.²³⁸

Bankarska garancija Zakonom o obligacionim odnosima nije u potpunoj mjeri regulisana, zbog čega ugovorne strane prilikom sklapanja ugovora imaju mogućnost da pribave bankarsku garanciju koja će biti u skladu sa međunarodno prihvaćenim običajima i to sa Ujednačenim pravilima za ugovorne garancije Međunarodne trgovačke komore (publikacija broj 458). Ovo se naročito savjetuje privrednicima koji posluju sa drugim privrednicima u inostranstvu, na što upućuje odredba člana 20. tačka 17. Zakona o rješavanju sukoba zakona s propisima drugih zemalja u određenim odnosima („Službeni list SFRJ“ broj 43/82, 72/82 i „Sl. list R BiH“ broj 2/92 i 13/94). Prema ovoj odredbi, ako stranke nisu ugovorile mjerodavno pravo ili ako okolnosti slučaja ne upućuju na drugo pravo za ugovor o samostalnim bankarskim garancijama primjenjuje se pravo mjesta gdje se u vrijeme sklapanja ugovora nalazilo sjedište davaoca garancije, dakle sjedište banke.²³⁹

11.10.1. Podjela bankarskih garancija

Bankarska garancija se može okarakterisati kao samostalan, jednostrano obavezan ugovor, kojim se jedno lice (banka garant) obavezuje drugom licu (korisniku garancije) da će mu isplatom određene

²³⁷ R.Vukadinović, C. Anđelković, D. Vuković (1995): *Garancije na prvi poziv u međunarodnoj praksi*, Udruženje banaka Jugoslavije, Beograd, str.27.

²³⁸ S. Šogorov (1995): *Bankarska garancija*, Naučna knjiga, Beograd, str. 108.

²³⁹ <https://advokatom.com/category/novosti/> (17.12.2023.)

sume novca, nadoknaditi štetu koju je pretrpio neostvarivanjem određenog privrednog interesa.

Bankarska garancija se izdaje u cilju očuvanja interesa učesnika u spoljnotrgovinskom poslu. Partneri u savremenom poslovanju nastoje da koriste što efikasnije opcije kako bi zaštitili sebe i svoje poslovanje, jedan od načina svako jeste bankaska garancija. Za uspješnu upotrebu bankarske garancije u praksi potrebno je poznavati posebnosti odnosa pojedinih tipova bankarskih garancija (npr. uključivanje dvije ili više banaka u posao).

Stavovi po pitanju pravne prirode bankarske garancije su podijeljeni. prema jednim, bankarska garancija je jednostrana izjava volje, dok je shvatanje drugih, da bankarsku garanciju posmatraju kao ugovor. Pristalice jednostrane izjave volje kažu da, kako je za nastanak ugovora potrebna saglasnost volja dva lica, ugovor je, prema tome, uvijek dvostrano obavezan. Ugovor o bankarskoj garanciji nije po svojoj pravnoj prirodi ugovor zbog toga što je on jednostrano obavezan. Njihov stav da za zaključenje ugovora nije potrebna saglasnost volja dva lica već da je za nastanak punovažne bankarske obaveze, dovoljna samo izjava banke garanta, što u suštini i jeste osnovni razlog zbog koga bankarska garancija nije ugovor već jednostrana izjava volje. Svoje shvatanje pravdaju činjenicom što se korisnik garancije, još u svojstvu povjerioca, izjasnio o garanciji kada je došlo do zaključenja osnovnog ugovora i da zbog toga, nema potrebe da se ponovo izjašnjava.

Ipak, pristalice ugovorne teorije ističu da je jednostrana izjava volje, kao osnov zasnivanja obaveze, izuzetak. Dalje, jednostrana izjava volje je takva volja koja se upućuje neodređenom broju lica. Izjava banke kojom se obavezuje da će isplatiti određenu sumu novca, nije upućena neodređenom, već određenom licu tj. korisniku garancije. Samo to lice, kao korisnik ima određeni interes prema klijentu. Banka uvijek mora da zna ko je korisnik garancije, pa je označenje korisnika bitan element bankarske garancije.

Bankarske garancije mogu se razvrstati prema različitim kriterijumima, pa na osnovu njih se opet mogu dalje klasifikovati. Najčešće u bankarskoj praksi, podjela bankarskih garancija može se vršiti prema:

- 1) vrsti ugovora ili drugog pravnog posla čije izvršenje se obezbeđuje garancijom,
- 2) uslovu koji mora da bude ispunjen da bi se isplatio garantni iznos,
- 3) odnosu bankarske organizacije prema osnovnom poslu.

Prema vrsti ugovora ili drugog pravnog posla čije se izvršenje obezbeđuje garancijom, mogu se podijeliti na:²⁴⁰

Licitacione garancije ili *tender garancije* koje predstavljaju vid garancije kojom se banka obavezuje da će korisniku garancije (kupcu, naručiocu, investitoru) isplatiti garantnu sumu za slučaj da učesnik na tenderu čija je ponuda prihvaćena ne ispuni one obaveze koje su predviđene u uslovima iz tendera. Ovakav oblik garancije se koristi kada se tender raspisuje za izvođenje investicionih radova u inostranstvu, isporuku opreme i kompletnih industrijskih objekata i uređaja. je garancija kojom banka preuzima obavezu da će korisniku garancije isplatiti garantnu sumu za slučaj da isporučilac (izvođač radova, prodavac robe) ne ispuni svoje ugovorne obaveze za koje je položen avans ili ne vrati avans na drugi način. Daje se najčešće kod ugovora iz oblasti investicione izgradnje, kod brodogradnje, kao i ugovora čiji je predmet neka individualna određena stvar, koja ima potrebna svojstva i specijalne namene. Ona prestaje nakon isteka određenog roka važenja. U poslovnoj i bankarskoj praksi najčešće su licitacione garancije bezuslovne, odnosno garancije kod kojih se ne traži da korisnik garancije podnosi dokaze o tome da učesnik na licitaciji nije postupio prema licitacionim uslovima, nego je dovoljno da banci garantu podnese samo zahtjev za isplatu, sa izjavom iz koje se vidi da je principalova ponuda prihvaćena i da ovaj nije potpisao ugovor ili pribavio garanciju za dobro izvršenje posla. Ukoliko najpovoljniji ponudjač odustane od posla garanciju tj. uplaćeni iznos zadržava investitor, a ukoliko preuzme posao garancija se vraća ponudjaču.²⁴¹

²⁴⁰ S. Barać i dr. (2007): *Praktikum za bankarsko poslovanje*, Univerzitet Singidunum, Beograd, str. 379.

²⁴¹ M. Marković, (2006): *Spoljnotrgovinsko poslovanje*, Beogradska poslovna škola, Beograd, str. 249.

Garancije za dobro izvršenje posla su vrsta garancije kojom se banka obavezuje da će korisniku garancije (investitoru, naručiocu, kupcu) isplatiti određenu novčanu sumu ako dužnik iz osnovnog posla (prodavac, davalac usluga) ne ispuni ili ne ispuni kako valja svoje ugovorne obaveze. Pomoću garancije za dobro izvršenje posla obezbjeđuje se izvršenje bilo kog ugovora, uključujući i ugovor o kupoprodaji robe. Ako se ovom garancijom obezbjeđuje ispunjenje ugovora iz oblasti investicione izgradnje, rizik koji preuzima banka daleko je veći nego što je to u slučaju kod ugovora o kupoprodaji robe. U garanciji mora biti naveden iznos na koji garancija glasi, ili određeni elementi pomoću kojih se određuje. Visina garantnog iznosa najčešće se određuje u fiksnom iznosu ili u najvećem iznosu (tzv. „plafon“ garancije). Ova garancija obično iznosi 5-10% od ugovornog iznosa i važi u punom iznosu dok ugovor ne bude izvršen.²⁴² Garancija za dobro izvršenje posla može prestati i u svim onim slučajevima kada se korisnik garancije jednostrano odrekne prava iz garancije, ili kada su potraživanja iz garancije u cjelini izmirena, kao i u drugim slučajevima navedenim u garanciji.

Garancije za vraćanje avansa je garancija kojom banka preuzima obavezu da će korisniku garancije isplatiti garantnu sumu za slučaj da isporučilac (izvođač radova, prodavac robe) ne ispuni svoje ugovorne obaveze za koje je položen avans ili ne vrati avans na drugi način. Garancija se daje, najčešće, kod ugovora iz oblasti investicione izgradnje, kod brodogradnje, kao i ugovora čiji je predmet neka individualna određena stvar, koja ima potrebna svojstva i specijalne namjene. Kod avansne garancije visina garantnog iznosa jednaka je primljenom avansu, ali to ne mora uvijek biti slučaj. Banka može da preuzme obavezu koja je po svom obimu manja ili veća od primljenog avansa. Obaveza banke biće veća ako je u garanciji navedeno da se pored garantnog iznosa plaća i kamata sa troškovima. U suprotnom, obaveza će biti manja od primljenog avansa u svim slučajevima kada je u garanciji predviđeno da se obaveza smanjuje srazmjerno izvršenju obaveze iz

²⁴² C. Anđelković, D. Vuković (2000): *Instrumenti finansiranja u spoljnoj trgovini sa praktičnim primerima*, Proinkom, Beograd, str. 41.

osnovnog ugovora, ukoliko je takva mogućnost izričito navedena u samoj garanciji. Ona prestaje nakon isteka određenog roka važenja.

Podjela prema uslovu koji mora da bude ispunjen da bi se isplatio garantni iznos, mogu se podijeliti na:²⁴³

Uslovne garancije koje predstavljaju garanciju u kojoj je naveden uslov koji mora da bude ispunjen da bi korisnik garancije stekao pravo da se obrati banci sa zahtjevom za isplatu garantnog iznosa. Postavljanje uslova za isplatu garancije dokazuje se, po pravilu, robnim dokumentima koje podnosi korisnik garancije prilikom postavljanja zahtjeva za isplatu garantnog iznosa. Tako, na primjer, korisnik garancije može dokazivati postojanje uslova za isplatu podnošenjem nalaza nekog inženjering biroa koji je utvrdio da isporučena oprema ima nedostataka ili da građevinski radovi nisu izvedeni u skladu sa ugovorom i tehničkom dokumentacijom. U ovom slučaju postoje dva načina za dokazivanje uslova za isplatu garantnog iznosa i to: prvi, da je korisnik garancije ispunio svoje obaveze iz osnovnog ugovora ili, drugi, da je izostalo ispunjenje obaveze dužnika iz ovog ugovora. Doprinosi većoj sigurnosti jer se isplata garantnog iznosa mora potkrijepiti dokazima.

Bezuslovne garancije, kod kojih se od korisnika ne traži da podnosi dokaze kojima se potvrđuje da je ispunjen uslov za isplatu garantnog iznosa. Ona se obično prepoznaje po tome što je u njoj sadržana klauzula “na prvi poziv” ili druga klauzula sa istim značenjem. Ona ima prednosti u odnosu na uslovnu garanciju, ali i nedostatke, posebno što se može lako zloupotrijebiti jer ne traći od korisnika da priloži dokaze, već je dovoljno da podnese zahtjev banci u kojem izjavljuje da dužnik nije u roku izvršio ugovorne obaveze. Banka je obavezna da izvrši isplatu, u suprotnom će nadoknaditi štetu, koju može prevaliti na nalogodavca. Takođe, banka može odbiti zahtjev ukoliko je očigledno da je neosnovan.

²⁴³ S. Barać i dr. (2007): *Praktikum za bankarsko poslovanje*, Univerzitet Singidunum, Beograd, str. 385.

Prema zavisnosti garancije od osnovnog posla (ugovora), bankarske garancije se mogu podijeliti na:²⁴⁴

Samostalnu garanciju ili garanciju sa klauzulom „bez prigovora“ ili drugom klauzulom koja ima isto značenje, predstavlja „pravi“ oblik garancije kakav se masovno koristi u poslovima međunarodne trgovine. Ovom se garancijom pokriva ne samo rizik neispunjenja obaveze iz osnovnog ugovora, nego i rizik nepunovažnosti jedne takve obaveze. Po tome se samostalna garancija suštinski razlikuje ne samo od jemstva građanskog prava, nego i akcesorne bankarske garancije. Dakle, samostalna garancija je daleko sigurnije i pouzdanije sredstvo obezbjeđenja od akcesorne garancije, jer kod akcesorne garancije banka ima mogućnost da izrekne prigovore na osnovni ugovor, a time osujeti ili uspori isplatu garantnog iznosa. Kada se uzmu u obzir navedene osobine samostalne bankarske garancije, mogli bi reći da je ova garancija jedan poseban oblik garancije. Tako, na primjer, u garancijskom poslu učestvuju najmanje tri lica (nalogodavac, banka i korisnik garancije) između kojih se zasnivaju tri pravna odnosa, od kojih je svaki pravno samostalan (*res inter alios acta*). Isto tako, i kod asignacije učestvuju tri lica (asignant, asignat i asignator) između kojih se, takođe, zasnivaju tri pravna odnosa, koja su međusobno pravno odvojena. Zbog toga ni banka, ni asignat ne mogu prema korisniku garancije, odnosno asignatu da ističu prigovore koji potiču od osnovnog posla. Banka može prema korisniku da ističe samo prigovore koji se tiču same garancije kao što su: prigovor u pogledu punovažnosti i sadržine garancije, prigovor kompenzacije. Takva garancija može biti korišćena jedino za obezbjeđenje potraživanja u međunarodnom prometu.

Akcesornu bankarsku garanciju koja predstavlja oblik personalnog obezbjeđenja kod koga banka može prema korisniku garancije da ističe sve prigovore koje može da ističe jemac prema glavnom dužniku. Zbog svoje akcesornosti ovakav oblik garancije rijetko se koristi u poslovnoj praksi međunarodne trgovine.

²⁴⁴ S. Barać i dr. (2007): *Praktikum za bankarsko poslovanje*, Univerzitet Singidunum, Beograd, str. 386.

U zavisnosti od broja banaka koje učestvuju u garancijskom poslu podjela se može izvršiti na:²⁴⁵

Supergaranciju kod koje povjerilac iz osnovnog ugovora može zahtijevati da mu dužnik pored garancije pribavi supergaranciju od neke treće banke. U praksi nastaje onda kada povjerilac nema dovoljno poverenja u banku koja je prvobitno dala garanciju. Takođe, i u situacijama koje zahtijevaju da se obezbijedi izvršenje neke značajne poslovne operacije. Kod nekih zemalja za sve inostrane partnere obavezno je obezbeđenje supergarancije domaće ili inostrane banke.

Kontragaranciju, koja se izdaje kada propisi zemlje korisnika nalažu da garanciju izdaje banka sa sjedištem u zemlji korisnika, dok se nalogodavac za izdavanje garancije nalazi u drugoj zemlji. Banka u zemlji korisnika izdaje kontragaranciju pod istim uslovima pod kojima je ova izdala svoju garanciju korisniku, isplatom garantnog iznosa korisniku garancije, banka u zemlji korisnika stiče pravo da se za isplaćeno regresira od inostrane banke (banke u zemlji nalogodavca) po osnovu izdate kontragarancije. U praksi se dešava da više banaka garantuju izvršenje neke obaveze, naročito kada je u pitanju obezbjedjenje neke krupnije poslovne operacije. Svaka od tih banaka garantuje da će izvršiti obavezu u onom dijelu koji pada na nju.

Osim prethodno navedenih vrsta bankarskih garancija, mogu se dijeliti i prema dugim kriterijumima, te imamo:

Individualnu garanciju, garancija koju daje jedna banaka i *konzorcijalnu garanciju* kod koje više banaka učestvuje u davanju garancije.

Pokrivena garancija, kod koje nalogodavac polaže pokriće kod banke iz kojega banka isplaćuje garantni iznos korisniku garancije i *nepokrivena garancija* kod koje banka isplaćuje garanciju iz sopstvenih sredstava.

Garancija za plaćanje avansa kod pslova velike vrijednosti, ukoliko postoji avansno plaćanje, da bi se kupac obezbijedio u pogledu izvršenja ugovornih obaveza prodavca, može zahtijevati garanciju za vraćanje avansa. Ovu garanciju izdaje banka prodavca i ukoliko prodavac ne izvrši svoju ugovornu obavezu kupac može, na prvi poziv, da naplati od banke iznos koji je dostavio prodavcu na ime garancije.

²⁴⁵ V. Bjelica (2001): *Bankarstvo – teorija i praksa*, Stylos, Novi Sad, str. 444.

Činidbena garancija je garancija koja obezbeđuje izvršenje novčane ili nenovčane obaveze iz garancije samo ako je korisnik garancije izvršio sve svoje obaveze (činidbe) iz ugovara kojeg prati garancija.

Putem SWIFT-a se obavlja komunikacija među bankama, i koristi se kod međunarodne garancije. Kod domaće garancije se koristi memorandum i daje se u papirnoj formi

Bankarska garancije je danas veoma rasprostranjen i prihvaćen instrument, uz međunarodni dokumentarni akreditiv, koji korisniku garantuje naplatu potraživanja. Osnovna razlika između dokumentarnog akreditiva i bankarske garancije jeste što bankarska garancija ima funkciju obezbeđenja plaćanja, dok dokumentarni akreditiv uz tu ima i funkciju instrumenta plaćanja. Bankarska garancija, dakle, služi kao sredstvo obezbeđenja od rizika u slučaju neizvršenja obaveze iz osnovnog ugovora odnosno aktivira se samo ukoliko takav rizik nastane.

U pojedinim zemljama postoje problemi sa bankarskim garancijama odnosno u zemljama koje nisu usvojile (prihvatile) za garancije na poziv međunarodna jednoobrazna donesena od strane Međunarodne trgovinske komore u Parizu (kao što su Alžir gdje garancija od dana isticanja važi još 20 godina ili Turska gdje je 10 godina, dok kod nas nakon isteka nalogodavac nema više obavezu prema banci i banka ostaje nepokrivena za taj period od dana isteka, i izdaje se *standby* akreditiv. Na poslovnim bankama je da pruže stručnu pomoć svojim klijentima, upute ih i daju sve potrebne instrukcije kako bi se spoljnotrgovinska razmjena omogućila i što efikasnije obavila.

11.10.2. Jemstvo

Jemstvo se značajno razlikuje od bankarske garancije. U savremenom međunarodnom platnom prometu jemstvo zauzima značajno mjesto kao sredstvo za obezbeđenje plaćanja. Jemstvo, kao vid ličnog obezbeđenja, najčešće daju banke ili druge finansijske organizacije, a mogu ga dati domaća i strana pravna lica privrednog (trgovačkog) prava kao i pojedinci. Jemac, davanjem izjave kao treće lice, odgovara

povjeriocu cjelokupnom svojom imovinom u slučaju da dužnik iz osnovnog posla ne ispuni ili ne ispuni kako valja svoju punovažnu ili dospjelu obavezu. Davanjem izjave o jemstvu, jemac pristupa (incedira) već postojećem dugu glavnog dužnika., ali i dalje ostaje u obavezi da ispuni obavezu na koju se obavezao ugovorom ili drugim pravnim poslom.

Jemstvo je *supsidijarno* obezbeđenje odnosno povjerilac može da traži ispunjenje obaveze od jemca samo ako je već tražio ispunjenje obaveze od glavnog dužnika odnosno povjerilac ne može da se obraća jemcu da ispuni obavezu ukoliko prethotno to nije zatražio (zahtijevao) od glavnog dužnika. Povjerilac nema pravo zahtijevati od jemca isplatu dok obaveza glavnog dužnika nije dospjela za isplatu, osim ako je glavnom dužniku otvoren stečaj kad se sva potraživanja koja nisu dospjela za isplatu smatraju dospjelim, pa tako i potraživanje nastalo po osnovu jemstva. Jemstvo se može dati za svaku punovažnu obavezu, bez obzira na njegovu sadržinu, te se može sastojati u davanju, činjenju ili ne činjenju. Takođe, obaveza jemca ne može biti veća od osnovne obaveze glavnog dužnika, ali može biti manja ukoliko je tako predviđeno ugovorom.

Jemstvo je po svom karakteru i pravnim dejstvima akcesorni (sporedni ili zavisni) posao koji nema niti može imati svoju samostalnu pravnu egzistenciju, a kao posledica akcesornosti jemstvo ima vremenski ograničeno dejstvo koje se obično poklapa sa rokom dospelosti glavnog duga. Prema tome, jemac se obavezuje da će platiti tuđi dug tj. ne preuzima dug glavnog dužnika kao svoj vlastiti dug. Jemstvom zbog svog karaktera ili akcesornosti traje dokle traje obaveza glavnog dužnika.

Jemstvo, pored *supsidijarnog* jemstva, može biti i *solidarno*. Kod *solidarnog* jemstava jemac odgovara na isti način i pod istim uslovima kao i glavni dužnik i to za cjelokupnu obavezu. Ova vrsta jemstva obezbjeđuje veći stepen sigurnosti za povjerioca i bržu naplatu, jer povjerilac može da pozove jemca i prije nego što je pozvao glavnog dužnika da ispuni obavezu, posebno ako je očigledno da dužnik nema sredstava. Koristi se kod većih poslova i u slučaju nepovjerenja. Kad više jemaca preuzme obavezu isplate od strane jednog jemca omogućava mu da se od ostalih jemaca regresira.

Kod jemstva kao nadležno pravo primjenjuje se ono pravo koje su ugovorne strane izabrale, a ako nije odabrano ili okolnosti ne upućuju na drugo pravo, uzima se domicil ili sjedište glavnog dužnika²⁴⁶.

11.10.3. Mjenica

Mjenica se svrstava među najstarije instrumente plaćanja u trgovini, stara je koliko i sama trgovina, te samim tim i najviše upotrijebljavana kao instrumenat međunarodnog plaćanja i kreditiranja. Tokom vremena mjenica se počela upotrebljavati i kao instrument obezbjeđenja (garancije) naplate po kreditnim poslovima, tako da služi i kao sredstvo plaćanja i kao sredstvo obezbjeđenja plaćanja. Njena evolucija mijenjala je ulogu koju je obavljala, a potom i formu i sadržinu, što je u međunarodnom platnom prometu dovelo do poteškoća u cirkulaciji (plasiranju) ovog dokumenta, ali i poteškoća u prometu roba i usluga. Iz tih razloga javila se potreba za unifikacijom pravila o mjenici u međunarodnom pravu.

U prvoj polovini XX vijeka, tačnije 1930. godine, na Ženevskoj konvenciji postignuti su značajni rezultati usvajanjem tri konvencije:²⁴⁷

- 1) Konvencije o Jednoobraznom zakonu o trasiranoj i sopstvenoj mjenici,
- 2) Konvencija o taksama i
- 3) Konvencija o sukobu zakona.

U međunarodnim okvirima ne pridržavaju se sve zemlje navedenih konvencija (SAD, Kanada, Australija, Velika Britanija) već primjenjuju anglosaksonsko pravo kod reguslisanja mjenice. Po evropskom sistemu, mjenicu kao hartiju od vrijednosti karakteriše to što nije vezana za pravni posao iz kojeg je nastala i tačno determinisani bitni elementi koje mjenica mora sadržavati. Nasuprot evropskom sistemu, angloamerički sistem se razlikuje odnosno mjenica je vezana za pravni

²⁴⁶ M. Hadžić (2009): *Bankarstvo*, Univerzitet Singidunum, Beograd, str.329.

²⁴⁷ A. Živković, R. Stankić, B. Krstić (2007): *Bankarsko poslovanje i platni promet*, Centar za izdavačku delatnost EF u Beogradu, Beograd, str. 415.

posao iz kojeg je nastala (kauzalni pravni posao) i u pogledu forme, oblika i sadržine postoji sloboda.

Mjenice kao strogo formalne isprave moraju sadržavati sledeće bitne elemente:

- oznaku u mjeničnom slogu, tekstu iz kojega se vidi da se radi o mjenici;
- bezuslovan uput, nalog da se plati mjenična suma izražena u novcu;
- ime lica koje treba da plati mjeničnu svotu (trasat-dužnik);
- označenje roka dospelosti;
- mjesto plaćanja mjenice (oznaka bankarske ustanove kod koje se mjenica blagovremeno, a najkasnije na tri dana prije njenog dospeljeća) od strane njenog držaoca mora podneti na iskup;
- ime lica kome, ili po čijoj naredbi, treba isplatiti mjeničnu svotu (remitent) ukoliko mjenica ne glasi na donosioca;
- oznaka mjesta i datuma izdavanja (vučenja) mjenice;
- potpis lica, koje je mjenicu izdalo (trasat).

Dakle, mjenica (*Bill of Exchange*) je hartija od vrijednosti koja predstavlja bezuslovni pismeni nalog izdat i potpisan od strane izvoznika (trasanta) kojim se zahtijeva od lica navedenog u mjenici (kupac odnosno trasat) da plati na zahtjev ili na tačno utvrđeni datum u budućnosti na nečiji nalog ili donosiocu (remitentu) određeni novčani iznos.

U bankarskoj praksi se mogu javljati: trasirana (vučena) mjenica, sopstvena (solo) mjenica, blanko mjenica, promisorna nota, robna (trgovačka) mjenica i finansijska mjenica. Sa stanovišta međunarodnog platnog prometa karakteristične radnje u vezi s mjenicom su: eskontovanje inostranih menica i akceptno kreditiranje (bankarski akcept). Eskontovanje mjenica podrazumijeva prodaju mjeničnog potraživanja prije roka dospeljeća mjenice. U ovom poslu, osim što se provjerava sadržina mjenice sa stanovišta formalne ispravnosti, posebna pažnja se posvećuje utvrđivanju boniteta mjeničnih dužnika, dakle kako akceptanta tako i trasanta. Bankarski akcept predstavlja bezuslovno obećanje banke da će isplatiti ratu po dospeljeću. Kupac ne plaća robu gotovinom, nego traži kredit dok robu ne proda. Poslovna banka koja poznaje kupca i

njegovu kreditnu sposobnost može da preuzme ulogu posrednika između trgovinskih partnera i da plati robu u ime kupca.

Primjer

Prilikom spoljnotrgovinske razmjene, prodavac isporuči robu, a od kupca kao instrument naplate dobija mjenicu, koja je na propisanom i zaštićenom obrascu i koja je, na primjer, plativa za 120 dana. Ako je u pitanju likvidnan i solventan kupac, njemu će prodavac vratiti mjenicu stodvadeseti dan, a kupac će uplatiti sredstva na njegov račun. Prije toga roka prodavac ima mogućnost da mjenicu dostavi banci u zalog za novi kredit ili je može prodati na tržištu novca, koju će njen kupac za naplatu prezentirati stodvadeseti dan.

Postoji više mjenično-pravnih radnji kao što su: izdavanje mjenice, akceptiranje mjenice, indosiranje (prenos sa jednog na drugo lice), aval (jemac na mjenici), umnožavanje mjenice (u slučaju gubitka ili uništenja koristi se kopija ili duplikat), intervencija kod mjenice, prezentacija (mjenica se u određenom roku prezentira dužniku) i isplata (glavnog mjeničnog dužnika po dospelosti), s tim da sve mjenične radnje nisu obavezne.

11.10.4. Vrste mjenica

Banka kupca može da avalira akceptiranu mjenicu kupca, garantujući njenu isplatu na određeni dan. Akceptirana mjenica je mnogo jača od sopstvene mjenice kupca (*Promissory Note*). Mjenica je instrument koji je pravno zaštićen, tako da se u slučaju neplaćanja, sudske presude donose u kratkom roku, a naplata se vrši automatski i po prioritetu sa računa kupca. Može poslužiti kao sredstvo naplate kod akreditiva i inkaso poslova, tako da kupac umjesto novca na dan njihove isplate, prezentira akceptiranu, i od strane ugledne banke avaliranu mjenicu, kao garanciju isplate robe u označenom budućem periodu.

U spoljnotrgovinskom poslovanju primjenjuju se dvije vrste mjenica:

- vučena ili trasirana mjenica (*trata*) i

- sopstvena ili solo mjenica.

Trata (vučena mjenica) sadrži izričit nalog *Platite...*, dok sopstvena mjenica sadrži obavezu putem izraza *Platiću...* ili *Platićemo...*

Mjениčni blanketi²⁴⁸ su odgovarajuće podešeni da mogu da posluže za obje vrste mjenica, ali se pri kupovini mora naglasiti za koju vrstu mjenice se želi blanket.

Trasirana mjenica sadrži:

- oznaku da je mjenica, napisano u samom slogu isprave, na jeziku na kome je ona sastavljena;
- bezuslovni uput da se plati određena svota novca;
- ime onoga koji treba da plati (trasat);
- označenje dospelosti;
- mjesto gdje plaćanje treba da se izvrši;
- ime onoga kome se ili po čijoj naredbi mora platiti (remitent);
- označenje dana i mjesta izdanja mjenice;
- potpis onoga koji je mjenicu izdao (trasant).

Isprava koja ne sadrži neki od prethodno pobrojanih elemenata ne vrijedi kao trasirana mjenica, osim u slučajevima koji su određeni u posebnim stavovima.

Trasant odgovara da će mjenica biti akceptirana i isplaćena. Svaka mjenica, čak i kad nije izričito trasirana po naredbi, može se prenijeti indosamentom. Mjenica u koju je trasant stavio riječi: *ne po naredbi* ili drugi izraz, koji ima isto značenje, može se prenijeti samo u obliku i sa dejstvom običnog ustupljenja (cesije).

Mjenica se može indosirati i na samog trasata, bilo da je akceptirao ili ne, na trasanta ili nekog drugog obveznika. Ova lica mogu je i dalje indosirati. Indosament mora biti bezuslovan. Svaki uslov koji bi bio stavljen tretira se kao da nije ni napisan. Imalac trasirane mjenice, kao i onaj koji je samo drži, može je, sve do dospelosti, podnijeti na akceptiranje trasatu u mjestu njegovog prebivališta. U svakoj trasiranoj mjenici trasant može da naredi da se ona podnese na akceptiranje, sa ili

²⁴⁸ Mjениčni blanket (formular) je papir koji sadrži unaprijed odštampane bitne elemente i naznake koje mora mjenica da sadrži kako bi bila pravno valjana.

bez označavanja roka za to. Imalac mjenice nije dužan da mjenicu koju podnosi na akceptiranje ostavi kod trasata. Akcept se piše na samoj mjenici. Izražava se riječju *priznajem*, *primljena*, *prihvaćena*, ili drugom riječju istog značenja, a akcept potpisuje trasat.

Isplata mjenice za cjelokupnu mjeničnu svotu ili za njen dio može se obezbijediti avalom tj. mjeničnim jemstvom. Ovo obezbeđenje može dati treće lice ili neko od potpisnika mjenice. Aval se daje na mjenici ili na alonžu²⁴⁹ i potpisuje ga avalista. Aval se izražava riječima *per aval*, *kao jemac*, ili drugim istoznačnim izrazom. Za davanje avala dovoljan je potpis na licu mjenice, izuzev kada je u pitanju potpis trasata ili trasanta.

Mjenica se može izdati:

- po viđenju;
- na određeno vrijeme po viđenju;
- na određeno vrijeme od dana izdanja;
- na određeni dan.

Imalac mjenice može vršiti regres protiv indosanata, trasanta i ostalih obveznika (o dospelosti; ako mjenica nije plaćena u cjelosti ili djelimično i prije dospelosti) i to u slučajevima:

- ako je akceptiranje odbijeno, u potpunosti ili djelimično;
- ako je, prije ili poslije akceptiranja, otvoren stečaj odnosno likvidacija nad imovinom trasata, ili ako on obustavi plaćanja pa mu ta obustava i ne bila utvrđena sudskom odlukom; ili ako je izvršenje nad njegovom imovinom ostalo bezuspješno;
- ako je otvoren stečaj odnosno likvidacija nad imovinom trasanta mjenice koja se ne smije podnijeti na akceptiranje.

Trasirana mjenica može se izdati u dva ili više istovjetnih primjeraka. Ovi primjerci moraju biti u svome slogu označeni tekućim brojem; a ako to nije slučaj, svaki primjerak se smatra posebnom mjenicom. Svaki imalac mjenice, u kojoj nije naznačeno da je vučena samo u jednom primjerku, može tražiti da mu se o njegovom trošku izda još jedan ili više primjeraka. Isplata jednog od mjeničnih primjeraka oslobađa od obaveze i po svima drugim primjercima, čak i onada kada u

²⁴⁹ Ono što se dodaje nekoj stvari da se poveća njena dužina ili papir koji se lijepi na mjenicu. Indosament se mora potpisati na mjenici ili na listu koji je za nju vezan.

mjenici nije stajalo da se isplatom po jednom primjerku ništi vrijednost i ostalih primjeraka. Trasat ostaje obavezan po svakom akceptiranom primjerku koji mu ne bude vraćen.

Svaki imalac mjenice ima pravo da načini od nje prepise. Prepis mora sadržavati tačno prepisanu izvornu mjenicu sa indosamentima i svima drugim odredbama koje se na njoj nalaze. U prepisu se mora naznačiti gdje se završava. Prepis se može indosirati i avalirati na isti način i sa istim dejstvom kao i izvorna mjenica.

Protest mjenice se podiže kod suda koji je mjesno nadležan za lice protiv koga se podiže protest. U sudu na protestima radi sudija, a može i ovlašćeno službeno lice kojeg predsjednik suda rasporedi i povjeri mu tu dužnost. Svi mjenično-pravni zahtjevi protiv akceptanta zastarijevaju za tri godine, računajući od dospelosti. Mjenično-pravni zahtjevi imaoca mjenice protiv indosanta i protiv trasanta zastarijevaju za godinu dana, računajući od dana blagovremeno podignutog protesta, a ako se u mjenici nalazi odredba *bez troškova*, onda od dospelosti. Zastarjelost se prekida podnošenjem tužbe sudu.

Neosnovano obogaćenje: Trasant, akceptant i indosant, čije su se mjenične obaveze ugasle usled zastarjelosti ili usled toga što su propuštena činjenja propisana radi održavanja mjeničnih prava, odgovaraju imaocu mjenice ako su se na njegovu štetu neopravdano obogatili. Ostali mjenični obveznici oslobođeni su ove odgovornosti. Imovinski zahtjev koji se zasniva na odgovornosti zbog neopravdanog obogaćenja može se ostvarivati i na osnovu sudske odluke o amortizaciji nestale mjenice. Odgovornost zbog neopravdanog obogaćenja zastarijeva za tri godine; u svemu ostalom na ovu zastarjelost primjenjuju se odredbe Zakona o obligacionim odnosima.

Pravo zaloge i pridržaja: Kada imalac mjenice, radi obezbjeđenja mjeničnog potraživanja, na osnovu pismene izjave, primi u zalogu kakvu pokretnu stvar ili potraživanje, a dužnik ne ispuni na vrijeme svoju mjeničnu obavezu, onda imalac mjenice ima pravo da se iz zaloge namiri, bez podnošenja tužbe protiv zalagača. Sva ova prava pripadaju imaocu mjenice i u slučaju kada zalagač padne pod stečaj, odnosno kad se otvori postupak likvidacije. Kako o namjeravanoj tako i o izvršenoj prodaji ili

zadržavanju zaloge imalac mjenice mora, po mogućnosti bez odlaganja, izvijestiti dužnika, kao i zalagača, ako je taj treće lice.

Na osnovu amortizovane mjenice ne mogu se ostvarivati nikakva mjenična prava. Sposobnost lica da se mjenično obaveže određuje zakon njegove zemlje. Ako taj zakon upućuje na zakon koje druge zemlje, onda se primenjuje zakon te druge zemlje. Lice koje bi prema zakonu označenom u prednjem stavu bilo mjenično-pravno nesposobno, ipak je punovažno obavezano ako je potpis dalo na području zemlje po čijim bi zakonima imalo mjeničnopravnu sposobnost. Oblik primanja mjeničnih obaveza određuje zakon zemlje na čijoj teritoriji su te obaveze primljene. Zakon zemlje gdje je mjenica plativa određuje mjere koje treba preduzimati u slučaju gubitka ili krađe mjenice.

Sopstvena (solo) mjenica predstavlja безусловnu i neopozivu obavezu izdavaoca (dužnika) da će u određenom roku, počevši od datuma izdavanja mjenice ili na određeni dan naznačen u mjenici, na određenom mjestu platiti mjeničnu sumu remitentu (povjeriocu), ili po njegovoj naredbi, da isplati nekom drugom licu.

U anglosaksonskim zemljama i područjima pod njihovim uticajem, sopstvena mjenica se naziva *promissory note*, naročito u SAD gdje mjenica nije strogo determinisana. Po vučenju mjenice njen izdavalac ili trasant nalaže odnosno poziva treće lice (trasata-akceptanta-dužnika) da akceptom mjenice prihvati mjeničnu obavezu i da u roku njenog dospijeca isplati mjeničnu svotu licu ili firmi označenoj u mjeničnom slogu tj. remitentu ili povjeriocu, ili da po njegovoj naredbi, isplati nekom drugom licu koje je označeno u tekstu mjenične radnje (indosamentu).

Sopstvena mjenica sadrži:

- označenje da je mjenica, unijeto u sam slog isprave na jeziku na kome je ona sastavljena;
- безусловno obećanje da će se određena svota novca platiti;
- označenje dospelosti;
- mjesto gdje plaćanje treba da se izvrši;
- ime onoga kome se ili po čijoj se naredbi mora platiti;
- označenje dana i mjesta gde je sopstvena mjenica izdata;

➤ potpis onoga koji menicu izdaje (izdavalac).

Isprava kojoj nedostaje bilo koji od pobrojanih elemenata, ne vrijedi kao sopstvena mjenica, osim u slučajevima koji su određeni u narednim stavovima.

Sopstvena mjenica, u kojoj nije označena dospelost, smatra se mjenicom po viđenju. Ako nije naročito određeno, važi kao mjesto plaćanja, a ujedno i kao mjesto prebivanja izdavaoca, ono mjesto koje je naznačeno kao mjesto izdanja mjenice. Sopstvena mjenica, u kojoj nije naznačeno mjesto izdavanja, smatra se da je izdata u mjestu koje je označeno pored imena izdavaoca.

Na sopstvenu mjenicu, ukoliko nije u suprotnosti sa njenom prirodom, primenjuju se propisi zakona koji važe za trasiranu mjenicu: o indosamentu; o dospelosti; o plaćanju; o prepisima; o intervenciji; o regresu zbog neisplate; o preinačenju mjenice; o protestu; o zastarjelosti; o neopravdanom obogaćenju, pravu zaloge i pridržaja; o amortizaciji; o sukobu zakona; opšta naređenja.

Takođe, na sopstvenu mjenicu primenjuju se propisi o mjenici plativoj kod trećeg lica ili u mjestu koje se razlikuje od trasatovog prebivališta, o određivanju kamate, o razlikama u naznačenom iznosu koji se ima platiti, o punovažnosti potpisa stavljenog na mjenici, o punovažnosti potpisa lica koje radi bez ovlašćenja ili koje prekorači svoja ovlašćenja, kao i o naknadnom ispunjavanju. Na sopstvenu mjenicu primenjuju se i propisi o avalu. Izdavalac sopstvene mjenice odgovara onako kako odgovara akceptant trasirane mjenice. Sopstvene mjenice plative na određeno vrijeme po viđenju moraju se podnijeti na viđenje izdavaocu u rokovima određenim u predmetnom zakonu. Izdavalac potvrđuje viđenje datiranim potpisom na samoj mjenici, a rok po viđenju teče od datuma viđenja. Ako izdavalac odbije da potvrdi viđenje, to odbijanje mora se ustanoviti protestom, od čijeg datuma teče rok po viđenju.

Kod pokretanja sporova, koji se pokreću na osnovu tužbe imaooca mjenice protiv njenih potpisnika, za rješavanje spora nadležan je sud na čijem se području nalazi mjesto plaćanja. Ukoliko na osnovu presude,

odnosno platnog naloga izdatog po jednoj mjenici protiv izvjesnih mjeničnih potpisnika, jedan od potpisnika izvrši naloženo plaćanje (iskupi mjenicu), onda je ta isprava, presuda, odnosno platni nalog po kome je osuđeni potpisnik postupio, zajedno sa potvrdom i računom na kome je potvrđena isplata, kao i protestom ako ga je trebalo podići, dovoljan izvršni naslov za ostvarivanje njegovih regresnih prava protiv njemu odgovornih mjeničnih dužnika koji su obuhvaćeni tom istom ispravom, presudom, odnosno platnim nalogom.

11.11. Stvarnopravna obezbeđenja plaćanja

Pored bankarske garancije, jemstva građanskog prava i drugih ličnih obezbeđenja u međunarodnom prometu za obezbeđenje naplate se koriste i stvarnopravna obezbeđenja. U stvarnopravna obezbeđenja plaćanja spadaju:

- ručna zaloga i
- hipoteka.

Ručna zaloga je zaloga pokretne stvari, a hipoteka je založno pravo na nekretnini. U BiH založno pravo čini jednu složenu granu prava koja u sebi sadrži različite odnose kod kojih se s jedne strane nalazi povjerilac, a sa druge založni dužnik, ali je moguće da pored založnog dužnika budu i ostala treća lica. Temeljna prava i dužnika i povjerioca su složena i sastoje se kako iz prava tako i iz obaveza. U pravnom sistemu BiH postoje sljedeće vrste založnog prava i to prema prirodi predmeta, prema samom načinu nastanka, dobrovoljno založno pravo, sudsko založno pravo i zakonsko založno pravo.²⁵⁰ Zakonom o stvarnim pravima uređuje se sticanje, korišćenje, raspolaganje, zaštita i prestanak prava svojine, drugih stvarnih prava i državnine.

Zajednička karakteristika stvarnopravnih obezbeđenja sastoji se u tome što povjerilac ima pravo da unovči predmet zaloge i da se iz

²⁵⁰ J. Stojanović (2014): *Zasnivanje založnog prava na pokretnim stvarima (ručna zaloga) u BiH*, Zbornik radova „Javni i privatni aspekti nužnih pravnih reformi u BiH: Koliko daleko možemo ići?“, Međunarodna naučna konferencija 13-14. decembar 2013., Pravni fakultet Univerziteta u Tuzli i Centar za društvena istraživanja Internacionalnog Burč univerziteta, str. 579.

realizovane sume naplati prije ostalih povjerilaca, ako potraživanje ostane iz bilo kojih razloga nenaplaćeno, nezavisno od toga da li je predmet zaloge pokretna ili nepokretna stvar. Prema zakonu o stvarnim pravima predmet zaloge mogu biti pokretne stvari, nepokretne stvari i određena prava. U zapadnoevropskim zemljama ekonomski aranžmani se pretežno zasnivaju kroz određena prava odnosno zakonski je regulisano koja prava mogu biti predmet zaloge.

Kada je riječ o založnom pravu postoje izvjesni principi ili načela koja su zajednička za sve oblike zaloge, a prije svega to su:²⁵¹ načelo akcesornosti, načelo oficijelnosti, načelo specijalnosti, načelo nedjeljivosti, načelo prioriteta i načelo publiciteta.

Načelo akcesornosti jasno naglašava da je cilj obezbeđenje namirenja povjeriočeve tražbine i to upravo iz predmeta zaloge i to bez obzira na ostalu dužnikovu imovinu iz koje se on može namiriti. Ovo načelo dozvoljava određene izuzetke da se zaloge može dati kako kao buduća tako i uslovna obaveza. Odstupanje od načela akcesornosti evidentno je u slučaju zastarjelosti i potraživanja. Primjera radi, nastupanjem roka zastarjelosti prema opštim pravlima, povjerilac se ne može namiriti iz imovinske mase dužnika prinudnim putem, ali ukoliko je potraživanje obezbijeđeno ručnom zalogom ili hipotekom, tada se povjerilac može namiriti iz vrijednosti založene stvari, ako istu drži u posjedu i ako je njegovo pravo upisano u javne knjige. Ukoliko se desi da založno pravo koje služi za obezbijeđenje potraživanja iz ništavog pravnog posla, tada se ono ne može ostvariti. Uspostavljeno založno pravo prestaje: prestankom obaveze, prenosom osiguranog potraživanja, istekom roka, ispunjavanjem raskidnog uslova, odricanjem, propašću založene stvari.

Načelo oficijelnosti ne daje potpunu slobodu založnom povjeriocu da on može sam namiriti svoje potraživanje iz založene stvari ili prava. Ovo načelo upravo usmjerava založnog povjerioca na koji način može

²⁵¹ J. Stojanović (2014): *Zasnivanje založnog prava na pokretnim stvarima (ručna zaloge) u BiH*, Zbornik radova „Javni i privatni aspekti nužnih pravnih reformi u BiH: Koliko daleko možemo ići?“, Međunarodna naučna konferencija 13-14. decembar 2013., Pravni fakultet Univerziteta u Tuzli i Centar za društvena istraživanja Internacionalnog Burč univerziteta, str. 582-583.

namiriti svoje potraživanje. Kada dužnik ne isplati dug u roku dospelosti, tada založni povjerilac može zahtijevati od suda odluku da stvar proda na javnoj prodaji ili po tekućoj cijeni ako stvar ima berzansku ili tržišnu cijenu. Ovo načelo štiti interese dužnika od prodaje, čak i kada založni povjerilac stvar ima u svojini, a to iz razloga da založni povjerilac ne proda založenu stvar u bescijenje ispod tržišne vrijednosti ili pak izigravanjem simulativnim cijenama. Što se tiče ugovornih odredaba o zalozi, o sticanju prava vlasništva na stvari ili da će se od strane povjerioca prodati založena stvar po unaprijed utvrđenoj cijeni ako njegovo potraživanje ne bude namireno po dospelosti, takva ugovorna odredba je ništavna. Može se desiti da su se zalagodavac i zalogoprimac sporazumjeli da zalogoprimac radi namirenja tražbine može prodati stvar po određenoj cijeni ili je po toj cijeni može zadržati za sebe (*datio in solutum*), ali je to supronto načelu jednake vrijednosti davanja i u takvom slučaju oštećena strana može pobijati takve klauzule navedene u ugovoru i to zbog zelenaštva. Kada se radi o našem pravnom sistemu neprimjenjiva je *le commisoria* što znači, neodopuštene su ugovorne odredbe da u slučaju neizmirenja dugovanja o roku dospelosti od strane založnog dužnika da založena stvar može preći u svojinu založnog povjerioca.²⁵²

Načelo specijalnosti je karakteristično što upućuje na dva pravila u primjeni i to:

- a) Založno pravo se može zasnovati samo na određenoj pokretnoj i nepokretnoj stvari, ali ne može se zasnovati hipoteka na cijeloj imovini zalagodavca i
- b) Založnim pravom se osigurava određeno potraživanje.

Načelo nedjeljivosti, takođe, karakterišu dva pravila, i to:

- a) Zaloga se zasniva radi osiguranja potraživanja u cjelini.
- b) Predmet založnog prava je cijela stvar i ono je izričito propisano za hipoteku.

²⁵² J. Stojanović (2014): *Zasnivanje založnog prava na pokretnim stvarima (ručna zaloga) u BiH*, Zbornik radova „Javni i privatni aspekti nužnih pravnih reformi u BiH: Koliko daleko možemo ići?“, Međunarodna naučna konferencija, Pravni fakultet Univerziteta u Tuzli i Centar za društvena istraživanja Internacionalnog Burč univerziteta, str. 582.

Kada su u pitanju prava založnog povjerioca, neophodno je naglasiti da založni povjerilac zadržava založno pravo na stvar u cjelini bez obzira što je založni dužnik jednim dijelom izmirio obavezu. Dakle, založno pravo ne prestaje dok postoji i najmanji dio potraživanja. Ukoliko se desi da je hipoteka uknjižena na više zemljišno-knjižnih tijela ona ostaje sve do isplate posljednje rate duga. Može se desiti da nastupi dioba, i tada založno pravo ostaje i opterećuje sve dijelove stvari. Takođe, nema smetnji da suvlasnik hipotekarno založi svoj suvlasnički dio zbog toga što ga zakon ovlašćuje da njime raspolaže bez saglasnosti ostalih suvlasnika.

Načelo potpunosti i pouzdanosti primijenjeno je kada je založno pravo upisano u javne knjige i kada su navedeni: osnov, po pravilu tačan iznos, a ako je to moguće odrediti i maksimalan iznos i glavnica sa ugovorenim kamatama. Ovo načelo je daleko izraženije kod zasnivanja hipoteke, nego kod založnog prava na pokretnim stvarima.

Založno pravo, kao i akcesorno pravo, zavisi od postojanja i punovažnosti glavnog ugovora čijem obezbjeđenju služi.

U BiH založno pravo²⁵³ kada su u pitanju pokretne stvari zakonski je definisano da se zalog na pokretnim stvarima registruje u registru, da se mora sačiniti u formi notarske isprave, kao i da pokretna stvar prelazi u posjed založnog povjerioca. Kada je riječ o nepokretnim stvarima zakon ih definiše kao hipoteku.

11.11.1. Ručna zaloga

Založno pravo zapravo je regulisano Zakonom o obligacionim odnosima. Sa pravnog aspekta, ručna zaloga je obezbjeđenje jednog obligacionog prava stvarnim pravom odnosno koje se ne može konstituisati samostlno već mu uvijek prethodni neki obligacioni odnos.

Založnim ugovorom se zalagodavac obavezuje prema povjeriocu da mu pruži obezbjeđenje za njegovo potraživanje, na takav način što će

²⁵³ Član 139. do 185. *Zakona o stvarnim pravima Republike Srpske* ("Službeni glasnik Republike Srpske", br. 124/2008, 3/2009 - ispr., 58/2009, 95/2011, 60/2015, 18/2016 - odluka Ustavnog Suda i 107/2019) i *Zakona o stvarnim pravima* („Službene novine FBiH", br. 66/2013, 100/2013 i 32/2019 - odluka US)

upisati u registar založno pravo. Upis u registar može tražiti ili povjerilac ili zalagodavac. Ukoliko traži povjerilac za upis u registar potrebna je saglasnost zalagodavca.

Specifičnost ručne zaloge je u tome što zalagodavac u većini slučajeva predaje založenu stvar u ruke založnom povjeriocu za obezbjeđenje njegove tražbine. Osnov za način sticanja založnog prava na pokretnim stvarima je ugovor. Takav ugovor je konsenzualan i naplatan, a nastaje saglasnošću volja ugovornih strana o bitnim elementima. Pored postojanja ugovora, potrebna je i predaja stvari. Ugovor predstavlja pravnu osnovu, a način sticanja je predaja pokretne stvari. Ukoliko ne dođe do dobrovoljne predaje stvari, predaja može biti izvršena i prisilno.

Najbitnije je da založena stvar ima prometnu vrijednost, da bi se postigao poslovni cilj (kauza), to jest svrha založnog prava, u protivnom založni povjerilac ne bi mogao realizovati svoje potraživanje. Onda je sasvim razumljivo da predmeti koji imaju tzv. afekcionu vrijednost ne bi mogli biti objekt zaloge. Dakle, neophodno je odrediti osnovnu funkciju zaloge, te kada se ona odredi, onda je lako odrediti i koji objekti mogu izvršiti ovu funkciju. Pošto je ključna funkcija dobijanje namirenja založnih povjerilaca, logično je da se dobra koja povjeriocu ne obezbeđuju namirenje isključuju iz predmeta založnog prava.

Vrlo važna karakteristika založnog prava je što nije neophodno da je pokretna stvar predata u zalog zalogoprimcu, već je dovoljno da se ona ne nalazi više u rukama zalagodavca.

Predaja može biti faktična ili fiktivna, a ponekad se zaloga može steći i na osnovu zaključenja ugovora. U ulozi zalagodavca se može pojaviti ne samo dužnik iz osnovnog ugovora, nego i treće lice koje zalaže svoju stvar za obezbjeđenje tuđeg duga. U ovom slučaju, povjerilac se nalazi u dva paralelna i međusobno različita pravna odnosa (jedan je realan, a drugi sa ličnim dužnikom). Predmet ručne zaloge može biti svaka pokretna stvar koja se nalazi u prometu, bez obzira na to da li je individualno određena i nepotrošna ili je potrošna i zamenljiva.

Na osnovu prethodno navedenog, ručna zaloga je stvarnopravno obezbeđenje kod koga založni povjerilac stiče pravo da se iz založene

stvari namiri prije svih ostalih povjerilaca, ako mu potraživanje ne bude isplaćeno o njegovoj dospelosti. Založni povjerilac je dužan da založenu stvar čuva i po namirenju potraživanja preda i neoštećenu vrati zalagodavcu.

Prema tome, zaključenjem ugovora o zalozi ne nastaje stvarno pravo, nego samo potraživanje založnog povjerioca prema založnom dužniku da mu stvar preda u zalogu. Dakle, za konstituisanje ručne zaloge nije dovoljno za zaključenje ugovora, već i predaja stvari koja čini predmet ugovora o zalozi.

Založno pravo je jedno od prava koje se često u praksi privrednog poslovanja primjenjuje u sferi ekonomije prilikom zasnivanja finansijskih aranžmana u postupcima investiranja. Najčešće na relaciji privrednik-banka. Možemo navesti primjer bankarskih kredita. Banke često daju kredite na osnovu sigurnih budućih potraživanja. Na primjer, daju kredite za pripremu proizvodnje za izvoz ili za samo kreditiranje izvoza uz zalog budućih potraživanja koja iz tog kredita nastaju odnosno koja su tim kreditima podržana. O takvim poduhvatima se mora sačiniti ugovor sa bankom. Banka najčešće, kao osnovni dokument na osnovu koga odobrava kredit, traži ugovor sa stranim kupcem robe da bi provjerila vjerodostojnost potraživanja ili da bi odobrila kredit izvozniku banka traži od njega cesiju njegovih budućih deviznih potraživanja na banku.

11.11.2. Hipoteka

Hipoteka je založno pravo na nepokretnosti koje ovlašćuje povjerioca da se može naplatiti iz opterećene nepokretnosti prinudnom prodajom, ako dužnik ne izmiri svoje dospjele novčane obaveze. Ugovorom o davanju u zalog²⁵⁴, odnosno ugovorom o hipoteci, dužnik ili treće lice (zalagodavac) obavezuje se da će, radi osnivanja založnog prava, predati povjeriocu određenu pokretnu stvar u zalog, ili će mu

²⁵⁴ Član 147. *Zakona o stvarnim pravima Republike Srpske* ("Službeni glasnik Republike Srpske", br. 124/2008, 3/2009 - ispr., 58/2009, 95/2011, 60/2015, 18/2016 - odluka Ustavnog Suda i 107/2019) i *Zakona o stvarnim pravima* („Službene novine FBiH", br. 66/2013, 100/2013 i 32/2019 - odluka US)

dopustiti da svoje založno pravo upiše u javni registar kao teret određene stvari, ili će mu prenijeti neko pravo radi osiguranja. Druga strana se pri tome obavezuje da će čuvati pokretni zalog i čim njegovo potraživanje prestane, vratiti ga zalagodavcu, ili će učiniti što je potrebno da bi se izbrisalo založno pravo iz javnog registra, ili će mu ponovo prenijeti pravo.

Kod hipoteke, povjerilac ima pravo na namirenje svog potraživanja iz vrijednosti založene nepokretnosti prije povjerilaca koji na njoj nemaju hipoteku, kao i prije povjerilaca koji su hipoteku stekli posle njega, bez obzira na promjenu vlasnika opterećene nepokretnosti.

Hipoteka je u pravnom prometu jedini način zalaganja, koji se stiče upisom u javne knjige, s tim što opterećena nepokretnost ostaje u državini dužnika. Za dužnika je sa ekonomskog aspekta najpovoljniji način da dođe do potrebnih sredstava (kredita), jer su kamate povoljnije i duži rokovi otplate kredita, dok za povjerioca hipoteka pruža viši stepen sigurnosti da će dug biti vraćen samom činjenicom da je založena vrijednost nepokretnosti višestruko veća od kreditnog iznosa i pripadajućih kamata. Uslov postojanja hipoteke jeste postojanje određenog potraživanja. Ako je potraživanje iz bilo kog razloga ništavo ili je u međuvremenu prestalo da postoji, prestaje i hipoteka kao akcesorno pravo. Karakteriše je i to što hipotekar mora biti povjerilac obezbjeđenog potraživanja odnosno, mora postojati identitet između hipotekarnog povjerioca i povjerioca potraživanja koje je obezbjeđeno hipotekom. Nasuprot tome, na dužnickoj strani ne mora da postoji ovakav identitet.

U poslovnoj i bankarskoj praksi internacionalnih razmjera, hipoteka se koristi za obezbjeđenje vraćanja dugoročnog ili srednjoročnog kredita koji se pretežno odobrava za finansiranje izgradnje krupnih investicionih objekata ili izvođenje investicionih radova u inostranstvu.

Hipoteka se može prenositi pravnim poslom tzv. cesijom potraživanja. Sama za sebe hipoteka se ne može prenositi. Isto tako se ne može prenositi ni potraživanje bez istovremenog prijenosa hipoteke.

Dakle, predmet hipoteke je nepokretna stvar, koja se može odnositi na cijelu nepokretnost, njene satavne dijelove i pripatke, kao što

je zemljište (poljoprivredno, građevinsko ili šumsko zemljište) i građevinski objekti (stanovi, zgrade, kuće, vikendice, poslovni prostor, garaža). Hipoteka nastaje upisom u nadležni registar nepokretnosti.

Prema vrsti hipoteke mogu se klasifikovati kao:

- ugovorna hipoteka je ugovor sklopljen između vlasnika nepokretnosti i povjerioca, kojim se vlasnik nepokretnosti obavezuje prema povjeriocu ako dug o dospelosti ne izmiri, povjerilac je obezbijeđen, jer će potraživanje naplati iz vrijednosti te nepokretnosti u skladu sa zakonskom regulativom;
- jednostrana hipoteka nastaje po osnovu založne izjave sačinjene od strane vlasnika, kojom se on obavezuje da ukoliko ne izmiri prispjeli dug povjerilac je obezbijeđen i može potraživanja naplatiti iz vrijednosti te nepokretnosti u skladu sa zakonom, a upis hipoteke na osnovu založne izjave vrši se na zahtjev vlasnika ili povjerioca;
- zakonska hipoteka koja ima prvenstvo u naplati i nastaje na osnovu zakona po kojem nadležni organ uprave zadužen za poreze upisuje hipoteku na nepokretnosti zbog poreskih dugovanja,
- sudska hipoteka nastaje uvijek kada neko podnese zahtjev za prinudno izvršenje i sud će staviti hipoteku na nepokretnosti koje su predmet izvršnog postupka (upis nije neophodan alise ipak vrši zbog javnosti).

Hipoteka se svrstava u grupu sigurnijih vidova obezbjeđenja u međunarodnom prometu, ali ta sigurnost može biti i relativna. Prije svega, zato što mogu nastati nepredviđene elementarne okolnosti i predmet može propasti u cjelosti ili djelimično tako da vrijednost predmeta hipoteke nije dovoljna da bi se njenom prodajom mogao u cjelini namiriti povjerilac.

U poslovnoj praksi se iz tih razloga predviđa obaveza hipotekarnog dužnika da predmet hipoteke osigura i da polisu osiguranja vinkulira na hipotekarnog povjerioca. Tada osigurana suma stupa na mjesto ranijeg predmeta hipoteke (tzv. realna subrogacija)²⁵⁵ ili se može

²⁵⁵ Realna subrogacija postoji kad dužnik umjesto dužne radnje ispunjava obavezu istom povjeriocu nekom drugom radnjom. Može biti i personalna kad neko treći ispuni

desiti da predmet hipoteke nije podoban za prodaju. Inače, i kod ručne zaloge, kao i kod hipoteke, zabranjene su ugovorne klauzule po kojima bi založni povjerilac stekao svojinu na založenoj stvari ukoliko dužnik ne izmiri svoj dug koji je na ovakav način obezbijeđen.

Kad prestaje hipoteka? Odgovor je da hipoteka može prestati na više načina i to:

- kad dužnik isplati potraživanje obezbijeđeno hipotekom,
- kad se hipotekarni povjerilac odrekne hipoteke pismenom izjavom datom kod nadležnog državnog organa koji vodi javne knjige od potraživanja koje je obezbijeđeno na ovakav način, s tim da odricanje od hipoteke nema uticaja na dalje postojanje potraživanja (ono ostaje i dalje neizmireno),
- kad isto lice postane nosilac prava svojine i nosilac hipoteke na istoj nepokretnosti i
- hipoteka prestaje u svim onim slučajevima kad nepokretnost opterećena hipotekom propadne a ne bude obnovljena. Ako je slučaj da je takva hipoteka osigurana tada suma osiguranja stupa na mjesto propale nepokretnosti, tj. dolazi do realne subrogacije ili isplate duga trećeg lica.

povjeriocu dužnikov dug, čime njegovo potraživanje prelazi na ispunitelja (solvensa). Prelaz potraživanja može nastupiti ugovorom ili na osnovu samog zakona, a u oba slučaja predstavlja oblik promjene povjerilaca.

PREGLED POGLAVLJA

RIZICI U SPOLJNOJ TRGOVINI

- 3) Vrste rizika
- 4) Operativni rizik
- 5) Tržišni rizik
- 6) Transitni rizik
- 7) Rizik kamatne stope i deviznog kursa
- 8) Rizik zemlje
- 9) Zaštita od rizika

CILJEVI UČENJA

- Definišite rizik u spoljnotrgovinskom poslovanju
- Navedite vrste rizika u spoljnotrgovinskom poslovanju
- U čemu je suština operativnog rizika i navedite njegove najčešće propuste
- Navedite koje rizike uključuje opšti koncept tržišnog rizika
- Objasnite tranzitni/transportni rizik
- Objasnite rizik promjene kamatne stope
- Koje su posljedice promjena kursnog rizika
- Objasnite rizik zemlje
- Navedite kako se subjekti spoljnotrgovinskog poslovanja mogu zaštititi od rizika

12. RIZICI U SPOLJNOJ TRGOVINI

Poslovi međunarodne robne razmjene nose sa sobom određene predviđene rizike, koji se mogu definisati, ali i rizike koji mogu nastati usled nepredviđenih okolnosti. Tokom izvršavanja spoljnotrgovinskih poslova moguće je nastupanje nepredvidivih događaja koji mogu direktno uticati na očekivani poslovni rezultat ili da se posao uopšte ne realizuje, što nanosi štetu jednoj ili objema stranama ili nisu posljedica volje učesnika ugovorenog spoljnotrgovinskog posla. S obzirom da predmet kupoprodaje u poslovima spoljne trgovine prelazi jedanu ili više teritorija (od izvoznika do uvoznika tj. potrošača), da u izvršenju spoljnotrgovinskog posla učestvuje veliki broj lica u cilju realizacije tog posla, kao i da uvijek postoji izvjesna doza neizvjesnosti, kao i da je ključni problem u sagledavanju mogućih rizika (predviđanju), upućuje na složenost ovoga posla i neophodnost odgovornom postupanju, uz što je moguće više definisati rizike, kako bi se rizici u spoljnoj trgovini izbjegli ili sveli na minimum.

Dakle, rizici u spoljnoj trgovini mogli bi se definisati kao preteća mogućnost nastupanja vrememenski i prostorno nepredvidivih događaja nastalih usljed subjektivnih ili objektivnih okolnosti zbog kojih kao posljedica može nastati šteta. Učesnici u spoljnotrgovinskom poslu treba da uobzire i realno sagledaju sve moguće rizike (uzroke i posljedice), kako bi eventualna šteta bila spriječena ili sanirana, a moguće je štetu spriječiti ili sanirati odgovarajućim instrumentima i načinima osiguranja.

Najčešći predmet osiguranja jesu novčana potraživanja prodavaca od domaćih i stranih kupaca, nastala na osnovu isporučene robe ili izvršenih usluga kupcima, a koja su nastala i prijavljena u periodu važenja ugovora o osiguranju i za koja je osiguranik (prodavac) ispostavio fakture kupcima sa odloženim rokom plaćanja.

Sa jedne strane, postoji različita praksa, u zavisnosti od ponude osiguravajućih društava, ono što je najčešće pokriveno polisom osiguranog potraživanja, jeste iznos koji kupac duguje prodavcu, iznos zateznih troškova nabavke, kao i troškova koji padaju na teret prodavca

(pokušaj naplate naknade iz osiguranja, povraćaja robe ili pokušaja prodaje povraćene robe). Na drugoj strani, nalazi se, ono što najčešće nije pokriveno polisom: kamata ili dodatni troškovi za kašnjenja u plaćanju, plaćanje za robu unaprijed, ugovorene ili sudski dodijeljene penale, fakture koje su predmet osporavanja ili reklamacija zbog skrivenih mana, zatim fakture za robu za koju je kupac prijavio da sadrži nedostatke i drugi slični troškovi.

Kada je govorimo o rizicima koji su najčešće obuhvaćeni polisama osiguravajućeg društva, neizostavni su komercijalni rizici, koji obuhvataju rizik insolventnosti kupca (stečaj i bankrotstvo) i rizik produženog neplaćanja duga (odloženo plaćanje). Pored komercijalnih rizika, ponudu osiguravajućih društava čine nekomercijalni rizici, koji obuhvataju političke događaje, ratno stanje, moratorijume, zabrane transfera, nemogućnost konverzije valuta i druge posebno određene okolnosti.

12.1. Pojam rizika

Pojam rizika ima mnoštvo definicija i u literaturi za rizik ne postoji jedinstvena definicija rizika, već svaki autor u zavisnosti od djelatnosti ili okolnosti daje njegovo pojmveno definisanje. Bez obzira na brojnost pojmovnog određenja, u suštini, za rizik se jednostavno može reći da je to mogućnost da se dogodi nešto loše. Zbog toga se u poslovanju unutar i van granica zemlje nastoji unaprijediti poslovanje, kako bi se zaštitili od rizika ili štete, kroz različite vidove osiguranja rizika. To nije novina, već tekovina koja se sa razvojem društva i civilizacije uporedo razvijala.²⁵⁶ Novonastale rizike istovremeno prate i novi oblici osiguranja.

²⁵⁶ Prvi pisani tragovi o osiguranju mogu se naći u Hamurabijevom zakoniku, u kojem je poput uredbe, bila definisana obaveza nadoknade štete u slučaju pljačke. U starom Rimu djelovala su udrženja koja su se bavila obezbjeđenjem imovine i ona koja su bila orijentisna na isplatu novčane sume u slučaju smrti. Savremeni načini poslovanja uvažava, davnošnju izreku rimskog državnika Cicerona, da novcem valja vladati a ne služiti mu.

Rizik podrazumijeva neizvjesnost efekata ili implikacija za preduzete aktivnosti, u odnosu na nešto što je vrijedno i što ljudi cijene (poput zdravlja, dobrobiti, imovine, okoline, bogastva..), i donosi neželjene ili negativne posljedice. U praktičnom smislu, potrebno je razumijevanje rizika, opisivanje rizika, procjenjivanje i upravljanje rizikom. Tako na primjer ISO 31000, međunarodni standard za upravljanje rizicima ističe principe i generalne smjernice za upravljanje rizicima sa kojima se organizacije suočavaju. Standardno međunarodno definisanje rizika podrazumijeva pod rizikom “učinak neizvjesnosti na ciljeve” bilo da je riječ o ekonomiji, zdravstvu, informacionim tehnologijama, bezbjednosti, životnoj okolini ili nekoj drugoj oblasti za koju se primjenjuje. Ilustrativno se može prikazati na sljedeći način:

Slika 21: Ilustrativno definisanje rizika



Postoji jedno pravilo, koje je ustanovila međunarodna praksa, da se svi rizici ne mogu otkloniti ugovorom i osiguranjem.²⁵⁷ Iz tih razloga, treba razgraničiti uobičajene poslovne rizike od trgovačkih rizika, kao i njihovu učestalost i realno sagledati (kalkulativno obuhvatiti) poziciju

²⁵⁷ M. Tešić, cit.djelo, str.187.

prije preduzimanja bilo kakve zaštite od njega. Najčešći rizici koji se javljaju u spoljnotrgovinskom poslovanju preduzeća su:²⁵⁸

- operativni rizik,
- tržišni,
- transportni rizik,
- rizik naplate, uključiv i kreditni rizik,
- rizik kamatne stope i deviznog kursa,
- rizik zemlje,
- rizik više sile.

Rizik se posmatrao kao negativna pojava, a najčešće se vezivao za bankarski sektor i sektor osiguranja. Danas to nije slučaj, jer se posmatra kao situacija ili događaj koji se može reflektovati na realizaciju određenog poslovnog cilja, te direktno uticati na ostvarivanje očekivanog poslovnog rezultata. Zbog toga, svi akteri, u obavljanju svoje djelatnosti i u međunarodnoj razmjeni, bez obzira na svoju veličinu, uključuju postojanje rizika tokom obavljanja svojih aktivnosti. Svaka organizacija može upravljati rizicima tako što ih prvenstveno identifikuje, analizira, prati i donosi odluke kako postupati sa njima. Iako je savremeni aspekt orijentisan ka upravljanju rizicima, vrlo teško je “izmjeriti” rizik, ali bez obzira na njegovu “nemjerljivost” može se uticati da se potencijalni gubitak svede na što je moguće manju mjeru ili pak izbjegne. Stepennizvjesnosti zavisi od količine raspoloživih informacija odnosno srazmjerno se smanjuje.

Rizik je satavni dio života, jer u savremenom načinu života svaka ljudska aktivnost praćena je rizikom.

²⁵⁸ M. Unković, B. Stakić, *cit.djelo*, str. 246.

12.2. Vrste rizika

Rizici se mogu posmatrati sa više aspekata u zavisnosti da li se radi o unutrašnjem ili međunarodnom tržištu. Oni postoje na svim tržištima, bez obzira na njegov karakter, prilikom obavljanja poslovnih aktivnosti. Najčešće se posmatraju kao predviđeni ili objektivni i nepredviđeni rizici.

Rizici kod kojih je moguće utvrditi njihovu vjerovatnost nastupa i visinu štete nazivaju se *prenosivi ili pretežno prenosivi rizici*. Negativan efekat ovih rizika moguće je ublažiti ili izbjeći putem osiguranja kod osiguravajućih kuća (ugovora o osiguranju), uplatom premije za obuhvaćene rizike i izdavanjem polise osiguraniku, kojom se osiguravač obavezuje nadoknaditi štetu ukoliko nastanu osigurani rizici naznačeni u polisi. Najčešće se u ove rizike ubrajaju: rizik izvoznog kredita, valutni rizici – kursni rizici ili rizik vrijednosti valute, transportni rizici, politički rizici, ratni rizici i djelimično rizik cijene.

Rizici kod kojih nije moguće odrediti njihovu vjerovatnost nastupa, tako ni visinu štete, nazivaju se *neprenosivi ili pretežno neprenosivi rizici*. Kod ove vrste rizika ne postoji mogućnost prenošenja na osiguravaoca ili neku drugu organizaciju, već učesnik spoljnotrgovinskog posla sam treba da se pobrine da spriječi ili ublaži negativne efekte sprovođenjem odgovarajuće politike rizika (upravljanje rizikom). U ove rizike ubrajaju se: rizik cijene pri izvozu ili pri uvozu, rizik ispunjenja kupoprodajnog ugovora ili rizik preuzimanja (isporuke robe), rizik izgleda i kvaliteta robe na putu i u skladištu, rizik smanjenja vrijednosti robe pod uticajem tržišnih okolnosti, i tome slično.

Poznati teoretičar rizika, Jack Clark Fransis, rizike je podijelio, bez obzira na oblast njihovog nastanka, na sljedeće rizike:²⁵⁹

- kamatni rizik (*interest rate risk*)
- rizik kupovne snage (*purchasing power risk*)

²⁵⁹ Fransis, J. C., (1993): *Investment: Analysis and Management*, 3rd edition, Mc Graw-Hill Book Co., New York

- tržišni rizik (*market risk*)
- rizik utrivosti (*marketability risk*)
- rizik neizmirenja obaveza (*default risk*)
- rizik opoziva (*callability risk*)
- upravljački rizik (*management risk*)
- rizik konvertibilnosti (*convertibility risk*)
- ostali rizici (*others risks*).

Prilikom izvršavanja spoljnotrgovinskog posla, robnog ili finansijskog dijela, mogu nastati nepredviđene okolnosti, situacije ili događaji od uticaja na postizanje poslovnih rezultata, nanoseći štetu ili kupcu ili prodavcu ili obojici zajedno. Zbog toga je uobičajena sljedeća osnovna podjela poslovnih rizika na:

- 1) robne rizike i
- 2) finansijske rizike.

Robni rizici obuhvataju sve situacije ili događaje koji na bilo koji način mogu uticati na odstupanje od ugovorenog posla (klauzula) a koji se odnose na robu tj. predmet kupoprodaje. Uzroci pojave rizika su mnogobrojni i raznovrsni, kako po karakteru djelovanja, po uslovima u kojima su nastali, tako i po obimu štete koju mogu prouzrokovati. Najčešće se pojavljuju kod isporuka robe nezadovoljavajućeg kvaliteta, količine i sl.; zatim odstupanja od ugovorenih obaveza u skladu sa klauzulama (kao što su: kašnjenje, ne isporučivanje robe ili odbijanje preuzimanja isporučene robe); rizik djelimičnog ili totalnog uništenja robe toku transporta; rizik plasmana robe namijenjene izvozu ili rizik nabavke za uvoz sirovina ili drugih proizvoda iz inostranstva i sl.

Robni rizici se mogu podijeliti na sljedeće kategorije: a) rizik vrste, kvaliteta i količine robe; b) tržišni rizik nabavke i prodaje; c) rizik izvršenja ugovora o kupoprodaji i d) transportni rizik.

- a) *Rizik vrste, kvaliteta i količine robe* može nastati u toku transporta robe, uskladištenja i drugih manipulacija s robom nauštrb kvaliteta robe (sižen kvalitet robe ili gubitak količine) od mjesta

polazišta do mjesta odredišta. To je slučaj kod onih vrsta roba podložnih klimatskim i temperaturnim promjenama (lako kvarljive robe ili robe koja može da izgubi svoje kvalitativne karakteristike), oštećenja pri transportu ili skladišnim manipulacijama robom (rasipanje, curenje, lom i sl.). Ovaj rizik posebno pogađa robe sezonskog karaktera ili robe prigodne potrošnje (modni artikli za pojedina godišnja doba, artikli za božićne, novogodišnje i uskršnje praznike i sl.) pri čemu ključnu ulogu za plasman ovih roba igra ukus potrošača i modni trendovi. Uvoznik robe (kupac) očekuje da izvoznik robe (prodavac) isporuku obavi prema ugovorenoj vrsti, količini, kvalitetu, izgledu, standardu, recepturi i ugovoreno vrijeme i na ugovoreno mjesto isporuke. Ukoliko izvoznik ugovorene obaveze ne ispoštuje snosi rizik da roba izgubi na kvalitetu, količini i sl., te dovodi do smanjenja cijene ili pak odbijanja isporuke robe zbog odstupanja od ugovorenih uslova isporuke, što nanosi štetu izvozniku ne samo u finasijskom smislu nego narušava ugled izvoznika na inostranom tržištu. Uz to uvoznik može zahtijevati i nadoknadu štete za izgublenu dobit, narušavanje njegovog ugleda ili gubitka njegovih kupaca. Protiv rizika vrste, kvaliteta i količine robe prodavac (izvoznik) može se osigurati na neki od sljedećih načina:

- da precizno dogovori sve pojedinosti koje se odnose na vrstu, kvalitet i količinu robe, kao i prevozno sredstvo, način skladištenja, rok dopreme robe do kupca i način kvantitativnog i kvalitativnog preuzimanja robe,
- da obezbijedi sva odgovarajuća uvjerenja prije otpremanja robe kupcu (sanitarna, fitosanitarana, veterinarska),
- da blagovremeno ugovori odgovarajuće transportno sredstvo za prevoz takve robe,
- da obezbijedi usluge ovlašćenih institucija ili organizacija po pitanju količine, kvaliteta i drugih karakteristika robe koja je predmet ugovora,
- da ugovori skladištenje i manipulisanje robom na odgovarajući i stručan (brižan) način i tokom transporta i u skladištu, i

- da dobro poznaje tržište kako bi dinamiku proizvodnje uskladio sa zahtjevima tržišta.

Ukoliko je izvoznik posrednik spoljnotrgovinskog posla on može sve rizike da prebaci na svog komitenta, ukoliko ih sam nije prouzrokovao, te da ostvari premiju.

- b) *Tržišni rizik nabavke i prodaje* u spoljnotrgovinskom poslu odnosno uvozu i izvozu nastaje kao posljedica subjektivnih i objektivnih okolnosti na tržištu, koje djelimično ili u potpunosti koče planirani uvoz ili izvoz. Subjektivne okolnosti su rezultat slabosti firmi u pogledu nedovoljno stručnog osoblja koje priprema i izvršava poslove izvoza i uvoza (interni uticaji), dok se objektivne okolnosti rezultat spoljašnjih uticaja koje firma ne može da utiče (regionalno usmjeravanje izvoza i uvoza, devizna ograničenja, privremeni ili dugotrajni moratorijum plaćanja prema inostranstvu i druge sistemske mjere državnih organa kojima se reguliše robni i platni promet sa inostranstvom). Protiv ovog rizika izvoznik se može osigurati informisanjem i detaljnim istraživanjem tržišta o stvarnom stanju na određenom tržištu, jačanjem konkurentske sposobnosti, unapređenjem prodaje, poboljšanim kvalitetom i sl. Uvoznik nabavke (kupac) se najbolje osigurava ukoliko blagovremeno obezbijedi stalne izvore snabdijevanja (sirovine, repromaterijal, opremu...) i ako unaprijed ugovori nabavku potrebnih količina sa odgovarajućim cijenama za nesmetano odvijanje proizvodnje.
- c) *Rizik izvršenja ugovora o kupoprodaji* nastaje kada jedana od ugovorenih strana ne izvršava dospjele ugovorene obaveze, čime direktno nanosi štetu drugoj strani. Najčešće se rizik pojavljuje u dva slučaja i to: slučaj kada prodavac ne isporuči ugovorenu robu ili ne izvrši ugovorenu uslugu i slučaj kada kupac odbija da preuzme isporuku ili uskraćuje isplatu primljene robe. Prodavac se osigurava od ovog rizika tako što prije sklapanja ugovora provjerava bonitet kupca, ugovorom tačno odredi momenat prelaska rizika i plaćanja robe, zatraži od kupca bankarsku garanciju ili pak ugovori preuzimanje robe iz svog skladišta. Kupac se od rizika izvršenja ugovora o kupoprodaji odnosno

isporuke osigurava tako što ispita solidnost poslovanja inostranog dobavljača, ugovori penale za kašnjenja u isporuci ili neizvršenje isporuke ili ugovornom klauzulom zahtijeva bankarsku garanciju za uredno izvršenje posla. Naravno da u takvim okolnostima, obje strane (i kupac i prodavac), moraju računati na dodatne troškove za sve dodatne mjere osiguranja rizika (posebno bankarske garancije) koje poskupljuju spoljnotrgovinsku poslovnu transakciju.

- d) *Transportni rizici* predstavljaju opasnosti koje se mogu dogoditi na putu transportovanja robe od mjesta prodavca do određiškog mjesta (kupca) i mogućih djelimičnih ili potpunih šteta koje mogu nastati na robi tokom prevoza. Ova vrsta rizika, dok je roba na transportnom putu bez nadzora kupca i prodavca, je posebno naglašena.

Transportni rizici se najčešće dijele na:

- osnovne transportne rizike, kao što su: opasnost od saobraćajnih nesreća, elementarne nepogode, zaleđivanje kanala, rijeka, jezera i mora, zemljotres, požar i eksplozija u prevoznom sredstvu i sl., kao i neisporuka pošiljke;
- dopunske transportne rizike, koji se odnose na svojstvo robe u prevozu i obuhvataju: rasipanje, kvar, lom curenje, vlagu, rđanje, kvarenje robe i sl. štete koje nastaju zbog ambalaže i prirodnih osobina robe ili usled neispravnog ukrcaja, iskrcaja i prekrcanja tereta; i
- ratne i političke rizike koji nastaju zbog neprijateljstva između pojedinih zemalja ili zbog vanrednih stanja u nekoj zemlji.

Protiv transportnih rizika uvoznik i izvoznik se prvenstveno osiguravaju preciznim ugovaranjem transportne klauzule (FOB, FAS, CIF, CIP, EXW i sl.)²⁶⁰ i posebnim ugovaranjem osiguranja od

²⁶⁰ Inkoterms pariteti koji se primjenjuju za sve vrste transporta odnosno pravila Međunarodne trgovinske komore koja određuju koje sve troškove i rizike u vezi sa dopremom robe snosi prodavac, a koje kupac. Na taj način inkoterms pariteti znatno smanjuju mogućnost nesporazuma i komplikacija (sudskih sporova), te je veoma važno njihovo poznavanje. Tako na primjer, oznaka EXW – franko fabrika, kupac preuzima robu u fabrici i sva odgovornost prelazi na njega od momenta preuzimanja, dok prodavac

transportnih rizika kod ovlaštene osiguravajuće kuće. Prema predmetu osiguranja transportno osiguranje može biti: *kasko osiguranje* (osiguranje prevoznih sredstava), *kargo osiguranje* (osiguranje robe), osiguranje vozarine (moguće je u bruto ili neto iznosu) i osiguranje odgovornosti vozača (može biti ugovorno i vanugovorno, ili dobrovoljno i obavezno).

Finansijski rizici su rizici koji se odnose na potencijalnu opasnost od djelimične ili potpune nemogućnosti plaćanja i naplate (likvidacije) ugovorenog spoljnotrgovinskog posla, što za posljedicu ima pogoršanje finansijskog rezultata, koji se može odraziti ne samo na nivou preduzeća, već i van njegovih okvira, odnosno na privredu u cjelini. Motivi kod nastajanja ovih rizika su različiti, te se i njihovo djelovanje razlikuje. Tako na primjer, motiv mogu biti autonomne mjere državnih vlasti, insolventnost dužnika ili države u platnom prometu sa inostranstvom, uticaj tržišnih okolnosti na kretanja odnosa u prometu valuta na svjetskom novčanom i deviznom tržištu i sl. U praksi se uobičajila podjela finansijskih rizika na: a) komercijalne rizike i b) nekomercijalne rizike.

a) *Komercijalni(subjektivni) rizici* proizilaze iz volje dužnika i/ili jemca da ne izvrši plaćanje, zbog otezanja plaćanja i/ili iz nesposobnosti da plati, a uvijek se kao dužnik i/ili jemac pojavljuje preduzeće (raznih oblika vlasništva). Na veličinu ovih rizika utiču mnogobrojni faktori, kao što su: trgovačke navike i bonitet dužnika (njegov poslovni imidž ili ugled) koji se manifestuje u njegovoj moralnoj, intelektualnoj i fizičkoj sposobnosti za obavljanje spoljnotrgovinskih poslova. Na primjer, kod osiguranja izvoznih kredita, na veličinu rizika utiču opšti ekonomski uslovi, tendencije ekonomskih kretanja u zemlji dužnika tokom ugovaranja i trajanja kreditnog posla, kao i pravni sistem i uslovi za naplatu stranog potraživanja u zemlji dužnika.

više nema nikakvih drugih obaveza niti troškova; ili oznaka CIP - vozarina i osiguranje plaćeni do naznačenog mjesta, prodavac snosi sve troškove, uključujući i osiguranje do naznačenog mjesta, a rizik prenosi kada preda robu prevozniku.

b) *Nekomercijalni (objektivni) rizici* podrazumijevaju rizike kod kojih se kao dužnik i/ili jamac pojavljuje država ili neko preduzeće u državnom vlasništvu. Nekomercijalni rizici se ne vezuju za sposobnost u trgovinskom poslovanju. Oni se dijele na: katastrofične i političke rizike.²⁶¹ Razorne prirodne nepogode (tzv. *više sile*) velikih razmjera koje odnose ljudske živote predstavljaju katastrofične rizike, u koje ubrajamo: zemljotrese, pomjeranja ili klizanje tla, uragane, poplave, erupcije vulkana, velike požare, grom i dr. prirodne nepogode.

Politički rizici predstavljaju opasnosti nastale usljed iznenadnih mjera donesenih u zemlji dužnika, kao što je na primjer: zabrana uvoza, platežna nesposobnost zemlje dužnika, otežan transfer plaćanja prema inostranstvu i sl., a koje mogu dovesti do situacije da dužnik (uvoznik) postane nesposoban da izvršava ugovorene obaveze. Takođe, u političke rizike spadaju i slučajni, neočekivani i nepovoljni događaji (rat, pobuna, štrajk, građanski nemiri, revolucija i sl.) koji uvoznika stavlja u poziciju koja onemogućuje izvršavanje plaćanja ugovorenog iznosa. Ove rizike je vrlo teško procijeniti

Prema uzrocima i posljedicama, sa fnansijskog ili novčanog aspekta likvidacije spoljnotrgovinskih poslovnih transakcija, dijele se na sljedeće rizike:

- rizik cijene (promjena cijene predmeta kupoprodaje, bilo na štetu kupca ili na štetu prodavca),
- rizik izvoznog kredita (za izvoznika robe ili usluge na kredit je da kupac neće u ugovorenom roku uz ugovorene uslove platiti isporučenu robu ili izvršenu uslugu),
- rizik konvertovanja,
- rizik transfera,
- kursni rizik,
- valutni rizik,
- politički rizik i dr.

²⁶¹ S. Acin Sigulinski (2002): *Menadžment u međunarodnoj trgovini*, četvrto izmenjeno i dopunjeno izdanje, Pigmalion, Novi Sad, str. 276.

12.3. Operativni rizik

Operativne rizike nije jednostavno identifikovati jer se često prepliću sa ostalim rizicima, te prepoznavanje i upravljanje rizicima predstavlja ključ za stabilno i uspješno poslovanje. Operativni ili poslovni rizik pri obavljanju spoljnotrgovinskog poslovanja je rizik od potencijalnog nastanka negativnih efekata na finansijski rezultat usled internih propusta u radu od strane zaposlenih, neodgovarajućih internih procedura i procesa, neadekvatnog internog upravljanja informacionim i drugim sistemima, te time na neadekvatno odlučivanje i usljed eksternih događaja. Najčešći propusti kod operativnog rizika su:

- rizik lošeg ugovora,
- rizik neisporuke robe ili isporuke robe slabijeg kvaliteta,
- greške menadžmenta koje vode riziku gubitaka, nesolventnosti i nelikvidnosti i
- rizik nepoštovanja zakona i gubljenja poslovnog ugleda.

Prvi korak ka sačinjavanju ugovora jeste pregovaranje i ugovaranje. Zbog toga je važno da se ugovor sačini sa svim bitnim elementima, ravnotežno i u interesu njegovih učesnika odnosno da u pravom smislu riječi bude odraz volje ugovornih strana. U suprotnom, može proizvesti brojne spoljnotrgovinske rizike. Ugovorno preciziranje umanjuje rizik, mogućnost nesporazuma i komplikacija koje se moraju rješavati na sudu.

Neki od važnih faktora koje treba obuhvatati ugovor o međunarodnoj prodaji su: cijena, uslovi isporuke (u vrijeme, na način i na mjesto), opis robe koja se prodaje i plaćanje robe (vrijeme, način i valutu). Značaj ovih uslova ogleda se u tome što oni u sebi sadrže samo osnovne rizike posla za jednu ili drugu stranu ili za obje. Izvoznik koji je pregovarački moćniji, može te rizike da prevali na uvoznika (na primjer, tako što može zatražiti da isplata bude u valuti izvoznika ili čvrstoj svjetskoj valuti, pa čak i prije isporuke robe i da se isporuka desi u izvoznikovom skladištu ili fabrici. S druge strane, uvoznik, u savršenim uslovima, bi radije da plati robu u sopstvenoj valuti, nakon isporuke u

njegove prostorije i nakon što ima priliku da utvrdi da isporuka ispunjava kvalitativne i kvantitativne uslove iz ugovora. Međunarodni ugovori često sadrže i tzv. odredbu više sile (*force majeure*) koja dopušta odstupanje od ugovornih obaveza, djelimično ili u cjelini, ukoliko nastanu događaji kao što su rat, štrajkovi i građanski neredi.

Kupac od prodavca očekuje da dobije ugovorenu količinu robe, u ugovoreno vrijeme i u ugovorenom standardnom kvalitetu. Ukoliko roba nije isporučena na vrijeme ili se uopšte ne isporuči, kupac trpi posljedice. Isto tako, ukoliko kvalitet isporučene robe u potpunosti ne odgovara, roba se vraća isporučiocu ili se traži zamjena, ako to rok isporuke „dozvoljava“ tj. ima vremena ili sa malim zakašnjenjem da se isporuči roba odgovarajućeg kvaliteta. Ovo se može tretirati kao manji problem jer za neznatno lošiji kvalitet (na primjer vlažnost pšenice je malo iznad dozvoljenog) kupac može prihvatiti bez arbitražnog postupka, ali uz određenu bonifikaciju na cijenu isporučene robe. Rizik za isporučioaca može biti da kupac ne prihvata robu koja nije ugovorena i zahtjeva ugovoreni kvalitet, količinu, pakovanje i sl., ili ako je prihvata onada traži određeni popust, što ima štetne posljedice (u slučaju da robu vraća u zemlju, stvara naknadne troškove i gubitke na kvalitetu robe ili ugovoreni posao neće donijeti očekivani prihod nego trošak).

Zadatak menadžmenta jeste da operativno sprovodi sve aktivnosti koje doprinose povećanju prihoda i smanjenju rashoda da ne bi došlo do gubitaka i to je kontinuiran zadatak menadžmenta, kako bi se izbjegao operativni rizik nastanka gubitaka. Preduzeće da bi obezbijedilo svoje postojanje mora da predvidi, izmjeri ili da se osigura od manjih ili većih neizvjesnosti odnosno da predvidi vjerovatnoću ishoda, bez obzira da li je riječ o pozitivnom ili negativnom ishodu.²⁶²Uspešno poslovanje znači da se bori i da preduzima adekvatne mjere u domenu internih nesistemskih rizika, unapređuje djelatnost i misiju, bonitet, imovinsko stanje i provjeravata nivo zaduženosti, stepen likvidnosti. Efikasno upravljanje,

²⁶²I. Banda, A.Bulatović, L.Vučićević (2021): *Finansijsko izvještavanje*, Evropski univerzitet „Kallos“ Tuzla, str.277.

koje se odnosi na uspostavljenu ravnotežu između poslovnih aktivnosti i finansijskih sredstava u svakom trenutku²⁶³ je likvidnost, a solventnost podrazumijeva dugoročnu finansijsku ravnotežu. Preduzeća ili kompanije, koje su nelikvidne, nisu u stanju da ispunjavaju svoje ugovorene i zakonske obaveze, izgubile su bonitet i vrlo brzo mogu nestati sa privredne scene. Usled toga, ono gubi poslovnu reputaciju ili poslovni ugled koji se mnogo teže vraća nego kako je prvobitno stečen (ostvaren prvi put).

12.4. Tržišni rizik

Da bi uspješno firma poslovala neophodno je da razvije sposobnost dobre procjene posla i da bude sposobna da odgovori na kolebljivost svjetskog tržišta (kolebanje cijena, promjene kamatne stope i deviznog kursa). Česta pojava rizika u spoljnoj trgovini su promjene tržišnih okolnosti. Tržišni rizik nastaje usljed nedovoljne istraženosti tržišta ili neadekvatnog marketinga i nepredviđenih okolnosti na internacionalnom tržištu (agresivna međunarodna konkurencija, nestašica materijala, skok cijena energenata, nepovoljni državni propisi u smislu fiskalnih opterećenja i sl.). Ovaj rizik posebno pogađa učesnike izvoznog i uvoznog posla koji ugovaraju dugoročne poslove.

Tržišni rizik je rizik od mogućeg gubitka vrijednosti imovine povezan sa oscilacijama ili projenama na tržištu. Najupečatljiviji i najproučavaniji finansijski rizik jeste tržišni rizik. Kolebanje cijena je najopipljivija mjera tržišnog rizika. Kao vrsta tržišnog rizika, cijene su pretežno određene kolebanjem ponude i tražnje na globalnom tržištu, dok su troškovi, posebno zarade, rezultat unutrašnjih okolnosti. Čim se domaći troškovi i cijene ne mogu uklopiti u svjetske konkurentske cijene nastaju gubici i rizici, a cjenovne odnose mogu pogoršati i kamatne stope i devizni kursevi odnosno kursne marže između svjetskih i domaće valute. Za izvoznika je nepovoljno kada cijene na svjetskom tržištu opadaju, a za uvoznika kada one rastu.²⁶⁴

²⁶³ Ibidem, str.253.

²⁶⁴ M. Unković, B. Stakić, *cit.djelo*, str.250.

Dakle, tržišni rizik u poslovnom svijetu uključuje moguće i presudne okolnosti koje direktno ili indirektno utiču na komercijalne i ekonomske varijable preduzeća. Kada je riječ o tržišnom riziku odnosno opštem konceptu, on uključuje sljedeće:

- rizik od varijacija cijene robe,
- rizik od varijacija cijene dionica,
- rizik od promjena kamatne stope,
- rizik od devijacija deviznog kursa i
- rizik od pozicioniranja i prihvatanja proizvoda.

Promjenu cijena predmeta kupoprodaje (nestabilnost cijene) u spoljorgovinskom poslovanju mogu izazvati sljedeći uzroci: odstupanje od ugovorenih klazula i promjene tržišnih okolnosti.

Ukoliko govorimo o isporuci robe u kratkom roku, tada se cijene, obično, ugovaraju u fiksnom i poznatom iznosu. Ponekad je moguće da se predviđa mogućnost njihove promjene tj. prilagođavanja ako je, na primjer, inflacija veća od 4%. Ukoliko se govori o dužem roku isporuke, prilikom ugovaranja cijene, mora se predvidjeti mogućnost njenog prilagođavanja promjenama, prema novonastalim okolnostima. To važi kod svih roba velike vrijednosti i za koje se ugovara isporuka u dužem roku (kod opreme i građevinskih objekata). Iako se predviđa da će se cijene menjati za više od 4%, u takvim slučajevima se primjenjuje metod klizanja cijene ili metod klizne skale. Ima više matematičkih načina klizne skale za izračunavanje konačne cijene, a zavisi od predmeta kupoprodaje, zemlje poslovnog partnera i sl., ali se u praksi najčešće primjenjuje sljedeći matematički oblik klizne skale:

$$P = P_0/100 (a + b M/M_0 + c S/S_0)$$

gdje je:

P – konačna cijena predmeta kupoprodaje,

P₀ – ugovorena cijena (najčešće po paritetu EXW - franko fabrika proizvođača umanjena za iznos avnasnog plaćanja kupca),

a – procentulani udio opštih troškova proizvodnje (na njih direktno ne utiču oscilacije na tržištu i pretežno su nepromjenljivi),

b – procentualni udio troškova materijala izrade u ukupnim troškovima proizvodnje predmeta kupoprodajnog ugovora (sirovine i polufabrikari),

M – indeks cijena materijala utvrđen prije neposredne isporuke predmeta kupoprodaje,

Mo – indeks cijena materijala koji je važio na dan sklapanja ugovora (za vrijeme izrade kalkulacije ugovorene cijene),

c – procentualni udio plata radnika izrade u ukupnim troškovima proizvodnje,

S – indeks (aritmetička sredina) satnica i drugih izdataka po osnovu primanja radnika (obavezno osiguranje, doplaci i sl.) u ugovorenom roku isporuke i

So – indeks (aritmetička sredina) satnica i drugih izdataka po osnovu primanja radnika na dan sklapanja ugovora.

Strukturu proizvodnih troškova označavaju a, b i c – fiksnih i varijabilnih troškova i troškova rada, koji se procentualno izražavaju i njihov zbir je uvijek $a + b + c = 100$.

Klizom skalom usklađuju se vrijednosno izraženi iznosi troškova isporučene robe ili usluge ili izvođenja građevinskih radova ili neke druge usluge sa promjenama cijena. Veličina troškova izračunava se po cijenama u periodu sklapanja ugovora. Klizna skala se sastoji od različitih indeksa cijena (indeks cijena materijala, indeks nominalnih zarada i dr.), te se odgovarajući indeksi cijena pomnože sa ugovorenom vrijednošću i na takav način koriguje se za iznos promjene cijena. U suštini, to je zadržavanje prava na korekciju cijena ukoliko dođe do promjena cijena u troškovima proizvodnje predmeta kupoprodaje u zemlji prodavca.

Prilikom ugovaranja cijene, u praksi, je izuzetno važno zaštititi cijenu imputa, naročito kada je ugovoren značajan izvoz. Na primjer, ako je ugovoren izvoz vunenog prediva čija proizvodnja treba da počne za nekoliko mjeseci kasnije, recimo pet, a učešće cijene vune u cijeni prediva je do 40%. Da bi se isto učešće očuvalo i posle pet mjeseci preduzimaju se hedžing berazanski poslovi, da ne bi nastao gubitak. Vuna se u jednom, ili više pojedinačnih ugovora, u tom periodu i u potrebnom iznosu (količini), kupuje i istovremeno u drugom ugovoru, ili više pojedinačnih ugovora, prodaje na isti rok, za pet mjeseci, kada je potrebna

u proizvodnji. Tada, što se na prodajnim ugovorima dobije ili izgubi, nadoknadi se, u istom iznosu, na kupovnim ugovorima, tako da su cijene i posao, kroz hedžing poslove, sačuvali učešće 40% materijala u prodajnoj cijeni robe. Hedžing poslovi opravdali su poverenje i spasili rentabilnost izvoznog posla, koja je bila zamišljena pri ugovaranju posla.²⁶⁵

Sama prodajna cijena zavisi od uspješnosti i konkurentnosti prodavca (sposobnosti) prilikom sačinjavanja kalkulacije troškova, ali konačne cijene zavise od tržišta. Zbog prilika i neizvjesnosti koje vladaju na tržištu, cijene je teško zaštititi od rizika, naročito zbog činjenice da osiguravajuća društva, opravdano i vrlo rijetko ulaze u osiguranje ove vrste rizika.

Rizik naplate se javlja kao najčešći rizik u spoljnoj trgovini. Ukoliko se roba isporuči prije nego što je naplaćena, posebno na kredit, što isporučioaca stavlja u nezavidan položaj, ukoliko je uz to kupac nelikvidan i nesolventan, a posebno nesolidan, isporučilac će pretrpjeti značajnu štetu. Isporučka roba od strane prodavca prije, nego što je naplati ili na odloženo plaćanje, može se i treba vršiti samo ukoliko su to provjereni i povjerljivi kupci, ali je poželjnija varijanta da se naplata osigura. Ovaj rizik nastaje i kada je kupac nelikvidan i nesolventan. Zaštita od ove vrste rizika vrši se avansnom naplatom ili preduzimanjem raznih vrsta osiguranja, odnosno kolaterala. Osiguranje može biti avaliranom mjenicom ugledne banke, garancijom ugledne banke, otvaranjem ili potvrđivanjem akreditiva od strane ugledne banke uključiv revolving i odložene akreditive, jemstvom uglednog jemca, ili osiguranjem posla kod referentne nacionalne agencije za osiguranje naplate izvoznih poslova.²⁶⁶

²⁶⁵ M. Unković, B. Stakić, *cit.djelo*, str.251.

²⁶⁶ M. Unković, B. Stakić, *cit.djelo*, str.252-253.

12.5. Tranzitni/transportni rizik

Pod tranzitom se podrazumijeva prevoz robe preko teritorije jedne ili više zemalja (te zemlje nisu zemlja ni kupca ni prodavca) koje stoje na putu od mjesta isporuke do mjesta koje je krajnje odredište isporuke robe. Provoz kroz zemlje odnosno teritorije drugih zemalja ne stvara nikakve obaveze konkretnoj zemlji, ali one naplaćuju određene takse za tranzitne dozvole, usluge prevoza, špedicije, manipulacije robom i čuvanje robe. Cilj isporuke robe jeste da se roba dovede na željeno odredište kako bi mogla zadovoljiti potrebu kupca. Da bi se ovaj cilj realizovao potrebna je adekvatna špedicija i logistika, kao i korišćenje adekvatnog pakovanja, zaštite od i hemijskih i bioloških procesa, atmosferskih uticaja, izbor adekvatnih prevoznih sredstava i zaštita robe u prevozu (u putu).

Transportni rizici podrazumijevaju zbir potencijalnih šteta koje mogu nastati na robi tokom njenog puta od mjesta isporuke do odredišnog mjesta. Dok je roba u transportu ona nije pod nadzorom ni kupca ni prodavca, što povećava opasnosti od djelimičnog ili potpunog uništenja robe. Zbog toga je neophodno precizirati i ugovoriti transportnu klauzulu. Pojedini transporti su zahtjevniji, kao što je, na primjer, transport životinja. Kada je takav prevoz u pitanju onda je potrebno da se u tačno određeno vrijeme životinje nahrane, napoje i veterinarski obezbijede. Drugi primjer je prevoz lako lomljivih roba kod kojih je potrebno izbjegavati dodir te robe sa drugim robama (posebno kod lomljive ambalaže). Zatim, neke robe ne smiju biti izložene nepoželjnim mirisima ili su osjetljive na vlagu, rđu, svjetlost, toplotu, hladnoću i sl., te se transport vrši adekvatnim prevoznim sredstvom.

Osim karakteristika robe i specifičnosti robe koja se prevozi, roba na putu do kupca može biti ukradena ili se može se desiti požar, poplava, sudar ili nasukivanje broda ili drugog prevoznog sredstva, morski talasi, havarija i nestanak i robe i prevoznog sredstva. Takvi slučajevi su realni i česti rizici. Iz tih razloga se i roba i prevozno sredstvo u transportu redovno osiguravaju kod osiguravajućih društava, a ona ih reosiguravaju kako bi se mogla podnijeti eventualna šteta. Roba se može osigurati precizniranjem pomenutih uobičajenih rizika (sudar, požar, poplava) ili od svih rizika (*All risk*), koji uključuju stradanje prevoznog sredstva

zajedno sa robom, bilo od krujumčarskih napada od strane pirata, bilo od vremenskih nepogoda ili ratnih ošteta.

12.6. Rizik kamatne stope i deviznog kursa

Rizik kamatne stope i deviznog kursa je mogućnost nastanka negativnih efekata na finansijski rezultat i kapital firme izazvan promjenama kamate stope i deviznog kursa. Ovi rizici su i vrsta tržišnog rizika, ali se u nekim zemljama i devizni kursevi i kamate stope administrativno određuju, te se posmatraju kao posebna vrsta rizika. Svako spoljnotrgovinsko preduzeće treba da strukturu svoje imovine i obaveza uskladi na način da efikasno može upravljati ovom vrstom rizika.

Rizik povećanja kamatne stope, ako je ugovorena promjenljiva kamatna stopa, nastaje zbog mogućih budućih kretanja – promjena kamatnih stopa na tržištu. Ukoliko se ostvari neočekivano i ozbiljnije povećanje kamatne stope kod kredita za obrtna sredstva, posebno za zalihe, i kod kredita za osnovna sredstva (opremu, zemljište, zgrade, voćne zasade, stočni fond i slično), a posebno za građevinske objekte, može značajano uticati na poslovanje. Porast kamatne stope može uticati na veličinu profita preduzeća (umanjiti ga) ili prouzrokovati i gubitak. To je posebno slučaj kada se traži rebalans tj. naknadno povećanje kamate na kupljenu opremu, repromaterijal, izgrađene objekte na kredit i na druge vrste kredita. Slično, kada je ugovorena otplata u valuti čiji kurs raste, ili kada se zahtijeva da se sa fiksne kamatne stope pređe na promenjivu (varijabilnu) kamatnu stopu. Porast kamata na potraživanja ne izaziva rizike nego donosi dobit. Znači da je rizik povećanja kamatne stope na dugovnoj odnosno uvoznoj strani.

Kamata uvijek uključuje osnovnu kamatu koja prati inflaciju, kamatnu maržu i rizik otplate kredita. Kod dugoročnih kredita kamatne stope su uvijek veće nego kod kratkoročnih, zbog mogućnosti nastanka većih rizika u dugoročnom periodu trajanja kredita. Najveće rizike izazivaju promenljive kamatne stope vezane za EURIBOR i LIBOR.

Spoljnotrgovinska preduzeća uvijek računaju odnos dobiti i kamate, kao parcijalni racio finansijskog leveridža, na sljedeći način:²⁶⁷

$$L = P / K$$

L - je finansijski leveridž, P - je profit, K - je kamata.

Ako je finansijski leveridž veći od nule, odnosno što veći od nule, to je situacija sa stanovišta rizika povoljnija. Ako je, na primjer, $L = 3$, onda se na jednu novčanu jedinicu pozajmljenog kapitala se zarađuje tri novčane jedinice dobiti i leveridž je dobar. Ako su vrijednosti L ispod nule odnosno negativne, zaduživanje donosi rizike i gubitke, kapital je nerentabilno uložen, pa se zaduživanje nije isplatilo.

Zaštita od rizika kamatne stope može se vršiti na sljedeće načine:

- dobrom politikom zaduživanja, kalkulacijama dugova i kamata i profitonosnim ulaganjem kapitala,
- hedžing termiskim poslovima na berzi, radi uspostavljanja optimalnog portfolija imovine,
- svop poslovima, radi međusobne zamjene dugova, ili pretvaranja dugova u ulaganja i druge oblike imovine, što za posljedicu ima smanjivanje zaduženosti, te i smanjivanje rizika povećanja kamatne stope.

Sposobni menadžeri mogu uspješno da se preventivno suprostave ovoj vrsti rizika samo ako se zadužuju kada je nužno i kada će se iz profita moći otplatiti kamata. Da bi se uspješno nosili sa rizikom moraju dobro poznavati principe na kojim počiva devizno tržište, devizni kurs, kamatne sope i inflacija.

Kursni rizik je posljedica određenog stanja na svjetskom novčanom i deviznom tržištu, kada nastaje mogućnost štete za jednu od ugovornih strana u spoljnotrgovinskom poslu, zbog fluktuirajućih kurseva ugovorene valute plaćanja. Prilikom sklapanja ugovora, ugovorne strane sporazumno utvrđuju valutu plaćanja tj. cijenu za predmet kupoprodaje.

²⁶⁷ M. Unković, B. Stakić, *cit. djelo*, str.254.

Pri izboru valute na raspolaganju im stoje tri vrste valuta (valute sa varijabilnim kursovima razmijene, valute sa ograničenim varijabilnim kursovima i valute sa službeno određenim kursovima), ukoliko ne postoje ograničenja ili mjere kojima se regulišu međunarodna plaćanja na osnovu međudržavnih sporazuma. Rizik deviznog kursa odnosno valutni rizik nastaje kada preduzeće mora da plaća ili da bude isplaćeno u valuti u kojoj ne vodi svoje knjigovodstvo. Ugovarajući kupoprodajnu cijenu sa mogućnošću djelovanja kursnog rizika kupac u tom momentu ne zna nabavnu vrijednost predmeta kojeg kupuje, već treba da pričeka dospijeće roka isplate i dan izvršenja obaveze plaćanja, prema važećem kursu valute na slobodnom deviznom tržištu, da bi utvrdio koliko jedinica domaće valute treba izdvojiti da bi otkupio ugovoreni iznos valute plaćanja. Slično je i kod prodavca, od momenta potpisivanja ugovora i do momenta kada se vrši naplata u određenoj valuti, vrijednost deviznih sredstava preduzeća može da opadne, tako da preduzeće, na kraju, dobije manji iznos domaće valute od očekivanog. Kada se izabere nepodobna valuta u naplatama i plaćanjima sa inostranstvom, to predstavlja poseban rizik.

Rizik deviznog kursa nastaje kada se imovina ili naplata nalaze u valuti koja je u padu, a obaveze ili plaćanja u valuti koja raste. Povećanje deviznog kursa pri plaćanjima i smanjenje deviznog kursa u naplatama izaziva rizike i gubitke kod spoljnotrgovinskog preduzeća. Izloženost ovom riziku zavisi od neto kratke ili neto duge pozicije firme. Firma ima kratku poziciju u nekoj valuti kad su joj obaveze veće od potraživanja, a dugu kad su joj devizna potraživanja veća od obaveza. Kod kratke pozicije rizik nastaje ako kurs valute u pitanju raste, a kod duge pozicije ako kurs valute u pitanju opada.²⁶⁸

Pri analiziranju kursnih rizika potrebno je razlikovati trenutni devizni kurs od terminskog deviznog kursa. Trenutni devizni kurs je današnji kurs razmijene jedne valute za drugu, uz trenutnu isporuku i domaće i strane valute. Terminski devizni kurs je danas utvrđen (fiksiran) kurs zamjene jedne valute za drugu, s tim da će se isporuka strane i domaće valute vršiti na određeni datum u budućnosti. Ugovor po terminskom kursu potpisuje se danas, za isporuke koje će se dogoditi u

²⁶⁸ M. Unković, B. Stakić, *cit.djelo*, str.255.

budućnosti. Na primjer, isporuka od milion evra za 90 dana, gdje je ugovoren kurs 1,25 američkih dolara za 1 evro ili 1,95 konvertibilnih maraka za evro.

Devizni kurs je sastavni dio kalkulacija i knjigovodstvenog praćenja uspjeha firmi. Neočekivane i nepoželjne promjene deviznog kursa nastaju kada visina deviznog kursa nije realna odnosno kada je precijenjena ili podcijenjena. Ako je domaća valuta precijenjena (apresirana) djeluje antiinflatorno jer pojeftinjuje uvoz roba i omogućuje bolju snabdjevenost domćeg tržišta. Ona smanjuje izvozne prihode, ali i uvozne rashode, pa uticaj deviznog rizika zavisi od toga da li je firma neto aktivna ili neto deficitarna u ukupnim plaćanjima sa inostranstvom. Precenjen devizni kurs domaće valute odgovara neto dužnicima, a podcijenjen neto povjeriocima u ukupnom poslovanju sa inostranstvom. Podcijenjeni (depresirani) devizni kurs povećava odliv kapitala iz zemlje po osnovu obaveza za inostrane zajmove i kamate, jer se veći dio nacionalnog novca i bogatstva odliva konverzijom za dospjele obaveze. On stimulatивно djeluje na realokaciju resursa ka izvoznim granama i prelivanju dohodaka u eksportne industrije.

Prema Horne-u i Wachowicz-u postoje tri vrste kursnog rizika:²⁶⁹

- rizik menjačkih poslova - mijenja bilans uspjeha i bilans stanja zbog promjene kursa kod ovih poslova,
- transakcijski rizik -odnosi se na izvršenje određene transakcije (na primjer, prodaja na kredit, po jednom kursu, dok je obaveza originalno knjižena po drugom kursu) i
- ekonomski rizik – koji obuhvata sve rizike na kursu u zbirnom iznosu i svodi se na pozitivne ili negativne kursne razlike, kao stavku bilansa uspjeha, a koja se odražava i na bilans stanja.²⁷⁰

Najčešći i najefikasniji način zaštite od kursnih rizika su hedžing poslovi na deviznom tržištu. Subjekat kod kojeg može nastati rizik, sklapa

²⁶⁹ Van Horne C.J. & Wachowicz M.J.Jr.(2005): *Fundamental of Financial Management*, by Person Education, Inc., Upper Saddle River, New Jersey

²⁷⁰ Bazelski sporazum II pri mjerenju značaja pojedinih rizika, stavio je kursne rizike na drugo mjesto, odmah iza insolventnosti i nelikvidnosti dužnika.

ugovor sa bankom o prodaji jedne valute i kupovini potrebne količine druge strane valute po određenoj cijeni i datumu sa „forvard“ (budućom) isporukom deviza posredstvom deviznog tržišta.

Posebn tip kursnog rizika predstavlja kada se dio naplate izvoznog posla ugovara u domaćoj mekoj valuti. Ona do dospijeća plaćanja može da devalvira i više puta, srazmjerno inflaciji u zemlji kupca. U tom slučaju, kurs je neophodno fiksirati u vrijeme sklapanja ugovora u nekoj čvrstoj valuti, tako da bez obzira na devalvaciju domaće valute, uvijek se dobija isti iznos strane valute. Zapravo se dobije više devalvirane domaće valute, za isti iznos čvrste strane valute. Kluzula u ugovoru može glasiti: „za sva naknadna plaćanja u domaćoj valuti zemlje kupca primjenjivaće se vrijednost izračunata po kursu u vrijeme sklapanja ugovora“, tako da se uvijek realno dobija ugovoreni iznos konvertibilne valute, kao da su sva plaćanja izvršena u vrijeme sklapanjanja ugovora.

Izvoznici koriste različite metode zaštite od deviznog kursa, pa i one metode koje su manje efikasne. Tako prodavac često ukalkuliše promjenu kursa povećanjem izvoznih cijena, ali takav način, pored toga što je nepopularan, smanjuje efikasnost trgovine i zarade.

Iz političkih i ekonomskih razloga vlade mnogih zemalja kontrolišu pristup deviznom tržištu. Kontrolisanjem kursa uređuju posjedovanje (unos) i iznošenje deviza i domaćih valuta iz zemlje. Pojedine države imaju djelimično konvertibilne valute za određene vrste poslova (npr.trgovina), dok kod nekih drugih poslova to nije slučaj (ulaganje kapitala). U međunarodnoj trgovini, oni koji sklapaju međunarodne poslove, a rade u državama koje kontrolišu kurs, motivisani su da pronađu načine da obezbijede valutu kojom moraju da plaćaju tzv. „čvrstu valutu“. Ako je istina, što je nekadašnji predsjedavajući Američkog kongresa Tomas O'Nil („Tip“) napomenuo, da je novac majčino mlijeko politike, onda je istina da su devize majčino mlijeko međunarodnog poslovanja.²⁷¹

²⁷¹ Dž. V. Salakjuz (2006): *Svetski pregovarač – sklapanje, vođenje i popravljjanje poslova u svetu u dvadeset prvom veku*, Univerzitet Singidunum, Fakultet za ekonomiju, finansije i administraciju, Beograd, str.172.

Moguće je sublimirati osnovne načine borbe protiv kursnih rizika, kroz sljedeće:

- izborom valute u plaćanjima i naplatama, koja je sigurna-konvertibilna i transferabilna,
- pritiskom na svoju državu da održava realan kurs domaće valute,
- izvozom u zemlje gde je domaća valuta podcjenjena, a uvoz iz zemalja gde je domaća valuta precenjena,
- međusobnom komparativnom upotrebom kamate i deviznog kursa, kako bi se, u masi, smanjili zajednički rizici,
- korišćenjem terminskih hedžing poslova na deviznom tržištu,
- korišćenjem svop poslova na deviznom tržištu, kako bi se smanjila dugovanja u valuti, čija bi promena ostavila visoke negativne kursne razlike, kao zbirni pokazatelj kursnih rizika,
- ostalim pomenutim načinima zaštite od kursnog rizika.

Oscilacije kursa valuta mogu biti veoma pogubne. Preduzeća koja se smatraju kao najuspešnija ne mogu se lako nositi sa ovim rizikom. Oscilacije kursa naniže (pad) mogu ići i preko 30% kod izvoznih poslova ili njegove oscilacije na više (rast) kod uvoznih poslova i kreditnih zaduženja nije jednostavno nadoknaditi drugim stavkama poslova i bilansa. U tu svrhu, na izazove može odgovoriti samo menadžment koji upravlja ovim rizicima, preduzimanjem različitih mjera bore protiv rizika ili njihovom kombinacijom (robnih, kamatnih, novčanih i valutnih poslova).

12.7. Rizik zemlje

Ambijent u kojem se posluje predstavlja veoma značajan uslov poslovanja. Ukoliko je ambijent povoljan manja je mogućnost rizika, dok u nepovoljnom ambijentu izloženost riziku je veća, a time i njegov nastanak. Ambijent je veoma složen pojam kada su u pitanju spoljnotrgovinski rizici, a podrazumijeva kompletno političko,

ekonomsko, socijalno (demografsko) i tehnološko okruženje zemalja glavnih spoljnotrgovinskih partnera.

Kada govorimo o riziku zemlje prvenstveno se misli na političku nestabilnost, neadekvatnu ili nekvalitetnu zakonu regulativu i na mikro i makro ekonomsku nestabilnost. Rizik zemlje se najčešće ispoljava kroz politički rizik, kada se Vlade često mijenjaju, pa skupština ne funkcioniše, nedovoljno efikasno usvaja neophodne i kvalitetne zakone. Osim toga, što se ispoljava kroz nefunkcionalnost ključnih institucija sistema, moguć je i visok nivo inflacije, niska stopa rasta, visoke poreske stope i nelikvidnost u plaćanjima prema inostranstvu. Politički rizik ima izuzetno reflektivan uticaj na ukupan rizik poslovanja i investicionih projekata, zbog čega se on mora realno procijeniti. Potencijalni strani investitori stalno proveravaju: stabilnost i efikasnost vlada zemlje domaćina, ekonomsku stabilnost zemlje (mikro i makro), efikasnost sudova, stepen korupcije i kriminala i sl. Politički rizici se mogu svrstati u četiri osnovna tipa, i to:

- eksproprijacija imovine – pretežno ga kupuju izvoznici, investitori, izvođači radova sa opremom i sl., koja je smještena u stranoj zemlji, da bi se zaštitili od konfiskacije, nacionalizacije, eksproprijacije ili drugih akcija vlade zemlje domaćina koje bi ih mogle lišiti prava vlasništva ili kontrole nad svojom imovinom;
- nekonvertibilnost valute – odnose se na nekonvertibilnost domaće valute u neku drugu čvrstu valutu, ili na nemogućnost transfere čvrste valute iz zemlje domaćina;
- rat i građanski nemiri – štiti ugovarača pokrivanjem rizika koji uključuju rat, revoluciju, vojnu pobunu, terorizam, javne štrajkove, građanske nemire i proteste, sabotaze i druge oblike političkog nasilja;
- nepriznavanje ugovora (izigravanje) – je moguća situacija kada ne možete da naplatite svoje potraživanje zbog neprihvatanja ili nepriznavanja od strane kupca. Pokriće izigravanja ugovora pruža zaštitu od takvih rizika, a može se kupiti i pokriće za štete koje rezultiraju zbog otkazivanja uvoznih ili izvoznih dozvola, nametanja embarga, bojkota, sankcija ili dekreta i sl.

Zakonski rizik nastaje usljed nedostatka zakona ili nekvalitetnih ili nejasno definisanih zakona kojima se regulišu pitanja o:

- spoljnotrgovinskom i deviznom sistemu,
- bankama i drugim finansijskim institucijama,
- tržištu, konkurenciji i odnosu prema potrošačima,
- obligacionim odnosima,
- korporacijama/privrednim društvima,
- radnim odnosima i zaradama,
- računovodstvu, razvrstavanju prihoda i rashoda,
- budžetu i porezima,
- borba protiv korupcije i koruptivnih radnji (pranje novca),
- ekologiji,
- urbanističkom i prostornom planiranju,
- intelektualnoj svojini, standardima i zaštiti kvaliteta i
- drugim značajnim propisima.

Zakonska regulativa koja je neodređena ili nejasna može izazvati brojne rizike, ostavljajući prostor za improvizovane ili manipulativne birokratske odluke ili radnje. Primjera radi, Srbija je u 2008. godini, u oblasti vojne industrije izgubila preko 100 miliona dolara dogovorenih poslova zbog loše komunikacije i koordinacije izvoznika i Vlade, jer Vlada nije dala dozvolu za izvoz, te je vojna industrija pretrpjela ogromne štete nerealizacijom dogovorenih poslova.

Nedefinisana zakonska regulativa omogućuje rizik kriminala i korupcije, koji mogu dovesti do gubitka izvoznih poslova ili umanjenja njihove cijene za iznos plaćen za kriminalno-koruptivne radnje, koji u praksi može biti do 10%. Neki to posmatraju kao porez, kao što, recimo, državni rezidenti plaćaju dodatni porez koji se mora platiti.

Mikro i makro nestabilnost, takođe, su jedan od rizika zemlje, koji se manifestuju kroz visoku stopu nezaposlenosti, inflacije, deficita budžeta i deficita platnog bilansa. Visoka nezaposlenost ima pozitivan uticaj na cijenu rada, ali kompletan sistem poslovanja može postati nestabilan kroz učestale proteste i štrajkove građana iz egzistencijalnih razloga ili ugroženosti njihovog životnog standarda.

Inflatorna kretanja utiču na troškove poslovanja i opredjeljuju cijene i kupovnu moć, što može predstavljati veliki rizik i gubitke u poslovanju. Isti slučaj je sa visokim budžetskim i platnobilansnim deficitom.

Budžetski deficit ili nedovoljni prihodi u budžetu, često, doprinosi povećanju poreskih stopa ili oblika oporezivanja, što smanjuje konkurentnost privrede i primanja građana. S obzirom da su najvažniji i najizdašniji javni prihod, uvodi ih država ili njene institucije, te preduzeća ne mogu značajnije uticati na njih, niti se osigurati. Porezi su veoma složena i značajna kategorija, ali njihova nestalnost i visina povećavaju rizike u poslovanju, pa čak ukupno poslovanje preduzeća može biti ugroženo i odvesti ga u gubitak. U tom kontekstu, nobelovac Stiglic govori da su uspješne one države koje imaju visoke profite, a male poreske stope i obrnuto, da države koje imaju visoke poreske stope imaju niske profite. Moguća je borba protiv rizika povećanja poreza, ukoliko je ugroženo poslovanje ukupne privrede, putem:²⁷²

- pritisaka na državu od strane privrede, privrednih asocijacija i građana da smanji javnu potrošnju, a time i poreze,
- prestrukturiranja imovine i iznalaženja unutrašnjih rezervi, u drugim vrstama troškova i prihoda, kako bi se ublažilo dejstvo ovih rizika.

Neravnoteža platnog bilansa ili deficit platnog bilansa osnovni je problem nacionalnih ekonomija i izaziva napregnutost u međunarodnim plaćanjima. To znači da ta zemlja nije platežno sposobna, pa se taj faktor posebno mora analizirati kod izvoznih rizika, jer država sa deficitom može proglasiti moratorijum dugova ili promijeniti devizni kurs, što dovodi do kočenja izvoza i nemogućnosti naplate ranije izvršenog izvoza. Osiguranje od ovog rizika je moguće jedino ako je osigurana kod nacionalne institucije za osiguranje naplate izvoza.

Ukoliko je zemlja ocijenjena kao visoko rizična ili nisko vrednovana od strane međunarodne agencije za bonitet rizika, što se odražava kroz obim poslova i stranih ulaganja, i čini kredite i sve druge

²⁷² M. Unković, B. Stakić, *cit.djelo*, str.259.

poslove nekonkurentnim u odnosu na zemlje niskog rizika. Za zemlje visokog rizika, prema agenciji za bonitet *Standard & Poor's*, kamatne stope za kredite koje se plasiraju u najrizičnije zemlje se povećavaju za 5-7%, znači Libor ili Euribor plus 5-7%.

Jedan od načina zaštite od političkog rizika, odnosno kako se on može umanjiti, jeste dobra saradnja sa zemljom domaćina, zapošljavanjem domaće radne snage, investiranjem u ekonomski isplative poslove za koje je strana zemlja zainteresovana, zajedničkim investiranjem i sl. Postoji mogućnost da se osigura protiv različitih političkih rizika kod vladinih agencija za osiguranje i kreditiranje izvoznih poslova. Na primjer, kao što su *Exim bank* u SAD, *ECDG* u Velikoj Britaniji, *Exim bank* u Japanu, *Hermes* u Nemačkoj, *SACE* u Italiji i druge.

12.8. Zaštita od rizika

U zaštiti od rizika važno je sagledati, što više, potencijalnih opasnosti koje prijete i mogu nastaiti, čime se prouzrokuju, kao i posljedice njihovog djelovanja na učesnike u spoljnotrgovinskom poslu.

Menadžment pri tome ima ključnu ulogu. Menadžment rizika posebno je značajan kod izvoznih, a naročito kreditnih poslova i kod direktnih ulaganja kapitala u inostranstvu u bilo kom obliku, ali se mora primenjivati i kod uvoznih poslova. Zaštita od rizika specifična je kod pojedinih rizika. Najčešće mjere zaštite od rizika:

- provjera boniteta poslovnog partnera,
- samoosiguranje od rizika,
- prevajljanje rizika na ugovornog partnera,
- hedžing poslovi,
- osiguranje kod osiguravajućih društava,
- osiguranje kod specijalnih vladinih agencija.

Provjera boniteta poslovnog partnera neophodna je kod ulaženja u nove, a nekad i kod nastavka starih poslova. Često se provjerava ne samo

bonitet preduzeća nego i njegove države. Kod preduzeća se provjerava ugled i strateško pozicioniranje kompanije, a posebno:

- misija i djelatnost firme,
- pozicija na tržištu i tržišno učešće,
- imovina kojom preduzeće raspolaže i zaduženost po osnovu formiranja imovine,
- menadžment i kadrovski resursi,
- prihodi, troškovi, dobit i tok gotovine za nekoliko godina unazad,
- pozicija firme u okruženju i kod stejkholdera,
- da li se protiv firme vode sudski postupci i da nije pokrenut stečajni postupak,
- kako je do sada ispunjavala poslovne, radne i finansijske obaveze.

Bonitet firme provjerava se na razne načine: sopstvenim podacima, podacima svoje banke, kod nacionalnih institucija za provjeru boniteta, kod uglednih međunarodnih bonitetnih organizacija. Svi podaci koji se žele i koji su potrebni za provjeru boniteta nisu dostupni u objavljenim dokumentima. Ipak, korisni podaci se mogu dobiti iz domaćih i regionalnih novina, kao i sa internet stranica i publikacija za preduzeća čiji se bonitet traži. Najkorisniji izvor podataka su ljudi koji su sa dotičnim preduzećem saradivali. Međunarodne banke, ambasada vaše zemlje, strani predstavnici međunarodnih preduzeća, poslovni savjetnici, advokati i preduzeća u tom mjestu, mogu da pruže dragocjene podatke. Postoje i specijalne institucije kod kojih se za određenu naknadu (novac) naručuje provjera boniteta. Čuvena svjetska kuća za procjenu boniteta, američki *Dun & Bradstreet*, vrši procjenu boniteta i firmi i država. Rangiranje preduzeća ili država tj. njihov rejting zasniva se na djelovanju krize, privrednoj recesiji, deficitu budžeta i deficitu tekućeg djela platnog bilansa. Pri ocjenjivanju rejtinga koristi podatke, sistemska oruđa i softver da bi izračunala rizik. U bankarskom sektoru poznata kompanija za procjenu rizika je *Standard & Poor's*. Za prikupljanje podataka o ocijenjenom preduzeću ili državi (rejtingu) koriste se podaci i drugih rejting agencija, poput *Moody KMV*, *Fitch Management Incs* i mnogih drugih. Takođe, informacije mogu biti dostupne preko neke

specijalizovane informativne mreže, koje prate bonitet mnogobrojnih firmi. Takav je, na primjer, *Network Global, Internet*, koji za preko stotinu hiljada poslovnih subjekata prati bonitet, s tim da mreža *Network Global* prati bonitet poslovnih subjekata članova Svjetskog trgovinskog centra.

Samoosiguranje od rizika, kao oblik obezbjeđenja od rizika u spoljnotrgovinskom poslu, ograničava se na one vidove ugrožavanja materijalnih interesa, koji se makar koliko pouzdano mogu vrijednosno izraziti, a da pri tome ne prijete totalnim rizikom.²⁷³ Samoosiguranje od rizika vrši se iz sopstvenih sredstava, obično iz unaprijed formiranih rezervi, koje se troše ukoliko rizik nastane: na primjer ako je neophodno dati popust na cijenu, recimo od 4% , da bi se strateški posao ugovorio, a koji u momentu ugovaranja donosi trenutni gubitak, a donosi manje štete nego što je povećanje kamate i fluktuacija deviznog kursa i slično. Najčešće se ovi rizici kreću u intervalu od 3-5% očekivanog spoljnotrgovinskog prihoda, pa se većina firmi može uspješno izbori sa ovom vrstom rizika, pokrićem iz svojih već formiranih rezervnih fondova.

Prevaljivanje rizika na ugovornog partnera zavisi od sporazuma stranaka prilikom zaključivanja spoljnotrgovinskog ugovora. Obično se radi o definisanju klauzula o paritetu isporuke, osiguranju robe, načinu plaćanja. Suština je da se teret rizika prenese, u toku trajanja izvršenja trgovinskog posla, na ugovornog partnera. Na primjer, razlika u sadržini klauzule FOB, CIF, CFR - u pogledu podnošenja rizika u toku prevoza robe do odredišta, od toga ko je vlasnik robe, ko odgovara za robu i dužan je da je osigura, ko vrši utovar odnosno istovar robe, ko obezbjeđuje trgovačku dokumentaciju koja prati robu, ko prati robu i tome slično. Takođe, od izuzetnog značaja je način plaćanja i osiguranje naplate, kao i kako je ugovorom regulisano, jer iz toga mogu nastati ogromne štete, a naročito ako se roba izvozi na dugoročni kredit, ili se investira odnosno ulaže kapital u inostranstvu.

Hedžing poslovi, kao jedan od načina zaštite od rizika, podrazumevaju kako odgovarajuće kolaterale osiguranje naplate (akreditive, avalirane menice, garancije, jemstva, hipoteku), tako i

²⁷³ M. Tešić, *cit.djelo*, str. 188.

hedžing poslove koji se preduzimaju na berzi da bi se preduzeće zaštitilo od rizika, kao što su forward, fjučers, opcije i svop poslovi. Ovim poslovima se najčešće štiti promjena cijena, kamate stope i deviznog kursa. Prvenstveno podrazumevaju termenske poslove, odnosno unaprijed fiksirane cijene na berzi, za robe (kredite, devize) koji će se u nekom budućem periodu izvršavati. Ovde spadaju i svop poslovi, kod kojih se vsi pretvaranje jedne vrste aktive u drugu (jedne devize u drugu, domaćeg novca u inostrani, jedne vrste kamate u drugu, jedne robe u drugu), kako bi se smanjili ukupni rizici.

Slika 22: Polisa osiguranja kao vid zaštite od rizika

КОМПАНИЈА "ДУНАВ ОСИГУРАЊЕ" а.д.о. D01-751-20-09
Дирекције за индивидуални кориснике и самосталне предузетнике, мала и средња предузећа и велика предузећа

Прилог 6.14. Полиса за осигурање од одговорности превозиоца према одредбама Конвенције о уговору за међународни превоз robe друмом (ЦМР)

	КОМПАНИЈА ДУНАВ ОСИГУРАЊЕ а.д.о.	11001 BEOGRAD Sed. registracije: Broj registarskog upisa: Matični broj: 11001 BELGRADE Court of registration: Registration number: Identification number:	Mikodonska 4 Privredni sud Beograd II: FI-7821/97 07046898 Mikodonska 4 Commercial Court-Belgrade II: FI-7821/97 07046898
Glavna filijala <u>BELGRADE</u> Main Branch Office Organizacioni deo <u>Transport and Credit</u> Department Tel: <u>011/3227-152</u> Fax <u>011/324-7943</u> Phone E-mail <u>transport@enner.yu</u>		№ MO - 1030	

**POLISA
ZA OSIGURANJE OD ODGOVORNOSTI PREVOZIJOCA
POLICY OF INSURANCE
CARRIER'S LIABILITY**

CMR

Компанија "Дунав осигурање" а.д. овом полисом осигурава превозиоца од одговорности из njegove делатности, а у складу са Условима за осигурање од одговорности превозиоца према одредбама Конвенције о уговору за међународни превоз robe друмом (CMR).
DUNAV Insurance Company insures herewith the carrier's liability in accordance with the Terms and Conditions of the Carrier's Liability Insurance Policy under the provisions of the CMR.

OSIGURANIK THE INSURED		IGIS IMAKO D.O.O.		Matični broj The identification number 77345557	
Poštanski broj Zip code 11000	Mesto Place of domicile Beograd	Ulica Street Vuka Vrhovića	Broj Number 1/B		
Vozilo Vehicle Schwaz-cargobull	Tip Type SKO 24/L13.2FP 80/60	Registarski broj Licence plate no. 33-88 BG			
Teritorijalno vađenje osiguranja Territory EUROPE, TURKEY, CIS Article 4 Insurance Terms and Conditions					
Period osiguranja od Insurance period from 11.03.2003. to 11.06.2003.					
Širina pokriva Scope of cover Insurance Cover according to Articles 5 and 6 Insurance Terms and Conditions					
Limit of liability According to Article 23 of the Convention and Protocol of 28.12.1980.				Premija Premium Paid	

The insurance Terms and Conditions are handed over to the insured. VAŽNO: U slučaju nastanka štete osiguranik je dužan da se pridržava obaveza navedenih u Ulovima osiguranja. IMPORTANT: In the case of loss/damage the insured is obliged to comply with the Insurance Terms and Conditions herof.

U Belgrade dan 11.03.2003.
in _____ on _____

Kristina Strančević Marko Marković
Osiguravač Osiguranik
Insurer Insured

Izvor: M. Unković, B. Stakić (2011):*Spoljnotrgovinsko i devizno poslovanje*, str.265.

Osiguranje kod osiguravajućih društava predstavlja, najčešću i, redovnu zaštitu od rizika kako kod osiguranja imovine, tako i kod osiguranja lica, transporta i raznovrsnih poslova. Uplaćivanjem premija kupuje se polisa, kao ugovor o osiguranju u kojem stoje sva prava i obaveze ugovornih strana. Visina premije zavisi od intenziteta i vjerovatnoće rizika koji je u pitanju (empirijski se izračunava), a nosi u sebi i neke komercijalne rizike, u zavisnosti od snage i položaja osiguravajućeg društva na tržištu osiguravajućih rizika. Može se osigurati od specijalno navedenih rizika ili od svih rizika, ako ugovorna klauzula glasi “svi rizici“ (*All risk*). Pored toga što uključuje sve rizike, ova najjača klauzula, uglavnom se upotrebljava u transportu, ali podrazumijeva zaštitu od zemljotresa i ratnih rizika. Najpoznatije osiguravajuće kuće u svijetu su *Lloyd* (Velika Britanija), *AIG* (USA), *AXA* (Francuska), *Allianz* (Njemačka), *QBE Insurance* (Australija) i druge. U slučaju da sredstva osiguravajućeg društva nisu dovoljna za preuzeti rizik, ono se reosigurava kod druge osiguravajuće kuće-reosigurača. Po pravilu, iznos premije osiguranja, tereti kalkulaciju trgovačkog posla.

Osiguranje kod vladinih institucija. Svaka ozbiljna zemlja ima svoju organizaciju za osiguranje (neke zemlje zajedno i za kreditiranje) izvoznih poslova. To su na primer Exim banka u SAD, ECGD u Velikoj Britaniji, HERMES u Nemačkoj, Exim banka u Japanu, SAĆE u Italiji i slično.

Generalno, rizici u spoljnotrgovinskom poslovanju, koji se mogu predvidjeti i vrijednosno iskazati, koji se odražavaju na dobit ali ne predstavljaju totalni rizik, mogu se osigurati. U narednoj tabeli dat je pregled rizika po vrstama rizika odnosno šta ih može prouzrokovati, o kojima je prethodno bilo riječi.

Tabela 8: Vrste i uzroci rizika

VRSTE RIZIKA	UZROCI
Financijski rizici	Računovodstveni standardi Kamatne stope Devizni kurs Raspoloživost izvora sredstava Kreditni
Infrastrukturni rizik	Komunikacija Transportne veze Kanali snabdijevanja Prirodne katastrofe Kriminal
Tržišni rizici	Ekonomsko okruženje Tehnološki razvoj Konkurencija Potražnja Zahtjevi regulacija
Rizik ugleda/reputacije	Percepcija javnosti Ponašanje konkurencije Zahtjevi regulatora CSR

**VRSTE SPOLJNOTRGOVINSKIH
POSLOVA I TEHNOLOGIJA**

PREGLED POGLAVLJA

**VRSTE SPOLJNOTRGOVINSKIH POSLOVA I
TEHNOLOGIJA**

- Pojam i podjela
- Oblici izvoza i uvoza robe
- Spoljnotrgovinski ugovori
- Vezani poslovi u spoljnoj rgovini
 - Kompenzacioni poslovi
 - Barter poslovi
 - Tehnologija izvoznog posla
- Specifični poslovi u spoljnoj trgovini
 - Poslovi oplemenjivanja
 - Reeksportni poslovi
 - Tranzitni poslovi
 - Lizing poslovi
 - Franšizing poslovi
- Usluge u spoljnorgovinskom prometu
 - Vrste usluga i njihov značaj
 - Međunarodni transport
 - Međunarodna špedicija

CILJEVI UČENJA

- Objasnite suštinu i navedite vrste spoljnotrgovinskih poslova
- Navedite oblike izvoza i uvoza robe
- Objasnite suštinu i navedite vrste spoljnotrgovinskih ugovora
- Navedite vrste vezanih poslova i objasnite njihove karakteristike
- Objasnite po čemu se razlikuju kompenzacioni i barter poslovi
- Objasnite tehnologiju i navedite faze izvoznog posla
- Navedite specifične oblike spoljnotrgovinskih poslova
- Objasnite poslove oplemenjivanja i navedite vrste ovih poslova
- Objasnite značaj i svrhu reeksportnih i tranzitnih poslova
- Objasnite suštinu lizing i franšizing poslova
- Objasnite značaj i navedite vrste usluga u spoljnotrgovinskom prometu
- Objasnite ulogu međunarodnog transporta i špedicije

13. VRSTE SPOLJNOTRGOVINSKIH POSLOVA I TEHNOLOGIJA

13.1. Pojam i podjela

Da bi se poslovi spoljne trgovine obavili potrebno je da se povezuju preduzeća odnosno države. Sklapanje međunarodnih poslova bazira se na saradnji između preduzeća koja nastoje da realizuju svoje poslovne ciljeve. Na tom putu se susreću sa različitim društvenim, političkim i pravnim sistemima. Da bi uspješno poslovali međunarodni subjekti spoljnotrgovinskog poslovanja moraju da se nose sa brojnim problemima i izazovima pri realizaciji ugovorenih poslova (iznenadnim oscilacijama cijena ili promjene kamata i deviznog kursa, kašnjenje isporuka, nedorazumi u pogledu kvaliteta, problemi pri naplati, tretman (novog) stranog preduzeća na domaćem tržištu i strah od nejednakih uslova u odnosu na domaća preduzeća i slično). Naravno, sklapanju poslova prethode brojne aktivnosti, a jedna od njih je upoznati se tržištem i njegovim potencijalima.

Upoznavanje tržišta na kojem se želi izvoziti predstavlja jedan od osnovnih preduslova za uspješnu realizaciju posla. Analiza tržišta i marketinška istraživanja mogu biti od izuzetne koristi izvozniku pri planiranju nastupa na stranom tržištu, ali i sve druge informacije pribavljene iz različitih izvora. Međunarodno tržište je veliko, ali treba odabrati tržišta tj. poslove koji u sebi sadrže obostrani interes. U tome je neizostavna uloga pregovarača, koji bi trebalo da predvide sve potencijalne poslovne prilike i da izgrade jake poslovne veze, kako bi lakše rješavali eventualne sukobe ili smetnje odnosno složene probleme koji mogu nastati. Poslovni odnos je nepredvidiv, ali ne i ne promjenljiv. Osim toga, pregovarač treba da ima moć. Moć je ključni činilac u sklapanju, vođenju i popravljanju poslova. Uspješni pregovori zahtijevaju vještu primjenu moći. Pregovarač treba da razumije njenu namjenu i

ograničenja, izvore i sredstva. Treba da znaju kako da koriste moćna oruđa pregovora.²⁷⁴

Pojam *transakcija* predstavlja sve vrste poslova koji se obavljaju sa inostranstvom. Spoljnotrgovinski poslovi imaju različite oblike. Pored klasičnih oblika međunarodne trgovine, koji podrazumijevaju metod uključivanja privrede jedne zemlje u međunarodnu podjelu rada putem spoljnotrgovinskih (izvozno-uvoznih i robno-uslužnih) i finansijskih transakcija, odnosno poslova izvoza i uvoza roba i usluga (redovni), neki su vezani, neki slobodni, neki se zaključuju brzo, dok za neke treba duži vremenski period i isti mogu biti jednokratni ili da traju dugo. Po pravilu, trebalo bi da se ove transakcije odvijaju po načelima slobodne konkurencije i multilateralnog metoda trgovine i plaćanja.

Klasični oblici poslovnih transakcija nedovoljni su za postizanje potpunijeg uključivanja nacionalnih privreda u svjetsku privredu i trgovinu iz sljedećih razloga:

- transfer kapitala, tehnologije, znanja i iskustva se uspješnije ostvaruje putem tzv. specijalnih međunarodnih poslovnih transakcija (vezani spoljnotrgovinski poslovi, kooperativni aranžmani);
- ograničenja na duži rok u svjetskoj trgovini reflektuju se na ometanje redovnog izvoza i uvoza i
- uključivanje u svjetske privredne i trgovinske tokove nije naslonjeno samo na trgovinsku razmjenu finalnih proizvoda i faktora proizvodnje.

Kreiranje međunarodnih poslova obuhvata niz radnji od inicijative do konačnog izvršenja posla. Neke od njih su: uspostavljanje poslovnih veza sa inostranim tržištem, dostavljanje ponude, zaključivanje kupoprodajnog ugovora, njegova realizacija, naplata, analiza realizovanog posla i sl. Jednom rečju, izvršavanje spoljnotrgovinskih poslova ili transakcija zahtijeva stručno, kvalitetno, blagovremeno i uspješno izvršavanje spoljnotrgovinskih transakcija odnosno multidisciplinarna

²⁷⁴ Salakjuz V. Džezvald (2006): *Svetski pregovarač – sklapanje, vođenje i popravljavanje poslova u svetu u dvadeset prvom veku*, Univerzitet Singidunum, Fakultet za ekonomiju, finansije i administraciju, Beograd, str.125.

znanja iz oblasti ekonomije, prava i tehnologije, usmjerenih prema teoriji i praksi međunarodnih ekonomskih odnosa, a posebno međunarodnoj trgovini. Osim toga, treba posveti pažnju i kulturološkim razlikama u pojedinim zemljama. Na primjer, pojedine zemlje (Evropa i Amerika), kod ugovrenog posla očekju strogo pridržavanje zakona i ugovora, čak i onih zaključenih na duže vrijeme, dok je u Aziji drugačije viđenje posla i prednost se daje ličnim odnosima i riječi ugovarača, kao i mogućnost izmjena zaključenog posla/ ugovora.

Spoljnotrgovinsko poslovanje se odvija u nekoliko faza:

- izučavanje domaćeg i ino- tržišta, uspostavljanje poslovnog kontakta; ugovaranje cijene, načina plaćanja, rokova isporuke i sl.;
- priprema akata kupoprodaje u spoljnoj trgovini (ugovora, garancija, izjava krajnjeg korisnika i dr.);
- osmišljavanje - konstrukcija samog posla u skladu sa propisima;
- planiranje i sačinjavanje projektnog zadatka ukoliko ako se radi o direktnim investicijama;
- organizacija i isporuka robe (međunarodni transport, osiguranje, špedicija, carinjenje, skladištenje), odnosno izvršenje usluga, prenos prava, znanja i tehnologija i izvođenje radova;
- izvršavanje projektnog zadatka prema terminskom planu;
- plaćanje odnosno naplata za isporučenu robu, izvršenu uslugu ili prenos prava, znanja i tehnologija i izvedene radove prema okončanim situacijama i
- konačan obračun, vođenje evidencije o spoljnotrgovinskom poslu, čuvanje dokumentacije, izveštavanje o obavljenom poslu (prava i obaveze po izvršenju posla).

13.2. Oblici izvoza i uvoza robe

Klasični oblici međunarodne trgovine podrazumijevaju odnosno svrstavaju poslove izvoza i uvoza robe i usluga u ovaj oblik. Izvoz i uvoz robe i usluga obavlja se u sljedećim oblicima:

- redovan izvoz i uvoz;

- vezani poslovi i
- specifični spoljnotrgovinski poslovi.

13.2.1. Redovan izvoz i uvoz

Poslovi redovnog izvoza i uvoza podrazumevaju potpuno samostalne i slobodne tokove izvoza/uvoza robe iz inostranstva, uz naplatu i plaćanje slobodnim konvertibilnim sredstvima plaćanja priznatim u čitavom svijetu. To su jednostrani spoljnotrgovinski poslovi odnosno izvoz nije vezan za uvoz sa aspekta režima spoljne trgovine.

Redovni izvozni poslovi u spoljnoj trgovini nastaju kada domaći rezidenti prodaju robu inostranom kupcu (izvoze sa domaćeg carinskog područja u cacarinsko područje kupca) i naplaćuju u ugovorenim sredstvima međunarodne likvidnosti koja unose (repatriraju) u zemlju u skladu sa domaćim pozitivnim zakonskim propisima.

Izvoz ili *export* predstavlja količinu robe dobara, usluga, tehnologije, licenca ili autorskih prava koje je jedna država u mogućnosti da proizvede i izvozi van svojih granica, u inostranstvo. Izvozna funkcija privrede jedne zemlje (ekonomska funkcija) služi realizovanju proizvedenih domaćih roba na stranom tržištu i time doprinosi razvoju domaće privrede podržavajući strategiju optimalnog korišćenja kapaciteta, povećanja dohotka i ostvarivanja deviznog priliva potrebnog za plaćanje uvoza roba/usluga neophodnih za realizaciju procesa društvene reprodukcije.

Redovni poslovi uvoza podrazumijevaju transakcije u kojoj domaći rezidenti kupuju robu od inostranih prodavca, uvoze je u carinsko područje zemlje kupca (domaće carinsko područje) i za nju plaćaju ino-prodavicima cijenu u sredstvima međunarodne likvidnosti putem ovlašćenih banka.

Uvoz ili *import* je količina dobara ili usluga koje jedna država kupila na inostranom tržištu. Osnovna ekonomska funkcija uvoza ogleda se u značaju uvoza za sistem domaćeg reproduktionog modela privrede odnosno snabdijevanja domaćeg tržišta inostranom robom/uslugama u

cilju zadovoljenja potreba na domaćem tržištu (za robe koje se ne proizvode u dovoljnim količinama ili se ne proizvode uopšte).

Kod ovakvog oblika razmjene kupci i prodavci su personalno, regionalno i vremenski odvojeni. Izvoz je slobodan, ali može biti ograničen i to samo državnim mjerama. Uvoz je uslovljen raspoloživošću deviza, pa ako je nedovoljna raspoloživost deviza onda se nekada dopunjava stranim kreditima, poklonima, prodajom domaće imovine, doznakama radnika iz inostranstva i korišćenjem deviznih rezervi. Takođe, kada govorimo o redovnom izvozu i uvozu, plaćanja i naplate se najčešće obavljaju u konvertibilnim sredstvima plaćanja, kao i da se oko 70% ukupne svjetske razmjene na taj način obavlja. Ovaj oblik razmjene pruža potpunu slobodu izbora spoljnotrgovinskih mogućnosti. Trgovana se obavlja uz carinjenje, ali bez kontingenata, kvota, dozvola i saglasnosti, dok u uslovima slobodne (konvertibilne) valute i plaćanja su slobodna.

Za svaku zemlju pojedinačno, najvažnije je da pronade dio globalnog tržišta na kojem će robe najskuplje prodati, a najjeftinije nabaviti. Isto tako, kao sredstvo naplate nije nužno da se prihvatiti strana roba, koja je obično lošijeg kvaliteta ili viših cijena (skuplja) u vezanim poslovima, u odnosu na redovni (slobodni) oblik izvoza i uvoza. Nacionalne privrede u svijetu teže ka slobodnoj trgovini kao obliku razmjene zbog toga što je ona pokretač ekonomskog napredka odnosno bogatijeg društva i standarda njenih građana.

O vezanim spoljnotrgovinskim poslovima i specifičnim poslovima spoljne trgovine će biti više riječi u ovom poglavlju (13.4. i 13.5.).

13.3. Spoljnotrgovinski ugovori

Poslove spoljne trgovine obavljaju privredni subjekti registrovani za obavljanje tih poslova. Spoljna trgovina predstavlja vezu sa svijetom i omogućuje prodaju (odnosno izvoz) i nabavku (odnosno uvoz). Sposobnost i težnja privrednog subjekta, kao i zemlje u cjelini, je da optimalno bude uključena u svjetsku privredu, i putem izvoza i putem

uvoza, kako bi uposlenost raspoloživih kapaciteta, zarada i profit bili na visokom nivou.

Pokazatelj opravdanosti poslovanja spoljnotrgovinskih preduzeća jeste uspješan plasman robe na strana tržišta (izvoz), kao i uspješna nabavka robe, usluga, tehnologije i kapitala iz inostranstva odnosno uvoz. Takav način poslovanja trebalo bi da omogući preduzeću ostvarivanje postavljenih ciljeva, prvensveno funkcionisanje proizvodnje (i drugih poslovnih aktivnosti), a time i veće zarade i sticanje profita.

Svaki izvoz roba na spoljna tržišta, bilo na regionalna ili na globalno tržište, prati više proizvođača (ponuđača) odnosno konkurencija. Zbog toga nije nimalo lako prodrijeti na svjetsko tržište i veoma je važno poznavati kompletnu tehnologiju svakog, a posebno poslove izvoza i uvoza u spoljnoj trgovini. Prilikom izvršavanja izvoznog posla, postavlja se pitanje: Kada, gdje i šta izvoziti? Odnosno koje je pravo vrijeme - kada je konjunktura na tržištu najpovoljnija, pa tražnja raste, na odabranom tržištu i sa pravom robom koja je konkurentna u pogledu cijene, kvaliteta, roka isporuke, načina plaćanja, promocije, reklame i sl. Ipak, najvažnije jeste uspostaviti dobre odnose sa kupcima, privlačiti nove kupce i konstantno održavati ili negovati postojeće. Kada se dobro savlada tehnologija izvoznog i uvoznog posla, onda ni realizacija i tehnologije ostalih spoljnotrgovinskih poslova, bez obzira na njihove specifičnosti i složenosti, ne predstavljaju teret.

Svaki spoljnotrgovinski posao predstavlja svojevrsan međunarodni ugovor. Sklapanje ugovora međunarodnog karaktera predstavlja slobodnu ili usaglašenu volju ugovornih strana o zaključivanju konkretnog posla u spoljnoj trgovini, što podrazumijeva da se u njemu iskazuju interesi svih ugovornih strana. U zavisnosti od vrste spoljnotrgovinskih poslova, u spoljnotrgovinskoj praksi, najčešće se koriste sledeće vrste ugovora:

- Ugovori o izvozu i uvozu robe,
- Ugovori o pružanju i korišćenju međunarodnih usluga,
- Ugovori o međunarodnom transferu tehnologije i
- Ugovori koji se odnose na međunarodno kretanje kapitala.

U narednoj tabeli je dat pregled ugovora koji se mogu zaključivati u zavisnosti od vrste spoljnotrgovinskog posla koji se zaključuje.

Tabela 9: Klasifikovnje spoljnotrgovinskih ugovora u praksi

Ugovori o izvozu i uvozu robe	Ugovori o pružanju i korišćenju međunarodnih usluga	Ugovori o međunarodnom transferu tehnologije	Ugovori o međunarodnom kretanju kapitala
ugovor o izvozu ugovor o uvozu ugovor o kompezacionom poslu ugovor o barter poslu ugovor o poslovnoj saradnji (specijalizaciji) odnosno poslovnoj alijansi ugovor o dugoročnoj proizvodnoj kooperaciji ugovor o franšizingu ugovor o lizingu ugovor o reeksportnom poslu ugovor o tranzitu robe ugovor o poslovima dorade, uključujući i lon poslove ugovor o prodaji robe trgovačkim i diskont centrima, ino-firmama, robnim kućama ugovor o korišćenju prostora u slobodnoj zoni, naučno-tehnološkom parku	ugovor o komisionu ugovor o zastupanju ugovor o posredovanju u spoljnoj trgovini ugovor o međunarodnom transportu ugovor o međunarodnoj špediciji ugovor o lučkim uslugama ugovor o uskladištenju robe ugovor o obavljanju međunar.-agencijskih usluga ugovor o reklami i propagandi ugovor o istupanju na međ.sajmovima ili specijaliz. izložbama ugovor o pomorsko tehničkim i istraživačko razvojnim uslugama na moru i podmorju	ugovor o licenci ugovor o tehničkoj saradnji ugovor o prenosu znanja i iskustva (<i>know-how</i>) opšti ugovor o međunarodnom transferu tehnologije	ugovor o međunarodnom depozitu ugovor o međunarodnom kreditu ugovor (zaključnica) o međunarodnom prometu hartija od vrijednosti ugovor o stranim ili zajedničkim ulaganjima kapitala sa inostranstvom

ili industrijskom parku	ugovor o izgradnji objekata
ugovor o prodaji u slobodnim carinskim prodavnicama (tax free shops)	ugovor o međunarodnom turizmu
ugovor o snabdijevanju stranih prevoznih sredstava u međunarodnom saobraćaju	ugovori o raznim vrstama profesionalnih usluga

Ugovorima se bave značajne naučne discipline, prije svega pravna, kao što su privredno pravo, obligaciono pravo, međunarodno privatno pravo, međunarodno javno pravo i sl.

Za većinu spoljnotrgovinskih ugovora postoje tipski obrasci, koje je izdala Međunarodna trgovinska komora u Parizu, što je veoma značajno u praktičnoj upotrebi. Međuti, ako u praksi to nije slučaj, odnosno ukoliko se ne primjenjuju tipski obrasci ugovora, onda je veoma važno da se prilikom sačinjavanja jednog ugovora ne izostave njegovi bitni elementi (u zavisnosti od vrste spoljnotrgovinskog posla). U važne elemente ugovora o spoljnotrgovinskom poslu podrazumijevaja se slijedeće:

- definisanje ugovornih partnera,
- definisanje proizvoda, odnosno posla, kvaliteta i kvantiteta robe i načina njihovog utvrđivanja ili pozivanja na odgovarajući standard, načina pakovanja i obilježavanja robe i sl.,
- definisanje pojedinačne prodajne cijene, kao i ukupne vrijednosti ugovora u konvertibilnoj valuti i mogućnosti njenog povećanja (klizanja) tokom realizacije posla. Cijena se uvijek ugovara na određenom mjestu, odnosno po adekvatnoj transportnoj klauzuli (na primjer, EXW-franko fabrika prodavca, ili DDU-što znači da prodavac plaća troškove transporta, špedicije i osiguranja do ugovorenog mjesta, ili

CIF-određena luka u inostranstvu, što znači da prodavac plaća transport, špediciju i osiguranje do te luke),

- definisanje načina plaćanja (roba, gotovina, avans, virmanski nalozi, kredit, akreditiv, menica, ček, inkaso, platna kartica, i sl),
- definisanje roka isporuke,
- definisanje nadležnog organa u slučaju spora (sud, arbitraža),
- definisanje ostalih značajnih uslova (rezervni dijelovi, servisiranje i garantni rok ukoliko je predmet ugovora oprema, komisijski način primopredaje robe, uverenja o kvalitetu robe (na primjer uverenje o porijeklu robe, fitopatološko uverenje, veterinarsko uverenje, ekološko uverenje i sl.).

13.4. Vezani poslovi u spoljnoj trgovini

Countertrade ili vezani spoljnotrgovinski poslovi su trgovinske transakcije u kojima se u okviru jednog ili više međunarodnih trgovinskih ugovora, plaćanje isporuka roba/usluga vrši djelimično ili u cjelini takođe isporukama nekih drugih roba/usluga.

Naizgled mogao bi se steći utisak da je riječ o jednostvnim trgovinskim transakcijama, no, naprotiv to su složene poslovne operacije. S obzirom da njihova uspješna realizacija zavisi od: sinhronizovanog postavljanja adekvatnih partnera u dvijema li više zemalja, usklađivanja asortimana roba/usluga, njihovih cijena, količina, kvaliteta, rokova isporuke i sl. Zbog mogućih špekulativnih radnji vezani spoljnotrgovinski poslovi su predmet rigoroznije regulative u sistemima ekonomskih odnosa zemlje sa inostranstvom.

Dakle, vezani spoljnotrgovinski poslovi se mogu smatrati specijalnim, jer se razlikuju od redovnih spoljnotrgovinskih transakcija po načinu obračuna i plaćanja, po namjeni robe, po kretanju robe (s obzirom na carinsku granicu) i drugim specifičnostima načina realizacije ovih poslova.

Razlozi zbog kojih nastaju vezani poslovi u spoljnoj trgovini ili se preduzimaju su:

- ili zbog nedostatka konvertibilnih deviza po osnovu obavljanja redovnih poslova izvoza roba i usluga;
- ili zbog prekomjernog angažovanja tekućeg deviznog priliva radi servisiranja spoljnog duga;
- ili se na taj način balansiraju ili „peglažu“ izvozne i uvozne cijene, najčešće zbog nedovoljne konkurentnosti izvoza, koji se mora plasirati po niskim cijenama, kako bi se dio zarade ostvario na povoljnijim uvoznim cijenama (recesija, protekcionistička praksa, oscilacije cijena).

Ne postoji jedinstvena šema po kojoj se ovi poslovi odvijaju, već svaki od njih je sam za sebe, imajući u vidu i posebne načine njihovog regulisanja u pojedinim nacionalnim zakonodavstvima. Posebnost i složenost vezanih spoljnotrgovinskih poslova čini njegova konstrukcija koja rezultira iz posebnih uslova i stanja na inostranim tržištima, zatim svrhe i načina njihove realizacije i posebnih interesa nosilaca spoljnotrgovinskih transakcija.

Ova vrsta poslova doživljava uspon 80-ih godina prošlog vijeka u uslovima izraženije krize u međunarodnim ekonomskim odnosima (usporavanja svjetske trgovine). Ne postoje zvanični statistički podaci o stvarno obavljenim transakcijama vezanih spoljnotrgovinskih poslova, ali se procjenjuje da su vezani poslovi u svjetskoj trgovini učestvovali u posljednjim dekadama XX vijeka između 28-34% vrijednosti ukupne svjetske trgovine.

U razvijenim zemljama spoljnotrgovinska i trgovinska preduzeća formiraju sopstvene firme koje se isključivo bave vezanom trgovinom ili se orijentišu ka ovoj vrsti trgovine za grupu proizvoda.

Neki od argumenta koji se mogu navesti u korist obavljanja vezanih poslova u spoljnoj trgovini su:

- nepovoljan klirinški saldo,
- nepostojanje redovnih međudržavnih i trgovinskih odnosa,

- postojanje nekurentne robe koja se teže plasira pod postojećim tržišnim uslovima u redovnoj trgovinsko razmjeni,
- postojanje značajnije razlike u visini cijene za istu robu na tržištu različitih zemalja zbog defektnog djelovanja međunarodnog tržišta,
- nepovoljni uslovi transfera i konvertovanja valuta različitog stepena boniteta,
- prodiranje na nova tržišta i tržišta intenzivnih mjera zaštite (razna ograničenja, monopolski sporazumi i sl.),
- potreba obezbjeđenja od dejstva kursnog rizika kod terminskih i drugih dugoročnih spoljnotrgovinskih poslova.

Iako su prethodno navedeni argumenti za primjenu vezanih poslova u spoljnoj trgovini, potrebno je ukazati i na njegove slabe strane. Snažna kritika upućena vezanim spoljnotrgovinskim poslovima dolazi od Međunarodne banke za obnovu i razvoj (IBRD) i Međunarodnog monearnog fonda (MMF): *... ukoliko su neke države prinuđene da pribjegu praksi kompenzacija, to znači da one nisu više konkurentski sposobne. Takvi aranžmani im upravo pomažu da ostanu na sceni međunarodne razmjene i pored te nesposobnosti.*²⁷⁵ Ukazuje se na mogućnost da svaki prodavac određene robe, kojem je nametnut neki od oblika vezane trgovine (Buy-back, kompenzacioni poslovi i sl.), nastoji da u cijenu takve robe uključisve svoje tehnološke i poslovne promšaje. Na taj način cijena izvozno/uvozne robe postaje manipulisana, deformiše konkurenciju cijena i uslove u međunarodnom trgovanju. Zbog toga se smatra da ih u normalnim uslovima ne samo da ih ne treba praktikovati, već ih treba izbjegavati.

U vezane spoljnotrgovinske poslove ubrajaju se:
 kompenzacioni poslovi,
 barter poslovi,

²⁷⁵ Privredni pregled (1987): *101 rešenje vezanih trgovinskih poslova u svetu*, Beograd, (u S. Acin Sigulinski (1993): *Menadžment u međunarodnoj trgovini*, Pigmalion, Novi Sad, str.38.)

paraleni poslovi (ugovori),
sajamski kompenzacioni poslovi i
poslovi malograničnog i susjednog prekomorskog prometa.

13.4.1. Kompenzacioni poslovi

Kompenzacioni poslovi (*Compensation deals*), kao najpoznatiji vezani spoljnotrgovinski poslovi, predstavljaju spoljnotrgovinske poslove jednake vrijednosti izvoza i uvoza kod kojih se ugovorene obaveze plaćanja cijena iz tih poslova kompenziraju bez sredstava plaćanja. Prilikom obavljanja kompenzacionih poslova roba se razmenjuje za robu. Plaćanje se vrši isključivo robom bez novčanog učešća, a izuzetak čini izravnavanje bilansa sredstava plaćanja (kao obračunskog sredstva za upoređivanje cijena).

Zbog razmjene robe za robu, kompenzacioni poslovi, poprimaju atribut trampe. Čista trampa je najstariji oblik međunarodne razmjene. U savremenom svijetu, čistoj trampu pripada veoma mali udio trgovine zbog poteškoća u pronalaženju i izjednačavanju dostupne robe sa onom koja se traži između dvije strane. Nosioци ugovora moraju pronaći odgovarajuću robu za razmjenu i uklopiti svoje pojedinačne cijene i ukupnu vrijednost izvoza i uvoza (u odnosu 1:1).

Kompenzacionim poslovima mogu se zadovoljiti posebne potrebe, ali i trasirati put za razvoj spoljnotrgovinskih odnosa sa zemljama kod kojih su ovi odnosi u fazi uspostavljanja.

Učesnik u kompenzacionom poslu robu koju dobije može koristiti za svoje potrebe, prodavati za domaću valutu u zemlji ili je dalje reeksportovati, ukoliko je to ugovornim klauzulama dozvoljeno. Kompenzacione poslove spoljnotrgovinsko preduzeće može obavljati i komisijom, odnosno u svoje ime i za tuđi račun, uz zaradu (proviziju).

Primjer kompenzacionog posla

Ako se neka roba **A izvozi** na svjetskom tržištu i košta 100 dolara po toni (franko skladište prodavca) i izveze se 15 000 tona robe **A**, dok se roba **B uvozi** (franko mjesto utovara) i tona robe **B** košta 120 dolara onda se ovaj posao može predstaviti na slijedeći način:

Izvoz 15 000 t robe A x 100 \$/t = 1.500 000

Uvoz 12 500 t robe B x 120 \$/t = 1.500 000

Dobili smo istu vrijednost uvoza i zvoza odnosno 15000 t robe A ima vrijednost kao i 12 500 t robe B.

Vrste vezanih kompezacionih spoljnotrgovinskih poslova:

- *direktan* kompenzacioni posao – kada u izvršavanju posla učestvuju samo dva partnera različitih zemalja koji su istovremeno i izvoznici i uvoznici, a između njih se inkorporira povjerenik (banka, špediterska organizacija i sl.)
- *prošireni* kompenzacioni posao – postoji kada učesnici posla nisu istovremeno izvoznici i uvoznici i postoje tri ili više učesnika, a takođe se inkorporira povjerenik.
- *tringularni* kompenzacioni posao – nastaje kada partneri iz dvije zemlje ne mogu pronaći odgovarajuću robu za razmjenu pa uvode u trgovinu jednog ili više partnera iz treće zemlje. Obračun između učesnika se vrši u ugovorenoj valuti, a likvidiranje potraživanja vrijednosno u robnom obliku.

Ugovore o kompenzacionim poslovima u Bosni i Hercegovini mogu zaključivati poslovni subjekti registrovani u skladu sa zakonom podnošenjem zahtjeva nadležnom Ministarstvu trgovine entiteta, koje će evidentirati izvršene ugovore u skladu sa Uputstvom koje donosi Savjet Ministara BiH na prijedlog Ministarstva spoljne trgovine BiH. Izvoz i uvoz robe u okviru kompenzacionog posla vrši se u skladu sa propisanim oblicima uvoza i izvoza. Dakle, na ove poslove primenjuje se važeći

spoljnotrgovinski režim. Iako su ovo uravnoteženi poslovi, ukoliko u praksi eventualno dođe do odstupanja izvoza i uvoza, razlika se za oba ugovorna partnera poravnjava u konvertibilnoj valuti. Posebnu vrstu kompenzacionih poslova čine barter poslovi.

13.4.2. Barter poslovi

Barter poslovi (*Barter Trade*) su oblik vezane trgovine između dva poslovna partnera ili između dvije zemlje po posebnom sporazumu. Predmeti razmjene utvrđuju se u robnim listama uvoznika i izvoznika, pri čemu se utvrđuje najviši novčani iznos (limit) do kojeg se može obaviti izvoz za svaku listu. Nakon usklađivanja robnih lista pristupa se ugovaranju i zaključivanju kupoprodajnih ugovora, istovremeno za uvozni i za izvozni dio posla. Ugovorom se detaljno regulišu vrijednosti robe i isporuka robe u oba smjera.

Kod klasičnog barter aranžmana međusobna ukupna razmjena između dva partnera je uravnotežena u odnosu 1:1 (iste vrijednosti). Nositelj posla je samo po jedna firma u svakoj zemlji koje zaključuju ugovor, a ukoliko je riječ o više učesnika u poslu onda se sa njima zaključuju podugovori. Prilikom obavljanja ovih poslova partneri obavezno ugovaraju valutu u kojoj će se iskazivati cijene i vršiti obračun izvoza i uvoza, zatim banku kupca i banku prodavca preko kojih će se ti obračuni vršiti. Ukoliko postoji više učesnika u poslu, svaki izvoznik naplaćuje izvoz a svaki uvoznik plaća uvoz u domaćoj valuti posredstvom izabrane banke sve dok se razmjena po dogovorenom barter aranžmanu ne uravnoteži.

Barter poslove u praksi nazivaju *mali kliring* jer se naplaćuju i plaćaju u nacionalnoj valuti, isto kao i klirinški poslovi. Razlikuju se po tome što se barter ugovara između preduzeća, a kliring između država koje ugovaraju godišnje robne liste za bilansiranje ukupnog (ili približno ukupnog) izvoza i uvoza između dvije zemlje.

Zaključivanje barter poslova i zaključivanje kompenzacionih poslova sličnih su motiva, iz kojih proizilazi sličnost u karakteristikama ovih poslova. Sličnost se ogleda u tome što se i kod jednih i kod drugih

poslova, uvoz robe od ino-partnera uslovljava izvozom sopstvene robe ino-partneru. Bitna razlika između bartera i kompenzacionog posla je što se u barteru svaka pošiljka posebno plaća, a plaćanje se obavlja posredstvom specijalnog računa koji se vodi kod jedne banke sporazumno utvrđene.

U praksi barter (vezane) trgovine se izdvajaju sledeće vrste:

- *klasični ili pravi barter* – čini jedna transakcija u kojoj dvije ugovorne strane (kompanije, države) razmjenjuju robe u jednakoj vrijednosti, a u praksi se rijetko susreću zbog teškoća u pronalaženju odgovarajućeg partnera čije se potrebe podudaraju;
- *sporazum o povrtnoj kupovini* – kada izvoznik pristaje da za određeni procenat plaćanja uzme proizvode (sirovine) koje je proizveo kupac njegove robe (uvoznik), a izvoznici dobijenu robu najčešće preprodaju na domaćem ili je plasiraju na neko inostrano tržište i preferiraju sirovine umjesto gotovih proizvoda jer ih lakše mogu preprodati. Ova vrsta bartera složenija je i češća u praksi;
- *buy-back transakcija* – naročito je zastupljena pri izvozu kapitalne opreme i tehnologije i sličnih aranžman dugoročnijeg karaktera i većih vrijednosti, gdje izvoznici pristaju da njihova potraživanja budu naplaćena djelimično ili u cjelosti proizvodima proizvedenim njihovom opremom ili tehnologijom koju su izvezli.

Kao i kod kompenzacionih i barter poslovi nemaju nikakve povlastice u spoljnotrgovinskom režimu i obavljaju se u skladu sa propisanim oblicima izvoza i uvoza. Za robu koja je na kvoti (dozvoli), nosilac posla mora posjedovati ta dokumenta da bi se uopšte mogla izvoziti, odnosno uvoziti.

Barter poslove jedni smatraju simptomom krize ili nužnim zlom, a drugi sasvim prihvatljivim načinom poslovanja.²⁷⁶ Velike svjetske kompanije, poput General Electric-a i General Motors-a koriste u svom poslovanju barter aranžmane. Barter poslovi su veoma složeni i rizični poslovi koji uključuju veliki broj roba i subjekata, različite valute i tržišta.

²⁷⁶ U prilog tome, pomalo neuobičajen primjer bartera imala je švedska pop grupa ABBA, koja je svojevremeno svoje nastupe u Poljskoj naplaćivala poljskim ugljem.

Ako cijene variraju, a uz to kamatne stope su visoke i domaća valuta nestabilna, onada su gubici realni. Zbog toga se pri obavljanju ovih poslova mora obratiti posebna pažnja prilikom izbora robe i poslovnih partnera, određivanja cijena i usklađivanja rokova izvoza i uvoza robe, kako bi se izbjeglo zaduživanje kod banaka i održavala likvidnost subjekata izvoza i uvoza.

13.4.3. Tehnologija izvoznog posla

Funkcija izvoza doprinosi privredi jedne zemlje prodajom roba na međunarodnom tržištu i razvoju domaće proizvodnje i prometa podržavanjem strategije optimalnog korišćenja proizvodnih kapaciteta, uvećanja dohotka i ostvarivanja deviznog priliva potrebnog za plaćanje uvoza roba/usluga neophodnih za realizaciju procesa društvene reprodukcije. Na taj način izvoz postaje funkcija uvoza roba/usluga i nerobnog deviznog priliva.

Sadržina izvršenja izvoznog posla podrazumijeva niz kompleksnih radnji. Njegovu realizaciju potrebno je da obvljaju stručne i efikasne službe, dobri poznavaoци spoljnotrgovinskog poslovanja koji mogu da prate i da se prilagođavaju datim uslovima poslovanja na svjetskom tržištu. Obavljanje spoljnotrgovinskih poslova regulisano je zakonskim propisima (uslovima) i njihova ispunjenost je *condition sine qua none* ili uslov bez kojega se ne može, za registraciju firme čija djelatnost spada u spoljnotrgovinsko poslovanje.

Da bi neki izvozni posao bio zaključen potrebno je uspostaviti kontakt i pripremiti teren, kako bi se pregovaralo, ugovoralo i zaključio posao, a potom slijedi realizacija i analiza izvršenog izvoznog posla. Prema tome, tehnologija izvoznog posla može se podvesti pod tri osnovne faze:

- prva faza – koju čine poslovi koji prethode činu zaključivanja posla (ugovora) ili pripreme radnje,
- druga faza – koja se odnosi na pregovaranje, ugovaranje i zaključivanje izvoznih poslova i

- treća faza – koja podrazumijeva realizaciju ugovora, analizu posla i arhiviranje (odlaganje) predmeta.

Prva faza izvoznog posla podrazumijeva niz aktivnosti koje prethode i doprinose da dođe do zaključenja posla. Svakako da konkurentnost izvoznika i dobra komunikacija sa tržištem predstavlja prednost, koja uz sposobnog i vještog menadžera koji raspolaže adekvatnim informacijama i spreman je da se prilagođava okruženju i promjenama, doprinosi zaključenju ugovora, pa čak ima i presudan značaj.

Draker, priznati svjetski teoretičar menadžmenta, navodi da su za uspješano poslovanje ili biznis potrebne tri pretpostavke:

- prva, o kretanju faktora eksternog okruženja (društvo i struktura društva, politika, demografija, tržišno-ekonomska kretanja, globalna kretanja i tendencije),
- druga, o svrsi postojanja neke organizacije (sposobnost da stvara kupce kao potrošače njenih proizvoda i usluga) i
- treća pretpostavka o jezgru i suštini kompetentnosti (integrisanim sposobnostima, vještinama, znanjima i organizaciji).

Takođe, navedene pretpostavke konstantno se moraju testirati i prilagođaviti tokom egzistiranja neke organizacije, odnosno anticipacija promjenama i detaljna analiza konkurenata su ključna strategija.

Prema Porteru, strategija je stvaranje jedinstvene i vrijedne pozicije na tržištu koja znači obavljanje superiornih aktivnosti u odnosu na konkurente.²⁷⁷ Za izvoz na spoljna tržišta faktor konkurentnosti je najznačajniji. Tržište je jedna velika arena u kojoj se vodi borba za opstanak, stiču konkurentske prednosti i povjerenje publike (potrošača). Naime, dva najznačajnija faktora konkurentnosti (prednosti) su: produktivnost rada i stalne inovacije (imaju najveći značaj). U prilog tome, možemo navesti kao primjer *General Electric*, koji prema indeksu Dow Jones je jedina kompanija koja se održala od uspostavljanja tog indeksa do danas. Kompaniju je uspješno vodio više od četiri decenije

²⁷⁷ Porter M. (2006): *On Competition*, Harvard Business Review Book, str. 40-41.

Jack Welch, koji je govorio da konkurentnost zavisi od ideja, laboratorija, finansijskih sredstava i menadžmenta.

Zarad očuvanja pozicije i opstanka na tržištu oštrem konkurencije, kompanije razvijaju partnerske odnose sa dobavljačima, konkurentima i kupcima (*CRM-Customer Relation Marketing*) odnosno razvijaju dobre odnose gdje god i kada god je to moguće u obostranu korist. Dobar menadžer komunicira, planira, organizuje, odlučuje, kontroliše, rukovodi, posjeduje znanja i vještine, rješava probleme, analizira... da bi osvojio i sačuvao tržište. Zapravo menadžer treba da odgovori na sve izazove i pritom da poznaje svoje potrošače i da oni poznaju (prepoznaju) njegovu kompaniju.

Marketing nastup je od najneposrednijeg uticaja na uspjeh i na izvoznost konkurentnost. U tom kontekstu, Kotler navodi da je marketing nauka i vještina, pronalaženje, zadržavanje i njegovanje unosnih kupaca²⁷⁸, dok Draker smatra da je kupac najveći profitni centar, a kreiranje kupaca jedina je svrha poslovanja²⁷⁹ (*koncept CRM* je u središtu savremenog marketinga). Dobar menadžment se bori za svakog kupca i vodi brigu o njima, kreirajući konstantno nove vrijednosti za kupce, diferencirajući se od drugih, u cilju postizanja zadovoljstva, lojalnosti i vezanosti kupaca za preduzeće i njegovu djelatnost u cjelini.

Da bi neka firma izvozila, potrebno je prvenstveno da utvrdi predmet izvoza (proizvoda) koji mora imati besprijekorne karakteristike. Ispitivanje, analiziranje i praćenje tržišta putem savremenog menadžmenta i marketinga utiče na to da li će se izvozni proizvod (ili drugi predmet ugovora) svojim kvalitetom, obimom, izgledom, asortimanom, stabilnošću ponude, dizajnom, načinom pakovanja, obeležavanja i slično probiti na ino-tržište i imati šansu da se na njemu plasira. Onaj koji namjerava da izvozi neki proizvod, mora do detalja izučavati sklonosti savremenih kupaca (ukus, želje, potrebe i navike najprobirljivijih potrošača), koristeći se metodama savremenog marketinga, menadžmenta i informacionog sistema. Isto tako, potencijalni

²⁷⁸ Kotler P. (2003): *Kako kreirati, upravljati i dominirati tržištem*, Adižas, Novi Sad, str.153.

²⁷⁹ Drucker F. P. (1995): *Menadžment za budućnost*, Privredni pregled, Grmeč, Beograd, str.19.

izvoznik izučava i prati sva kretanja na uvoznim tržištima (kretanja konjunktura, kupovne moći, cijena, konkurencije, kamatnih stopa, planova razvoja, investicija, stanovništva, strukture i segmenata potrošača, deviznih kurseva, uvoznih, carinskih i deviznih režima i sl.). Uz to, treba što češće da kontaktira sa tržištima putem stalne razmjene delegacija, posjećivanjem sajmova i specijalizovanih izložbi, kao i elektronskom poštom i sl. Najrasprostanjeniji vid poslovnog komuniciranja jeste elektronska pošta, zbog brzine razmjene informacija bilo kada i bilo gdje u svijetu. Preporučljivo je da se na ovaj način razmjenjuju informacije koje imaju za cilj razjašnjenje specifičnih ugovornih klauzula, ugovaranja sastanaka, prijema i potvrđivanja narudžbina, iniciranja poslovnih kontakata, pružanja informacija o tokovima isporuke i postprodajnih usluga ili za održavanje komunikacije sa postojećim kupcima. Za uspješan izvoz potrebno je uspostaviti trajnu komunikaciju.

U novije vrijeme koriste se podaci iz formiranih su baza informativnih podataka. Jedna od informativnih baza podataka je u posjedu Svjetskog trgovinskog centra (*World Trade Centers-WTO*), koji se mogu za nekoliko sati (pa čak i za nekoliko minuta) dobiti podaci o kretanju ponude i tražnje određenog proizvoda u cijelom svijetu. Poput ovog centara postoji centar u našem okruženju, u Beogradu u sklopu Beogradskog sajma. Njegovi članovi mogu putem kompjuterski povezanog sistema dobiti podatke o kretanju ponude i tražnje, ili osnovne poslovne karakteristike za više od pet miliona preduzeća u svijetu, kao i imena ličnosti sa kojima bi trebalo uspostaviti kontakt za pojedine robe i sa njima direktno ugovoriti sve mogućnosti i uslove kupoprodaje bilo u vezi sa izvozom sopstvenih proizvoda ili da je u pitanju uvoz pojedinih roba.

Nalik tome je i sistem Interneta. Svi podaci o tržištu smješteni su u adekvatnu bazu podataka, koja se konstantno ažurira i koristi po principima serioznosti, dobrih poslovnih običaja i poslovnog manira *dobrog privrednika*. Putem Interneta mogu se direktno zaključivati spolnotrgovinski ugovori i obavljati svjetska trgovina odnosno tzv. *elektronska trgovina*. Ovakav sistem elektronske trgovine postao je najmoćniji oblik svjetske elektronske kupoprodaje. Veoma je važno imati

svoju WEB stranicu na Internetu, u kojoj su ažurni, ispravni i istiniti podaci ponude kako bi se privukao što veći broj pravih i platežno sposobnih kupaca. Internet je osnovni alat, kojim se danas koriste mnogobrojni različiti korisnici, a njegova osnovna svrha je proširenje raspoloživih informacija za svakog učesnika.²⁸⁰ Takođe, važno je da su reference i ozbiljnost pri obavljanju prethodnih izvoznih poslova najčešće uslov za dobijanje novih poslova.

U praksi se najveća zainteresovanost ispoljava za japanski menadžment i marketing. Razlog tome je pristup tržištu, koji prednost daje udjelu na tržištu ispred profita odnosno razvoj novih proizvoda i segmentacija tržišta su ključne determinante njihove konkurentske borbe i uspjeha na tržištima širom svijeta. Akio Morita,²⁸¹ vlasnik i direktor kompanije *SONY*, jedan od najuspješnijih biznismena u svijetu, u svojoj knjizi *Made in Japan*, navodi da svaka kompanija svoj istup na svjetsko tržište mora prilagoditi konkretnoj (pojedinoj) zemlji odnosno razvijati diferencijalne lokalne strategije proizvodnje i poslovanja. Iznio je svoje stavove koji se odnose na globalizaciju poslovanja i preventivni marketing. Zalagao se za ukidanje svih nepotrebnih karika u menadžmentu i za prepuštanje manje važnih poslova zavisnim kompanijama (*outsourcing*). Mnogi prepoznaju ili koriste njegove izreke: *Misli globalno, delaj lokalno* ili *Mi ne opslužujemo tržišta, mi ih stvaramo*.²⁸²

Mnogi proizvodi koji su izvozno orijentisani zahtijevaju primjenu svjetskih standarda, kao što su međunarodni standardi ISO 9000, ISO 14000, HACCP, Halal, standardi Evropske unije. Kvalitet proizvoda, deklaracija, pakovanje itome slično doprinose njegovoj kupovini. Marketing stručnjaci trebaju primjenjivati sve oblike ekonomske propagande koji se mogu koristiti za konkretan proizvod ili uslugu kako bi osvojili ciljane kupce, te dobili na publicitetu i unaprijedili prodaju.

²⁸⁰ Banda I., Bulatović A., Vučićević L. (2021): *Finansijsko izvještavanje*, Evropski univerzitet "Kallos" Tuzla, str. 328.

²⁸¹ Morita A. (1985). *Made in Japan*, Tokio

²⁸² U svojoj knjizi, Morita je objasnio kako je došao na ideju da prvi u svijetu proizvede video, vokmen, DVD diskete i primijeni video konferencije. Njegovo polazište čini kupac, a marketing je orijentisan i prilagođen zahtjevima i željama kupaca, prije svih mladih kao ključne potrošačke grupe njegovih proizvoda

Shodno navedenom, za spoljnotrgovinsko preduzeće važno je obaviti prethodne aktivnosti ili predradnje, koje su uvertira zaključenju ugovora, a to su:

- izbor poslovnog partnera (način povezivanja tj. uspostavljanja veze sa kupcem) i provjera boniteta,
- pretkalkulacija (početna kalkulacija) izvoznog posla,
- ispitivanje, praćenje i analiza tržišta putem savremenog menadžmenta i marketinga,
- izbor kanala i načina prodaje i
- organizacija privredne propagande i reklame i analiza njihovih efekata.

Druga faza izvoznog posla koja se odnosi na pregovaranje, ugovaranje i zaključivanje izvoznih poslova zapravo se odnosi na ponudu i pregovaranje ili traženje rješenja kojim će obje strane biti zadovoljne, zatim ugovaranje i zaključivanje izvoznog posla (ugovora).

Kod spoljnotrgovinskih poslova koji se odvijaju u kontinuitetu, sa standardnom oznakom proizvoda i između dobro znanih i uhodanih partnera, odmah po ponudi izvoznika kupac obično plasira porudžbinu koja sama po sebi predstavlja izvozni ugovor. Svi pregovori i usaglašavanja najčešće se obavljaju savremenim obicima komunikiranja, bez neposrednog fizičkog kontakta kupca i prodavca.

Pregovaranje je način komunikacije među ljudima, koji služi da se prevaziđu međusobne razlike i problemi sa kojima se susreću. Dijalogom se traži sporazum, a u komunikaciji iznosi se šta želimo od drugih ili saznajemo šta drugi žele od nas. Pregovaranje je proces putem kojeg pronalazimo uslove za dobijanje onoga što želimo od nekoga ko želi nešto od nas.²⁸³ Prgovaranjem se može doći do novih i boljih rješenja sa kojima bi strane pregovaračkog procesa bile zadovoljne odnosno njihovi interesi ostvarivi.

Pregovore kod spoljnotrgovinskih poslova obavljaju vođe timova pregovaračkog procesa, uz učešće stručnih saradnika, koji iznose svoje

²⁸³ Kennedy, G. (2000): *Evrithing is Negotiable, How to get the Best Deal Everytime*, Random House Business Books, London, str.132.

prijedloge. Tokom vođenja poslovnih pregovora postoji izrazita suprotnost interesa ugovornih strana prvenstveno po pitanju količine i cijene, ali i ostalih uslova spoljnotrgovinskog posla. Naime, pregovara se o tehničko - tehnološkim uslovima, kvalitetu, rokovima isporuke, cijenama, načinu plaćanja, servisiranju proizvoda (objekata) i sl. Najosjetljivije pitanje tokom pregovora je cijena, jer kupac može da traži sniženje cijene veće nego što prodavac može dati. Da bi ponuda proizvođača pravna dejstva potrebno je da ispuni neke zahtjeve u pogledu sadržine odnosno da obuhvati sve elemente ugovora čije zaključenje se predlaže i bez kojih ne bi mogao nastati. Nakon što se sve varijante i moguća rješenja dogovore ili usaglaise, zaključuje se spoljnotrgovinski ugovor.

Kada su u pitanju složeni spoljnotrgovinski poslovi, kao što je izvoz opreme i izgradnja građevinskih objekata u inostranstvu, koji se najčešće ugovaraju putem međunarodnog tendera (ili prikupljanjem ponuda), po ponudi izvoznika (izvođača radova), prvo se vode pregovori, pa se na osnovu konačno usaglašenih uslova zaključuje spoljnotrgovinski ugovor.

Pregovori i komunikacija predmet su posebne naučne discipline, koja ukazuje šta je kod pregovora najznačajnije odrediti, a to je:²⁸⁴

- predmet pregovora,
- učesnike u pregovorima,
- način pregovaranja i komuniciranja,
- mjesto pregovora i
- vrijeme pregovora.

Predmet pregovora mogu biti sve vrste spoljnotrgovinskih poslova, a najzahtjevniji i iscrpni su pregovori o građevinarstvu i građevinskom inženjeringu, izvozu opreme, dugoročnoj poslovnoj kooperaciji, direktnim ulaganjima kapitala, franšizingu i prenosu tehnologije.

Učesnici u pregovorima odnosno način njihove komunikacije zavisi od predmeta pregovaranja, da li se pregovaraju jednostavni ili složeni poslovi u spoljnoj trgovini, da li se pripremaju novi ili se radi o

²⁸⁴ M.Unković, B.Stakić, *cit.djelo*, str. 283-284.

realizaciji postojećih poslova. Obično se određuju stručni multidisciplinarni timovi sačinjeni od inženjera, ekonomista i pravnika. Top menadžeri se uključuju u poodmakloj fazi pregovora, tačnije kada treba donijeti konačnu odluku, usaglasiti teška pitanja i prilikom potpisivanja značajnih ugovora.

Načini pregovaranja i komuniciranja između dijve pregovaračke strane za zaključenje posla, naročito dugoročnog, mogu biti različiti: lični odnosno fizički pregovori, telefonski razgovori, faksovi, video konferencije, elektronska pošta i slično. Lični pregovori se preporučuju u početnim kontaktima za razvijanje odnosa, jer se na taj način velika količina informacija prenosi i partneri se bolje i brže prilagođavaju novonastalim okolnostima. Takođe, posjete pokazuju predanost poslu i odnosu sa kupcem odnosno pregovornim partnerom. Elektronska pošta, satelitski mobilni telefon, faks i video konferencije jesu jeftin i ugodnan (bez putovanja) način sklapanja međunarodnih poslova, ali se preporučuju kod relativno prostih poslova, kad se do kvaliteta i osobina robe i usluga može jednostavno doći elektronskim putem, ili kod pregovora u kojima se dijve strane dovoljno dobro poznaju da je moguće nastaviti poslove bez direktnog susreta.

Mjesto pregovora je važno odrediti. Izbor mjesta pregovora pruža četiri mogućnosti: kod kupca, kod prodavca, na trećem neutralnom mjestu i bez određenog mjesta, odnosno putem elektronskih komunikacija. Za značajnije pregovore domaćin uređuje posebne sale, izuzetne uslove, cvjetne aranžmane angažuje poslugu, priprema poklone, organizuje specijalne turističke ture i ugostiteljske aranžmane za goste, a sve sa namjerom da gosti budu zadovoljni i da pregovori uspiju. Takođe se, u rasporedu mjesta za sedenje, prioriteta mjesta daju gostima i određuje se adekvatan vremeplov i protokol pregovora, kako bi bilo moguće uspostavljanje ravnopravnih i potpuno uravnoteženih interesa umjesto dominacije bilo koje strane.

Vrijeme pregovora je posebno značajno jer u svakoj državi postoji dobro i loše vrijeme za pregovore. Pregovaranje i sklapanje poslova je obično teško tokom praznika, godišnjih odmora i kulturnih dešavanja. Na primjer, u Francuskoj Nacionalni praznik 14. juli slavi se više dana, ali nisu poželjni pregovori ni u avgustu mjesecu koji je nepoželjan za

pregovore u većini evropskih zemalja zbog kolektivnih godišnjih odmora. Zatim Ramazan, mjesec kad Muslimani poste od svitanja do sumraka, nije najbolje vrijeme za sklapanje poslova u muslimanskim zemljama. U SAD nedelje između Dana zahvalnosti, koji se obilježava 4. jula, i Nove godine nisu dobre za pregovore. Svaku zemlju karakteriše određeni način pregovaranja ili stil, koji proizilazi iz karaktera nacionalne kulture. Tako recimo, Njemci vole tačnost u pregovorima, Latinoamerikanci obično kasne, Japanci pregovaraju sporo, a Amerikanci brzo, Arapske zemlje vole cjenkanje, Indusi su jako detaljni, a Kinezi vole pregovore uz prisustvo velikog broja ljudi i slično. O tome, kao i kakve su čije predrasude i uroci, koju ko boju voli u ambijentu pregovora, kako se pozdravljaju partneri, kakvi su pokloni pregovarača poželjni i o mnogim drugim detaljima u pregovorima napisane su knjige, jednu od njih napisao je Džezvald V. Salakjuz (Salakjuz, 2006).

Nakon što se pregovori uspješno okončaju pristupa se zaključivanju jedanog ili više međunarodnih ugovora o odnosnim spoljnotrgovinskim poslovima. Sačinjeni kupoprodajni ugovor treba da bude jasan i precizan, u kojem će biti tačno definisane obaveze svake ugovorne strane i dinamika njihovog izvršenja odnosno da u ugovoru ne postoji niti jedna klauzula koja bi se mogla različito tumačiti. Tokom realizacije posla moguće su njegove izmjene ili dopune u vidu aneksa ugovora koji mora biti ovjeren od obje ugovorne strane. Međunarodnim prodajnim ugovorom pokriva se jednokratani posao, ili niz prodaja tokom određenog perioda, stvarajući trajniji odnos između kupca i prodavca. Na primjer, ugovorena isporuka određene količine neke robe svaka tri mjeseca u roku od pet godina po ugovorenoj cijeni.

Najčešće uz osnovni ugovor idu još tri ugovora: ugovor o prevozu, ugovor o osiguranju i ugovor o plaćanju. Prvi, je ugovor o prevozu, sa kojim prodavac šalje robu kupcu. Ovaj ugovor je obično u obliku tovarnog lista (konosmana, teretnice), koga izdaje prevoznik. U principu prevozno preduzeće može da preda robu samo po nalogu osobe koja je navedena u tovarnom listu ili osobe na koju glasi faktura i koja fizički posjeduje fakturu. Drugi, je ugovor o osiguranju, koji pokriva bilo koji gubitak ili štetu koja se pojavi tokom prevoza robe. Korisnik osiguravajuće polise je obično kupac, ili prodavac, na koga je vlasništvo

prešlo tokom isporuke. Treći dodatni ugovor, je o plaćanju, najčešće ugovor o akreditivu koji daje banka kupca, obećavajući da će platiti prodavcu kupovnu cijenu po pokazivanju određenih dokumenata, kao što su tovarni list i faktura koji pokrivaju isporuku robe. Banka prodavca isplaćuje sumu iz akreditiva odmah po prezentiranju otpremnih dokumenata, a posle se ona naplaćuje kod banke kupca.

Kreirani tipski obrasci ugovora od strane Međunarodne trgovinske komore olakšavaju proces jer ih stranke samo uredno popunjavaju i potpisuju, ali postoji mogućnost da formular ugovora popune ili novi ugovor sačine ugledni pravnici. Ugovor stupa na snagu kada ugovorne strane međusobno razmijene note o stupanju ugovora na snagu, a nekada je potrebno da ga potvrdi i nadležni državni organ. Ukoliko se ne primenjuju tipski ugovori, nikada se prilikom sačinjavanja ugovora ne smiju izostaviti bitni elementi posla, odnosno ugovora. Kada ugovor odobri nadležni državni organ (ukoliko je to slučaj), kada se osigura naplata, obezbijedi izvozni režim (ako je izvozna roba na kvoti ili dozvoli) i pribave sve potrebne garancije za realizaciju ugovora, partneri u poslu proglašavaju (razmenjuju note) konačno stupanje ugovora na snagu. Tada se pristupa realizaciji ugovora, odnosno obavljanju ugovorenog posla, što podrazumijeva sva prava i obaveze koje iz njega proističu. Potpisan i pravosnažan kupoprodajni ugovor prosleđuje se nadležnoj službi na izvršenje uz odgovarajuće instrukcije.

Treća faza izvoznog posla odnosi se na realizaciju (izvršavanje) ugovora, analizu posla i odlaganje predmeta.

Izvršenje zaključenog izvoznog posla obavlja specijalizovani sektor ili tim kojem je povjerena realizacija ugovora. Rukovodilac tima organizuje i preuzima niz odgovornih poslovnih aktivnosti za realizovanje ugovora, prvenstveno:

- priprema robu za izvoz (otpremu), njeno adekvatno pakovanje i obilježavanje,
- vrši provjeru kvaliteta robe za otpremu,
- formira izvoznu dokumentaciju i otprema robu.

Priprema robe za izvoz podrazumijeva pribavljanje robe iz sopstvene proizvodnje ili skladišta ili njeno preuzimanje od poslovnog

partnera. Ako roba tek treba da se proizvede daje se nalog za njenu proizvodnju prema ugovorenim rokovima.

Provjera kvaliteta robe namijenjene izvozu neophodna je u fazi proizvodnje, ali se provjerna kvalitet cjelokupne izvozne robe i prije otpreme, kao i provjera da li je adekvatno spakovana i obilježena.

Formiranje izvozne dokumentacije i otprema robe podrazumijeva, izdavanje svih dokumenata koji prate robu (robni dokumenti), a ukoliko su neki od njih ranije pribavljeni, prilažu se setu dokumenata. Kao što su: trgovačka faktura, specifikacija robe i lista pakovanja (paking lista), atest proizvođača, uvjerenje o porijeklu robe, uvjerenje o krajnjoj namjeni robe, certifikat o kontroli kvaliteta robe i niz uvjerenja koja taj kvalitet potvrđuju poput sanitarnog, fitopatološkog, veterinarskog, ekološkog uvjerenja i tome sl. Nakon toga se pribavljaju finansijska dokumenta poput mjenice, akreditiva, garancije i sl., u zavisnosti od toga da li se plaća robom, gotovinom ili se izvozi na kredit, a isto tako daju neophodne garancije za povraćaj avansa i o kvalitetnom izvršenju izvoza.

Posle pripremljene robne i finansijske dokumentacije angažuje se ili odabere špediter, koji zajedno sa izvoznikom kompletira dokumenta transporta, carinske dokumente i dokumente osiguranja, poput konosmana, tovarnog lista, špediterske potvrde, izvozne carinske deklaracije, polise osiguranja i sl. Obično ovu dokumentaciju pribavlja špediter, kom se nalogom povjerava otprema robe, izbor najpovoljnije rute i najpovoljnijeg transportnog sredstva za tu vrstu robe, njenu cijenu, rok i kvalitet prevoza. Postoji i špediterski avizo, kao dokaz špeditera o otpremi robe.

Kada je ugovor u fazi realizacije, operativac dobija ugovor i odmah otvara fasciklu ili klaser za kompletan predmet posla. Tu odlaže sva dokumenta i prati rokove za preuzete obaveze prema ugovoru kako bi ih kvalitetno i na vrijeme ispunio. Otvara i rokovnik ispunjenja svih obaveza, onako kako one dospijevaju. Danas se praćenje svih faza izvoznog posla obavlja putem računara, ali se ipak originalni dokumenti obavezno čuvaju u fascikli/ klaseru. Za svaki spoljnotrgovinski posao postoji obaveza njegovog internog evidentiranja odnosno tzv. spoljnotrgovinski kontrolnik.

Nakon što je roba otpremljena, posao naplaćen i isplaćeni svi akteri u spoljnotrgovinskom poslu pristupa se analiziranju rentabilnosti izvoza. Analiza je važna, posebno kod specijalizovanih spoljnotrgovinskih poslovnih subjekata, zbog razlike u cijeni – marže, provizije i rabata i upoređivanja sa troškovima kokao bi se ocijenila isplativost posla odnosno rentabilnost posla. Analiza posla se vrši detaljno, posebno o konkurentnosti izvozne robe i mogućoj zaradi, u svrhu izvlačenja izvjesnih pouka ili zaključaka za buduće poslove. Za proizvođača je važna analiza izvozne kalkulacije, analiziranje izvoznog posla po svim njegovim fazama i finansijska analiza ostvarenog finansijskog efekta izvoznog posla. Ove analize predstavljaju blago svakog preduzeća ukoliko se uredno snime i istinito zabilježe sva zapažanja tokom realizacije posla. Posebnu pažnju treba obratiti na reklamacije kupaca, ispravljati greške u kvalitetu i odobravati bonifikacije kako se ne bi negativno odrazile na buduće izvozne poslove. Kada se sve analize izvrše predmet se odlaže i čuva u arhivi, bilo u fizičkoj ili elektronskoj formi koju danas većina preduzeća preferira zbog ekonomičnosti prostora i mogućeg dužeg čuvanja.

13.5. Specifični poslovi u spoljnoj trgovini

Spoljnotrgovinsko poslovanje ima svoje specifičnosti u odnosu na unutrašnju trgovinu i podrazumijeva sve oblike ekonomske saradnje jedne zemlje sa inostranstvom. Poslovanje u spoljnoj trgovini obuhvata pored trgovine robom, trgovinu uslugama, trgovinu pravima na intelektualnu svojinu, obavljanje privredne djelatnosti (strana ulaganja i strane direktne investicije) i prenos tehnologija i znanja.

U specifične oblike spoljnotrgovinskih poslova mogu se svrstati slijedeći poslovi:

- poslovi oplemenjivanja,
- reeksportni poslovi,
- tranzitni poslovi,
- lizing poslovi,

- franšizing poslovi,
- poslovi dugoročne proizvodne kooperacije i
- poslovi poslovno-tehničke saradnje.

13.5.1. Poslovi oplemenjivanja

Specifični poslovi u spoljnoj trgovini su poslovi oplemenjivanja koji nastaju kada se neka roba uvozi ili izvozi radi njenje dalje prerade, dorade ili obrade. Proces u kojem dolazi do promjene osnovnih svojstava privremeno uvezene robe svrstavaju se u poslove oplemenjivanja. Poslovi prerade obuhvataju procese oplemenjivanja privremeno uvezene robe kojima se mijenjaju osnovne karakteristike privremeno uvezene robe, dok kod poslova dorade u procesu oplemenjivanja ne mijenjaju se svojstva privremeno uvezene robe. Poslovi obrade, kao poslovi oplemenjivanja, podrazumijevaju hemijske, mehaničke i sl. postupke kojima se poboljšava kvalitet uvezene robe, bez učešća bilo kakve druge supstance (robe) u njoj.

U grupi poslova oplemenjivanja, najpoznatiji su lon poslovi (nem. *Lohn*). Predstavljaju poseban oblik postupka unutrašnje obrade, koji se vrši na osnovu ugovora zaključenog između stranog lica kao nalogodavca i domaćeg registraovanog lica, koje svojim kapacitetima (opremom, radnom snagom) za račun ino-partnera po njegovom zahtjevu, tehnologiji izrade i standardu, izrađuje ugovorene količine robe. Ovi poslovi se obavljaju na osnovu odobrenja domaćeg carinskog organa i najčešće, u kontinuitetu (duži period). Odobrenje carinskih organa daje se registrovanom licu (nosiocu odobrenja), a po kojem isti ostvaruje pravo uvoza robe (dobara) radi procesa njihove obrade i ponovnog izvoza iste u obrađenom stanju. Ovdje, posebno treba obratiti pažnju, kada se zbog obima poslova i dužine trajanja procesa obrade, izdaje jedno odobrenje, kojim je najčešće obuhvaćen niz uvoza dobara i niz izvoza kompenzirajućih proizvoda, u kojima se nosioc odobrenja javlja kao uvoznik, odnosno izvoznik.

Takođe, u Bosni i Hercegovini se obavljaju lon poslovi. Za utvrđivanje vrste prometa koji se odvija kod lon poslova, ugovor zaključen između stranog lica kao nalogodavca i uvoznika kao nosioca

odobrenja je osnovni dokument, iako se isti posmatra i u kontekstu odobrenja carinskih organa i normativa proizvodnje, a konačno utvrđenje vrste prometa, vrši se na osnovu fakture nosioca odobrenja (lica registrovanog u BiH) i Razdužnog lista kojim se okončava postupak unutrašnje obrade. Kao promet u postupku unutrašnje obrade, može se javiti promet dobara ili promet usluga ili mješoviti promet, što je neophodno utvrditi u svakom konkretnom slučaju, a utvrđuje se na osnovu naprijed navedenih akata.

U većini slučajeva, kod lon poslova, radi se o prometu usluga tj. u kojim je ugovorom predviđeno da će lice registrovano u BiH vršiti uslužne radnje, a da će dobra na kojima se te radnje vrše obezbijediti nalagodavac (strano lice). Izvršene usluge moraju biti iskazane u fakturi nosioca odobrenja upućenoj prema nalagodavcu. U takvim slučajevima, iako postoji odobrenje u kojem je naznačen uvoz robe (dobara) radi procesa obrade i rok za njen ponovni izvoz, kao i carinsku prijavu (JCI- i kod uvoza i kod izvoza dobara), radi se isključivo o prometu usluga. Samo u slučajevima kada je ugovorena obaveza imaoca odobrenja da u proces obrade uvezene robe vrši sa domaćim dobrima (dobra nad kojim on ima pravo raspolaganja), imamo i promet dobara. Pod domaćim dobrima u smislu navedenog se podrazumijeva roba, čiji pojam obuhvata dobra koja su proizvedena u BiH, kao i dobra koja su uvezena i puštena u slobodan promet²⁸⁵. Ukoliko je ugovorna obaveza isključivo promet usluga, to što se nosioc odobrenja u carinskim prijavama²⁸⁶ pojavljuje kao uvoznik određenih dobara i kao izvoznik kompenzirajućih proizvoda nastalih od tih dobara, ne utiče na vrstu prometa koji se odvija sa aspekta PDV-a²⁸⁷. Prema Zakonu porezu na dodatu vrijednost, PDV se ne obračunava na dobra za koja je odmah po unošenju u Bosnu i Hercegovinu dato odobrenje za privremeno uskladištenje, carinski odobreni postupak ili upotrebu dobara prema članu 30. stav 1. tačka 2. ovog zakona (prijavljena UIO, da je prethodno odobrenje za takvu isporuku izdato u skladu sa carinskim propisima i da su privremeno

²⁸⁵ Roba uvezena i ocarinjena po carinskoj prijavi koja u rubrici 1. ima oznaku IM4.

²⁸⁶ U ovom slučaju, govorimo o carinskoj prijavi koja u rubrici 1. ima oznaku IM5.

²⁸⁷ Član 11. stav 2. *Zakona o porezu na dodatu vrijednost* ("Službeni glasnik BiH", broj: 9/05, 35/05, 100/08, 33/17, 46/23).

uskladištena; isporučena u bescarinske zone ili bescarinska skladišta; isporučena unutar slobodne zone i slobodnih skladišta; isporučena za carinska skladišta), a za koja je pokrenut postupak privremenog uvoza uz oslobađanje od plaćanja uvoznih poreza, odnosno carinski postupak prevoza.²⁸⁸

Karakteristika lon poslova je njihova dihotomnost koja se ispoljava u sljedećem:

- putem ovih poslova omogućuje se zaposlenost i razvoj tekstilne ili metlne industrije u zemalja sa nižim stepenom razvoja, koje na račun niske cijene rada ostvaruju ekstraprofit, a zuzvrat modernizuju svoju industriju sa tehničko-tehnološkog aspekta²⁸⁹,
- eliminišu potencijalnu konkurenciju putem ovih poslova, stvaranjem iluzije da su tržišno orijentisani od strane nalogodavca, a u stvari odvajaju ih od tržišta konkurencije, s obzirom da ih ugovorom obavezuju da se ni na koji način ne smiju deklarirati kao proizvođači, te na taj način za spoljna tržišta ostaju anonimni.

13.5.2. Reeksportni poslovi

U spoljnoj trgovini, reeksportni poslovi (*Reexport*) su poslovi kupovine robe na jednom tržištu i prodaja te robe na nekom trećem tržištu. Drugim riječima, to je svaka preprodaja kupljene robe sa stranim porijeklom, pri čemu su prodavac, reeksporter (posrednik) i kupac robe rezidenti različitih zemalja.

Do zaključivanja reeksportnih poslova u spoljnoj trgovini kada su poslovni partneri motivisani da ih zaključe, a neki od važnijih motiva su:

²⁸⁸ Član 11. stav 3., Ibidem

²⁸⁹ Takv primjer je *Sana*, sa dugogodišnjom tradicijom u tekstilnoj industriji, od 1947. god., koja je uprkos teškoćama, ratnom periodu i ekonomskoj krizi, nikada nije prestajala sa radom, niti poslovala sa gubitkom. Mnogi se sjećaju prepoznatljivog slogana "Sve rijeke teku od izvora ka ušću, samo Sana teče prema Vama", koji traje decenijama. Lon poslove (usluge šivenja) obavlja za njemačko tržište, a svi zaposleni su žene. Zahvaljujući čvrstoj strategiji, spremnosti da odgovore na izazove, ovaj ženski menadžment poslovno se pokazao više nego uspješan, spreman da se prilagodi svim promjenama.

- razlike u cijenama određene robe u odnosu na područje gdje se obavlja kupoprodaja,
- razlike u carinskim stopama u odnosu na zemlju iz koje se uvozi roba,
- neposredni interes učesnika reeksportnih poslova,
- postojanje bilateralnih sporazuma trgovanja i plaćanja,
- utvrđivanje robnih ili deviznih kontigenata kojima se ograničava uvoz pojedinih roba na neko tržište,
- jačanje protekcionizma u međunarodnoj trgovini,
- namjera reeksportera da prikrije identitet prodavca (porijekla robe) i kupca (namjene robe).

Reeksporter u svrhu obavljanja poslova koristi usluge međunarodne špedicije ili usluge putem predstavništva u zemlji porijekla proizvoda (prodavca). Za razliku od drugih poslova u spoljnoj trgovini, reeksportni poslovi su podvrgnuti strožijem režimu i ne mogu se otpočeti prije dobijanja saglasnosti nadležnog organa. U cilju sprečavanja špekulativnih radnji i prekomjerne zarade domaćeg reeksportera, često zakonsko regulisanje propisuje zahtijevana dokumenta *conditio sine qua non* ili uslov bez kojega se ne mogu obavljati reeksportni poslovi²⁹⁰, a rigoroznijim propisima se propisuje označavanje na ambalaži i stavlja oznaka: *Not to be Reexported* (ne smije se reeksportovati) ili *End Use Certificate* (uvjerenje o krajnjoj namjeni robe) ili *Not to be Sold* (ne smije se prodavati).

Reeksportni poslovi mogu biti:

- direktni reeksport poslovi – su poslovi kada reeksporter iz zemlje “R” kupuje robu u zemlji “A” i istu tu robu prodaje zemlji “B”, s tim da roba ne ulazi u carinsko područje zemlje “R”;
- indirektni reeksport poslovi – imamo kada robu kupuje reeksporter iz zemlje “R” u ino-zemlji “A” i smješta je u carinsko skladište radi manjih izmjena sa nepromijenjenim ili bitnije nepromijenjenim

²⁹⁰ Na primjer, uvjerenje o prijeklu robe, uvjerenje o stanju robe koja se izvozi (veterinarsko, sanitarno, fitopatološko i sl.), izjava izvoznika da izvozi svoju robu, itd.

stanjem je izvozi (preprodaje) na međunarodnom tržištu trećoj zemlji “B”;

- tranzitni reekporti poslovi – postoje kada kupljena roba prolazi ili dotiče zemlju reeksportera na svom putu do treće zemlje;
- reeksportni poslovi sa doradom – su poslovi kada reeksporter kupi robu na jednom tržištu, uvozi je u svoju zemlju da je prerađuje (dorađuje), a onda prerađenu robu (proizvod) izvozi na treće tržište;
- reeksport switch poslovi – su poslovi otvorenih *switch* transakcija, gdje se kroz kupovinu robe obavlja konverzija deviza, a partner kod kojega se roba kupuje ne postavlja zahtjev da zemlja krajnje namjene robe mora biti zemlja reeksporter.

Reeksportni posao može nastati i iz nekih prethodnih transakcija, najčešće poslova vezane trgovine, kao što je kompenzacija, pri čemu se ostvaruje konverzija klirinških potraživanja u čvrste valute.

13.5.3. Tranzitni poslovi

Međunarodna razmjena roba i usluga u savremenom svijetu i uslovima poslovanja, po svojoj strukturi postaje sve složenija, jer u takvoj razmjeni različite zemlje u zavisnosti od dostignutog stepena ekonomskog razvoja imaju svoje posebne i različite, a ponekad i suprotstavljene, interese. Prepreke za njihovo obavljanje je nemogućnost da se iz bilo kog razloga obavlja redovna kupoprodaja robe, kao i mogućnost da se na taj način ostvari znatna zarada (po osnovu razlike u cijeni i kursne razlike). Tranzitni poslovi podrazumijevaju pružanje različitih usluga u vezi sa robom koja pri prevozu od zemlje prodavca do zemlje kupca prolazi kroz carinska područja usputnih zemalja. Provoz robe preko teritorije jedne ili više zemalja, a to nisu zemlje ni kupca ni prodavca, ali su na putanji od polazne tačke, mjesta preuzimanja isporuke robe, do krajnje tačke, krajnjeg ili odredišnog mjesta putanje robe predstavlja tranzitni posao. Tranzitni poslovi mogu da podrazumijevaju i određene usluge koje se moraju obaviti prilikom prevoza robe od početne do krajnje tačke, kao i novčane izdatke.

Prema tome, kod tranzitnih poslova, isporuka robe se ne obavlja neposredno između uvoznika i izvoznika u zemlji proizvođača i kupca,

već preko tranzitnog trgovca iz neke treće zemlje. Putem tranzitne trgovine ranije se najčešće prodavala roba u balama (pamuk, vuna, duvan i sl.), dok su danas predmet tranzitne trgovine raznovrsni proizvodi koji se nabavljaju u velikim količinama i po povoljnim cijenama (kao što su serijski proizvodi, roba široke proizvodnje). Mogu se podijeliti na:

- lomljene tranzitne poslove kod kojih se roba privremeno skladišti, oplemenjuje, dorađuje, prepakuje, etiketira i sl. i
- direktne tranzitne poslove kada strana roba samo prelazi preko nacionalne teritorije.

Tranzitna razlika u cijeni čini prodajnu cijenu tranzitnih poslova.

Cijena koštanja tranzitnih poslova obuhvata sve neophodne troškove u vezi sa njihovim obavljanjem (zavisne troškove nabavke i troškove poslovanja). Kod konkretnog tranzitnog posla ostvariće se profit ukoliko je prodajna cijena veća od njegove cijene koštanja. U slučaju da tranzitno preduzeće ne snosi rizik i troškove tokom transporta robe, cijena koštanja tranzitnih poslova je jednaka samo troškovima poslovanja, a prodajna cijena tranzitnih poslova je jednaka marži (proviziji) iz koje se nadoknađuju troškovi poslovanja i ostvaruje određeni profit.

Ako se vrši dorada, prerada i sl. na robi, kao što je to često slučaj kod međunarodne tranzitne trgovine, onda se takvi troškovi uključuju u cijenu koštanja tranzitnih poslova. Dakle, svi troškovi koje snosi tranzitno preduzeće kao nosilac ovog posla uključuju se u prodajnu cijenu tranzitnih poslova plus profit. Po pravilu, kod tranzitnih poslova, troškovi prodatih roba jednaki su robnoj vrijednosti, jer je svaka kupovina istovremeno i prodaja.

Tranzitni poslovi su pogodni za zemlje čiji geografski položaj na raskrsnicama puteva, da preko njih prolaze značajni saobraćajni koridori, naftovodi, gasovodi i sl., pa one nastoje da stimulativnim mjerama ekonomske, carinske i poreske politike, očuvaju značajan devizni priliv. Interes od tranzitnih poslova nije samo na strani države, već koriste imaju špediterske i trgovinske firme. Radi olakšanog prelaska (tranzita) i carinjenja robe, države zainteresovane za transport i tranzit zaključuju međunarodne bilateralne sporazume koji obuhvata i izdavanje dozvola za

prelazak teritorije svake zemlje u određenoj godini (TIR karnet). Za tranzitnu robu obavezno je podnošenje spiska naimenovanja ili manifest robe nadležnoj carinarnici, radi spoznaje sadržine ili eventualne kontrole ukoliko ocijeni da ima nešto sumnjivo.

13.5.4. Lizing poslovi

Riječ lizing potiče od engleskog glagola *to lease* što u prevodu znači dati u najam ili zakup. Lizing poslovi predstavljaju jedan od oblika poslovnog aranžmana odnosno ugovora o lizingu, sklopljenog između davaoca lizinga (lizing institucije) i korisnika lizinga, kao specifičnog oblika zakupa, kojim se reguliše način korišćenja pokretnih ili nepokretnih dobara koje se unajmljuju, zatim visina naknade i način naknade za korištenje unajmljenog dobra. Neophodna je bankarska garancija korisnika lizinga (zakupca) da će uredno otplaćivati naknadu lizinga (rate).

Najčešće, predmet lizinga je investiciona oprema i proizvodni kapaciteti, te zakupci umjesto da kupe i odmah plate opremu i mašine, oni se obraćaju specijalizovanoj finansijskoj instituciji (banci) ili direktno proizvođaču da mu izda u zakup potrebnu opremu i mašine, na određeni rok. Nakon isteka roka zakupac može da vrati iznajmljena sredstva ili da ih kupi po unaprijed dogovorenim uslovima. S obzirom na današnje dinamično okruženje, tempo brzih promjena, nameće argumente u korist lizing posla a ne kupovine, jer se lizing poslovima izbjegavaju rizici tehničko-tehnološkog zaostajanja.

Ekonomska logika ovih poslova ističe da preduzeća mogu relativno jeftino pratiti savremena nučno-tehnička dostignuća, što će omogućiti bržu primjenu i proširivanje postojećih kapaciteta. Filozofija na kojoj se zasniva konstrukcija lizing poslova polazi od koncepcije da vlasništvo nije osnovna i najvažnija kategorija savremene proizvodnje i prometa investicionih dobara, bez obzira da li se radi o pokretnim ili nepokretnim investicionim dobrima.²⁹¹

²⁹¹ S. Acin Sigulinski (2002): *Menadžment u međunarodnoj trgovini*, četvrto izmenjeno i dopunjeno izdanje, Pigmalion, Novi Sad, str. 76-77.

Inicijator lizing posla je korisnik lizinga, koji bira lizing kompaniju ili pismenim putem se obraća kompaniji za informacije o uslovima finansiranja. Ugovor o lizingu se zaključuje u pismenoj formi, obično na period od 3 do 5 godina²⁹² i nakon postizanja saglasnosti o svim bitnim pitanjima iz budućih ugovornih odnosa.

Posebna pažnja usmjerena je na naknadu koja se ugovorom o lizingu definiše.²⁹³ Takođe, davaoci lizinga obično već imaju priprmljene ugovorne obrasce u kojima su definisana prava i obaveze ugovornih strana. Sadržina ugovora najčešće se odnosi na predmet ugovora, uslove isporuke, period trajanja ugovora, naknadu i način plaćanja, opciju kupovine, tehničku pomoć pri upotrebi predmeta lizinga, obavezu korisnika lizinga da predmet koristi kao dobar domaćin, troškove dopreme i otpreme, osiguranje, prestanak ugovora, mogućnost produženja važnosti ugovora, otkaz ugovora, primjenu materijalnog prava, itd.

Lizing poslovi, kao specifičan oblik spoljnotrgovinskog poslovanja, imaju svojih prednosti i nedostataka.

Kao prednosti lizing posla, mogu se navesti sljedeći argumenti:

- povoljnija okolnost za korisnika lizinga jer ne mora angažovati svoja ili tuđa sredstva (zajam) za nabavku potrebnih dobara (nekretnina, opreme i sl.),
- ukoliko je predmet ugovora o lizingu tehnologija koja brzo zatarijeva, onda je bolja varijanta (isplasnija) uzeti je na lizing (rate) nego je kupiti,
- naknada iz ugovora o lizingu ili rate predstavljaju isključivo materijalne troškove, a koji se u pojedinim zemljama (zapadnim) tretiraju kao odbitna stavka od poreza,

²⁹² Na taj način ispunjava se zahtjev da je rok amortizacije investicionih dobara duži od trajanja ugovora o lizingu.

²⁹³ U praksi se najčešće primjenjuje *fiksna linearna naknada*; *naknada sa klauzulom revizije* koja štiti interese obje ugovorne strane, *uvećana mjesečna naknada* koja štiti davaoca lizinga u slučaju visoke stope inflacije, *visoke naknade u početku a kasnije relativno niske* (kada je ugovorom dogovoren otkup predmeta lizinga), *niske naknade u početku a potom znatno uvećane* (pogodne su korisniku zbog (ne) iskorišćenosti kapaciteta iznajmljene opreme u početku), *elastična naknada* koja se prilagođava intezitetu i vremenu raspolaganja opremom od strane korisnika tj. stvarnom korišćenju, itd.

- naknada koja se otplaćuje godišnje, zbirno čak i premašuje kupovnu cijenu, ipak je prednost, jer se otplaćuje prihodima koji se stvaraju upotrebom predmeta lizinga,
- ukoliko se korisnik lizinga nakon nekog vremena odluči za opciju kupovine, može povoljnije kupiti predmet lizinga tako što će platiti cijenu preostale vrijednosti dobra,
- sa aspekta nacionalne privrede ugovor o lizingu predstavlja mogućnost upotrebe najsavremenijih tehnoloških dostignuća, koja su, inače, zbog visokih cijena nedostupna, pa čak se ne mogu nabaviti ni putem kreditnih aranžmana.

Argumenti koji ne idu u prilog lizing poslovima su:

- skup način finansiranja, a putem lizinga (naknade) davalac nastoji ostvariti profit uz povrat uloženog kapitala, ali i osigurati se od eventualnog rizika nemogućnosti naplate potraživanja,
- može biti neravnotežan ili nepovoljan usljed ekonomske nadmoći davaoca lizinga, tako što je korisniku potreban predmet ugovora o lizingu pa je prisiljen da zaključi ugovor,
- ugovor o lizingu može biti nepovoljan iz fiskalnih razloga, što zavisi od poreske politike i zakonskih restriktivnih propisa zemalja koje učestvuju u ovom obliku posla.

Na kraju, u praksi, kada se uračuna cijena predmeta lizinga, troškovi, takse, bankarska garancija, porezi, carine, osiguranje, održavanje, vrijednost lizinga je dva puta veća, nego da je predmet ili oprema kupljena gotovinski. Ipak, upotrebom predmeta lizinga moguće je nadoknaditi sve troškove i zaraditi, na kraju je on finansijski isplativ.

13.5.5. Franšizing poslovi

Franšizing (*Franchising*) podrazumijeva specifičan oblik poslovnog aranžmana u kojem franšizer ili davalac sistema ustupa franšizantu ili korisniku franšizinga svoja stečena zaštićena ili nezaštićena prava pod tačno određenim uslovima.

Definisanje franšizinga nije moguće primijentati na sve slučajeve. Generalno, to je metod distribucije ili marketinga u kojem kompanija (davalac) ustupa pravo putem ugovora o franšizingu primaocu (pojedincu ili kompaniji) da obavlja posao na isti način, na određenoj lokaciji, za određeni period. To je model poslovanja, zapravo, privilegija da se marketira proizvod ili usluga u jednom poslovnom sistemu tokom izvjesnog vremena i na specifično izabranom lokalitetu.

Nastanak ugovora o franšizingu vezuje se za američku privredu krajem XIX i početkom XX vijeka, u vrijeme ekspanzije američke privrede, što je povećalo potrebe za mnogobrojnim i raznovrsnim proizvodima i uslugama. Ogroman uspjeh doživljava 80-ih i 90-ih godina XX vijeka. Ovakav način poslovanja ušao je u sve pore američkog života da se svakih 15 minuta otvarao novi franšizing. Franšizing je uspješna priča sa kojom se vrijedi upoznati, naročito u pronalaženju rješenja za izlazak iz kriznih situacija, zbog ekspanzivnosti sa manje kapitala i rizika u poređenju sa konvencionalnim načinima poslovanja,

Ekonomska svrha ugovora o franšizingu jeste prenos dijela osvojenog tržišta, klijentele stečene ugledom. Za franšizera omogućuje veću ekspanziju i osvajanje novih i udaljenih tržišta, povećava konkurentsku sposobnost i time i dobit, umanjuje rizik sopstvenog poslovanja zato što ga prebacuje na druge, a sopstvena sredstva i kadrove usmjerava u istraživanja, osvajanja novih tehnologija i sl. Jednostavno razvija, proširuje, djelatnost uz relativno skromna ulaganja. Na drugoj strani, franšizant ima određene koristi koje se ogledaju u mogućnosti pristupu tržištu uz umanjeni rizik plasmana robe ili usluge, a oslobođen je svih neophodnih marketinških ulaganja, što sumira pozitivnim poslovnim rezultatom. Korisnik ovim putem vrši prodaju ili uslugu matične kompanije, koristi njeno ime, primjenjuje njene metode poslovanja, kopira njene simbole, dizajn, marku... Dakle, obje strane ugovora o franšizingu imaju mogućnost da ostvare koristi, jer je franšizing postao metod sticanja profita, metod marketinga, metod prodaje i metod razvoja, rasta i zaposlenosti.

Franšizing se može posmatrati i kao svojevrsan oblik licencnog aranžmana, a suštinska razlika je što franšizer obezbjeđuje sve ključne

komponente za izvršavanje sporazuma (udio u kapitalu, izvore finansiranja, marketing, imidž, upravljanje, obučavanje, itd.). Najveći broj međunarodnih franšiza osniva se u stranim zemljama kao holding kompanije koje pridobijaju franšizante, ali zadržavaju kontrolu ili nadzor nad njihovim aktivnostima. Prema Shelby Hunt-u, kojiga definiše kao operativni sistem, odnosno franšizing je sistem distribucije roba i usluga, koji ima tri osnovne karakteristike:

- jedna strana ustupa drugoj strani pravo da distribuira ili prodaje određene robe ili usluge,
- franšizant je saglasan da posluje prema marketing planu koji propisuje franšizer i
- franšizant posluje pod trgovinskom markom (brendom) franšizera.

Najčešće se franšizing aranžmani ugovaraju za:

- *proizvode* - ustupanje prava vezanih za proizvodnju ili distribuciju tj. poslovnog znanja i iskustva prodaje robe jednog ili više proizvoda (Coca Cola, Pepsi, Nike, La Costa, itd.)
- *usluge* - ustupanje, najčešće u oblasti hotelijerstva (Hilton, Holiday Inn, Intercontinental, Hayat, Plaza, Sheraton, itd.) i ugostiteljstva (posebno brze hrane ili *Fast food*, kao što je McDonalds, Kentucky Fried Chicken) i
- *ukupno poslovanje* (ustupanje podrazumijeva sve funkcije preduzeća od rukovođenja, upravljanja zalihama i finansijama, nabavke, prodaje, i sl.).

Takođe, ovaj specifičan oblik spoljnotrgovinskog posla, za korisnika franšizinga, ne znači da je u vlasništvu franšizera, već franšizant i dalje ostaje smostalan, a ovim putem davalac franšize širi svoj uticaj i ime na svjetskom tržištu.

13.6. Usluge u spoljnotrgovinskom prometu

Međunarodna trgovina kao značajna ekonomska aktivnost između ostalih obuhvata i razmjenu usluga između privrednih subjekata nacionalnih privreda. Najznačajnija grana ekonomije za razvoj nacionalne privrede je spoljna trgovina u kojoj usluge imaju značajnu ulogu. U međunarodnoj razmjeni trgovina uslugama raste brže od trgovine robom, te u tom smislu su donijeta zajednička multilateralna pravila u međunarodnim okvirima (Opšti sporazum o trgovini i uslugama-GATTs, STO) koja obuhvataju veoma različite aktivnosti. Trgovina uslugama, ili nevidljiva trgovina zato što nema materijalnu supstancu, sama po sebi je specifična i za njeno definisanje još uvijek nije moguće naći jedinstven i u potpunosti adekvatan pristup.

U zavisnosti sa kog aspekta se posmatraju ili autora, postoje brojne definicije usluga. Usluga se može definisati kao aktivnost ili korist koja se nudi na tržištu, nad kojom se ne može steći vlasništvo, i koja može, ali ne mora biti vezana sa nekim fizičkim proizvodom.²⁹⁴ Usluga, kao što je već pomenuto, naziva se i nevidljivom transakcijom u spoljnoj trgovini, odnosno aktivnost ili korist nematerijalnog karaktera koju prodavac isporučuje kupcu radi zadovoljavanja njegovih potreba. Usluga treba da bude kvalitetna kako bi njen korisnik (kupac) poželio da je koristi odnosno plati.

U ekonomiji i marketingu, pod uslugama se podrazumijevaju aktivnosti koje korisniku donose određenu korist, ili rješavaju određeni problem, za koju je on spreman da je direktno ili indirektno plati. Novija istraživanja upućuju na pet ključnih parametara neophodnih za unapređenje nivoa usluge tj. kvaliteta:²⁹⁵

- pouzdanost - sposobnost da se pruži obećana usluga pouzdano, tačno i dosljedno,
- osjetljivost - brza usluga i spremnost da se pomogne potrošačima,
- sigurnost - znanje i kurtoaznost osoblja i spremnost da se udahne povjerenje i pouzdanje,

²⁹⁴ Kotler, P. (1998): *Upravljanje marketingom*, knjiga II, Informator, Zagreb, str. 603.

²⁹⁵ N. Nićin (2012): *Marketing*, Evropski univerzitet Brčko distrikt, Brčko, str.149.

- empatija - briga, pojedinačna pažnja prema potrošačima i
- opipljivost - fizičke pogodnosti, oprema i osoblje za kontakt sa potrošačima.

Danas postoji široka lepeza usluga koje se mogu pružati brojne organizacije od državnih i nevladinih organizacija do raznovrsnih privrednih subjekata. Navešćemo neke od mnogobrojnih: bankarske usluge, advokatske usluge, knjigovodstvene usluge, usluge posredovanja u prometu robe ili nekretnina, naučne usluge, usluge kulture i obrazovanja, frizerske usluge, kozmetičke usluge, usluge ljekarskih ordinacija, usluge prevoza (taksi, autobus, voz, avion i sl.), rekreativno-sportske usluge, usluge popravke i čišćenja (automobila, stanova, odjeće, obuće, tehnike i sl.), turističke usluge, ugostiteljske usluge, savjetodavne usluge i konsalting usluge raznih profila, inženjerske usluge i mnoge druge. Savremene usluge se, u suštini, mogu posmatrati kao prodaja znanja. Bez obzira o kojoj vrsti usluge je riječ, potrebno je određeno znanje ali i rad da bi se takva usluga pružila.

Proizvod i usluga se značajno razlikuju, a u narednoj tabeli dat je prikaz osnovnih razlika između proizvoda i usluga.

Tabela 10: Razlike između proizvoda i usluga

PROIZVOD	USLUGA
Opipljiv	Neopipljiva
Kupovinom se prenosi vlasništvo	Ne prenosi se vlasništvo
Mže se preprodati	Ne može se preprodati
Može se skladištiti	Ne može se skladištiti
Proizvodnja prethodi potrošnji	Proizvodnja i potrošnja su simultane
Proizvod se može demonstrirati	Usluga se ne može demonstrirati
Proizvodnja i potrošnja se mogu prostorno razdvojiti	Proizvodnja i potrošnja se ne mogu prostorno razdvojiti
Proizvod se može transportovati	Usluga se ne može transportovati
Kupac ne učestvuje u proizvodnji	Kupac učestvuje u proizvodnji
Indirektni kontakt proizvođača i potrošača je moguć	Davalac usluge i kupac su u direktnom kontaktu
Proizvod se može izvoziti	Usluge se ne mogu izvoziti
Proizvodnja i prodaja su posebne funkcije	Proizvodnja i potrošnja su nerazdvojive

Izvor: Domazet, I. (2012): *Marketing komunikacije finansijskih organizacija*, Institut ekonomskih nauka, Beograd, str. 9.

Uopšteno, kao neke od osnovnih karakteristika usluga mogu se navesti:

- neopipljivost
- pouzdanost (pružanje obećane usluge na pravi način i u pravo vrijeme)
- osjetljivost (brzina i fleksibilnost u procesu pružanja usluga),
- nedjeljivost (i od strane izvršioca koji se sa njima poistovećuje, i od strane korisnika usluge, jer svaki korisnik ima svoj specifičan ukus),
- kompetentnost (posjedovanje vještina i znanja prilikom pružanja usluga)
- pristupačnost (olakšati dostupnost u kontaktu sa potrošačima)
- nepostojanost (promjenljive su jer svako uslugu pruža ili radi na svoj način)
- varijabilnost ili heterogenost (varijabilne su u pogledu vremena i sezone pružanja usluga),
- komunikativnost (prilagođavanje usluge različitim nivoima potrošača)
- simultanost (istovremenost) proizvodnje i potrošnje,
- prolaznost (ne mogu se čuvati ili odgoditi za kasniju upotrebu)
- veliki broj aktera (postoje složene usluge kao što su usluge izvoza, uvoza, kupoprodaje, transporta, hotelijerstva, turizma),
- nemogućnost posjedovanja usluge (usluge se kreiraju i pružaju, ali niko nad njima ne stiče vlasništvo).

Potrošači će cijeliti kvalitet usluge i način na koji se ponašaju davaoci usluge, kako na osnovu iskustva u procesu pružanja usluge, tako i na osnovu procjene potencijalnih koristi. U toku ovog procesa stvaraju se jedinstvene mogućnosti da se utiče na sadašnje i buduće kupovine. Kvalitet usluge se može unaprijediti samo ako se pruža u prisnoj i konzistentnoj interakciji između dobro informisanog potroša i davaoca usluge. Razmatranje kvaliteta usluge i njegovog uticaja, od strane menadžmenta, zahtijeva da potrošač bude u centru svih procesa.

13.6.1. Vrste usluga i njihov značaj

Kao što je prethodno već rečeno, broj usluga i davalaca usluga se sve više proširuje, što doprinosi njihovom značaju, i s obzirom na to postoje i njihove mnogobrojne podjele.

Usluge se mogu podijeliti na:

- proizvodne usluge (proizvodnja studija, projekata, informacija, knjiga, građevinskih objekata), iza kojih ostaju trajna dela, i
- neproizvodne usluge (transport, špedicija, PTT usluge, konsalting usluge, turističke usluge i sl.). One nestaju čim se izvrše (obave). Pošto neproizvodne usluge (a one su većinske) nestanu čim se završe nazivaju ih nevidljivom razmenom.

Postoji podjela na:

- komercijalne usluge (sve usluge koje su predmet kupoprodaje) i
- nekomercijalne usluge (na primjer, besplatno školstvo, zdravstvo i sl.).

Imamo podjelu na:

- faktorske usluge koje predstavljaju sastavni dio procesa proizvodnje (projektovanje, planiranje, razvoj, računovodstvo, marketing, organizacija, interni transport i slično).
- nefaktorske usluge ili slobodne usluge koje određeno preduzeće, uz tržišne uslove, obavlja za drugo preduzeće, banku, opštinu, grad, državu i slično.

Takođe, postoji podjela na:

- profitne usluge čiji je cilj sticanje profita kupovinom ili prodajom na tržištu, i
- neprofitne usluge koje pružaju državni organi i lokalne uprave čiji nemaju cilj nije ostvarivanje profita (besplatno školstvo, zdravstvo, socijalne usluge i slično).

Svjetska trgovinska organizacija usluge svrstava u slijedeće četiri grupe:

- usluge koje se obavljaju sa teritorije jedne zemlje i pružaju u drugoj zemlji, kao što su internet usluge, telekomunikacione usluge, satelitski programi i sl.;

- usluge koje se obavljaju na teritoriji sopstvene zemlje i pružaju strancima, poput turističkih usluga, ugostiteljskih, transportnih, špediterskih, sudskih usluga, izdavanje viza za strance i sl.;
- usluge koje se pružaju preko mreže domaćih subjekata (preduzeća, banaka, organizacija osiguranja, filijala i sl.) koji posluju u inostranstvu; i
- usluge koje pripadnici jedne zemlje pružaju na teritoriji strane zemlje ili tzv. profesionalne usluge, kao što su: usluge kontrole, usluge transporta, naučne usluge, zdravstvene usluge, oditorske usluge, advokatske usluge, izgradnja objekata i završni radovi u građevinarstvu, projektantske i konsalting usluge, usluge nadzora nad izvedenim objektima i sl.).

Usluge u međunarodnoj razmjeni čine oko 1/5 ukupnog svjetskog spoljnotrgovinskog prometa što implicira da usluge imaju mnogo značajniji tretman u nacionalnoj ekonomiji u odnosu na globalnu ekonomiju. Postoji mnoštvo različitih usluga u spoljnoj trgovini, među kojima su najznačajnije sljedeće usluge:

- turističke usluge,
- usluge međunarodnog transporta putnika, robe, vijesti i informacija,
- građevinski radovi,
- usluge u trgovini,
- bankarske usluge,
- usluge osiguranja imovine i lica,
- usluge međunarodne špedicije,
- međunarodne saobraćajno - agencijske usluge,
- aerodromske usluge,
- lučke usluge,
- usluge skladištenja robe,
- usluge snabdijevanja prevoznih sredstava u međunarodnom saobraćaju,
- usluge zastupanja stranih firmi,
- usluge prodaje robe u slobodnim carinskim prodavnicama (*free shop*),
- usluge slobodnih i carinskih zona,
- usluge organizovanja međunarodnih sajmova i izložbi,

- usluge kontrole kvaliteta i kvantiteta robe,
- marketinško – informativne usluge,
- naučne, istraživačke, razvojne i konsalting usluge,
- zdravstvene usluge, usluge iz oblasti obrazovanja, kulture i sporta,
- računovodstvene, revizorske i advokatske usluge,
- usluge koje pruža država (izdavanje pasoša, viza i izvoda iz matičnih knjiga, vozačke i druge dozvole, odobrenje boravka, sudske takse i sl.) i
- ostale usluge.

U narednoj tabeli dat je tabelarni prikaz vrsta usluga koje se pružaju u spoljnoj trgovini.

Tabela 11: Vrste usluga u spoljnoj trgovini

VRSTE USLUGA U SPOLJNOTRGOVINSKOM POSLOVANJU



Usluge trgovine	Aerodromske usluge	Usluge zastupanja stranih firmi	Marketinško - informativne usluge
Bankarske usluge	Lučke usluge	Usluge prodaje robe u slobodnim carinskim prodavnicama	Naučne, istraživačke, razvojne i konsalting usluge
Osiguranje lica i imovine	Usluge uskladištenja robe	Usluge slobodnih i carinskih zona	Računovodstvene, revizorske i advokatske usluge
Usluge međunarodne špedicije	Pomorsko - tehničke i istraživačko - razvojne usluge na moru i podmoriju	Usluge organizovanja međunarodnih sajmova i izložbi	Zdravstvene usluge, usluge iz oblasti obrazovanja, kulture i sporta
Međunarodne saobraćajno agencijske usluge	Usluge snabdjevanja prevoznih sredstava u međunarodnom saobraćaju	Usluge kontrole kvaliteta i kvantiteta robe	Ostale usluge

Modifikovano prema Unković M., Stakić B. (2011): *Spoljnotrgovinsko i devizno poslovanje*, drugo izmenjeno izdanje, Univerzitet Singidunum, Beograd, str.318.

U prethodnoj tabeli prikazane su najznačajnije vrste usluga u spoljnotrgovinskom poslovanju od turističkih usluga, usluga međunarodnog saobraćaja, preko trgovinskih (posredovanje, zastupstvo, nekretnine, lizing i franšizing) i finansijskih usluga (banke, berze, osiguranje) do računarsko-informacionih, naučno tehnoloških i usluga u građevinarstvu.

Značaj usluga u spoljnotrgovinskom prometu potvrđuje se i time što se bez njih ne bi mogao obavljati ni robni promet. Osim toga, usluge predstavljaju značajnu djelatnost za sticanje dohotka, povećanje zaposlenosti i deviznog priliva, što je posebno važno za zemlje orijentisane ka pružanju usluga. U najrazvijenijim zemljama svijeta (SAD, Evropska unija i Japan) učešće usluga je sa više od dijve trećine u ukupnom nacionalnom dohotku, kao i u broju zaposlenog stanovništva, dok obim učešća usluga u društvenom proizvodu određene zemlje služi kao pokazatelj stepena njenog razvitka.

Pored značaja i svih prednosti koje usluge donose jednoj nacionalnoj ekonomiji, negativna strana usluga je što u vrijeme ratova, kriza ili sankcija one su prve na udaru i prestaju da se obavljaju (na primjer, usluge u građevinarstvu, saobraćaju i sl.). Zbog takvih mogućih okolnosti, uvijek je stabilnija zemlja koja ima oslonac u materijalnoj proizvodnji (industriji i poljoprivredi), nego u uslugama.

13.6.2. Međunarodni transport

Međunarodni transport nije samo prevoz robe ili tereta od početne do odredišne lokacije, već je mnogo više od toga. To je logistički proces određivanja najekonomičnijeg rješenja za klijenta (uvoznika/izvoznika), te pronalazak idealnih ruta kako bi roba ili teret klijenta stigli sigurno i brzo na svoje odredište. U užem smislu moglo bi se reći da je to prevoz robe sa jednog na drugo mjesto. U širem smislu, međunarodni transport

po podrazumijeva sve aktivnosti neophodne za obavljanje prevoza i drugih prevoznih radnji, čuvanje i obezbjedjenje robe i dokumentacije tokom obavljanja transportnog procesa.

Za obavljanje transportnih aktivnosti potrebno je da postoji transportno sredstvo, transportna infrastruktura, oprema za manipulaciju u transportu i obučeni stručni kadar. Transport dobija podršku od skladišne infrastrukture. Adekvatan skladišni prostor je opremljen skladišnom opremom i opremom za manipulaciju. Uz skladišta se nalaze parking prostori za unutrašnja i spoljna transportna sredstva i prostor namenjen higijensko zdravstvenoj brizi vozača. Na tim prostorima se obavlja popravka, pregled i sabdijevanje vozila gorivom, kao i preventivna higijensko-zdravstvena zaštita nosioca ili izvršioca transportnih aktivnosti. Oprema za manipulaciju može biti rucna (kolica za guranje ili za vuču), mehanizovana (viljuškari, kranovi i sl.) ili automatska (specijalizovana u vidu integrisanih dizalica cijele prikolice sa teretom na sve tri strane). Obuceni kadrovi su neophodni u oblasti upravljanja, rukovođenja i izvršenja, dok se od vozaca očekuje sposobnost i spremnost za rukovanje proizvodima i dokumentacijom u transportu.

Transport može biti unutrašnji i spoljašnji. Unutrašnji transport se češće koristi i prevoze se manje količine, zbog manjeg kapaciteta u odnosu na spoljašnji. Tako imamo transportna sredstva unutrašnjeg transporta i transportna sredstva spoljašnjeg transporta. Transport uopšte, doprinosi zadovoljstvu potrošača, ponudom pravih proizvoda na pravom mjestu u pravo vrijeme, tj. mjestu na kojem potrošač očekuje proizvod u traženoj količini i obećanim performansama. Osnovni vidovi međunarodnog transporta su: drumski, željeznički, riječni, jezerski, pomorski, vazdušni, cjevovodni, poštanski (PTT) i telekomunikacije. Svaki od navedenih oblika prevoza čini jednu cjelinu, a često se kombinuje dva ili više prevoznih sredstava u zavisnosti od etapa prevoznog puta odnosno od mjesta otpreme robe do njenog odredišta.

Kompanija može imati sopstveni transport i organizovati prevoz, što je slučaj kod finansijski moćnijih kompanija, ali i obavezu rješavanja svih problema koji mogu nastati tokom realizacije prevoza. Isto tako, mogu povjeriti transportne aktivnosti specijalizovanim institucijama odnosno špediterskim kompanijama ili drugim institucijama

specijalizovanim za poslove špedicije, transporta, carinjenja i kontrole. Logistički centri danas pružaju podršku u međunarodnom poslovanju, jer su opremljeni savremenom opremom za transport, distribuciju i manipulaciju robe i odgovarajućom infrastrukturom. Predstavljaju komplekse robno-transportnih centara i terminala, lociranih u predgrađu velikih gradova koji su čvorišta mnogih puteva, spremnih da pruže niz logističkih usluga od transporta, skladištenja, pakovanja, etiketiranja, dorade, montaže do carinskog agentiranja, usluge čuvanja i upravljanja zalihama, distribucije i sl.

13.6.3. Međunarodna špedicija

Međunarodna špedicija je uslužna spoljnotrgovinska djelatnost koja se bavi organizacijom transporta i svih povezanih (pratećih) aktivnosti s njim, sa namjerom da roba od proizvođača stigne do potrošača na ekonomičan, brz i bezbjedan način. Te poslove obavljaju šediteri, bez čije pomoći se danas ne bi mogao zamisliti međunarodni promet roba. Zbog toga što oni ne samo da određuju prevozno sredstvo i putanju da roba stigne do odredišta, nego u svoje ime a za račun nalogodavca zaključuju ugovore o osiguranju robe, prevozu, carinjenju, prate i čuvaju robu na putu, a u zavisnosti od potrebe skladište, pribavljaju prateću dokumentaciju za robu i ponekad su ovlašćeni i za njenu naplatu. U najvažnija špediterska dokumenta spadaju:²⁹⁶

- špediterska potvrda o prijemu robe,
- špediterska potvrda o otpremi robe i
- špediterska potvrda za multimodijalni prevoz.

Špediter obavlja poslovanje tako što radi po nalogu i za račun jednog od učesnika međunarodne kupoprodaje (prodavca ili kupca) i zastupa njegove interese prema ostalim učesnicima u transportu. Međunarodna špedicija ne spada u saobraćajnu djelatnost jer se ne bavi samo prevozom robe, već njegovom organizacijom. Ukoliko špediter, u okviru organizacije transporta, vrši prevoz ili dio prevoza spostvenim

²⁹⁶ M.Unković, B. Stakić, *cit.djelo*, str.321.

prevoznim sredstvima, on tada obavlja prevoz kao sporednu djelatnost i, u tom dijelu, on preuzima odgovornost kao prevoznik. Međutim, funkcija organizacije transporta tj. međunarodnih špeditera sastoji se u posredovanju između izvoznika ili uvoznika i vozara, koji prevozi robu (a prevoz robe je saobraćajna djelatnost). Za izvršene usluge špediter naplaćuje proviziju, čiji iznos sa aspekta odgovornosti i obima usluga koje treba obaviti nije adekvatna ili relativno niska.

Prema tome, možemo reći da je špedicija specijalizovana aktivnost pod čijim poslovanjem se podrazumijeva organizovanje distribucije i koordiniranje prevoza.

**DIREKTNA ULAGANJA
STRANOG KAPITALA**

PREGLED POGLAVLJA

DIREKTNA ULAGANJA STRANOG KAPITALA

- Oblici ulaganja
- Motivi stranih ulaganja
- Oblici (vidovi) međunarodnih pravnih okvira
- Pokušaji stvaranja multilateralne regulative
- Zaštita stranih ulaganja
- Međunarodni trgovački sporovi – arbitraža

CILJEVI UČENJA

- Objasnite ulogu direktnog ulaganja stranog kapitala
- Navedite oblike ulaganja stranog kapitala
- Objasnite razliku između direktnog i zajedničkog ulaganja
- Navedite i objasnite motive stranih ulaganja
- Objasnite regulativu EU u oblasti stranih ulaganja
- Navedite u koju svrhu služi stvaranje multilateralne regulative
- Objasnite šta se podrazumijeva pod zaštitom stranih ulaganja
- Objasnite arbitražu i navedite vrste arbitraže

14.DIREKTNA ULAGANJA STRANOG KAPITALA

U novije vrijeme, uticaj direktnih ulaganja stranog kapitala je predmet brojnih istrživanja. Posebno intresovanje se odnosi na analizu uticaja stranih direktnih investicija odnosno efektata na ekonomski rast, koji se najčešće pokazuju kao pozitivni. Njihov uticaj se ogleda u otvaranju novih kompanija, time na proširenje poslovanja i potrebu za zapošljavanjem. Strana direktna ulaganja su posebno značajna za nerazvijene zemlje i tranzicione zemlje zbog dinamike njihovog ekonomskog razvoja ili pak i njihove održivosti. U zavisnosti od sektora u koji se usmjeravaju, direktne investicije mogu imati različite efekte na ekonomski razvoj zemlje u koju se investira. One su rezultat globalizacijskih tokova, a često se posmatraju i prepoznaju kao oblik međunarodnog finansiranja.

Ulaganja stranih investitora mogu se realizovati na različite načine, u različitim oblicima, kao što su *greenfield* investicije, *joint venture* (zajednička ulaganja), prekogranične akvizicije, prekogranični menadžeri, odnosno to su oblici ulaganja kod kojih ulagač osigurava pravo svojine, kontrolu i upravljanje nad kompanijom u koju je uložio sredstva u cilju ostvarivanja ekonomske koristi. Na odluku kompanije da investira u neku zemlju utiče niz faktora (geografski položaj, stabilnost okruženja, pravna sigurnost ulaganja, dostupnost i kvalifikovanost radne snage, institucionalna izgrađenost, stepen političke i ekonomske slobode i dr.). Koristi od ulaganja trebale bi biti obostrane, kao i zainteresovanost. Koncepti i motivi nisu jedinstveni, a prema Dunning-u motivisanost kompanija za ulaganjem prvenstveno se odnosi na traganjem za resursima i traganjem za novim tržištima, a potom traganje za efikasnošću. Sa aspekta zemlje domaćina koja prima investicije je važno da ima koristi kako na mikro, tako i na makro nivou.

Zakono o politici direktnih stranih ulaganja u Bosni i Hercegovini²⁹⁷ pod direktnim stranim ulaganjem podrazumijeva ulaganje

²⁹⁷ Član 2. Zakona o politici direktnih stranih ulaganja u Bosni i Hercegovini („Službeni glasnik BiH“, broj 4/98, 17/98, 13/03, 48/10 i 22/15)

u postojeće ili novoosnovano privredno društvo, kao i ulaganje u novoosnovanu ili postojeću ustanovu, koje može biti u novcu, stvarima i pravima.

14.1. Oblici ulaganja

Ekonomija svake zemlje danas je gotovo nezamisliva bez međunarodnog kretanja kapitala. Zemlje kod kojih inostrane investicije rastu dostigle su značajan nivo makroekonomske stabilnosti, uspješno primjenjuju adekvatnu fiskalnu politiku i programe stabilizacije cijena, sprovode institucionalne reforme, neprestano smanjuju trgovinske i investicione barijere. Strana ulaganja imaju veliki značaj za privredni rast i razvoj zemalja u razvoju i zemalja u tranziciji. Dosadašnja iskustva pokazuju da su strana ulaganja igrala značajnu ulogu u strukturnim promjenama proizvodnje i izvoza u zemljama korisnicama ovih sredstava. Za zemlje koje imaju otežan pristup međunarodnom tržištu kapitala, strana ulaganja predstavljaju „ventil“ za angažovanje inostranih sredstava.²⁹⁸

Moglo bi se reći da direktne strane investicije predstavljaju tokove kapitala nastalih kao rezultat ulaganja sredstava rezidenta jedne zemlje koja ulaže u drugu zemlju. Oblici ulaganja sredstava mogu biti različiti: ulaganje u kompanije druge zemlje, kreditiranje druge zemlje (odobrenje kredita drugoj zemlji), kupovina hartija od vrijednosti u drugoj zemlji i sl.

Prvobitni koncept stranih direktnih investicija karakteriše ulaganje u neku vrstu preduzeća kao institucionalizovanog oblika privredne aktivnosti, koji se zasnivao na ulaganju u glavnici, uz odgovarajuće učesće u upravljanju i kontroli nad preduzećem. Ovakav koncept je evoluirao i danas je akcenat na upravljanju i kontroli. Drugi koncept ili tzv. širi pristup karakteriše da strano ulaganje postoji i onda kada nije u institucionalnoj formi u zemlji domaćina inkorporirano (može biti u ugovornom obliku kao što je transfer prava intelektualne svojine, ugovor

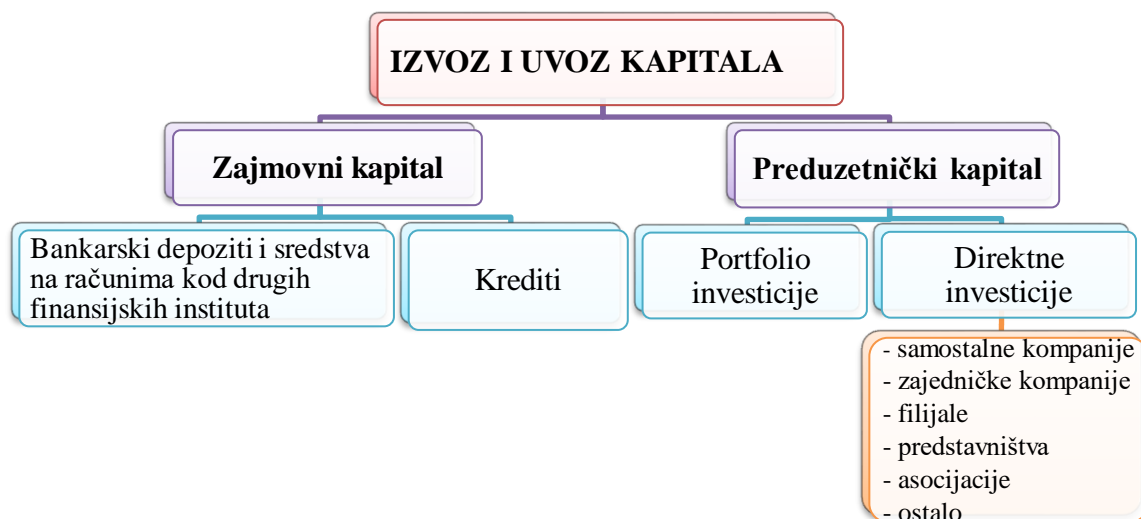
²⁹⁸ Kovačević R. (2000): *Oblici i mehanizmi stranih ulaganja*, Ekspertsko savjetovanje-Strana ulaganja, Univerzitet "Braća Karić" Beograd, str. 23.

o distribuciji ili neinstitucionalni *joint venture* ili zakonom dodijeljenog prava kao što je koncesija). Proširivanje koncepta direktnih stranih ulaganja postaje kompleksnije po pitanju razgraničenja sa drugim oblicima prekograničnog investiranja.

Trendovi stranih investicija, lokacija, kao i sektori koji učestvuju u ovim procesima, doživljavaju značajne promjene u poslednjih nekoliko decenija. Nesumnjivo, strane direktne investicije će nastaviti da evoluiraju, brže nego u prošlosti, u skladu sa izraženom dinamičnošću svjetskih ekonomskih trendova. Analiziranje prošlih i sadašnjih trendova stranih investicija može doprinjeti boljem budućem razumjevanju i efikasnijoj pripremi lokacije za priliv stranih investicija. Trendove je izuzetno važno razmotriti i pratiti, jer vrlo često pokazuju gdje će se ukazati naredna prilika za investiranje koju je poželjno iskoristiti.

Naredna slika ilustruje osnovne oblike međunarodnog kretanja kapitala (Slika 23.).

Slika 23: Međunarodni oblici kretanja kapitala



Izvor: Autor prema Drašković V., Jovović R., Drašković M. (2008). *Slobodne zone i strana ulaganja*, Pomorski Fakultet Kotor i ELIT-Podgorica, str.23.

Prema prikazanoj slici, tokovi kapitala na međunarodnom nivou, podrazumijevaju uloge u novčanom obliku u vidu prenosa finansijskih sredstava i odobravanja kredita. Direktne investicije su kategorija međunarodnih investicija koja odražava pojavu kada rezident koji se nalazi u jednoj zemlji (strani direktni investitor ili matično preduzeće) ostvaruje trajne koristi nad preduzećem koje je rezident neke druge zemlje (SDI preduzeće, ili preduzeće afilijacija ili inostrana afilijacija).²⁹⁹

Dugoročno kretanje međunarodnog kapitala određuju mogućnosti i potrebe investiranja u međunarodnim razmjerama i ekonomsko-politički odnosi u svijetu. Međunarodno kretanje investicionog kapitala se ispoljava u dva oblika:

- portfolio strane investicije
- strane direktne investicije

Portfolio investicije predstavljaju ulaganja u finansijske instrumente, kojima se trguje na finansijskom tržištu, a najčešće, predmet portfolio investicija su akcije, obveznice i finansijski derivati kao izvedeni finansijski instrumenti. Navedeni instrumenti se mogu grupisati u dužničke i vlasničke.

U dužničke instrumente spadaju obveznice i bankarski depoziti. Emitent ovih instrumenata ima obavezu da o dospeljeću instrumenata isplati fiksni iznos, koji obuhvata glavnica i kamatu, nezavisno od ekonomskih rezultata svog poslovanja. Obveznica je hartija od vrijednosti, koja na uloženi novac donosi kamatu, rjeđe i profit. Brojni su kriterijumi prema kojima se obveznice mogu klasifikovati: obveznice na ime i na donosioca, obveznice sa fiksnom kamatom i sa promjenljivom kamatom, obveznice sa kuponom i bez kupona, obveznice s jednokratnom i sa anuitetnom otplatom, obveznice bez obezbjeđenja i obveznice sa hipotekom, garancijom ili drugim kolateralom kao sredstvom obezbjeđenja. Pošto obveznice služe da se prikupi dodatni kapital, najvažnija je podjela prema izdavaocu, a mogu se podijeliti na:

²⁹⁹ Lipsey E. R. (2001): *Foreign Direct Investment and Operation of Multinational Firms: Concept, History and Evidence*, National Bureau of Economic Research Working Paper, No. 8665, str. 2.

korporativne obveznice, obveznice lokalne uprave i državne obveznice, odnosno privatne i javne obveznice. Obveznice su značajan izvor sredstava za razvoj preduzeća, lokalnih uprava i država. Portfolio investicije rastu brže od stranih direktnih investicija.

Akcije spadaju u vlasničke instrumente. Njihov vlasnik ima pravo da učestvuje u odlučivanju (srazmjerno glasačkim pravima) i raspodjeli profita. Efekti njegovog investiranja zavise od rezultata poslovanja eminenta akcije. Investiranje u obje vrste instrumenata nosi određene rizike. Realni prinosi na investicije u ove instrumente širom svijeta mogu znatno da se razlikuju zbog nivoa cijena i deviznog kursa. Postoje i poslovni rizici u vezi sa mogućim bankrotstvom, državnim ograničenjima plaćanja, itd. Vlasnici korporativnih obveznica nižeg kvaliteta posebno su izloženi ovim rizicima.

Prema tome, akcija je individualno učešće u kapitalu koja vlasniku donosi pravo zarade odnosno dividende srazmjerno učešću ili uloženom kapitalu. Obično se ulaže i prima u gotovom novcu. Pri prodaji akcija zarada se ostvaruje u obliku kapitalne dobiti, ali je moguć i kapitalni gubitak. Ona se može naplatiti i u obliku dodatnih akcija. Najvažnija podjela akcija je na obične i prioritetne, s tim da obične daju pravo upravljanja, dok se kod prioritetnih dividenda prvo isplaćuje.

Institucionalni investitori (osiguravajuće kompanije, penzioni i investicioni fondovi) kao i svi drugi investitori, nastoje održati i uvećati svoj kapital investirajući u različite finansijske instrumente na domaćem i međunarodnom tržištu kapitala. Posebni oblici ulaganja su koncesije i BOT sistem ili model³⁰⁰. Te investicije mogu imati više formi: javne investicije od strane države, privatne investicije od strane preduzeća (banke ili investicionog fonda), te investicije od strane fizičkog lica preduzetnika (pojedinaca ili grupa).

Investitori na internacionalnom tržištu kapitala imaju mogućnost da pažljivije konstruišu svoj portfolio, ostvare veće prinose i istovremeno

³⁰⁰ BOT sistem ili model odnosi se na poslove finansiranja i izgradnje infrastrukturnih objekata u formi BOT poslova (privatno projektno finansiranje izgradnje infrastrukturnih objekata). BOT sistem sadrži elemente većeg broja ugovora i prvenstveno podrazumijeva analizu pravnih implikacija korišćenja ovog oblika finansiranja.

diverzifikuju rizike ulaganja. Ipak, međunarodna diverzifikacija rizika portfolija ne podrazumijeva i potpunu zaštitu od rizika. Ovo se posebno odnosi na slučajeve ulaganja u korporativne akcije i obveznice emitentata sa lošim internim rejtingom. Takođe, treba naglasiti da su prinosi pojedinačnih hartija od vrijednosti na međunarodnom tržištu veći ukoliko je rizik u takva ulaganja veći, ali isto tako, investitori mogu odabrati hartije od vrijednosti srazmjerno veličini rizika koji sa sobom nose.

Međunarodna diverzifikacija portfolija omogućava brojnim transnacionalnim kompanijama koje posluju u različitim zemljama da u skladu sa svojim poslovnim interesima ulažu u hartije od vrijednosti različitih zemalja. Praksa pokazuje da se zemlje nalaze u različitim fazama konjunktornog ciklusa, ili da su u različitoj mjeri podložne šokovima iz okruženja, tako da se investitorima otvara mogućnost da uključivanjem hartija od vrijednosti iz različitih zemalja u svoj portfelj ponište negativne efekte onih hartija koje donose negativne prinose ili su izložene kapitalnim gubicima.³⁰¹

Strane direktne investicije predstavljaju ulaganja u realnu imovinu kao što su proizvodni pogoni, zemljište, oprema i sl. Strana i zajednička ulaganja (*joint venture*) čine direktno ulaganje stranog kapitala. Strano investiranje je unošenje imovinskih vrijednosti (novca, stvari i prava) iz inostranstva radi obavljanja određene privredne djelatnosti u zemlji domaćina i sticanja profita. One se povezuju sa preuzimanjem već postojećeg preduzeća, otvaranjem proizvodnih pogona, izgradnjom nove fabrike "sa ledine" ili *greenfield* investicije. Greenfield investicije predstavljaju najpoželjniji oblik stranih direktnih ulaganja sa aspekta zemlje recipijenta, jer podrazumijevaju kompletno ulaganje i odgovornost stranca u izgradnji, organizaciji, tehnologiji proizvodnje i realizaciji poslovnog projekta.³⁰² Dakle, ulaganje može biti:

³⁰¹ Kovačević R. (2012): *Međunarodno tržište kapitala*, CID-Ekonomski fakultet, Beograd, str. 36.

³⁰² N. Avramović, S. Đukić (2018): *Strana direktna ulaganja, motivi, rizici i dupli standardi*, Baština, sveska 46, Institut za srpsku kulturu Priština, Leposavić, str. 77-91, str.80.

- kroz nove investicije (*green field*) u punom vlasništvu ili suvlasništvu,
- kroz integraciju (*merger*) i
- kroz kupovinu (*aquisition*).

Ulog može da se izvrši pri osnivanju ili naknadno kroz kupovinu i dokapitalizaciju. Međutim, danas važi pravilo po kome se kupovina akcija u visini od 10% vrijednosti preduzeća ili više smatra direktnom investicijom, a sve ispod te visine ne smatra se direktnim ulaganjem kapitala, nego tzv. portfolio plasmanom (tržišnim, a ne proizvodnim kapitalom). Strane direktne investicije imaju tri komponente:³⁰³

- vlasnički kapital (*equity capital*) koji predstavlja kupovinu akcija preduzeća u zemlji od strane investitora iz druge zemlje;
- reinvestirani prihodi (*reinvested earnings*) su prihodi po osnovu posjedovanja akcija preduzeća, koje filijala nije isplatila kao dividendu ili prihodi koji nisu doznačeni stranom direktnom investitoru;
- unutarkompanijski zajmovi (*intra-company loans* ili *intra-company debt transaction*) su kratkoročni ili dugoročni zajmovi i pozajmice između direktnog investitora i filijale u inostranstvu.

Kod direktnog ulaganja kapitala investitor, pored ulaganja kapitala, angažuje se u proizvodnji i prodaji, zatim u oblasti razvoja, tehnologije, finansija, kadrova i u drugim poslovima vezanim za subjekta u koji ulaže kapital, te učestvuje u ostvarivanju dohotka i dobiti, ali i snosi rizik po osnovu ulaganja. Postavlja se pitanje: Kakva je razlika između stranih direktnih i portfolio stranih investicija? Strane direktne investicije zahtijevaju angažovanje menadžmenta u poslovanju preduzeća u koje se vrši ulaganje. Svrha je kontrola poslovanja i pristup inostranim tržištima, veća prodaja u inostranstvu nego putem klasičnih izvoznih poslova, pristup inostranim izvorima, ponekad i prednosti suvlasništva. Nasuprot stranim direktnim investicijama, portfolio inostrane investicije se odnose

³⁰³ Kovačević R.(2011): *Međunarodne finansije*, CID- Ekonomski fakultet Beograd, str. 534.

na kupovinu inostranih akcija, obveznica i drugih hartija od vrijednosti u očekivanju prinosa (u vidu dividende, kapitalnog dobitka ili kamata), bez kontrole svrhe.

Zajedničko ulaganje (Joint venture) je specijalan oblik partnerstva. Za razliku od običnog partnerstva kod koga se osobe udružuju radi kontinuiranog poslovanja, *joint venture* je oblik partnerstva sa vremenski ograničenim namjerama. Postoji više definicija za zajedničko ulaganje zbog toga što ovaj posao obuhvata raznovrsne koncepte ugovornog odnosa pri integraciji dva preduzeća koja imaju različita područja angažovanja, oblike aktivnosti i ciljeve zbog kojih dolazi do poslovnog povezivanja dva partnera. Tako, zajedničko ulaganje Dunning definiše kao svaku dugoročnu saradnju koja nije integracija, a u kojoj dva ili više ekonomskih entiteta posjeduju dovoljan procenat vlasništva nad kapitalom za odgovarajući stepen kontrole, odnosno uticaj na ključna područja poslovanja i donošenja poslovnih odluka.³⁰⁴ Zajednička ulaganja mogu nastati na dva načina:

- formiranjem novog pogona koji će proizvoditi određenu robu ili pružati određenu uslugu, ili
- kada jedan partner otkupi dio kapitala (*acquiring*) već postojećeg preduzeća, odnosno dodatnim ulaganjem poveća ranije uloženu sumu u postojeći privredni entitet.

Ukoliko se uporedi integracija ili spajanje preduzeća sa zajedničkim ulaganjem, ključna razlika se ogleda u tome što zajedničkim ulaganjem nastaje novi poslovni entitet, dok kod prva dva oblika jedno od preduzeća prestaje da postoji.

Svi oblici imaju svoje prednosti i primjenu što prikazuje naredna tabela.

Tabela 12: Komparativni pregled prednosti oblika stranih direktnih investicija

³⁰⁴ Dunning J. (1992): *Multinational Enterprises and the Global Economy*, Boston, str. 237.

Oblik SDI	Prednosti	Primjena
Greenfield investicija	matična kompanija ima potpunu kontrolu nad novim poslom pristup resursima kojima ne raspolaže	kod ulaska na novo tržište na kojem se novi proizvod ili usluga niti proizvodi, niti uvozi kada ne postoji rizik od predimenzionisanih kapaciteta
Merger & Aquisition	brzo i jednostavno se dolazi do novih kapaciteta ekonomija obima (nabavka, finansije, administracija) zadržan određeni stepen kontrole nad poslovanjem manja ulaganja u odnosu na greenfield investicije unapređenje istraživanja i razvoja maksimiranje prodaje i neposredno povećanje tržišnog udjela	kada je tržište regulisano i kada prijeti opasnost od uvećanja kapaciteta
Joint venture	jeftinija i fleksibilnija varijanta od prethodne dvije opcije rješenje su kod barijera za ulazak kapitala ili kada se zahtijeva minimalna kritične veličine	tipičan oblik ekspanzije koju preferiraju mala i srednja preduzeća

Prethodna tabela prikazuje odnosno upoređuje karakteristike različitih oblika stranih direktnih investicija, kao i da su osnovne prednosti *greenfield* investicija potpuna kontrola nad novim biznisom i pristup oskudnim resursima. Efikasnost primjene ovog oblika ulaganja najbolja je u uslovima ulaska na novo tržište sa novim proizvodom ili uslugom. Kompanija brzo dolazi do novih kapaciteta, uspješno koristi ekonomiju obima i zadržava određeni stepen kontrole nad novim biznisom putem *Merger & Aquisition*. Primjenjuje se u uslovima regulisanog tržišta i postojanja bojazni od uvećanja kapaciteta. *Joint venture* je jeftinije ulaganje u odnosu na prethodna dva strana ulaganja, ali i fleksibilnije jer omogućava brzu ekspanziju malim i srednjim preduzećima.

14.2. Motivi stranih ulaganja

Motivi ili ciljevi stranih ulaganja se razlikuju u zavisnosti od aspekta posmatranja. Korisni su za analizu i istraživanje kako bi se utvrdili razlozi zbog kojih uopšte nastaju. Možemo ih posmatrati sa aspekta ulagača (stranog investitora) i sa aspekta primaoca ulaganja (zemlje u koju se investira). Dakle, sa aspekta: povećanja efikasnosti inostranih investicija i povećanja nivoa domaćih investicija.³⁰⁵

Kod motiva stranih ulaganja treba imati u vidu dva postulata. Prvo, kapital uvijek kreće iz zemlje koja raspolaže viškom akumulacije i razvijene privrede ka ekonomski nerazvijenoj ili slabo razvijenoj ekonomiji države koja je u deficitu sopstvenih izvora sredstava. Ovo je posebno izraženo kada je zemlja recipijent kapitala eks tranziciona država. I, drugo, nosioci stranog ulaganja uvijek teže kompletnoj kontroli i potpunom upravljanju nad domaćim preduzećem čiji su većinski ili potpuni vlasnik.³⁰⁶

Vlasnici kapitala motivisani profitom nastoje da iskoriste mogućnosti koje im pruža globalno tržište. Globalno poslovno okruženje sve više poprima karakter multidimenzionalne pojave pod uticajem intenzivnih promjena u savremenoj svjetskoj privredi. U uslovima kada je intenziviranje globalnih tokova privredne aktivnosti praćeno većom neizvjesnošću u poslovanju i uvećanim stepenom rizika u maksimiziranju profitonosnih očekivanja privrednih subjekata u svijetu, sve veći broj preduzeća se uključuje u procese internacionalizacije realizujući svoje aktivnosti van granica nacionalne ekonomije. Kapital odlazi iz jedne zemlje u drugu da bi se tamo oplodio, odnosno da bi obezbijedio prihod koji ostaje na raspolaganju vlasniku kapitala. Zainteresovanost kompanija da ulažu u druge države pod uticajem je brojnih razloga, ciljeva i interesa koji nisu unificirani, te se tako razlikuju i motivi stranih ulaganja. Strane kompanije investiraju u zemlje, gdje su značajna i stabilna tržišta, visoki

³⁰⁵ Kotlica S. (2002): *Međunarodna ekonomika i poslovanje*, Ekonomski fakultet Beograd, str. 223.

³⁰⁶ N. Avramović, S. Đukić (2018): *Strana direktna ulaganja, motivi, rizici i dupli standardi*, Baština, sveska 46, Institut za srpsku kulturu Priština, Leposavić, str. 77-91, str.80.

profiti, kvalitetni i jeftini ljudski resursi, niski porezi i rizici, kao i niski troškovi sirovina - infrastrukture i kamata.

Motivi direktnog investiranja često leže u nastojanju da se izbjegnu veliki porezi u domaćoj zemlji, ili da se iskoriste prednosti inostranog tržišta koje stimulise određene vidove proizvodnje (subvencioniranje). Često se događa da inostrana kompanija otkupljuje dio ili preuzima preduzeće u cjelini, kako bi ga neutralisala kao konkurenta na tržištu. Ukoliko je takvo preduzeće dominantan proizvođač u svojoj zemlji, investiranjem u to preduzeće se stiče mogućnost ostvarivanja ekstraprofita na tom tržištu. Brz razvoj informatike, obrade i prenosa podataka, kao i unapređenje saobraćajne infrastrukture, bitno doprinose povećanju stranih direktnih investicija. Danas se strane direktne investicije smatraju pokretačem globalizacije. U zemljama u razvoju i tržištima u nastajanju ove investicije donose koristi, jer povećavaju zaposlenost domaće radne snage (posebno niskokvalifikovane sa najnižim nadnicama). Transfer moderne tehnologije i efekti njenog prelivanja na domaća preduzeća, takođe, donose koristi od stranih direktnih investicija. Prelivanje upravljačkih znanja u domaću privredu, takođe, predstavlja pozitivan uticaj. Mogu doprinijeti popravljajući trgovinskog bilansa zemlje domaćina ukoliko se proizvodi izvoze u druge zemlje.³⁰⁷

Prema tome, motivi izvoza kapitala, iako mnogobrojni, mogli bi se podvesti na sledeće grupe:

1. Ostvarenje većeg profita ili nekog drugog oblika prihoda
2. Niže cijene sirovina i energije u stranoj zemlji privlače kapital. Motivi za investiranje zaradn obezbjeđenja prirodnih sirovina, minerala, poljoprivrednih proizvoda preuzimaju kompanije iz primarnog ili industrijskog sektora razvijenih zemalja i zemalja u razvoju. Na ovakav način obezbjeđuju jeftin i siguran izvor inputa za čiju preradu posjeduju odgovarajuće kapacitete. Ovu vrstu investicija u inicijalnoj fazi prate visoki troškovi za investitora;

³⁰⁷ Kovačević, R. (2011): *Međunarodne finansije*, CID Ekonomski fakultet, Beograd, str.536.

3. Jeftinija radna snaga u inostranstvu je jedan od motiva izvoza kapitala. Izvoznica kapitala je obično kompanija iz industrijskog ili servisnog sektora, koja u zemlji bogatom jeftinom radnom snagom locira intenzivnu proizvodnju poluproizvoda ili gotovih proizvoda. Ovaj motiv je posebno izražen ukoliko se kompanija izvoznica kapitala bavi intenzivnom vrstom proizvodnje. Nešto razvijenije zemlje domaćini osnivaju zone slobodne trgovine kako bi privukle strane investicije;
4. Kontrola tržišta, predupređivanje konkurencije i obezbeđenje prednosti za onoga ko prvi dođe na tržište. Izvozom kapitala otvaraju se novi pogoni u inostranstvu čime se proširuje tržište za prodaju vlastitih proizvoda. Na ovaj način se proizvodnja prilagođava zahtjevima, potrebama i ukusu lokalnih potrošača. Investicije motivisane zadržavanjem postojećih ili osvajanjem novih tržišta obično su usmjerene u zemlje čija su tržišta opsluživana izvozom do trenutka uvođenja carinskih ili drugih ograničenja od strane zemlje domaćina. Takvom investicijom se nastoji zadržati lokalno tržište i eventualno proširenje na tržišta susjednih zemalja. Osnivanjem pogona u zemlji domaćina se smanjuju i transportni troškovi, jer povećanjem proizvodnje se smanjuju troškovi po jedinici proizvoda i omogućuje se ostvarenje ekonomije obima;
5. Sticanje proizvodnih kapaciteta i distributivne mreže u inostranstvu, uz niže troškove. Do izvoza kapitala može doći zbog želje ili potrebe da se kompletira proizvodni proces kako bi proizvodnja bila manje zavisna od spoljnih faktora, od tržišnih neizvjesnosti i poremećaja u izvorima snabdijevanja;
6. Potreba da se poveća plasman kapitalnih dobara (mašina, opreme, brodova) dovodi do toga da se odobravaju krediti stranim kupcima, a što predstavlja oblik izvoza kapitala. Za ovakve vrste kredita zainteresovani su osim konkretnih proizvođača i vlade zemalja, jer svako povećanje izvoza ostvaruje pozitivne efekte na nacionalnu privredu zemlje;
7. Adaptiranje i unovčavanje postojeće, ili zajedničko stvaranje novih tehnologija. Ulaganje omogućuje uštede u radnoj snazi, prevozu, sirovinama, porezima i carinama. U cilju izbjegavanja plaćanja

carina i drugih uvoznih dažbina, strani proizvođači putem izvoza kapitala grade fabričke pogone unutar carinskog zida;

8. Motiv izvoza kapitala može biti i političke prirode. Naime, putem izvoza kapitala ostvaruje se politički uticaj u nekoj zemlji. Ovaj vid izvoza kapitala je karakterističan za javne izvore, mada se može odnositi i na izvoz privatnog kapitala.

Svaki posao ima svojih prednosti i nedostataka. Sa aspekta investitora (ulagača) nedostaci se ogledaju u visokim rizicima, kao što su politička nestabilnost, eksproprijacija ili tržišne krize, visoka inflacija i valutna nestabilnost, zbog kojih su u praksi razvijeni modeli zaštite od ovih vrsta rizika.

Raznovrsni i mnogobrojni motivi za investiranje u inostranstvu mogu se svrstati u tri kategorije:

- *strateški motivi* – proizvodnja radi ostvarenja veće efikasnosti primijenit će se kao stratejski cilj kada je veća efikasnost motiv za preduzimanje stranih direktnih investicija, ali mogu se navesti kao strateški motivi investiranja u inostranstvu i obezbjđenje političke stabilnosti poslovanja u zemljama u kojima funkcioniše pravna država u kojima je mogućnost eksproprijacije minimalna;³⁰⁸
- *ekonomski motivi* – ova kategorija motiva za investiranje u inostranstvu je u direktnoj vezi sa nesavršenosti tržišta roba i faktora proizvodnje, a osnivanjem afilijacije na stranim tržištima transnacionalna kompanija ostvaruje ekonomskih prednosti (ekonomija obima, marketing i menadžment iskustva, nadmoćna tehnologija, finansijski potencijali i diferenciranje proizvoda) i
- *bihevioralni (subjektivni) motivi* – nastaju investiranjem usljed straha od gubitka tržišta, zatim snažan pritisak konkurencije na

³⁰⁸ Proizvodnja za sticanje strateških resursa (sposobnosti) je vid stranog direktnog investiranja koje se ostvaruje kroz mehanizme kupovine aktive već postojećeg preduzeća. Obično je u pitanju kupovina konkurentnih preduzeća, pritom motiv kupovine nije iskorišćavanje eventualnih troškova i marketinških prednosti koje određena kompanija posjeduje, već da se udruže zajednički potencijali i prednosti radi ostvarenja dugoročnog strateškog cilja. Taj cilj je stalna ili veća međunarodna konkurentnost ili eliminacija, udruženim snagama, preostalih konkurenata.

domaćem tržištu može biti motiv za investiranje i ugrožavanje konkurencije na njenom tržištu ili ulagati i pratiti druge i ići u područja koja su u tom trenutku atraktivna i privlačna.

Sa druge strane, ili sa aspekta povećanja nivoa domaćih investicija, motivi zemlje korisnice kapitala su ubrzani razvoj i zapošljavanje, uvođenje savremene tehnologije i vrijednosnih standarda u proizvodnji i povećanje izvoza, a time i poboljšanje platnobilansne situacije zemlje. Od priliva stranih direktnih investicija korisnik ima priliku da ostvari niz znatnih pozitivnih uticaja, kao što su:

- Povećanje proizvodnje i zarada, povećanje zaposlenosti i naročito konkurentnosti domaće proizvodnje i izvoza;
- Kroz strane direktne investicije potencijalne su koristi od korišćenja, novih tehnologija, tehničkih i menadžerskih znanja. Istovremeno mogu uticati na domaći monopol tj. njegovu snagu, što znači da međunarodno kretanje kapitala može da funkcioniše i kao svojevrsna forma antimonopolske politike;

Ukoliko zemlja u koju se sliva kapital, ta sredstva koristi za proizvodnju dobara koja imaju izvozni potencijal, zemlja je u poziciji da obezbijedi veći priliv deviza. To je od velikog značaja za zemlje u razvoju jer ta sredstva može da koristi za uvoz kapitalne opreme ili za smanjenje ukupne zaduženosti zemlje. Taj kapital se fiksno ne otplaćuje, te djeluje stabilizaciono na platni bilans i devizni kurs zemlje u koju se ulaže.

Strana direktna ulaganja stimulisana su i drugim nacionalnim propisima iz oblasti slobodnog izvoza i uvoza, poreskih oslobađanja, carinskih oslobađanja kada se uvozi oprema u sklopu direktnih ulaganja i sl. Konstantnost zakonske regulative može uticati na zemlje priliva stranih direktnih investicija, time ostvariti i veći prihod od poreza. U suprotnom, ukoliko se mijenjaju uslovi (na primjer, povećanje poreza za strane firme) mogu napustiti zemlju domćina zbog pogoršanja uslova poslovanja;

Zemlja uvoznica kapitala može postići efekat snižavanja potrošačkih cijena, kao indirektan pozitivan impuls ekonomije obima koju bi postigla zemlja izvoznica kapitala.

U zemljama u koje se sliva kapital naglašavaju se i njihove slabosti: preterano iscrpljivanje resursa, prepuštanje privrede pod kontrolu stranaca i ekološki problemi. Kod ovih ulaganja razvijene zemlje daju tehnologiju, proizvodnju, menadžment i marketing, a zemlje u razvoju i tranziciji radnu snagu, poslovni prostor, infrastrukturu i preduzimaju finansiranje mjera iz domena socijalne politike posebno za zbrinjavanje viška radnika.

Strane direktne investicije, doprinoseći razvoju industrije, postaju ključni faktor razvoja svjetske privrede. Kao jedan od najvažnijih oblika međunarodnog kretanja kapitala podspješuju efikasnije poslovanje privrede, omogućavaju velikom broju zemalja afirmisanje na međunarodnom tržištu i podižu životni standard, kako razvijenih, tako i zemalja u razvoju i zemalja u tranziciji. Stoga, vrednovanje efikasnosti stranih direktnih investicija, s ciljem unapređenja privrednog razvoja, predstavlja osnovu donošenja odluke o ulaganju iz jedne u drugu zemlju.

Dilema pri izboru odluke – međunarodni kredit ili strano direktno ulaganje praktično i ne postoji. Eks tranzicione zemlje, pa i naša, su uglavnom prezadužene, te su strana direktna ulaganja daleko povoljnija opcija od podizanja dodatnih kredita. Strana ulaganja su put i motiv za popravljjanje platnog deficita zemlje kroz proizvodnju organizovanu sa stranim kapitalom namenjenu izvozu i supstituciju uvoza domaćom proizvodnjom. To je *modus operandi* za konsolidaciju platnog bilansa i smanjenje dospjelih obaveza.³⁰⁹

³⁰⁹ N. Avramović, S. Đukić (2018): *Strana direktna ulaganja, motivi, rizici i dupli standardi*, Baština, sveska 46, Institut za srpsku kulturu Priština, Leposavić, str. 77-91, str. 81.

14.3. Oblici (vidovi) međunarodnih pravnih okvira

Smatra se da strane direktne investicije imaju pozitivan uticaj na privredni razvoj (povećavaju radna mjesta ili zaposlenost, doprinose većoj konkurentnosti, podstiču tehnološki napredak), te je i politika EU naklonjena stranim direktnim investicijama. Ipak, poslednjih godina liberalni stav EU i njenih pojedinih članica po ovom pitanju se mijenja zbog potencijalnih rizika i opasnosti koje sa sobom nosi, u konzervativniji (protekcioniistički) stav. Do promjene stava je došlo zbog sve intezivnijih stranih direktnih ulaganja u evropske kompanije, posebno nakon globalne finansijske krize, koja je uticala na njihovo jeftinije preuzimanje. Osim toga, pojedine zemlje su zbog zabrinutosti da strana direktna ulaganja nisu uvijek zasnovana na ekonomskoj logici, te su u svojim nacionalnim okvirima predvidjeli zaštitu odnosno uvedena je mogućnost kontrole stranih direktnih investicija u regulisanom postupku. Primjetivši trend razvoja nacionalnih regulativa, EU je odlučila da se pozabavi ovim pitanjem Uredbe.

Uredbu EU 2019/452 o uspostavljanju okvira za provjeru direktnih stranih ulaganja u Europskoj uniji,³¹⁰ usvojili su nadležni organi EU, s tim da je državama članicama ostavljena sloboda da u svojim nacionalnim okvirima regulišu procedulane i konkretne mehanizme provjeravanja stranih direktnih investicija koje se sprovode na njihovoj teritoriji ili su planirane. Ugovorom o funkcionisanju Evropske unije (TFEU, 2012), državama članicama je zabranjeno da uvode ograničenja za kretanje kapitala između država članica i država članica i trećih zemalja.³¹¹

³¹⁰ FDI Screening Regulation 2019. Regulation (EU) 2019/452 of the European Parliament and of the Council of 19 March 2019 establishing a framework for the screening of foreign direct investments into the Union. OJL 79I, 21. 3. 2019, p. 1–14. Dostupno na <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=CELEX%3A32019R0452&qid=1701723744992> (03.12.2023.)

³¹¹ TFEU 2012 (Art.63(1)). Consolidated version of the Treaty on the Functioning of the European Union. OJL 326, 26. 10. 2012, pp. 47–390. Dostupno na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A12012E%2FTXT> (03.12.2023.)

Ovom Uredbom postavljaju se minimalni standardi za nacionalne mehanizme provjere stranih direktnih ulaganja ili sprečavanje nacionalnih regulativa da se prekomjerno zatvore za strane direktne investicije iz trećih zemalja. Uredba je opšti propis koji se primjenjuje na sve sektore privrede. Na taj način je obezbijeđeno da njena pravila važe za mehanizme provjere stranih direktnih investicija bez obzira na djelatnost konkretnog preduzeća. Ovo je prvi izvor komunitarnog prava koji usvaja takav pristup, budući da su se raniji propisi Evropske unije bavili isključivo kontrolom stranih direktnih investicija u detaljno regulisanim sektorima (na primjer bankarskom sektoru, sektoru osiguranja, tržišta kapitala, energetike).³¹²

Za potrebe ove Uredbe primjenjuju se sledeće pojmovne definicije:

- „strano direktno ulaganje” znači ulaganje bilo koje vrste koje sprovodi strani investitor s ciljem uspostavljanja ili održavanja trajnih i direktnih veza između stranog investitora i preduzetnika ili preduzeća kojem se stavlja na raspolaganje kapital radi obavljanja djelatnosti u državi članici, uključujući ulaganja koja omogućuju učešće u upravljanju preduzećem koje obavlja djelatnost ili učešće u kontroli nad tim preduzećem;
- „strani ulagač” znači fizička osoba iz treće zemlje ili preduzetnik iz treće zemlje koji namjerava sprovesti ili je sproveo strano direktno ulaganje;
- „provjera” znači postupak koji omogućuje ocjenjivanje, odobravanje, istragu, uslovljavanje, zabranu ili poništavanje stranih direktnih ulaganja;
- „mehanizam za provjeru” znači instrument opšte primjene, kao što je zakon ili propis, te prateći administrativni zahtjevi, proceduralna pravila ili smjernice, kojima se utvrđuju uslovi i postupci za ocjenjivanje, odobravanje, istragu, uslovljavanje, zabranu ili poništavanje stranih direktnih ulaganja iz razloga bezbjednosti ili javnog poretka;

³¹² Radović M. (2021): *Kontrola stranih direktnih investicija u pravu EU u uslovima krize izazvane pandemijom*, Strani pravni život, Institut za uporedno pravo, Beograd, vol.67 (3) 361-374, str. 366.

- „strano direktno ulaganje koje je u postupku provjere” znači strano direktno ulaganje koje je u postupku formalne procjene ili istrage u skladu s mehanizmom za provjeru;
- „odluka na osnovu provjere” znači mjera donesena na bazi primjene mehanizma za provjeru;
- „preduzetnik iz treće zemlje” znači preduzetnik osnovan ili na drugi način organizovan u skladu sa zakonima treće zemlje.

Kontrola stranih direktnih investicija iz trećih zemalja predstavlja ograničavajući vid njihovog slobodnog priliva. Stoga se postavlja pitanje da li je i u kojoj mjeri dopušteno narušavanje te slobode komunitarnim pravom, odnosno nacionalnim pravima država članica. Ovdje potencijalni problem predstavljaju postojeće međunarodne obaveze Evropske unije, preuzete pod okriljem Svjetske trgovinske organizacije, kao i na osnovu trgovinskih i investicionih sporazuma sa trećim zemljama, ali i osnovne slobode na kojima počiva njeno jedinstveno tržište. S obzirom na to da su Evropska unija, uključujući i njene države članice, članovi Svjetske trgovinske organizacije (STO), njih obavezuje Opšti sporazum o trgovini uslugama (GATS, 1995) u skladu sa kojim u odnosu na ostale članove STO u pogledu trgovine uslugama moraju da primjenjuju princip najpovlašćenije nacije (GATS, 1995, Art. II). Prema ovom sporazumu je članovima STO samo u određenim slučajevima i pod propisanim uslovima dozvoljeno da protiv slobodne trgovine uslugama usvajaju restriktivne mjere neophodne za zaštitu njihovih bitnih bezbjednosnih interesa, kao i mjere neophodne za zaštitu javnog poretka, života ili zdravlja (GATS, Article XVI(a, b) i Article XVI bis(1)(b)). Dakle, kada države članice Evropske unije uvode kontrolu stranih direktnih investicija porijeklom iz zemalja članica STO, moraju da paze na usklađenost takvih restriktivnih mjera sa pravilima GATS-a.³¹³

Ukoliko bi se strane direktne investicije okvalifikovale kao poslovno nastanjivanje, države članice jedino imaju obavezu da nacionalnu regulativu (restriktivne mjere) usklade sa pravilima Ugovora o funkcionisanju Evropske unije, dok bi kontrola bila dozvoljena u

³¹³ Radović M. (2021): *Kontrola stranih direktnih investicija u pravu EU u uslovima krize izazvane pandemijom*, Strani pravni život, Institut za uporedno pravo, Beograd, vol.67 (3) 361-374, str. 363.

granicama postojećih međunarodnih obaveza za strana ulaganja iz trećih zemalja. Pod direktnom investicijom se podrazumijeva učestvovanje u preduzeću kroz posjedovanje udjela ili akcija koje njenom imaoču omogućavaju efektivno učešće u upravljanju i kontroli, čiji je smisao uspostavljanje trajnije veze između lica koje ulaže kapital i preduzeća, a u cilju obavljanja određene privredne djelatnosti. U slučaju kada ulagač preuzima kontrolu, prema pravu EU, riječ je o nastanjivanju odnosno ulaganje je zaštićeno pravima o slobodi nastanjivanja samo ako je ulagač porijeklom sa prostora EU ili Švajcarske, u suprotnom nije tako tj.države članice nisu ograničene komunitarnim pravom (mogu uvesti kontrolu stranih ulagača iz trećih zemalja). Međutim, kad se radi o stranoj direktnoj investiciji bez preuzimanja kontrole, ali sa efektivnim učešćem u upravljanju takvo ulaganje se posmatra i kao nastanjivanje i kao kretanje kapitala, te je zaštićeno pravilima o slobodi kretanja kapitala čak i ako investitor potiče iz neke treće zemlje izvan Evropske unije.

Najvećim dijelom, pravila donesena Uredbom 2019/452 odnose se na saradnju i koordinaciju u okviru EU prilikom sprovođenja postupka provjere stranih direktnih investicija. Uredba predviđa obavezu države članice da se konsultuje sa Evropskom komisijom za predmetnu investiciju, koja potom daje mišljenje. Ukoliko država članica posjeduje mehanizam za provjeru stranih direktnih investicija ili usvoji novi, njena obaveza je da blagovremeno obavijesti Evropsku komisiju.³¹⁴ Kod procjene vjerovatnoće države članice o uticaju strane direktne investicije na bezbjednost/javni poredak mogu uzeti u obzir: da li je konkretni strani investitor ima aktivnosti koje utiču na bezbjednost/javni poredak u državi članici ili postoji predispozicija da investitor učestvuje u nezakonitim ili kriminalnim aktivnostima, da li stranog investitora direktno ili indirektno kontroliše vlada, državni organi ili vojska treće zemlje.³¹⁵ Države članice imaju mogućnost da procjenjuju rizike koji mogu narušiti njenu bezbjednost/javni poredak koji proizilaze iz značajnih promjena vlasničke strukture ili ključnih karakteristika inostranog ulagača. U tu svrhu koristi se popis relevantnih faktora ili otvorena lista okolnosti koje mogu uticati na bezbjednost/javni poredak

³¹⁴ Art. 3. (7) FDI Screening Regulation 2019

³¹⁵ Art. 4. (2) FDI Screening Regulation 2019

kao pomoć državama članicama i Komisiji prilikom primjene ove Uredbe. Navešćemo neke od njih: kritična infrastruktura (voda, energija, transport, zdravlje), snabdijevanje kritičnim dobrima (sirovinama, energijom i bezbjednost snabdijevanja hranom), kritične tehnologije (vještačka inteligencija, nanotehnologija, biotehnologija, kvantna i nuklearna tehnologija, robotika), pristup osjetljivim informacijama, uključujući lične podatke, mogućnost kontrolisanja takvih informacija, slobodu i pluralizam medija i sl.

Konačna odluka nakon provjeravanja o stranom direktnom ulaganju ili bilo kojoj preduzetoj mjeri vezanoj za to ulaganje ostaje u isključivoj nadležnosti države članice koja to ulaganje planira da sprovede ili je već sproveda.

Takođe, svakih pet godina Komisija ocjenjuje funkcionisanje i efikasnost ove Uredbe, podnosi izvještaj Evropskom parlamentu i Vijeću, a države članice učestvuju u postupku i putem Komisije dostavljaju dodatne informacije ili preporučuju izmjene ove Uredbe.

14.4. Pokušaji stvaranja multilateralne regulative

Tranzicijske zemlje, kojima pripada i Bosna i Hercegovina, za generisanje svog ekonomskog rasta i razvoja svoju nacionalnu regulativu konvergiraju i prilagođavaju regionalnim i međunarodnim pravilima, kako bi bile konkurentne i podobne da privuku kapital iz visoko akumulativnih ekonomija, a koji će permanentnu potrebu za deficitom sredstava utažiti.

U nedostatku opšteg multilateralnog sporazuma o investicijama saradnja između zemalja se odvija uglavnom putem bilateralnih sporazuma. Premda je osnovni postulat ugovornog prava jednakost ugovornih strana jasno je da *de facto* postoji razlika u ekonomskoj snazi država davaoca i primaoca kapitala. Ona se na neformalnom planu manifestuje kroz različite vrste ekonomskih, političkih i drugih pritisaka, a na pravnom kroz diplomatsku i međunarodnopravnu zaštitu, koja podrazumijeva pokretanje spora pred arbitražom ili međunarodnim

sudskim instancama.³¹⁶ U mjere diplomatske zaštite ulaze i posebni međudržavni sporazumi između država izvoznica i uvoznica kapitala na osnovu kojih država primalac kapitala isplaćuje državi davaocu kapitala paušalni iznos kojim mu nadoknađuje pretrpljenu štetu. Država se može koristiti i ekstremnim oblicima zaštite stranih ulaganja, kao što je pljenidba imovine, ekonomska blokada zemlje, blokada finansijskih sredstava u inostranstvu, pa čak i vojnom intervencijom.

Svjetska banka je 1992. godine donijela Uputstvo o zaštiti stranih direktnih investicija i postupanju prema njima. Kada je povećanja potražnja za kapitalom, prema navedenom Uputstvu, za povećano privlačenje stranih direktnih investicija potrebna je dugoročna efikasnost zemlje domaćina kroz veću konkurentnost, transfer kapitala, tehnologije i upravljačkih vještina, poboljšanog pristupa tržištu i proširenju međunarodne trgovine. Upustvom se u članu 1. traži bolji tretman za strane investicije i jačanje konkurencije; članom 2. traži se otvoreno okruženje za ulazak stranih investicija; član 3. traži da dotična država pruži pravilan i jednak tretman državljanima iz svake zemlje; član 4. reguliše eksproprijaciju uz pravičnu tržišnu nadokandu, unilateralne mjere i okončanje ugovora; dok član 5. promovise rješavanje sporova mirnim putem, kroz domaće sudove ili druge mehanizme zaštite.³¹⁷

Zemlje članice OECD-a i pet zemalja posmatrača, iz Argentine, Brazila, Čilea, Hong Konga i Slovačke Republike, su 1995. godine otpočele pregovore sa namjerom postizanja multilateralnog Sporazuma o investicijama (MAI - *Multilateral Agreement on Investment*), u cilju unapređenja međunarodne saradnje na planu unificiranja pravila sadržanih u pojedinačnim bilateralnim sporazumima o ulaganjima. Ideja je bila da MAI olakša protok kapitala, kao i da eliminiše investicione barijere između zemalja, obezbijedi jedinstven standard u tretmanu stranih ulagača i njihovih ulaganja, te u skladu time, njihovu potpuniju zaštitu. Skoro sve zemlje članice OECD-a prihvatile su zajedničko

³¹⁶ N. Avramović, S. Đukić (2018): *Strana direktna ulaganja, motivi, rizici i dupli standardi*, Baština, sveska 46, Institut za srpsku kulturu Priština, Leposavić, str. 77-91, str. 85.

³¹⁷ Multilateral Investment Guarantee Agency, Report, 2007 (u M.Unković, B.Stakić (2011): *Spoljntgovinsko i devizno pslovanje*, str. 406.)

viđenje olakšica slobodnog protoka ulaganja, ali su istakle da žele kreiranje razumljivijih i efikasnijih investiciona pravila. Nakon dugih, iscrpnih pregovora i internih konsultacija nije postignuta usaglašenost za MAI.

Na Ministarskoj konferenciji zemalja OECD-a održanoj u novembru 2001. godine u Dohi, usaglašeno je da bi definisanje pravila i uslova za dugoročne investicije, posebno strane direktne investicije, doprinijelo razvoju trgovine između zemalja. Multilateralni okvir u domenu investicija uticao bi na smanjenje konflikata u odnosu na pravila različitih zemalja u ovoj oblasti koja često proizvode brojna nerazumijevanja i neslaganja između njih.

Nastavak ove inicijative Ministarskog savjeta zemalja članica OECDa je podržano na sastanku u Parizu, održanom u maju 2006. godine, usvajanjem Okvirne politike u oblasti ulaganja. Usvojeni Okvir nije obavezujući, već fleksibilno sredstvo za zaokruživanje cjeline pravila u ovoj oblasti i odgovor na izazove konstantne politike promjena u investicionoj politici kao posledice razvoja pojedinih država. Okvirna politika pokriva zajedničku politiku zemalja članica u 10 različitih domena, među kojima su i politika investicija, kao i investicioni podsticaji i olakšice. Usvojeni Okvir sačinjen je uz angažman predstavnika 60 država, uz učešće Svjetske banke, UNCTAD-a i drugih međunarodnih organizacija. Predstavlja odraz uspostavljenе prakse između 33 zemlje članice OECD-a i zemalja koje nisu njene članice, sa ciljem mobilisanja privatnih ulaganja zarad podrške privrednom rastu i ekonomskom razvoju zemalja.

Mnogi ugovori nalik ovome se zaključuju između razvijenih zemalja, sa izvozno orijentisanim kapitalom, sa jedne strane i nerazvijenih zemalja i zemalja u tranziciji, pretežno uvoznika stranog kapitala, sa druge strane. U tom smislu, iskristalisala su se dva modela ovih bilateralnih sporazuma:

- Evropski model, zasnovan na nacrtu Konvencije predstavljene od strane ministara OECD 1962. godine i
- Severnoamerički model (*North-American model* u okviru NAFTA sporazuma) koji je razvijen početkom devedesetih godina XX vijeka.

Oba modela pokrivaju sledeće oblasti: osnovne definicije, tretman, ključno osoblje, eksproprijaciju i rješavanje sporova. Ključna razlika ogleđa se u tome što se odredbe sporazuma vezane za tretman ulaganja po prvom modelu odnose na već izvršena ulaganja, dok se kod drugog modela odnose na ulaganja koja nisu izvršena tj. odnose se na period faze prikupljanja dokumentacije i slično. Značajno se razlikuju po tome što je američki model zahtjevniji, predviđa veći broj zahtjeva prema stranom ulagaču i mnoge odredbe vezane uz zahtjev (na primjer, zahtjev za dobijanje dozvola za ulazak uz angažovanje stranih radnika u vezi sa ulaganjem).

Koncept oba modela je manje ili više sličan: nacionalni i tretman najpovlašćenije nacije koji se daje stranom ulagaču, slobodan transfer sredstava, promptnu, adekvatnu i efektivnu naknadu u slučaju eksproprijacije ili neke druge mjere koju država može primijeniti, a po dejstvu je jednaka eksproprijaciji, primjene međunarodnog mehanizma prilikom rješavanja sporova između država ugovornica, kao i između ulagača sa jedne ugovorne strane i države ugovornice kao druge ugovorne strane.

Poreski tretman ulaganja je bitan faktor zainteresovanosti investitora, jer dobit od ovih ulaganja podliježe dvostrukom oporezivanju., te je prosječno opterećenje dobiti od međunarodnog investiranja veće u odnosu dobit koja se opterećuje kod ulaganja kapitala uloženog u sopstvenoj zemlji. Dvostruko oporezivanje, kao jedan od oprjedeljujućih faktora pri odlučivanju za ulaganje, nepovoljno utiče na racionalnu alokaciju kapitala i destimuliše njegovo međunarodno kretanje. Posebno se nepovoljno odraža na zemlje u razvoju i u tranziciji kojima je strani kapital neophodan za ekonomski rast i razvoj. Zbog toga postoji potreba da se negativno dejstvo dvostrukog oporezivanja eliminiše ili koliko je god to moguće ublaži. Način na koji se može izbjeći negativno djelovanje dvostrukog oporezivanja jeste primjenom unilateralnih mjera ili zaključivanjem ugovora o izbjegavanju dvostrukog oporezivanja između zainteresovanih zemalja.

Zakonska poreska regulativa većine zemalja predviđa unilateralne mjere, koje su komplementarne sa primjenom principa svjetskog dohodka koji zemlje primenjuju prilikom oporezivanja svojih rezidenata. Najčešće,

zemlja rezidentnosti međunarodnog investitora unilateralno primjenjuje metod kredita za porez koji je njen rezident platio u zemlji u kojoj je ostvario dobit. Poresko zakonodavstvo Bosne i Hercegovine, predviđa poreski kredit kao unilateralnu mjeru za izbjegavanje dvostrukog oporezivanja njenih rezidenata kada ostvaruju dohodak, odnosno dobit u drugoj zemlji.³¹⁸ Poreski kredit se odobrava u visini poreza koji je plaćen u drugoj zemlji i ne može biti veći od iznosa poreza koji bi trebalo da se u Bosni i Hercegovini plati na dobit ostvarenu u drugoj zemlji.

Karakteristike koje Bosnu i Hercegovinu mogu učiniti posebno atraktivnom za investiranje stranih kompanija su njen povoljan geografski položaj, blizina centralnoevropskih tržišta, pristup veoma širokoj lepezi potrošača zahvaljujući učešću u raznim sporazumima o slobodnoj trgovini (CEFTA, EFTA i slobodna trgovina sa Turskom), te preferencijalnoj trgovini uz istovremeni pristup kvalifikovanoj, ali jeftinoj radnoj snazi. Ostale prednosti koje nudi naše tržište odnose se na pogodnosti koje nudi poreski režim sa niskim oporezivanjem i mogućnost uspostavljanja slobodnih zona, za koje je predviđeno potpuno oslobađanje od dažbina i PDV-a za robu i opremu koja se koristi u proizvodnji, sa izuzetkom oporezivanja rada i doprinosa za socijalno osiguranje. Podršku investitorima na nivou Bosne i Hercegovine mogu pružiti Ministarstvo spoljne trgovine i ekonomskih odnosa Bosne i Hercegovine i Agencija za unapređenje stranih investicija Bosne i Hercegovine.

Povlastice koje se mogu ponuditi stranim ulagačima u Bosni i Hercegovini na državnom nivou u skladu sa Zakonom o politici direktnih stranih ulaganja u BiH („Službeni glasnik BiH“, br. 17/98, 13/03, 48/10 i 22/15) stranim investitorima garantovano je sljedeće:

- Nacionalni tretman stranim ulagačima, odnosno strani ulagači imaju ista prava i obveze kao i rezidenti Bosne i Hercegovine.

³¹⁸ Bosna i Hercegovina je zaključila govore o izbegavanju dvostrukog oporezivanja sa 38 zemalja (zemlje bivše SFRJ, Grčka, Austrija, Francuska, Rumunija, Španija, Nizozemska, Poljska, Belgija, Finska, Kina, Katar, Turska, Irska, Velika Britanija, UAE, Malezija, Pakistan i dr.)

- Strani ulagači imaju pravo, radi svojih ulaganja, na teritoriju Bosne i Hercegovine otvoriti račune kod koje poslovne banke u domaćoj ili slobodno konvertibilnoj valuti.
- Strani ulagači će imati pravo slobodno upošljavati strane državljane iz inostranstva ukoliko nije određeno drugačije zakonima u Bosni i Hercegovini o radu i useljavanju.
- Strani ulagači su zaštićeni od nacionalizacije, eksproprijacije, rekvizicije i mjera s jednakim efektom; takve mjere mogu se preduzeti isključivo u javnom interesu, shodno pozitivnim zakonskim i podzakonskim aktima, uz plaćanja primjerene naknade.
- Strani ulagači imaju ista vlasnička prava nad nekretninama kao pravni subjekti u BiH
- Strani ulagači imaju pravo vršiti transfer u inostranstvo, slobodno i bez odlaganja, u slobodno konvertibilnoj valuti, dobiti koja nastane kao rezultat njihovog ulaganja u Bosni i Hercegovini.

Takođe, prava i obaveze koje proističu iz Zakona o politici direktnih stranih ulaganja, ne mogu se ukinuti niti poništiti stupanjem na snagu naknadno donesenih zakona i podzakonskih akata. Ukoliko su takvi naknadno doneseni zakoni i podzakonski akti povoljniji za strane ulagače, oni imaju pravo odabrati režim koji će biti mjerodavan za njihovo ulaganje.

U pogledu carinskih povlastica, strana ulaganja će biti izuzeta od plaćanja carina i carinskih obaveza, osim putničkih vozila, automata za zabavu i za igre na sreću. Ostvarivanje prava carinske povlastice za strana ulaganja mogu ostvariti podnošenjem zahtjeva o oslobađanju od uvoznih dažbina nadležnom carinskom organu prema mjestu sjedišta korisnika povlastice uz koji prilaže propisanu dokumentaciju (ugovor o uvozu opreme, specifikacija, izjava da oprema nije starija od 10 godina, potvrdu da oprema zadovoljava ekološke i životne standarde)

Na entiteskim nivoima i u Brčko distriktu se takođe daju poreska olakšice i druge povoljnosti kao što su podsticaji za zapošljavanje, zakonski propisano umanjeње osnovice poreza na dobit po osnovu ulaganja u opremu i proizvodnju, oslobađanje ili umanjeње komunalnih naknada i slično.

Za regulisanje ove materije doneseni su brojni zakonski i podzakonski akti na državnom i na nivou entiteta, i to:

- Zakon o politici direktnih stranih ulaganja u BiH („Službeni glasnik BiH“, br. 17/98, 13/03, 48/10 i 22/15)
- Zakon o porezu na dodatu vrijednost ("Službeni glasnik BiH" broj 09/05, 35/05, 100/08, 33/17 i 46/23)
- Instrukcija o povratu poreza na dodatu vrijednost za strane državljane BiH (“Službeni glasnik BiH” broj 01/07)
- Zakon o strancima BiH ("Službeni glasnik BiH 88/15, 34/21, 63/23)
- Okvirni Zakon o registraciji poslovnih subjekata u BiH (“Službeni glasnik BiH” broj 42/04)
- Odluka o osnivanju i radu predstavništava stranih lica u Bosni i Hercegovini (“Službeni glasnik BiH“ broj 15/03)
- Zakon o slobodnim zonama BiH (“Službeni glasnik BiH” broj 99/09)
- MLI - Multilateralna konvencija za primjenu mjera koje se u cilju sprječavanja erozije poreske osnovice i premještanja dobiti odnose na poreske ugovore, koja je stupila na snagu 01.01.2021. godine (“Službeni list BiH-Međunarodni ugovori“, broj 13/20)
- MAK - Konvencija o uzajamnoj administrativnoj pomoći u poreskim stvarima, koja je stupila na snagu 01.01.2021. godine i u primjeni je od 01.01.2022. godine (“Službeni list BiH-Međunarodni ugovori“, broj 14/20)
- Zakon o stranim ulaganjima Federacije BiH („Službene novine Federacije BiH“ broj 61/01, 50/03 i 77/15)
- Zakon o stranim ulaganjima Republike Srpske („Službeni glasnik Republike Srpske“ broj 21/18)
- Zakon o porezu na dobit Federacije BiH (“Službene novine Federacije BiH“ broj 15/16,15/20)
- Zakon o porezu na dobit Republike Srpske (“Službeni glasnik Republike Srpske“ broj 94/15, 1/17 i 58/19)
- Zakon o privrednim društvima Republike Srpske („Službeni glasnik Republike Srpske“ broj 127/08, 58/09, 100/11, 67/13 i 100/17,82/19)

- Zakon o privrednim društvima Federacije BiH („Službene novine Federacije BiH“ broj 81/15 i 75/21)
- Zakon o slobodnim zonama Republike Srpske (“Službeni glasnik Republike Srpske” broj 15/21)
- Zakon o slobodnim zonama Federacije BiH (“Službene novine Federacije BiH” broj 25/22)
- Zakon o registraciji poslovnih subjekata Federacije BiH (“Službene novine Federacije BiH“ broj 27/05, 68/05, 43/09 i 63/14)
- Zakon o registraciji poslovnih subjekata Republike Srpske (“Službeni glasnik Republike Srpske” broj 67/13,15/16 i 84/19)
- Zakon o radu Federacije BiH (“Službene novine Federacije BiH” broj 26/16, 89/18, 44/22)
- Zakon o radu Republike Srpske (“Službeni glasnik Republike Srpske“ broj 1/16, 66/18 i 119/21)
- Zakon o porezu na dohodak Federacije BiH (“Službene novine Federacije BiH“ broj 10/08, 9/10, 44/11, 7/13 i 65/13)
- Zakon o porezu na dohodak Republike Srpske (“Službeni glasnik Republike Srpske“ broj 60/15, 5/16-ispravka, 66/18, 105/19, 123/20, 49/21, 119/21, 56/22 i 112/23)

Sva prethodno navedena zakonska i podzakonska akta neophodna su za investiranje i zaštitu stranih ulagača, kao i njihova konstantnost, kako bi se ulagači opredijelili da investiraju u Bosnu i Hercegovinu. Promovisanje stranih ulaganja, kao jedan od ključnih faktora da se privuku neophodna nedostajuća sredstva za razne razvojne projekte, doprinosi rastu i razvoju svake zemlje, tako i Bosne i Hercegovine.

Prema podacima Agencije za unapređenje stranih investicija (FIPA) priliv stranih direktnih investicija u Bosnu i Hercegovinu u prvih devet mjeseci 2023. godine iznosio je 1,4 milijarde konvertibilnih maraka ili 767 miliona eura, što je prema podacima Centralne banke BiH do sada najviši zabilježeni iznos. Izraženo u procentima, za period januar-septembar 2023. godine, strana ulaganja porasla su za 23,9% u odnosu na

isti period prethodne godine.³¹⁹ Sektori u koje se najviše investiralo, u prvoj polovini 2023. godine, su proizvodnja koksa i rafiniranih naftnih proizvoda (283,6 miliona KM), finansijske uslužne djelatnosti osim osiguranja i penzijskih fondova (127,7 miliona KM), trgovina na veliko osim trgovine motornim vozilima i motociklima (107,6 miliona KM), proizvodnja i snabdijevanje električnom energijom, plinom, parom i klimatizacija (89,8 miliona KM), proizvodnja papira i proizvoda od papira (66,9 miliona KM), trgovina na malo (59 miliona KM), proizvodnja hemikalija i hemijskih proizvoda (53,5 miliona KM) i proizvodnja baznih metala (51,4 miliona KM).³²⁰

14.5. Zaštita stranih ulaganja

Pored složenosti međunarodne i nacionalnih procedura kod stranih ulaganja, vrijednost i značaj investiranja zhtijevaju kreiranje uslova za posebnom zaštitom mobilnog kapitala. Zakonodavni okvir, njegova ujednačena primjena i stalni rast kompetetivnosti mogu biti garant pravne sigurnosti, efektivnosti ulaganja i zaštita stranim ulagačima uz permanentan rast profita.

Kada je riječ o stranim direktnim ulaganjima, kao obliku saradnje u međunarodnim ekonomskim odnosima, eventualni neželjeni rizik pretežno pogađa ulagača. Nastanak rizika usled više sile ili njenih posljedica se dešava nezavisno od volje ugovornih strana, iako može nastati usled društvenog uzroka tj. radnji koje preduzima država recipijent

³¹⁹<http://www.fipa.gov.ba/informacije/statistike/investicije/default.aspx?id=180&langTag=bs-BA>

³²⁰ Najveći investitori koji su značajnije ulagali u Bosnu i Hercegovinu u prvih devet mjeseci 2023. godine bili su Ruska Federacija sa 312 miliona KM ili oko 160 miliona eura, zatim Nizozemska (166 mil. KM), Hrvatska (165,1 mil. KM), Velika Britanija (163,4 mil. KM), Turska (120 mil. KM). Zemlje čija su ulaganja ispod 100 milona KM, ali ništa manje značajna, dolaze iz Njemačke, Austrije, Italije, Slovenije, Srbije, Švajcarske, Belgije, Češke, Crne Gore, Kipara, Francuske, Litvanije, Luksemburga i Mađarske. (dostupno na <https://www.politika.rs/scc/clanak/591838/Rusija-najveci-strani-investitor-u-Bosni-i-Hercegovini-u-2023-godini>, 30.12.2023.)

(primalac kapitala), što pored nanesene štete ulagaču, može da nanese štetu kod budućih potencijalnih ulaganja. Ovakvi rizici se nazivaju nekomercijalnim ili političkim rizicima. U ove rizike se ubrajaju: eksproprijacija, nacionalizacija, konfiskacija, građanski nemiri, oružani sukobi, rat, elementarne nepogode, odustanak od izvršenja ugovora, odustajanje od konvertibilnosti valute i transfer valute.

S druge strane, strana ulaganja prate i komercijalni rizici: rentabilnost investiranja, rizik promjene valutnog kursa (može biti i nekomercijalan odlukom državnog organa), rizik naplate potraživanja kod stečaja, likvidacije ili sudskog poravnanja. Načini zaštite od ovih rizika su standardna pravna sredstva obezbjeđenja. Sa ekonomskog aspekta, ovi rizici, su prema stepenu, prinosu i cijeni kapitala u pozitivnom korelativnom odnosu, što nije slučaj sa nekomercijalnim (političkim) rizicima.

Implementiranje međunarodnih standarda pretpostavka je zaštite stranih ulaganja. Pod tim se podrazumijeva funkcioniranje pravne države, stabilan politički ambijent, kreiranje povoljne investicione klime i slično.

Takođe, sklapanje bilateralnog sporazuma o uzajamnom podsticanju i zaštiti ulaganja sa određenom zemljom predstavlja neophodan uslov za privlačenje stranih ulagača iz te zemlje, jer im on garantuje poštovanje međunarodnih standarda zaštite njihovih prava u ovoj oblasti.

Postojanje bilateralnog sporazuma o uzajamnom podsticanju i zaštiti ulaganja sa određenom zemljom su se iskristalisali kao osnovni elemenat i okvir za direktne strane investicije. U novije vrijeme bilateralni sporazumi se zaključuju u skladu sa opštim preporukama definisanim u okviru zemalja članica OECD-a. Preporuke koje se odnose na sadržinu bilateralnog sporazuma odnosno odredbe vezane su za poštovanje međunarodno ustanovljenih standarda u oblasti zaštite životne sredine, borbe protiv terorizma i poštovanja minimuma uslova zaštite na radu propisanih od strane Međunarodne organizacije rada.

Sporazum obezbjeđuje stranim ulagačima nacionalni i tretman najpovolšćenije nacije, a odredbama sporazuma štiti se strani ulagač od eksproprijacije i drugih mjera sličnog dejstva koje može preduzeti jedna

od strana ugovornica. Takođe, daju se garancije stranom ulagaču u pogledu naknada štete kod nastanka gubitaka pretrpljenih usled nastupanja tzv. nekomercijalnih rizika (nemiri, ustanak, pobuna, štrajk i slična događanja). Sa aspekta ulagača najznačajnija odredba sporazuma jeste ustanovljavanje međunarodno-pravne zaštite u slučaju spora između stranog ulagača i države recipijenta.

Direktna međunarodno-pravna zaštita stranih investitora obezbijedena je kroz Međunarodnu agenciju za garantovanje investicija³²¹(MIGA -*Multilateral Investment Guarantee Agency*), koja je osnovana Konvencijom kao specijalizovana agencija Međunarodne banke za obnovu i razvoj. Svrha osnivanja agencije pored podsticanja priliva stranih direktnih ulaganja u zemalje članice i zaštita ulaganja od nekomercijalnih rizika posebno izazvanih odlukama od strane zemalja recipijenata. Zaštitu stranim ulagačima pruža od rizika neizvršenja, nepriznavanja ili raskida ugovora od strane zemlje recipijenta, zatim eksproprijacije, nacionalizacije, konfiskacije, kao i od šteta nastalih usled ratnih dejstava, terorističkih akata, građanskih nemira i drugih ograničenja. Agencija većim dijelom pruža zaštitu odnosno pokriva rizike zemlje izvoznice kapitala, ali i zemljama uvoznicama pruža zaštitu davanjem garancija o ispunjavanju obaveza stranog investitora po pitanju preduzimanja mjera zaštite životne sredine i poštovanja minimuma uslova zaštite na radu odnosno životnih standarda.

Indirektnu međunarodno-pravnu zaštitu može da pruži Međunarodni centar za rešavanje investicionih sporova u Vašingtonu, pri Svjetskoj banci, osnovan Konvencijom o rešavanju investicionih sporova između država i građana drugih država. Ugovorne strane, i davalac i primalac ulaganja, sporazumom mogu odlučiti da li će spor povjeriti na rješavanje domaćem sudu ili međunarodnoj arbitraži.

Usvajanjem međunarodnih Konvencija, njihova ratifikacija i implementiranje u domaće zakonodavstvo, predstavlja značajanu polugu za dodatno privlačenje stranih ulagača, a predstavlja poziciju zemlje

³²¹ N. Avramović, S. Đukić (2018): *Strana direktna ulaganja, motivi, rizici i dupli standardi*, Baština, sveska 46, Institut za srpsku kulturu Priština, Leposavić, str. 77-91, str.86.

otvorene za strana ulaganja, u kojoj strani ulagači uživaju maksimalnu zaštitu i podršku. Bosna i Hercegovina pored povoljnog geografskog položaja kreira i poziciju zemlje otvorene za strana ulaganja.

14.6. Međunarodni trgovački sporovi – arbitraža

Arbitraža (*arbitration*) je nezavisna, nevladina institucija kojoj stranke sporazumno povjeravaju donošenje meritorne odluke prilikom rješavanja njihovih imovinsko-pravnog sporenja. Povjeravanje rješavanja sporova arbitražnim institucijama ostvaruje se arbitražnim ugovorom. To je ugovor kojim stranke ugovaraju da će njihov postojeći ili budući spor povjeriti na rješavanje određenoj arbitraži. Ugovorom treba precizirati koji sporovi će biti povjereni na rješavanje.

Uobičajena su dva modela arbitražnog ugovora: jedan model je prije nego do spora dođe i može se sklopiti ugovor sa naznakom *kompromisorne klauzule* (eng. *arbitrar clause*, franc. *clause compromissoire*) ili drugi model nakon što nastane *klauzulom kompromis* (eng. *submission to arbitration*, franc. *acte de compromis*). Za rješavanje sporova u međunarodnoj trgovinskoj razmjeni u Evropi, najpoznatija i najznačajnija institucija, je Međunarodni arbitražni sud (1923) pri Međunarodnoj trgovačkoj komori (*International Chamber of Commerce - ICC*) osnovanoj u Parizu (1919). Međunarodna trgovačka komora je kompetentna institucija, sa autoritetom, čiji međunarodni arbitražni sud uliva povjerenje prilikom rješavanja sporova u međunarodnim trgovčkim transakcijama.

Ženevski protokol o arbitražnim klauzulama (1924), Ženevska konvencija o izvršavanju inostranih arbitražnih odluka (1927), Evropska konvencija o međunarodnoj trgovačkoj arbitraži (1961) i Vašingtonska konvencija o rješavanju investicionih sporova između država i građana drugih država (1965) doprinijeli su da međunarodna trgovačka arbitraža postane dominantan i djelotvoran instrument međunarodne trgovine.

Arbitraža (izabrani sud) se može podijeliti na stalne ili institucionalne i povremene ili ad hoc arbitraže.

Institucionalna arbitraža je stalna institucija čiji je zadatak da obavlja funkciju izbranog suda kada god joj se stranke obrate. Element stalnosti ne transformiše arbitražu u državni organ. To je institucija koja organizuje arbitriranje i nadzire sprovođenje arbitražnog postupka u skladu sa svojim aktima odnosno pravilnikom, ali one same ne odlučuju o sporu. Imaju svoje organe (organizaciono-administrativni aparat) i akte, a često i listu potencijalnih arbitara. U skladu sa pravilnikom sa ponuđenog panela (liste) imenuje se arbitr – pojedinac ili se formira arbitražno vijeće koje će rješavati određeni spor u skladu sa trgovačkim običajima i međunarodnim pravom.

Ad hoc arbitraža je arbitraža za jedan spor i koja prestaje da postoji kada obavi zadatak odnosno kada se spor okonča. Stranke izaberu arbitra i arbitražno vijeće ili taj izbor povjeravaju određenom drugom licu (instituciji) koji će rješavati njihov spor.

Arbitražu odlikuje povjerljivost tokom trajanja postupka, prihvatljiv ambijent, jednostavnost procesnih formi, efikasnost i relativno ekonomičnost pružanja svoje usluge. Po pravilu, odlike državnog pravosuđa su u obrnutoj srazmjeri sa praksom arbitražnog suđenja.

Osnovni motivi za globalnu prihvaćenost međunarodne trgovačke arbitraže u rješavanja trgovačkih sporova su:³²²

- povjerenje zbog nepristrasnosti prema državnim sudovima uopšte, a naročito prema sudu jedne od strana u postupku,
- načelo slobode ugovaranja i kompetentnost sudaca,
- postupak pred međunarodnom trgovčkom arbitražom je nejavan,
- da je postupak u pravilu jednostepen,
- činjenica da ne postoje naddržavnin sudovi za rješavanje međunarodnih trgovačkih sporova,
- da se u pravilu arbitražni postupak vodi na neutralnom terenu tj. u zemlji kojoj ne pripada nijedna od strana,
- da se međunarodno trgovačko pravo razlikuje od nacionalnog prava,

³²² S. Acin Sigulinski (1993): *Menadžment u međunarodnoj trgovini*, Pigmalion, Novi Sad, str. 296.

- spor koji je riješen ovim putem (obostranim pristankom ugovornih strana) mnogo manje remeti buduće poslovne odnose stranaka u sporu.

Ulaganje stranog kapitala podrazumijeva dugoročniji pravni odnos između ugovorenih strana, ali i veći rizik za nastanak spora u odnosu na međunarodno trgovačko pravo. Zbog toga je veoma važna forma ugovora, klauzule i način rješavanja sporova odnosno izbor pravila po kojima će se sprovoditi arbitražni postupak. Na primjer, kod ad hoc arbitraže univerzalno se prihvataju pravila Komisije UN za internacionalnu arbitražu (UNCITRAL) jer se prema njima arbitražni postupak može voditi bilo gdje u svijetu. Kod izvođenja građevinskih radova u inostranstvu najčešće se primjenjuju FIDIC pravila Međunarodnog saveza inženjera i konsultanata³²³, a preporučuje ih Svjetska banka, UNIDO i druge međunarodne organizacije, te je prihvaćen kao standardna forma ugovora internacionalnih projekata.

Kao ugovorna strana u ugovorima o ulaganju često se javlja država, posebno kod velikih investicionih projekata (infrastrukture, energetike, eksploatacije prirodnih resursa i sl.). Preovladava stav nepovjerenja prema zakonodavstvu države u koju se ulaže kapital, da će izmijeniti zakon i na taj način obezbijediti povoljniji ugovorni položaj u odnosu na prvobitni, kao i mišljenje ulagača da je država pred sopstvenim sudovima privilegovana. Iz tih razloga se stremi ka internacionalizaciji rješavanja investicionih sporova između države i ulagača, u čemu se velikim dijelom i uspelo.

Investicioni sporovi mogu da se pojavljuju između različitih subjekata i to: između privatnih fizičkih i pravnih lica, zatim između stranog ulagača i države, koji se javlja u dva oblika – ugovorni spor kada je država jedna od ugovornih strana ugovora o ulaganju, a drugi je

³²³ FIDIC je francuski akronim od *Fédération Internationale des Ingénieurs-Conseils*, međunarodni savez inženjera i konsultanata koje su osnovale Francuska, Belgija i Švajcarska 1913. godine, čije je trenutno sjedište u Ženevi. Prva standardna forma ugovora objavljena je 1957. godine, poznatija zbog boje korica kao *Crvena knjiga*. FIDIC uslovi ugovaranja sastoje od dva dijela: Deo A je poznat kao *Opšti Uslovi Ugovaranja*, a Deo B je poznat kao *Posebni Uslovi Ugovaranja*.

konvencijski spor koji nastaje na osnovu odgovornosti države kao međunarodnog subjekta za kršenje preuzetih međunarodnih obaveza.

Zbog specifičnosti ovih sporova, kao i u pogledu kada jedna ugovorna strana raspolaže suverenitetom a druga ne, uspostavljena je posebna arbitražna institucija međunarodnog karaktera – Centar za rješavanje međunarodnih investicionih sporova između država i državljana drugih država (ICSID – *International Centre for Settlement of Investment Dispute*) osnovan 1966. godine u Vašingtonu u okviru Svjetske banke.

Ratifikacija Vašingtonske konvencije³²⁴ od strane države prijema nije dovoljna da bi se uspostavila nadležnost Centra – potrebno je, pored toga, da se stranke pismeno saglase da svoj spor iznesu pred arbitre ICSID-a. To znači da samim postojanjem Centra i Konvencije, nije isključena mogućnost rešavanja ovih vrsta investicionih sporova i na drugi način, sudskim putem ili putem neke druge arbitraže, organizovane po drugim pravilima.³²⁵

Saglasnost strana je polazna tačka za nadležnost Centra. Inicijativa se nastavlja kad se zahtjev podnose Generalnom sekretaru, a nakon registracije zahtjeva, osniva se Savjetodavna komisija ili Arbitražni sud. Strane u sporu su slobodne da izaberu arbitre iz ponuđenog panela., a Konvencijom se izričito ne isključuje imenovanje arbitara vezano za njihovo državljanstvo. Odredbom u članu 39., utvrđuje pravilo po kome arbitri ne bi trebalo da budu državljani kako države koja je strana u sporu tako ni ulagača kao druge strane u odnosnom sporu. Ovo pravilo se ne odnosi na slučaj kada je svaki arbitar tribunala imenovan sporazumom strana. Arbitražni sud formiran na ovaj način mora primenjivati zakon čiju su primjenu strane usaglasile. Shodno tom dogovoru, arbitražni sud može da primijeni pravo države koja je strana u sporu, osim ako se njen zakon

³²⁴ Prema podacima sa web stranice Svjetske banke, Konvenciju je ratifikovala Bosna i Hercegovina. Takođe, do 25. oktobra 2022. godine 165 zemalja je potpisalo Konvenciju o rješavanju investicionih sporova između država i državljana drugih država, dok je 158 zemalja deponovalo svoje instrumente o ratifikaciji. (dostupno na <http://icsid-worldbank.org> translate.google/about/member-states, 27.12.2023.)

³²⁵ M. Stanivuković (2017): *Arbitražne klauzule za rešavanje sporova između države i ulagača na osnovu dvostranih sporazuma o zaštiti i unapređenju ulaganja*, Pravni život broj 11/17, Udruženje pravnika Srbije, Beograd, str.79-101, str. 82.

poziva na primjenu nekog drugog zakona, kao i pravila međunarodnog prava.

Termin *međunarodno pravo* u ovom kontekstu ima značenje koje je određeno članom 38. stav1. statuta Međunarodnog suda pravde, kojim se dozvoljava mogućnost da se primijeni na sporove među državama i glasi: *Sud, čija je funkcija da odlučuje u sporovima koji su mu povjereni u skladu sa međunarodnim zakonom, primjenjivaće:*

- Međunarodne konvencije, bez obzira na to da li su opšte ili posebne, kojima se ustanovljavaju pravila prihvaćena od strana u sporu;
- Međunarodne običaje;
- Opšte zakonske principe prihvaćene od strane civilizovanih nacija;
- Odluke i tumačenja subjekata koji su nosioci pravosudnih funkcija kao i učitelja najviših pravnih kvalifikacija različitih nacija, kao subsidijarne izvore za uspostavljanje pravnih pravila.“

Posleratna reforma pravnog sistema u Bosni i Hercegovini je reafirmisala alternativno rješavanje sporova. Pravni osnov za organizovanje arbitraže u Bosni i Hercegovini bazira se na Zakonu o parničnom postupku Federacije BiH i Republike Srpske³²⁶ i Pravilniku o organizaciji i radu arbitražnog suda Spoljnotrgovinske komore BiH iz 2003. godine („Službeni glasnik BiH“, broj 39/03³²⁷, koji sadrži pravila o pokretanju i toku arbitražnog postupka, a u zapisniku koji se obavezno evidentiraju sve preduzete procesne radnje tokom postupka.

Zakonom je dozvoljeno disponiranje stranaka koje se mogu dogovoriti da rješavanje spora povjere izbranom sudu, izuzev kada ne mogu samostalno raspolagati zahtjevima koji su u suprotnosti sa prinudnim propisima. Arbitražni sud pri Spoljnotrgovinskoj komori Bosne

³²⁶ *Zakon o parničnom postupku*: u Federaciji Bosne i Hercegovine ("Službene novine Federacije BiH", broj 53/2003, 73/2005, 19/2006 i 98/2015) i u Republici Srpskoj ("Službeni glasnik Republike Srpske" broj 58/03, 85/03, 74/05, 63/07, 105/08-odluka US, 45/09 -odluka US, 49/09, 61/13, 109/21-odluka US)

³²⁷ Članom 20. *Zakona o spoljnotrgovinskoj komori BiH* („Službeni glasnik BiH“, broj 30/01, 72/13) definiše se nadležnost, postupak i sastav Arbitražnog suda utvrđuje se Statutom, pravilnicima i drugim aktima Komore.

i Hercegovine je samostalni sud za arbitražno rješavanje sporova, sa sjedištem u Sarajevu. Arbitraža je nadležna za rješavanje slijedećih sporova:³²⁸

- trgovačkih sporova čijim predmetom stranke mogu slobodno disponirati;
- da za takav spor nije propisana isključiva nadležnost redovnog suda i da su se stranke sporazumjele o nadležnosti Arbitraže;
- rješavanje sporova kao i posredovanje radi mirenja,
- postupak spoljnotrgovinske arbitraže - spor u kojem najmanje jedna stranka ima sjedište odnosno prebivalište na teritoriji druge države,
- postupak unutrašnje arbitraže - spor među strankama koje imaju sjedište odnosno prebivalište na teritoriji Bosne i Hercegovine.

Ako su se stranke opredjelile za arbitra pojedinca, pismeno obavještavaju Arbitražu o svom izboru sa odgovarajuće liste arbitara. Svoje pravo imenovanja arbitra pojedinca stranke mogu prenijeti i na predsjednika Arbitraže, ukoliko se stranke ne mogu složiti ili u roku od 15 dana od termina imenovanja za arbitra pojedinca to ne učine, imenovaće ga predsjednik Arbitraže. Ako se stranke opredjele da spor iznesu pred arbitražno vijeće tada one same imenuju svaka svog arbitra, a ukoliko jedna ili obje stranke to ne učine u roku ili ako je imenovanje arbitara povjereno predsjedniku Arbitraže, predsjednik Arbitraže imenuje arbitre i obavještava stranke i arbitre. Nakon toga u roku od 30 dana od imenovanja arbitri biraju predsjednika arbitražnog vijeća, a ukoliko u predviđenom roku ne imenuju ili imenovanje prepuste Arbitraži, imenovanje predsjednika arbitražnog vijeća izvršiće predsjednik Arbitraže.³²⁹

³²⁸ Član 1. i 2. *Pravilnika o organizaciji i radu arbitražnog suda Spoljnotrgovinske komore BiH* („Službeni glasnik BiH“, broj 39/03, 24/23-izmjene i dopune)

³²⁹ Član 26. i 27., Ibid

Literatura

1. Acin Sigulinski S. (1993): *Menadžment u međunarodnoj trgovini*, Pigmalion, Novi Sad
2. Acin Sigulinski S. (2002): *Menadžment u međunarodnoj trgovini*, četvrto izmijenjeno i dopunjeno izdanje, Pigmalion, Novi Sad
3. Adamović, Ž., Nestorović, G., Radojević, M., Paunović, Lj. (2008): *Menadžment industrijskog održavanja*, Tehnički Fakultet Univerziteta u Novom Sadu, Zrenjanin
4. Adizes, I. (1989): *Kako riješiti krizu upravljanja*, Globus, Zagreb.
5. Andrijanić I. (2001): *Vanjska trgovina – kako poslovati sa inozemstvom*, Mikrorad, Zagreb
6. Anđelković C., Vuković D. (2000): *Instrumenti finansiranja u spoljnoj trgovini sa praktičnim primerima*, Proinkom, Beograd
7. Avramović N., Đukić S. (2018): *Strana direktna ulaganja, motivi, rizici i dupli standardi*, Baština, sveska 46, Institut za srpsku kulturu Priština, Leposavić
8. Banda I. (2021): *Javne finansije*, Evropski univerzitet „Kallos“ Tuzla
9. Banda I., Bulatović A., Vučićević L.(2021): *Finansijsko izvještavanje*, Evropski univerzitet “Kallos” Tuzla
10. Barać S., Stakić B., Ivaniš M., Hadžić M., Jeremić Z., Terzić I.(2006): *Pojmovnik finansija i bankarstva*, Univerzitet Singidunum, Fakultet za finansijski menadžment i osiguranje, Beograd
11. Barać S., Stakić B., Hadžić M., Ivaniš M. (2007): *Praktikum za bankatrsko poslovanje*, Univerzitet Singidunum, Beograd
12. Barbić J. i dr. (1995): *Komentar Zakona o trgovačkim društvima*, Organizator, Zagreb
13. Bektić R.(1998): *Spoljnotrgovinsko poslovanje - skripta*, Ekonomski fakultet Tuzla
14. Bjelica V. (2001): *Bankarstvo – teorija i praksa*, Stylos, Novi Sad

15. Brkić K., Dizdarević I. (2021): *Korporativna sigurnost*, Evropski univerzitet Kallos Tuzla
16. Brzaković T. (2007): *Tržište kapitala-Teorija i praksa*, Data Status Beograd
17. Buble, M. (2000.): *Management*, Ekonomski fakultet Split
18. Crosby, P. B. (1979): *Quality is Free-The Art of Making Quality Certain*, New York, McGraw Hill
19. Čović Š. (2003): *Poslovno pravo*, Pravni fakultet, Univerzitet Sarajevo
20. Dibb S., Simkin L., Pride W.M., Ferrel O.C.(1991):*Marketing*, Evropsko izdanje, Mate, Zagreb
21. Domazet, I. (2012): *Marketing komunikacije finansijskih organizacija*, Institut ekonomskih nauka, Beograd
22. Drucker F.P. (1995): *Menadžment za budućnost*, Privredni pregled, Grmeč, Beograd
23. Dracker F . P. (1997): *Management*, Pan Books Ltd, London;
24. Dracker F. P. (2002): *Moj pogled na menadžment*, Adižas centar za edukaciju Novi Sad
25. Drašković V., Jovović R., Drašković M. (2008). *Slobodne zone i strana ulaganja*, Pomorski Fakultet Kotor i ELIT-Podgorica
26. Dunning J. (1992): *Multinational Enterprises and the Global Economy*, Boston
27. Edgeman, R. L. (2000). *BEST business excellence: an expanded view*, Measuring. Business Excellence, Vol. 4. No. 4.
28. Fayol, H. (1930): *Industrial and general Administration*, International Management Institute, Geneve
29. Fayol, H. (2013): *General & industrial management*, Mansfield Centre, CT: Martino Publishing.
30. FDI Screening Regulation 2019. Regulation (EU) 2019/452 of the European Parliament and of the Council of 19 March 2019 establishing a framework for the screening of foreign direct investments into the Union. OJL 79I, 21. 3. 2019.

31. Feldheim, M. A. (2004).: *Mary Parker Follett lost and found – Again, and again, and again*. International Journal of Organization Theory and Behavior 6(4)
32. Filipović V., Kostić M.(2001). *Marketing menadžment*, FON, Beograd
33. Follett, M. P. (1930). *Creative experience*. New York USA: Longmans, Green & Co.
34. Follett, M. P. (2013). *Freedom & co-ordination: Lectures in business organization*. New York, USA: Routledge.
35. Fox, E. M. (1968): *Mary Parker Follett: The enduring contribution*. Public Administration Review 28(6)
36. Fransis, J. C., (1993): *Investment: Analysis and Management*, 3rd edition, Mc Graw-Hill Book Co., New York
37. Friedman, M. (1998): *Kapitalizam i sloboda*, Global book, Novi Sad
38. Hadžić M. (2009): *Bankarstvo*, Univerzitet Singidunum, Beograd
39. Heleta M. (2008). *Menadžment kvaliteta*, univerzitet Singidunum, Beograd.
40. Humber-Krame (1942): *Foreign Trade*, D. Appelton – Century, New York/London
41. Institut za ekonomiku industrije (1964): *Međunarodna trgovina i razvoj*, Beograd
42. *Ispravka Zakona o izmjenama i dopunama Zakona o Centralnoj banci Bosne i Hercegovine* (Službeni glasnik BiH br. 14/03)
43. Ivandić Vidović D., Karlović L., Ostojić A. (2011): *Korprativna sigurnost*, 1. izdanje, UHMS, Zagreb
44. Jeleč Teufik (2001): *Društvo sa ograničenom odgovornošću*, Institut za organizaciju i ekonomiku d.d. Sarajevo
45. Jobber D., Fahy J. (2006). *Osnovi marketinga*, Data Status, Beograd
46. Juran, J. M. & Gryna F. M. (1999): *Planiranje i analize kvaliteta*, Privredni pregled, Beograd

47. Karpati T. (1980): *Organizacija i vođenje poslova marketinga u organizaciji udruženog rada*, II izdanje, Školska knjiga, Zagreb
48. Kates, A. & Galbraith, R. (2007): *Designing Your Organization: Using the Star Model to Solve Critical Design Challenges*, Jossey-Bass, San Francisco.
49. Kennedy, G. (2000): *Everything is Negotiable, How to get the Best Deal Everytime*, Random House Business Books, London
50. Koontz, H., O'Donnell, C. (1955): *Principles of Management: An Analysis of Managerial Functions*, New York, McGraw Hill
51. Kotler P., Armstrong G., Saunders J., Wong V. (2007): *Principi marketinga*, IV izdanje, Mate, Beograd
52. Kotler, P. (1996): *Upravljanje marketingom*, knjiga I, Informator, Zagreb
53. Kotler, P. (1998): *Upravljanje marketingom*, knjiga II, Informator, Zagreb
54. Kotler, P. (2003): *Kako kreirati, upravljati i dominirati tržištem*, Adižas, Novi Sad
55. Kovačević R. (2000): *Oblici i mehanizmi stranih ulaganja*, Ekspertska savjetovanje-Strana ulaganja, Univerzitet "Braća Karić" Beograd
56. Kovačević R. (2012): *Međunarodno tržište kapitala*, CID-Ekonomski fakultet, Beograd
57. Kovačević R. (2011): *Međunarodne finansije*, CID- Ekonomski fakultet Beograd
58. Kulić M. (2003): *Finansijski Menadžment*, Megatrend Univerzitet primenjenih nauka, Beograd
59. Lipsey E. R. (2001): *Foreign Direct Investment and Operation of Multinational Firms: Concept, History and Evidence*, National Bureau of Economic Research Working Paper, No. 8665
60. Lončarević R. (2007): *Menadžment*, Univerzitet Singidunum, Beograd
61. Lussier, R. N. (1996): *Human Relations in Organizations*, Irwin McGraw-Hill, Boston

62. Marković, M. (2006): *Spoljnotrgovinsko poslovanje*, Beogradska poslovna škola, Beograd
63. Meler M. (2005): *Istraživanje tržišta*, Ekonomski fakultet Osijek
64. Milić M. (2014): *Odlučivanje i poslovna inteligencija*, Univerzitet PIM, Banja Luka
65. Milisavljević M. (2007): *Savremeni strategijski menadžment*, Megatrend univerzitet, Beograd
66. Milisavljević M., Maričić B., Gligorijević M. (2004): *Osnovi Marketinga*, Ekonomski fakultet, Beograd
67. Milisavljević, M. (2005): *Savremeni strategijski menadžment*, Megatrend, Beograd
68. Morita A. (1985). *Made in Japan*, Tokio
69. Nenadović S. (2010): *Dokumentarni akreditiv u elektronskoj eri*, Pravo i privreda, br.1-3.
70. Nešić B. (1990): *Slobodne i carinske zone u Jugoslaviji i u svetu*-sa zakonskim propisima i komentarom, Beograd
71. Nićin N. (2012): *Marketing*, Evropski univerzitet Brčko distrikt, Brčko
72. Pejović I. (2014). *Spoljnotrgovinsko poslovanje*, VŠSS za ekonomiju i upravu, Beograd
73. Petković T. (2012): *Menadžment*, IV izdanje, Visoka poslovna škola strukovnih studija Čačak, Beograd.
74. Petrović D., Mihić M.(2018): *Finansijski menadžment, kontrola i menadžersko računovodstvo-Menadžment i menadžerska odgovornost*, I izdanje, Univerzitet u Beogradu – Fakultet organizacionih nauka, Beograd
75. Porter M. (2006): *On Competition*, Harvard Business Review Book
76. *Pravilnik o CEMT dozvolama* („Službeni glasnik BiH“, broj 46/21)
77. *Pravilnik o organizaciji i radu arbitražnog suda Spoljnotrgovinske komore BiH* („Službeni glasnik BiH“, broj 39/03, 24/23- izmjene i dopune)
78. Privredni pregled (1987): *101 rešenje vezanih trgovinskih poslova u svetu*, Beograd

79. Radović M. (2021): *Kontrola stranih direktnih investicija u pravu EU u uslovima krize izazvane pandemijom*, Strani pravni život, Institut za uporedno pravo, Beograd, vol.67 (3)
80. Ristić K., Komazec S., Ristić Ž. (2014): *Berze i berzansko poslovanje*, Etnostil, Beograd
81. Ristić K., Komazec S., Belokapić P., Ristić Ž. (2016) *Međunarodno bankarstvo i institucionalni investitori*, Etno stil, Beograd
82. Robbins, S. & Coulter, M. (2005): *Menadžment*; Data status, Beograd
83. Salakjuz V. Džezvald (2006): *Svetski pregovarač – sklapanje, vođenje i popravljavanje poslova u svetu u dvadeset prvom veku*, Univerzitet Singidunum, Fakultet za ekonomiju, finansije i administraciju, Beograd
84. Schwartz, R., Francioni, R. (2004): *Equity Markets in Action - The Fundamentals of Liquidity, Market Structure & Trading*, John Wiley & Sons
85. Skarr, D. (2004). *The Fundamentals of Interest Rate Swaps*. California Debt & Investment Advisory Commission
86. Stanivuković M. (2017): *Arbitražne klauzule za rešavanje sporova između države i ulagača na osnovu dvostranih sporazuma o zaštiti i unapređenju ulaganja*, Pravni život broj 11/17, Udruženje pravnika Srbije, Beograd
87. Stanković N. (2021): *Krivično procesno pravo*, Evropski univerzitet Brčko distrikt BiH
88. Stojanović J. (2014): *Zasnivanje založnog prava na pokretnim stvarima (ručna zaloga) u BiH*, Zbornik radova „Javni i privatni aspekti nužnih pravnih reformi u BiH: Koliko daleko možemo ići?“, Međunarodna naučna konferencija 13-14. decembar 2013., Pravni fakultet Univerziteta u Tuzli i Centar za društvena istraživanja Internacionalnog Burč univerziteta
89. Stojanović M. (2003): *Značaj međunarodnih preko kliringa, monografija*, Ekonomski fakultet Priština, Blace, Beograd
90. Šogorov S. (1995): *Bankarska garancija*, Naučna knjiga, Beograd

91. Tešić M. (1996): *Spoljnotrgovinsko poslovanje*, Savremena administracija, Beograd
92. TFEU 2012. Consolidated version of the Treaty on the Functioning of the European Union. OJC 326, 26. 10. 2012, pp. 47–390.,na: <https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/?uri=celex%3A12012E%2FTXT>,
93. Tihi B., Čičić M., Brkić N. (2006): *Marketing*, III izmijenjeno i dopunjeno izdanje, Ekonomsk fakultet u Sarajevu, Sarajevo
94. Todorović J. (1997): *Japanski menadžment – tajne uspeha japanske proizvodnje*, FON, Beograd
95. Unković M. (2007): *Spoljnotrgovinsko i devizno poslovanje*, Zavod za udžbenike Beograd
96. Unković M., Milisavljević M., Stanišić N. (2010): *Savremeno berzansko i elektronsko poslovanje*, Univerzitet Singidunum, Beograd
97. Unković M., Stakić B. (2011): *Spoljnotrgovinsko i devizno poslovanje*, drugo izmenjeno izdanje, Univerzitet Singidunum, Beograd
98. Uredba EU 1114/2023 (MiCA) od 9. juna 2023. godine objavljena u Službenom listu Evropske unije broj L 150.
99. Van Horne C.J. & Wachowicz M.J.Jr.(2005): *Fundamental of Financial Management*, by Person Education, Inc., Upper Saddle River, New Jersey
100. Vasić, Ž., Sajfert, D., Jevremović, M. (2013): *Osnovi menadžmenta - Principles of Management*, Visoka škola elektrotehnike i računarstva strukovnih studija u Beogradu, Beograd
101. Vezjak D.(1989): *Međunarodni marketing*, Savremena administracija, Beograd
102. Vilogorac E., Dizdar M. (2000): *Zakon o privrednim društvima – objašnjenja i komentar*, Revicon, Sarajevo
103. Vojinović B. (2014): *Menadžment*, Institut za ekonomiku poljoprivrede Beograd, Beograd
104. Vormbaum H. (1955). *Aussenhandelskalkulation*, Wiesbaden

105. Vučićević L., Bulatović A. (2019): *Složenost sistema oporezivanja kao prepreka ekonomskom razvoju Bosne i Hercegovine*, Zbornik radova „Privrednopravni okvir i ekonomski razvoj država Jugoistočne Evrope“ Međunarodni naučni skup, Novi Sad - novembar 2019. godine
106. Vučićević L., Bulatović A. (2020): *Sistem oporezivanja kao generator ekonomskog razvoja u XXI veku*, Zbornik radova „Uloga države i prava u XXI veku“, Međunarodni naučni skup, Novi Sad – septembar 2020
107. Vučićević L., Bulatović A. (2022): *Značaj kvaliteta i bezbednosti hrane*, Zbornik radova „Sigurnost i kvalitet hrane“ X međunarodni naučni skup, Evropski univerzitet Brčko distrikt, Brčko
108. Vučićević L., Brković M. (2023): *Koncept marketinških aktivnosti prilagođen trendovima poslovanja i okruženja.*, Evropska revija, Evropski univerzitet Brčko distrikt, Brčko
109. Vukadinović R., Anđelković C., Vuković D. (1995): *Garancije na prvi poziv u međunarodnoj praksi*, Udruženje banaka Jugoslavije, Beograd
110. Živković A., Stankić R., Krstić B. (2007): *Bankarsko poslovanje i platni promet*, Centar za izdavačku delatnost EF u Beogradu, Beograd

Zakoni

1. *Zakon o Centralnoj banci Bosne i Hercegovine* („Službeni glasnik BiH“, br. 1/97, 29/02, 8/03, 13/03, 14/03-ispavka, 9/05, 76/06, 32/07)
2. *Zakon o dodatnim izmjenama i dopunama Zakona o Centralnoj banci Bosne i Hercegovine* („Službeni glasnik BiH“, br. 8/03)
3. *Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o Centralnoj banci Bosne i Hercegovine* („Službeni glasnik BiH“, br. 29/02)
4. *Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o Centralnoj banci Bosne i Hercegovine* („Službeni glasnik BiH“, br. 13/03)

5. *Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o Centralnoj banci Bosne i Hercegovine* („Službeni glasnik BiH“, br. 9/05)
6. *Zakon o izmjenama Zakona o Centralnoj banci Bosne i Hercegovine* („Službeni glasnik BiH“, br. 76/06)
7. *Zakon o javnim nabavkama BiH* („Službeni glasnik BiH“, broj 39/14, 59/22)
8. *Zakon o osnivanju Instituta za standardizaciju Bosne i Hercegovine* (“Službeni glasnik BiH”, broj 44/04)
9. *Zakon o obligacionim odnosima* („Službeni list SFRJ“ broj 29/78, 39/85, 45/89- odluka USJ, 57/89)
10. *Zakon o obligacionim odnosima Republike BiH* („Službeni list R BiH“ broj 2/92, 13/93 i 13/94)
11. *Zakon o obligacionim odnosima Federacije BiH* („Službene novine Federacije BiH“ broj 29/03 i 42/11)
12. *Zakon o obligacionim odnosima Republike Srpske* (Službeni glasnik RS“ broj:17/93, 3/96, 39/03, 74/04)
13. *Zakona o stvarnim pravima Republike Srpske* ("Službeni glasnik Republike Srpske", br. 124/2008, 3/2009 - ispr., 58/2009, 95/2011, 60/2015,18/2016 - odluka Ustavnog Suda i 107/2019)
14. *Zakona o stvarnim pravima* („ Službene novine FBiH", br. 66/2013, 100/2013 i 32/2019 - odluka US)
15. *Zakon o politici direktnih stranih ulaganja u Bosni i Hercegovini* („Službeni glasnik BiH“, broj 4/98, 17/98, 13/03, 48/10 i 22/15)
16. *Zakon o čeku Federacije Bosne i Hercegovine* („Službene novine Federacije BiH“, broj: 32/00)
17. *Zakon o čeku Republike Srpske* (“Službeni glasnik Republike Srpske”, broj 32/01)
18. *Zakon o privrednim društvima* („Službene novine Federacije BiH“, broj: 23/99, 45/00, 2/02, 6/02, 29/03, 68/05, 91/07, 84/08, 7/09, 75/13)
19. *Zakon o spoljotrgovinskoj politici BiH* („Službeni glasnik BiH“, broj 7/98, 35/04)
20. *Zakon o standardizaciji Bosne i Hercegovine* (“Službeni glasnik BiH”, broj 19/01)

21. *Zakon o vanjskotrgovinskom poslovanju Federacije BiH* („Službene novine Federacije BiH, broj 2/95)
22. *Zakon o zaštiti tajnih podataka* („Službeni glasnik BiH“, broj 54/05, 12/09)
23. *Zakon o parničnom postupku Federacije Bosne i Hercegovine* ("Službene novine Federacije BiH", broj 53/2003, 73/2005, 19/2006 i 98/2015)
24. *Zakon o parničnom postupku Republike Srpske* ("Službeni glasnik Republike Srpske" br. 58/03, 85/03, 74/05, 63/07, 105/08 - odluka US,45/09 - odluka US, 49/09, 61/13, 109/21- odluka US)
25. *Zakon o spoljnotrgovinskoj komori BiH* („Službeni glasnik BiH“, broj 30/01, 72/13)
26. *Zakon o politici direktnih stranih ulaganja u BiH* („Službeni glasnik BiH“, br. 17/98, 13/03, 48/10 i 22/15)
27. *Zakon o stranim ulaganjima Republike Srpske* („Službeni glasnik Republike Srpske“ broj 21/18)
28. *Zakon o stranim ulaganjima Federacije BiH* („Službene novine Federacije BiH“ broj 61/01, 50/03 i 77/15)
29. *Zakon o privrednim društvima Republike Srpske* („Službeni glasnik Republike Srpske“ broj 127/08, 58/09, 100/11, 67/13 i 100/17,82/19)
30. *Zakon o privrednim društvima Federacije BiH* („Službene novine Federacije BiH“ broj 81/15 i 75/21)
31. *Zakon o slobodnim zonama Republike Srpske* (“Službeni glasnik Republike Srpske” broj 15/21)
32. *Zakon o slobodnim zonama Federacije BiH* (“Službene novine Federacije BiH” broj 25/22)
33. *Zakon o registraciji poslovnih subjekata Federacije BiH* (“Službene novine Federacije BiH“ broj 27/05, 68/05, 43/09 i 63/14)
34. *Zakon o registraciji poslovnih subjekata Republike Srpske* (“Službeni glasnik Republike Srpske” broj 67/13,15/16 i 84/19)

35. *Zakon o radu Federacije BiH* (“Službene novine Federacije BiH” broj 26/16, 89/18, 44/22)
36. *Zakon o radu Republike Srpske* (“Službeni glasnik Republike Srpske“ broj 1/16, 66/18 i 119/21)
37. *Zakon o porezu na dobit Federacije BiH* (“Službene novine Federacije BiH“ broj 15/16,15/20)
38. *Zakon o porezu na dobit Republike Srpske* (“Službeni glasnik Republike Srpske“ broj 94/15, 1/17 i 58/19)
39. *Zakon o porezu na dohodak Federacije BiH* (“Službene novine Federacije BiH“ broj 10/08, 9/10, 44/11, 7/13 i 65/13)
40. *Zakon o porezu na dohodak Republike Srpske* (“Službeni glasnik Republike Srpske“ broj 60/15, 5/16-ispavka, 66/18, 105/19, 123/20, 49/21, 119/21, 56/22 i 112/23)
41. *Zakon o deviznom poslovanju Republike Srpske* („Službeni glasnik Republike Srpske“, broj 96/03, 123/06, 92/09, 20/14, 20/18)
42. *Zakon o deviznom poslovanju Federacije Bosne i Hercegovine* („Službene novine Federacije BiH“, broj 47/10)
43. *Zakon o deviznom poslovanju u Brčko distriktu Bosne i Hercegovine* („Službeni glasnik Brčko distrikta Bosne i Hercegovine“, broj 23/16)
44. *MLI - Multilateralna konvencija za primjenu mjera koje se u cilju sprječavanja erozije poreske osnovice i premještanja dobiti odnose na poreske ugovore* (“Službeni list BiH-Međunarodni ugovori“, broj 13/20)
45. *MAK - Konvencija o uzajamnoj administrativnoj pomoći u poreskim stvarima* (“Službeni list BiH-Međunarodni ugovori“, broj 14/20)
46. *Odluku o kursnoj listi Centralne banke Bosne i Hercegovine* ("Službeni glasnik BiH", br. 83/20, 3/23-izmjene i dopune)

Internet izvori

<https://isbih.gov.ba>

<https://www.agile.ba/>

www.bata.gov.ba

<https://www.linkedin.com>

<https://www.bankar.me/2023/03/01/kolika-je-kapitalizacija-dvije-najvece-americke-berze-infografika/>

<http://www.fipa.gov.ba>

<https://eurlex.europa.eu/legalcontent/HR/TXT/?uri=CELEX%3A32019R0452&qid=1701723744992>

<https://eurlex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/?uri=celex%3A12012E%2FTXT>

<https://advokatom.com/category/novosti/>

<http://icsid-worldbank-org.translate.google.com/about/member-states>

<http://www.fipa.gov.ba/informacije/statistike/investicije/default.aspx?id=180&langTag=bs-BA>

<https://www.capital.ba/strane-investicije-u-porastu-za-30-odsto/>

<https://mft.gov.ba/Content/Read/medjunarodne-multilateralne-konvencije>

<https://www.politika.rs/scc/clanak/591838/Rusija-najveci-strani-investitor-u-Bosni-i-Hercegovini-u-2023-godini>

<https://www.cbbh.ba/Content/Read/14>

<https://www.cbbh.ba/press/edukacija/886?lang=hr#7>

<https://www.cbbh.ba/Content/Read/1236>

<https://www.consilium.europa.eu/hr/press/press-releases/2023/05/16/digital-finance-council-adopts-new-rules-on-markets-in-crypto-assets-mica/>

Popis slika

- Slika 1: Piramida ukupne odgovornosti preduzeća.
- Slika 2: Shematski prikaz organizacije izvoznog odjeljenja u proizvodnom preduzeću
- Slika 3: Subjekti spoljne trgovine u zemlji i inostranstvu
- Slika 4: Hijerahijski definisani ciljevi
- Slika 5: Menadžment kao proces
- Slika 6: Organizacioni dizajn – model Zvezda (*Star model*)
- Slika 7: Struktura menadžmenta po funkcijama
- Slika 8: Strategija segmentacije tržišta
- Slika 9: Model 4C ili Vennov dijagram sa kupcem
- Slika 10: Demingov krug
- Slika 11: Koordinisane aktivnosti za upravljanje i vođenje organizacije
- Slika 12: Shematski prikaz premjene metoda klizne skale
- Slika 13: Istraživanje cijena
- Slika 14: Primjer obračuna konkretnog spoljnotrgovinskog izoiznog posla domaćeg izvoznika „Jahorina“ Sarajevo po CIP paritetu Zagreb
- Slika 15: Expo 2020 Dubai, UAE
- Slika 16: Učesnici i veze između berzanskih učesnika
- Slika 17: Učesnici na efektnoj berzi
- Slika 18: Tradicionalna i elektronska berza
- Slika 19 : Međunarodni platni promet
- Slika 20: Dokumentarni akreditiv u praksi
- Slika 21: Ilustrativno definisanje rizika
- Slika 22: Polisa osiguranja kao vid zaštite od rizika
- Slika 23: Međunarodni oblici kretanja kapitala

Popis tabela

Tabela 1: Razlike između menadžera i lidera

Tabela 2: Incoterms pravila za 2010 i 2020 za sve vrste transporta.

Tabela 3: Incoterms pravila 2010 i 2020 za pomorski i riječni transport

Tabela 4: Komparativni prikaz metoda kalkulacije

Tabela 5: Pregled klifikacije, zadatka i i berzanskih poslova

Tabela 6: Svjetskih top 10 berzi

Tabela 7: Kursna lista na dan 30. decembar 2023. godine

Tabela 8: Vrste i uzroci rizika

Tabela 9: Klasifikovnje spoljnotrgovinskih ugovora u praksi

Tabela 10: Razlike između proizvoda i usluga

Tabela 11: Vrste usluga u spoljnoj trgovini

Tabela 12: Komparativni pregled prednosti oblika stranih direktnih investicija

CIP – Katalogizacija u publikaciji
Nacionalna i univerzitetska biblioteka
Bosne i Hercegovine, Sarajevo

339.5(075.8)

Spoljnotrgovinsko poslovanje /Izet Z. Banda, Anka S.Bulatović, Lidija N. Vučićević –
Tuzla: Evropski univerzitet Kallos, 2024.

ISBN 978-9926-450-30-4

COBISS:BH-ID 60158214
