

ПОНУДА И ПОРУЏБИНА ИЗВОЗНОГ ПОСЛА

Апстракт

У пословима спољнотрговинског пословања основни документи на основу којих се врши закључивање уговора јесте понуда, поруџбина и прихватање поруџбине. Да би се заинтересовао извозник, посебно када је предмет продаје сложен производ, може (продавац) организовати стручне репрезентације са намјером да купца упозна са свим предностима поседовања и коришћења дотичног производа. Иницијатива за непосредни контакт може потећи и од купца који на адресу извозника доставља упит за понуду. Купац се формом упита обраћа продавцу са циљем да добије сажете информације о условима продаје. Понуда извозног посла је одговор на упит и представља први формални контакт са конкретним иностраним партнером. Отуда проистиче и њен значај пошто квалитетно припремљена понуда може бити значајан фактор дефинитивног опредељења купца за куповину робе. Уобичајено је да усмено саопштена понуда буде потврђена и писаним документом.

OFFER AND ORDER OF EXPORT BUSINESS

Abstract

Contracting in the area of foreign trade business is mostly done on the basis of the following documents: supply, order and decline of an order. To attract the attention of an importer, a seller may organize, particularly for some complex products, qualified presentation in order to make prospective buyer familiar with advantages and disadvantages of the product. An initiative for an immediate contact can come from the buyer delivering a supply enquiry. The buyer addresses the seller with the enquiry form aiming to get summarized information about conditions of sale. An export business offer is the response to the enquiry and represents the first formal contact with a concrete foreign partner. That's where its importance comes from since a well prepared offer may be an important factor for buyer's definite choice concerning sale. It is common that a verbal offer is confirmed with a written document.

РЕАЛИЗАЦИЈА ПОСЛОВА УВОЗА И ИЗВОЗА

Пословима увоза и извоза робе могу се бавити предузећа која су регистрована за обављање послова спољнотрговинске размене, која су кадровски и технички опремљена и снабђевена одговарајућим одобрењима надлежних органа.

Регистрација предузећа за обављање послова спољнотрговинске размене подвргнута је, по правилу, строгим прописима надлежних органа државне власти како код нас тако и у иностранству.

Реализација послова спољнотрговинске размјене обухвата следеће послове и то:¹⁰³

- послове извоза робе и услуга;
- послове увоза робе и услуга и
- вршење послова услужне дјелатности.

Ти послови могу да се обављају по налогу и за рачун иностраних држављана и по налогу и за рачун домаћих привредних предузећа и грађана.

УСПОСТАВЉАЊЕ ПОСЛОВНОГ КОНТАКТА

Производња нема за циљ да производи материјална добра за складиште него да произведена роба нађе потрошача, односно реализује своју употребну вредност. Како и на који начин да се потенцијални купци упознају где има робе којом могу задовољити своје нарастајуће потребе. Како успоставити пословни контакт?

Прва од активности при извозу робе јесте успостављање пословног контакта са потенцијалним купцима. Предлог за успостављање контакта обично потиче од произвођача односно извозника. Разликујемо три уобичајена начина успостављања пословног контакта и то:

- са фирмама које већ купују робу од нас,
- са фирмама које повремено купују робу од нас,
- са фирмама којима нисмо до сада продавали робу, али су куповали нашу робу од других.

Код првог начина је најлакше успостављање пословног контакта јер пословни партнер већ познаје нашу робу, зна технолошки процес производње, квалитет, цену и остале услове продаје.

¹⁰³ Др Јелена Козомара: Извоз и увоз робе, Универзитет у Београду, Београд, 1998, стр.125
269

У другом случају партнер је упознат са нашом фирмом и производиим програмом и повремено је узимао робу од нас када фирма од које је куповао робу није била у могућности да му обезбеди одговарајућу количину и квалитет у датом моменту или у року за који им треба.

Код трећег случаја извозник има за циљ да пронађе фирму која је заинтересована за наш производни програм, али која је платежно способна да благовремено одговори својим обавезама .

Степен активности извозника на дотичном тржишту зависиће од више фактора и то:

- заинтересованости произвођача за то тржиште,
- положај произвођача на том тржишту,
- конкуренцијске активности на том тржишту и
- величине тржишног сегмента које поседује дато предузеће.

Приликом успостављања пословног контакта у иностранству са правним и физичким лицима особље које обавља послове спољнотрговинског пословања мора да чува углед предузећа како у земљи тако и у иностранству.

Повредом угледа сматра се поступање противно добрим пословним обичајима, пословном моралу, узансама и нелојална утакмица. Пословни контакт са иностраним партнером може се успоставити на два начина: директно и индиректно.

Директно успостављање пословног контакта са иностраним партнером врши се преко делегираног представника извозничке фирме у иностранству.

Индиректно успостављање пословног контакта са иностраним партнером врши се на овај начин:

- учешћем предузећа на међународним манифестацијама (сајмови, привредне изложбе и сл.),
- преко великих фирми,
- преко пословних банака,
- преко представништва привредне коморе у иностранству и у земљи,
- преко консигнационих складишта.

ПРИПРЕМНЕ РАДЊЕ ИЗВОЗНОГ ПОСЛА

У припремне радње за извршење извозног посла спадају све оне радње које су неопходне за закључивање купопродајног уговора за извоз робе. При директном обраћању иностраном партнеру достављамо му понуду са узорцима, проспектима, каталозима а након тога следи поступак преговора и закључивање купопродајног уговора за извоз робе или услуга.

Уколико нам се обрати инострани партнер са упитом за достављање понуде, треба му доставити конкретну понуду са одговарајућим проспектним материјалом. Које ће све радње претходити извозном послу зависи од више фактора као што су:

- врста робе,
- количина,
- рокови испоруке,
- обим испоруке
- квалитет робе,
- цена,
- место отпреме,
- услови и начин плаћања,
- законски услови увоза и извоза,
- потребне дозволе и сагласности,
- и слично.

Када се ради о производу који се први пут појављује на тржишту, односно који је непознат за купца, потребно је дуже време да се испита квалитет и добије атест да производ одговара прописаним стандардима.

Спољнотрговинске фирме стално добијају од потенцијалних купаца упите из иностранства за достављање понуде за извоз робе. Обраћање се најчешће практикује у писменој форми и на пристојан начин инопартнер саопштава од кога је добио податке о нашој фирми, ко га је препоручио да се обрати нама и др.

У свом упиту инофирма даје кратке референце о себи, својој делатности, статусу (нпр. извозник-увозник, посредник, акционарско друштво, пословна банка и сл.), адреси фирме, оснивачком капиталу, адреси

представника у иностранству.

Из садржаја пословног писма извозник је информисан о фирми која нам се обраћа први пут, тј. жели да добије информације о производном програму. Из добрих пословних обичаја обавезно треба обавестити о пријему упита инопартнера, захвалити се на указаном поверењу и према заинтересованости доставити одговарајући одговор и то:

1. Кад постоји интерес извозника или произвођача за пласман робе на инотржиште, треба приступити обради датог упита. Ако упит има карактер понуде, онда треба приступити изради и достављању комплетне понуде. Уз понуду се мора доставити и сертификат о роби односно о квалитету, технолошке карактеристике, цртеже, слике и сл.
2. Кад не постоји интерес код извозника, односно произвођача за пласман производа на понуђеном тржишту, треба обавестити инофирму да су капацитети за дужи временски период распродати и да је целокупни производни програм производа продат и да сада не постоји могућности да се удовољи захтевима.
3. У трећем случају, када извозник или произвођач не производи тражену робу и не зна да ли се уопште производи у земљи извозника, он ће добијени упит доставити надлежној служби у Привредној комори и на достојанствен начин обавестити инофирму да је њихов упит достављен надлежној служби и да ће бити благовремено обавештени о достављеном упиту.

ПОНУДА ИЗВОЗНОГ ПОСЛА И ОСНОВНИ ЕЛЕМЕНТИ ПОНУДЕ

Понуда извозног посла представља одговор на упит и представља први формални контакт са иностраним партнером. Добро припремљена и стручно образложена понуда може бити значајан фактор дефинитивног опредељења инокупца за закључење купопродајних послова.

Понуда није унифицирани образац, него текст понуде зависи од врсте робе-предмета купопродаје.

Свака понуда углавном садржи предмет, врсту робе са битним карактеристикама и стандардним ознакама које одређују робу и могу бити преовладавајући фактор приликом одлучивања, затим цену, валуту плаћања, услове и начин плаћања као и рок испоруке робе.

Цена је пресудан фактор и она се везује за количину, квалитет, паритет испоруке, начин плаћања и рок испоруке. За извозника је битан паритет испоруке, јер он одређује финалну цену робе по којој ће је извозник наплатити.

Извозник, односно продавац није одговоран за утовар робе у купчево возило, као ни за царинење робе, уколико није посебно договорено. Као што видимо ова обавеза представља минимум обавеза за продавца. Ову одредбу није пожељно користити када купац не може да обави извозне формалиости.

Уколико се ради о стандардној испоруци робе која се масовно производи, цена се најчешће формира на два нивоа. Када се ради о испоруци веће количине робе за коју се даје рабат, имамо нижу цену, док код куповине мањих контигената имамо вишу цену. Роба која се производи по захтеву купца из истог производног програма има другу вишу цену.

Уобичајена је пракса, уколико се ради о дугогодишњем пословном партнеру, да се даје посебан рабат познат под називом рабат на верност. Износ цене се повећава са захтевом за хитне интервентне испоруке, дужи гарантни рок, давањем стручних упустава и обуком кадрова за руковање опремом и доказивањем пројектованог капацитета, плаћањем купљене робе кредитом итд. Свака понуда има свој рок, што се мора нагласити у самој понуди. Дужина трајања рока понуде зависи од врсте робе и од привредних и тржишних услова који владају.

Продавац-извозник уколико располаже робом која је стандардизована и типске производње и ако инфлаторна кретања у земљи извозника нису изражена, рок важности понуде може бити дужи.

Када се ради о уникатној роби, рокови понуде могу бити краћи. Нестабилно унутрашње тржиште приморава извозника на краћи рок давања понуде.

Деси ли се да купац закасни са својим одговором на понуду, продавац може прихватити закашњење купчеве понуде под условом да му не ремети редослед извоза робе другим купцима.

ПОРУЏБИНА

Поруџбина је акт којим се обезбеђује набавка робе или услуге. Она може бити писмена и усмена. Продавац може захтевати писмену потврду усмене поруџбине која обавезује купца, па се зато потврђује од стране овлаштеног лица. Поруџбина може имати карактер понуде, прихвата понуде и контрапонуде.

Када је поруџбина самоиницијативни акт купца, онда је она, у ствари, понуда купца, у којој он износи услове под којима је спреман да склопи уговор о купопродаји. Да би се њеним прихватам од стране продавца уговор сматрао склопљеним, поруџбина треба да садржи све битне елементе уговора:

- адреса,
- ознака и назив робе,
- рокови,
- услови набавке,
- услови плаћања,
- амбалажа,
- услови гарантног рока,
- доказивање пројектованог капацитета и др.

Поруџбина обавезује купца до истека рока за њен прихват и може представљати потпуни или делимични акт понуде. Безусловни прихват понуде прекида, а делимични наставља преговарање о купопродаји. Уколико купац постави своје, наместо оспорених услова, онда делимичан прихват има карактер контрапонуде купца.

ЗАКЉУЧАК

Да би дошло до закључења купопродајног уговора, мора да постоји купац, продавац, роба или услуга и тржиште. У спољнотрговинском пословању морају се поштовати законска правила купца и продавца у његовој земљи.

Из добрих пословних обичаја треба обавестити инопартнера о пријему упита, захвалити му се на указаном поверењу и према заинтересованости доставити одговарајући одговор.

Калкулације у спољнотрговинском пословању имају пословни и аналитички циљ. Коначна калкулација се ради по окончању посла и на основу докумената о насталим трошковима извршења уговорних обавеза. Калкулација извозног посла садржи дејство инструмената режима спољнотрговинске размене.

Предкакулација се ради на основу познатих података за израчунавање продајне цене робе па се на то додају зависни трошкови, општи трошкови и сл.

ЛИТЕРАТУРА

1. Др Милорал Тешић, Спољнотрговинско пословање, Савремена администрација, Београд, 1993.
2. Др Младен Драшкић, Међународна продаја према униформним правилима, Савремена администрација, Београд, 1997.
3. Др Једена Козомара, Извоз и увоз робе, Економски факултет, Београд, 1998.
4. INCOTERMS, Међународна трговинска комора у Паризу, 1990.