

Tehnike in oblike Mednarodnega poslovanja - UPEŠ

Vaje 1

Umestitev ZT poslov v kontekst MP, faze ZT poslov ter iskanje virov v MP

Izvajalci

- Mag. Monika Lisjak
 - mail: monika.lisjak@ef.uni-lj.si
- Gregor Pfajfar, univ. dipl. ekon.
 - mail: gregor.pfajfar@ef.uni-lj.si

Uvod

- Zakaj je MP pomembno?
- Zakaj je MP pomembno za majhno državo, kot je SLO?
- Kaj imajo skupnega podjetja, kot so Gorenje, Mercator, Krka, Kolinska in Hit Gorica?
- V kolikih državah Gorenje prodaja svoje izdelke?
- Koliko družb ima Krka v tujini?

Potek in namen vaj

- Predstavitev strukturne zasnove vaj pri MP
- Določitev in obrazložitev obveznosti študentov pri predmetu
- Predstavitev motivov, faz, oblik in načinov internacionalizacije
- Umestitev zunanje trgovinskih poslov v širši okvir MP
- Predstavitev faz zunanjetrgovinskih poslov
 - kratek pregled
 - praktični primeri
- Zanimivi viri v MP

Struktura vaj pri TOMP

Zap. št.	Datum	Tema
1	9.10. – 13.10.	Uvod. Umestitev zunanje trgovinskih poslov v širši okvir mednarodnega poslovanja; predstavitev faz zunanjetrgovinskih poslov; iskanje virov v MP
2	16.10. – 20.10.	Pregled carinske zakonodaje; praktični primeri
3	23.10. – 27.10.	Incoterms klavzule 2002 in dopolnila
4	30.10. – 3.11.	Izpitno obdobje. Vaje odpadejo!
5	6.11. – 10.11.	Tveganja v MP
6	13.11. – 17.11.	Financiranje mednarodne trgovine in poslov – Oddaja 1. domače naloge!!!
7	20.11. – 24.11.	Kalkulacije. Oblikovanje cen v MP – praktični primeri
8	27.11. – 1.12.	Zakon o DDV in carinski vidiki – pogled iz prakse. Gostja ga. Leonida Udovič in , davčna svetovalka
9	4.12. – 8.12.	Uvozni in izvozni posel – gost iz prakse dr. Mitja Ruzzeri in Simona Špilak, ARC Kranj, d.o.o. Konzultacije za seminar – Oddaja 2. domače naloge!!!
10	12.12. – 16.12.	Priprava na izpit. - Oddaja seminarjev!!!
11	18.12. – 22.12.	Predstavitev seminarjev

ZUNANJETRGOVINSKI POSLI



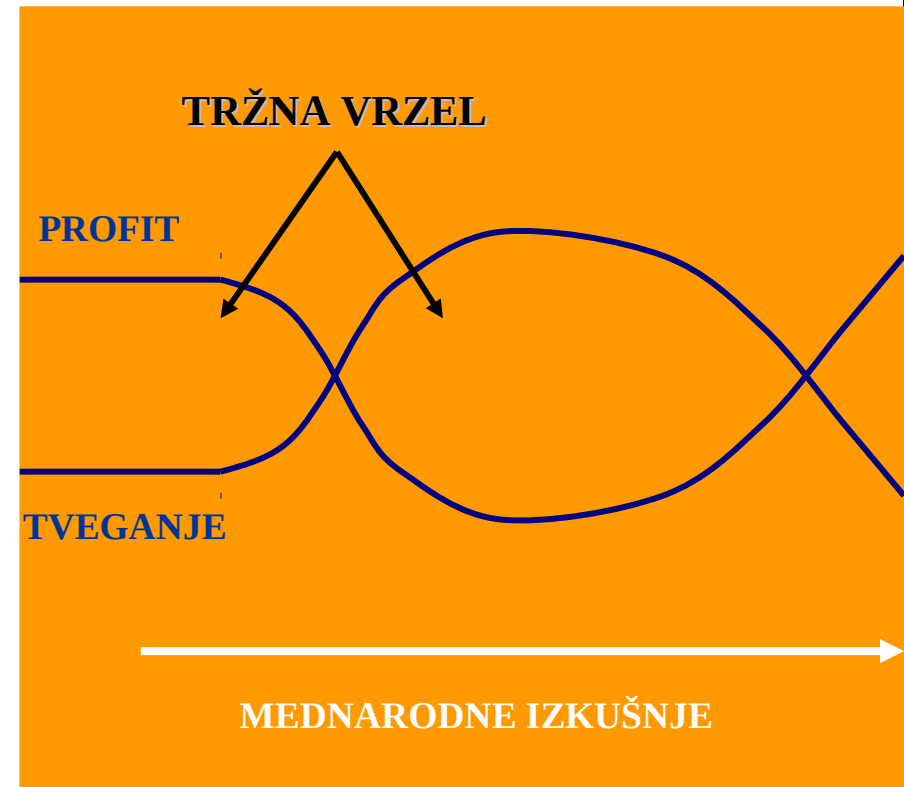
Obveznosti pri predmetu

- 2 domači nalogi (1-2 strani)
 - gre za praktično preverjanje razumevanja snovi, podane na vajah
 - navodila bodo dana na spletno stran en teden pred oddajo
 - predstavljajo 10 % izpitne ocene (vsaka naloga šteje 5 točk)
 - **oddaja nalog OSEBNO na vajah!!!**
- Seminaraska naloga o zunanje-trgovinskem poslu (20-22 strani)
 - **glej INSTRUMENTARIJ na spletni strani !!!**
 - gre za posnetek izvedbe posla od začetka do konca
 - izberete zgolj en izdelek in en trg (trg ene države) ter izvedbo ene vrste zunanje-trgovinskega posla
 - predstavlja 40 % izpitne ocene (30% pisni del ter 10% predstavitev)
 - oddaja seminarja OSEBNO na vajah v tednu od 11.- 15.12. 2006

Internacionalizacija – kaj je to?

Opredelitev v NAJŠIRŠEM smislu

Internacionalizacija pomeni širjenje ekonomske dejavnosti med več držav in se nanaša na vse oblike mednarodnega ekonomskega sodelovanja.



Razvojne stopnje internacionalizacije

Koraki internacionalizacije podjetja

1. FAZA ~ Posamezne izvozne naloge
2. FAZA ~ Postavitev podružnice na obetavnih tujih trgih
3. FAZA ~ Licenčno poslovanje in strateška zavezništva
4. FAZA ~ Postavitev lastnega proizvodnega obrata na tujem trgu

Faze v razvoju izvoznega poslovanja

1. FAZA ~ Izvoz presežkov
 - podjetje nima virov, da bi opravljalo kontinuiran izvoz
2. FAZA ~ Izvozno trženje
 - podjetje se že samo poteguje za prodajo na tujih trgih
 - podjetje je pripravljeno omejeno prilagoditi izdelek in trženje
3. FAZA ~ Razvoj tujih trgov
 - podjetje prilagaja izdelke in načine trženja posameznim tujim trgov
4. FAZA ~ Tehnološki razvoj
 - podjetje razvija nove izdelke za obstoječe ali nove trge

Motivi podjetij za internacionalizacijo

Tabela 1

	NOTRANJI	ZUNANJI
PROAKTIVNI	<ul style="list-style-type: none">▪ MANAGERSKI MOTIV▪ PREDNOSTI V TRŽENJU▪ EKONOMIJE OBSEGA▪ EDINSTVEN IZDELEK / TEHNOLOŠKO ZNANJE	<ul style="list-style-type: none">▪ PRILOŽNOSTI NA TUJEM TRGU▪ ZAMENJAVA AGENTOV
REAGIBILNI	<ul style="list-style-type: none">▪ RAZPRŠITEV TVEGANJA▪ PODALJŠEVANJE PRODAJE SEZONSKIM IZDELKOM▪ PRESEŽNE KAPACITETE	<ul style="list-style-type: none">▪ NENADEJANA TUJA NAROČILA▪ MAJHEN DOMAČI TRG▪ STAGNANTEN ALI UPADAJOČI DOMAČI TRG

Kdo sodeluje v MP?

MEDNARODNA PODJETJA (international company)

- Izvajajo le nekaj enostavnih načinov in oblik mednarodnega poslovanja na majhnem številu trgov. Poslovne enote v tujini so predvsem podpora pri ZTP-ju.

Kdo sodeluje v MP?

MULTINACIONALKE – MNC (multinational company)

- Multinacionalke so podjetja, ki proizvajajo in tržijo izdelke oziroma storitve v več državah. MNC imajo tipično v lasti več proizvodnih obratov v tujini, obenem pa tržijo svoje izdelke preko široke mreže lastnih podružnic.
- MNC imajo velik vpliv na okolje, v katerega se vključujejo.
- Od leta 1960 naprej je bilo opaziti dva sledeča trenda:
 - rast števila neameriških multinacionalk (še posebej japonskih)
 - rast števila mini-multinacionalk (ali tudi SME).

Kdo sodeluje v MP?

GLOBALNA PODJETJA (global company)

- Globalna prisotnost podjetja na svetovnih trgih z visoko stopnjo diverzifikacije načinov, oblik in lastniških struktur.
- Primerjava z MNC podjetji.

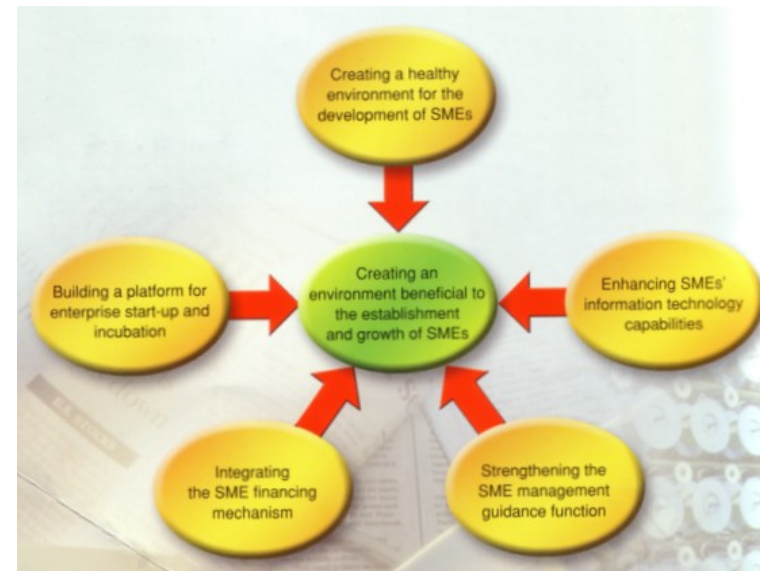
TRANSNACIONALNA PODJETJA (transnational company)

- Prilagojen pristop lokalnim potrebam in razmeram na trgu ob hkratnem vzdrževanju globalne učinkovitosti.
- Primerjava z globalnimi podjetji.

Kdo sodeluje v MP?

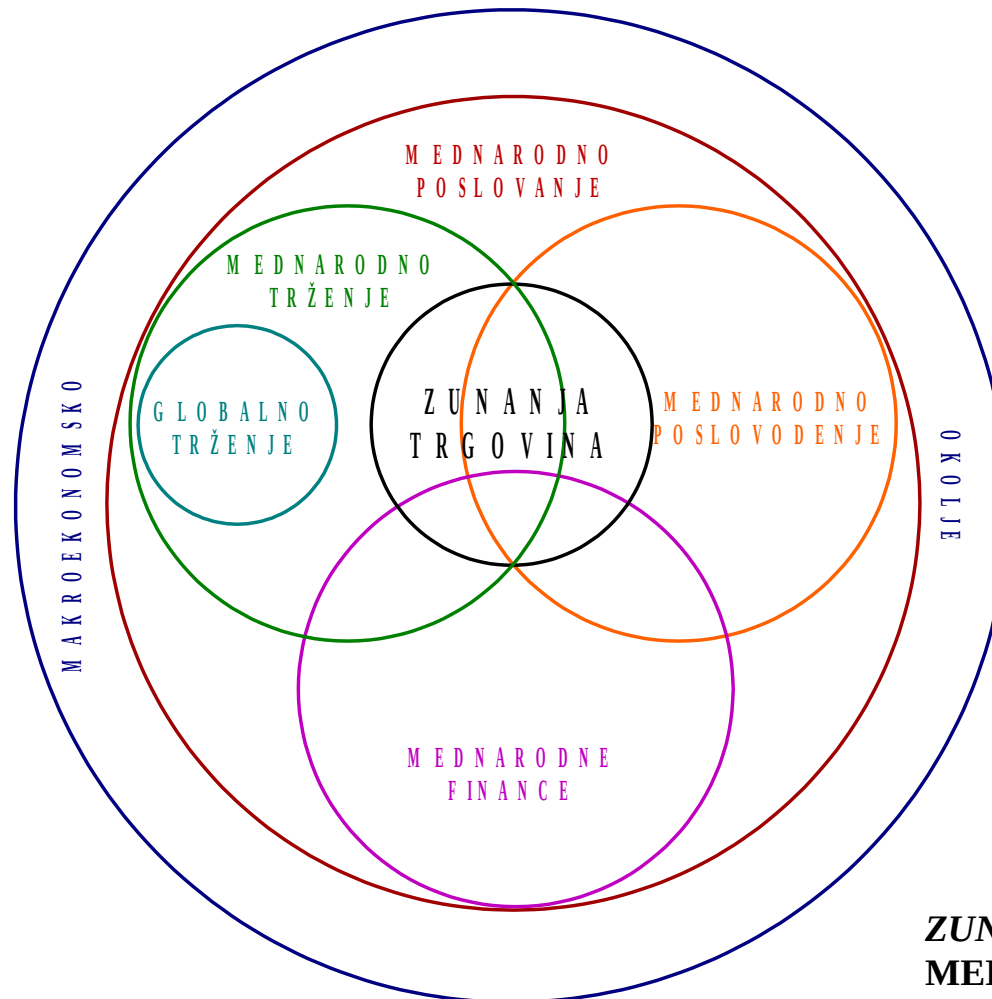
MAJHNA IN SREDNJE VELIKA PODJETJA – SME (small and medium enterprises)

- Neodvisna podjetja, ki zaposlujejo manj kot 250 ljudi (po OECD).
- Opravijo 95 % vseh svetovnih poslov ter zaposlujejo 60 – 70 % vsega aktivnega prebivalstva (OECD).
- Tehnološki napredek in integracijski procesi veljata za glavni faktor zmanjševanja ovir vključevanja SME v mednarodno poslovanje.



Umestitev MP v širši kontekst

Slika 1



**ZUNANJA TRGOVINA =
MEDNARODNA TRGOVINA**

Opredelitev ZT poslov

- Zunanje-trgovinsko poslovanje je transakcijski vidik mednarodnega poslovanja in v grobem predstavlja vse nakupe in prodaje preko meja domače države.
- ZT posle delimo na:
 - INTRAKOMUNITARNE POSLE
 - Pridobitev skupnostnega blaga iz članic Skupnosti
 - Dobava (odprema) skupnostnega blaga članicam Skupnosti
 - POSLE S TRETJIMI DRŽAVAMI
 - Uvozni posel
 - Izvozni posel
- Razlike med zunanjo in notranjo trgovino:
 - Drugačen jezik, kultura, poslovni običaji, valuta
 - Poznavanje ZT predpisov: predpisi s področja deviznega in carinskega poslovanja, špedicije, transporta in zavarovanja

1. FAZA: Priprava posla

UVOZNI POSEL

- Ugotavljanje potreb po uvozu
 - odvisno od cene, kvalitete ali pomanjkanja domačega blaga
- Povpraševanje
 - iskanje potencialnega dobavitelja; jasnost povpraševanja.
- Izbor dobavitelja
 - kriteriji izbora: dobavni pogoji, cena, rok dobave, kvaliteta in način plačila
- Sklenitev pogodbe
 - pri večjih poslih je obvezna, pri manjših zadostuje naročilo

IZVOZNI POSEL

- Ugotavljanje možnosti izvoza
 - izdelava kratkoročnega plana izvoza (izdelki, (bodoči) kupci, regionalna struktura izvoza, finančna sredstva, kadri, itd.)
- Povpraševanje iz tujine in obdelava
 - preverjanje bonitete kupcev
 - preverjanje vloge kupca v poslu (zastopnik, proizvajalec...)
 - analiza plačilnih pogojev, dobavnih rokov; preteklih izkušenj
- Sestava izvozne ponudbe
 - vsebina: predmet ponudbe, količina, cena v ustrezni valuti, klavzula Incoterms, način zavarovanja plačila, davščine, dobavni rok, način odpreme, veljavnost ponudbe
- Sklenitev kupoprodajne pogodbe
 - določitev pogojev izvoza ter izbira in zavarovanje plačila

2. FAZA: Izvedba posla

UVOZNI POSEL

- Plačilo blaga
 - akreditivi kot najbolj razširjena oblika plačila
 - pri prvih poslih se zahteva plačilo vnaprej pred dobavo
- Evidenca uvoznega posla
 - lažje spremljanje dobaviteljev
- Dispozicija za odpoklic blaga in zavarovanje
 - uvozna dispozicija (podatki o dobavitelju, vrsti in količini blaga, prevozni klavzuli in carinjenju blaga) služi špediterju, da uredi premik blaga v državo uvoznika
- Carinjenje in sprejem blaga
 - špediter sestavi carinsko deklaracijo, ki se predloži carini

IZVOZNI POSEL

- Naročilo kupca in potrditev naročila
- Nalog za odpremo, naročilo prevoza in odprema
 - z nalogom se priskrbi prevozno sredstvo
 - ob nakladanju se izda odpremnic
- Izdaja računa
- Priprava dokumentacije
 - carinski račun (carinski organ overi končni račun)
 - carinska deklaracija (špediter)
 - mednarodni tovorni list
 - potrdilo o izvoru blaga
- Izročitev dispozicije špediterju
- Carinjenje blaga
 - predložitev blaga in carinske dokumentacije carinarnici

3. FAZA: Zaključek posla

UVOZNI POSEL

- Morebitne reklamacije prejetega blaga
- Obračun uvoza
 - zbrati in urediti razpoložljive dokumentacije
 - zbrati stroške uvoznega posla ter na tej osnovi določiti nabavno ceno blaga

IZVOZNI POSEL

- Plačilo dobavljenega blaga
 - reševanje reklamacij v primeru odstopanj v blagu
 - reševanje odstopanj fakturne vrednosti in prejetega plačila (npr. vrnitev nekvalitetnega blaga)
- Zaključek posla

Zanimivi viri v MP

- GZS: <http://www.gzs.si>
- PCMG: <http://www.pcmg.si>
- SURS: <http://www.stat.si/index.asp>
- SURS, Intrastat: <http://www.stat.si/intrastat.asp>
- Izvozno okno: <http://www.izvoznookno.si>
- Baza euromonitor: <http://www.euromonitor.com>
- MDS: <http://www.imf.org>
- STO: <http://www.wto.org>
- OECD: <http://www.oecd.org>

Zanimivi viri v MP

- Carinski urad RS: <http://carina.gov.si>
- Davčna uprava RS: <http://www.sigov.si/durs/index.php>
- SID: <http://www.sid.si>
- Uradni list RS: <http://www.uradni-list.si/index.jsp>
- Stran, kjer je na voljo evropska zakonodaja:
<http://www.europa.eu.int/eur-lex/en/index.html>