Robna razmjena Republike Hrvatske s inozemstvom

Halilović, Andrej

Undergraduate thesis / Završni rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Polytechnic Nikola Tesla in Gospić / Veleučilište Nikola Tesla u Gospiću**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:107:979766

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Repository / Repozitorij:

Polytechnic Nikola Tesla in Gospić - Undergraduate thesis repository

zir.nsk.hr

Image not found or type unknown

VELEUČILIŠTE „NIKOLA TESLA“ U GOSPIĆU

Andrej Halilović

ROBNA RAZMJENA REPUBLIKE HRVATSKE S INOZEMSTVOM

CROATIAN COMMODITY EXCHENGE WITH FOREIGN

Završni rad

Gospić, 2016.

VELEUČILIŠTE „NIKOLA TESLA“ U GOSPIĆU

PROMETNI ODJEL

Stručni studij Cestovnog prometa

ROBNA RAZMJENA REPUBLIKE HRVATSKE S INOZEMSTVOM

CROATIAN COMMODITY EXCHENGE WITH FOREIGN

Završni rad

MENTOR

Ivana Beljo, dipl.ing.

STUDENT

Andrej Halilović

MBS: 2961000401/12

Gospić, rujan 2016.

Veleučilište „Nikola Tesla" u Gospiću

Prilog I.

Prometni odjel

Gospić, 04.07. 2016.

ZADATAK

za završni rad

Pristupniku Andrej Heldović MBS: 2561000401/12

Studentu stručnog studija Cestovnog prometa izdaje se tema završnog rada pod nazivom

Robna razmjena Republike Hrvatske s inozemstvom

Sadržaj zadatka :

1. Uvod
2. Međunarodna trgovina i međunarodno trgovinsko poslovanje
3. Strategija distribucije na međunarodnom tržištu
4. Prihodi i rashodi Republike Hrvatske za razdoblje od 2011-2015. god.
5. Izvoz i uvoz prema nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti i prema sektorima
6. Izvozna i uvozna dokumentacija prema vrsti postupka
7. Zaključak

Završni rad izraditi sukladno odredbama Pravilnika o završnom radu Veleučilišta „Nikola Tesla" u Gospiću.

Mentor: Ivana Belja (ime i prezime) zadano: 04.07.2016 (nadnevak), (potpis)

Pročelnik odjela: Marijana Dujlat (ime i prezime) predati do: 30.09.2016 (nadnevak); (potpis)

Student: Andrej Heldović (ime i prezime) primio zadatak: 04.07.2016 (nadnevak), Heldović (potpis)

Dostavlja se:

- mentoru
- pristupniku

I Z J A V A

Izjavljujem da sam završni rad pod naslovom **ROBNA RAZMJENA REPUBLIKE HRVATSKE S INOZEMSTVOM** izradio samostalno pod nadzorom i uz pomoć mentora Ivana Beljo, dipl.ing.

Hollović

(potpis studenta)

SAŽETAK

Hrvatska je zemlja u razvoju, mala po svojoj zemljopisnoj veličini, političkom značenju, veličini tržišta, proizvodno-tehnološkom i izvoznom potencijalu, utjecaju na formiranje cijena u svom tržišnom okruženju itd., što sve uvjetuje da se Republike Hrvatske selektivno razvija i specifično ponaša, slično kao i mnoge male naprednije europske zemlje.

Ni jedna se zemlja ne može sama uzdržavati, već je u većoj ili manjoj mjeri ovisna o razmjeni s inozemstvom. Izvoz omogućuje raspolaganje devizama potrebnim za uvoz proizvoda i korištenje usluga iz inozemstva.

Bilo bi dobro prije svega svoje potrebe za uvozom nastojati podmiriti prije svega izvozom drugih proizvoda svog prerađivačkog ili uslužnog sektora, a manje razvijene zemlje prisiljene su izvoziti i ono malo prirodnih bogatstava kojima raspolažu.

Ključne riječi: međunarodna trgovina, međunarodno trgovinsko poslovanje, međunarodno tržište, strategije distribucije na međunarodnom tržištu, prihodi i rashodi RH, izvoz i uvoz prema nacionalnoj klasifikaciji i prema sektorima, uvozna i izvozna dokumentacija prema vrsti postupka.

SUMMARY

Croatia is a developing country, small in geographical size, political meaning, market size, production technology and export potential, impact on pricing in its market environment, etc., That all conditions to the Croatian selectively develops and specific acts, etc. as well as many small advanced European countries.

None of the land can not support itself, but to a greater or lesser extent dependent on trade with foreign countries. Export allows the disposal of foreign currency needed to import products and use services from abroad.

It would be good especially their need to import seek to settle primarily by exports of other products of their manufacturing or the service sector, and less developed countries are forced to export and what little natural resources at their disposal.

Keywords: international trade, international trade, international markets, distribution strategy in the international market, income and expenditures Croatia, exports and imports, according to the national classification and by sector, import and export documentation according to the type of procedure.

SADRŽAJ:

1. Uvod 1
2. Međunarodna trgovina i međunarodno trgovinsko poslovanje 2
2.1. Značaj međunarodne trgovine 3
2.2. Međunarodno tržište 3
2.3. Motivi i ciljevi nastupa poduzetnika na međunarodnom tržištu 4
3. Strategija distribucije na međunarodnom tržištu 5
3.1. Oblici nastupa na međunarodnom tržištu 6
3.1.1. Neizravan (posredan) nastup na međunarodnom tržištu 7
3.1.2. Izravan (direktan) nastup 8
3.2.Poduzeća za izravan uvoz i izvoz 9
3.2.1. Samostalni odjel ili sektor za međunarodne trgovine s posebnim odjelima za uvoz i izvoz 10
3.2.2. Samostali odjeli ili sektor za izvoz 10
3.2.3. Samostali odjeli ili sektor za uvoz 11
4. Prihodi i rashodi Republike Hrvatske 2011.-2015. godine u poslovnim uslugama 12
5. Izvoz i uvoz prema nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti,prema sektorima 18
5.1. Robna razmjena Republike Hrvatske s inozemstvom za 2014. I 2015. godinu ..... **Error! Bookmark not defined.**
6. Izvozna i uvozna dokumentacija prema vrsti postupka 21
6.1. Izvoz i opis dokumentacije 22
6.2. Uvoz i opis dokumentacije 22
7. Zaključak 27

1. Uvod

Tema završnog rada je robna razmjena Republike Hrvatske s inozemstvom. Robna razmjena je vrlo važna za komkompletan gospodarski razvitak u Republici Hrvatskoj. Međutim što se događa; još uvijek više uvozimo nego što izvozimo. Izvoz bi omogućio nova radna mjesta, utjecao na razinu deficita državnog proračuna, utjecao na rast BDP-a .

U prvom dijelu sam obratio pažnju na vanjsko trgovinsko poslovanje i vanjsku trgovinu,međunarodno tržište i međunarodnu razmjenu. Objasnio sam zašto je nužno uvoziti i izvoziti te istakao motive i ciljeve nastupa poduzetnika na inozemnom tržištu.

U drugom dijelu objasnio sam strategiju distribucije na stranom tržištu, izbor pogodnih puteva, oblike nastupa na inozemnom tržištu te naveo koje su prednosti i nedostaci za izravan i neizravan nastup na inozemnom tržišzu.

U trećem i četvrtom dijelu prikazao sam ostvarene prihode i rashode Republike Hrvatske u razdoblju od 2011.g. do 2015.godine, te izvoz i uvoz prema nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti te prema sektorima u 2014. i 2015.godini.

U petom sam dijelu nabrojao i objasnio svu dokumentaciju koja je potrebna za uvoz i izvoz.

Svi korišteni podaci skinuti su saslužbenih stranica Državnog zavoda za statistiku Republike Hrvatske,literatura: Traverso, D.(2003). Poduzetničke tehnike, Ivan Šošić, Statistika ,Škuflić , L.: Međunarodna strateška orijentacija i trgovinska politika Republike Hrvatske, te sa različitih internet stranica .

2. Međunarodna trgovina i međunarodno trgovinsko poslovanje

Međunarodno trgovina je gospodarska djelatnost koja obuhvaća razmjenu roba i usluga s inozemstvom, tj. ukupnu razmjenu materijalnih i nematerijalnih dobara između zemalja.U užem smislu međunarodna trgovina obuhvaća samo promet robe između gospodarskih subjekata iz različitih zemalja pa je predmet međunarodno trgovinske razmjene samo ona roba koja prelazi državnu granicu, odnosno carinsku crtu jedne ili više zemalja.U širem smislu međunarodna trgovina, uz međunarodnu robnu razmjenu, obuhvaća i razmjenu gospodarskih usluga, promet kapitala i ljudi (turizam) i prijenos vijesti (npr. poštanski promet).[1]

Unutarnja trgovina uvjetovala je razvoj društveno proizvodnih snaga u okvirima pojedinih nacionalnih privreda. Time se povećala i međunarodna razmjena roba. Njen nagli razvoj javlja se s kapitalističkim načinom proizvodnje, prelaskom na strojnu proizvodnju praćenu standardizacijom, specijalizacijom i veliko serijskom proizvodnjom. Rast međunarodna razmjena ide usporedo s povećanjem opsega robne proizvodnje u svijetu. Međunarodna razmjena zemlje tvore jedinstven svjetski gospodarski sustav (razmjena s inozemstvom vrši se na svjetskom tržištu). Funkcija unutarnje i međunarodne trgovine jest funkcija posrednika između proizvođača i potrošača i to na tri načina:[2]

1. Interpersonalno posredovanje jest posredovanje trgovine između fizičkih i pravnih osoba u prometu, a sastoji se u nabavci robe od proizvođača i prodaji robe potrošačima. Prodaja nije ograničena mjestom i vremenom pa je to ujedno i interlokalno i intertemporalno posredovanje.

2. Interlokalno posredovanje jest međumjesno posredovanje proizašlo iz regionalnih razlika u proizvodnji i potrošnji. Trgovina osigurava povezivanje i uravnoteženje ponude i potražnje u različitim dijelovima zemlje.

3. Intertemporalno posredovanje proizlazi iz vremenske neusklađenosti proizvodnje i potroš- nje. Da bi se to minimaliziralo roba se nabavlja u velikim količinama, stvaraju se zalihe na skladištu i brine se o očuvanju njene upotrebne vrijednosti.

Ove funkcije trgovina bave se istovremeno s nabavom, skladištenjem i prodajom robe. U svim spomenutim posredovanjima trgovina se pojavljuje kao “produžena ruka” proizvodnje, dakle, ne samo kao veza između proizvodnje i potražnje, već i kao koristan sudionik koji u određenom smislu nastavlja proizvodni proces.Zadatak trgovine je posredovanjem u prometu organizirati redovnu razmjenu između proizvodnje i potrošnje, tj. osigurati ponudu robe u asortimanu i količini koju tržište traži, u vrijeme kada se traži te po cijeni i dr. uvjetima koje su kupci spremni prihvatiti.

[1] http://www.academia.edu/14283268/VANJSKA_TRGOVINA_I_VANJSKOTRGOVINSKO_POSLOVANJE
[2] http://www.academia.edu/14283268/VANJSKA_TRGOVINA_I_VANJSKOTRGOVINSKO_POSLOVANJE

2.1. Značaj međunarodne trgovine

Ni jedna se zemlja ne može sama uzdržavati, već je u većoj ili manjoj mjeri ovisna o razmjeni s inozemstvom. Izvoz omogućuje raspolaganje devizama potrebnim za uvoz proizvoda i korištenje usluga iz inozemstva.

S gledišta gospodarskog interesa zemlje ekspanzija izvoza ima višestruku važnost. Bilo bi dobro prije svega svoje potrebe za uvozom nastojati podmiriti prije svega izvozom drugih proizvoda svog prerađivačkog ili uslužnog sektora, a manje razvijene zemlje prisiljene su izvoziti i ono malo prirodnih bogatstava kojima raspolažu. Jedne su prisiljene izvoziti da bi osigurale sredstva za plaćanje uvoznih potreba, a druge da bi ostvarile ciljeve izvoza kao dio ciljeva vlastitog gospodarstva ili sveukupnih vlastitih ciljeva poslovanja. Za razliku od izvoza, uvoz se javlja u funkciji podmirenja potreba domaćeg pučanstva i domaće privrede robom i uslugama kojih na domaćem tržištu uopće nema ili ih nema u dovoljnim količinama. [3]

Sa stajališta zemlje uvoz se javlja kao ekonomska nužnost u svrhu ostvarivanja ciljeva ukupnog gospodarskog razvoja te ostvarivanja ravnomjerne javne, proizvodne i široke potrošnje. S druge strane, trgovačka će poduzeća uvoziti samo onda ako im se uvoz isplati, odnosno uvozit će sve vrste robe i usluga čijim se uvozom može ostvariti cilj poslovanja. Proizvođačka poduzeća uvoze onda kada potrebnu robu ne mogu nabaviti na domaćem tržištu ili je uvezena roba jeftinija ili i jeftinija i kvalitetnija od istovrsne ili slične domaće robe.[4]

Povećanje izvoza stvara radna mjesta. Zbog financijskih i drugih ograničenja domaćeg tržišta, jedino izvozno orijentirana ekonomija može maloj zemlji jamčiti dugoročno održiv gospodarski rast.Izvozno orijentirane zemlje u recesiji se brže oporavljaju od ostalih ekonomija, a njihove recesije traju kraće i za posljedicu imaju manji broj zatvorenih radnih mjesta.

Izvoz je komponenta agregatne potražnje te, shodno tome, njegov rast predstavlja ujedno i rast BDP-a.Veličina izvoza ima značajan utjecaj na razinu deficita državnog računa.Izvoz povećava devizne rezerve.Izvoz unaprjeđuje kompetitivne prednosti zemlje usvajanjem novih znanja i tehnologija.Izvozna orijentacija jača ukupnu konkurentnost zemlje te stvara pozitivnu percepciju o funkcioniranju njezina gospodarstva.Izvozno konkurentna društva su stabilnija u svom poslovanju i imaju tendenciju održivog razvoja.

2.2. Međunarodno tržište

Pod tržištem se podrazumijeva određeno područje na kojem se redovito ostvaruje susret prodavača i kupca robe i usluga. Uključuje skup poduzeća, ustanova i pomoćnih službi koje osiguravaju trajnu vezu ponude i potražnje i unapređenje ekonomskih odnosa.

[3]Škuflić, L.: "Međunarodna strateška orijentacija i trgovinska politika Republike Hrvatske", (Doktorska disertacija), Rijeka, Ekonomski fakultet, 1999.
[4] Škuflić, L.: "Međunarodna strateška orijentacija i trgovinska politika Republike Hrvatske", (Doktorska disertacija), Rijeka, Ekonomski fakultet, 1999.

Tržište se definira kao skup aktivnosti ili kao mehanizam kojim se roba, usluge i čimbenici usmjeravaju u potrebnim smjerovima.Uloga tržišta ogleda se u ostvarivanju tzv. "ravnotežne cijene", koja se oblikuje na tržištu kao odraz ujednačenih odnosa ponude i potražnje.[5]

Međunarodno je tržište područje koje obuhvaća veći ili manji broj zemalja radi međusobnog održavanja stalnih trgovačkih odnosa i gospodarske suradnje. Takvo tržište, na kojem određeni broj zemalja obavlja razmjenu roba i usluga, zapravo je dio svjetskog tržišta.Prema opsegu određene robe na tržištu imamo:[6]

• robu namijenjenu univerzalnoj primjeni ili potrošnji (drvo, tekstil, kava, vuna) koja ima šire tržište. Da bi bila predmet razmjene na međunarodnom tržištu ta roba mora biti standardizirana (ujednačene kvalitete).

• proizvode namijenjene samo za lokalnu potrošnju, tj. za uže tržište koji se ne pojavljuju na tržištu u velikim količinama.

Širina svjetskog tržišta za pojedine vrste proizvoda određena je visinom transportnih troškova. Povezanosti međunarodnog tržišta pridonosi i primjena suvremenih telekomunikacijskih veza između najudaljenijih dijelova. Omogućen je brz prijenos poslovnih vijesti – izvještaja o raspoloživim količinama robe za prodaju, upita i ponuda za pojedine proizvode na određenom tržištu i sl. Društvena reprodukcija danas nije ograničena državnim granicama neke zemlje. Ona započinje u jednoj zemlji da bi se nastavila u drugoj te završila u trećoj, a proizvod se potroše u četvrtoj zemlji. Budući da je rad podijeljen između država, ovakva se društvena podjela rada naziva međunarodna podjela rada.

2.3. Motivi i ciljevi nastupa poduzetnika na međunarodnom tržištu

Osnovni motiv nastupa poduzetnika na međunarodnom tržištu je ostvarenje većeg prihoda kojim se osiguravaju veće plaće, bolji uvjeti poslovanja, proširenje reprodukcije i razvoj poduzeća u cjelini.Na međunarodna tržišta poduzeće izlazi u slučajevimaako je svoj opstanak i razvoj vezalo isključivo za međunarodno tržište,ako je prisiljeno izvoziti da bi ostvarenim devizama uvozilo repromaterijal i sredstva rada, ako raspolaže viškovima kapaciteta iznad potreba na domaćem tržištu i dopunskom proizvodnjom želi ostvariti dopunski prihod,ako prihodom na domaćem tržištu nije u stanju pokriti troškove kapaciteta, te ako izvozom želi postići trajno veći prihod.

[5]Škuflić, L.: "Međunarodna strateška orijentacija i trgovinska politika Republike Hrvatske", (Doktorska disertacija), Rijeka, Ekonomski fakultet, 1999.

[6]https://www.google.hr/search?q=me%C4%91unarnodno+tr%C5%BEi%C5%A1te&oq=me%C4%91unarnodno+tr%C5%BEi%C5%A1te&aqs=chrome..69i57j0l5.6577j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8#q=me%C4%91unarodno+tr%C5%BEi%C5%A1te

3. Strategija distribucije na međunarodnom tržištu

Zadatak distribucije je najpovoljnije osiguravanje prisutnosti na međunarnodnom tržištu i mogućnost redovite i pravodobne nabave proizvoda ili usluge nekog poduzeća (izgradnja i korištenje svih pogodnih putova prodaje). Uspostava distributivnih putova, izbor distributivnih partnera i organizacije koja će prodavati robu za pojedino međunarodno tržište dio je dugoročne poslovne aktivnosti, a najpovoljnija opskrba robom pojedinog kanala jest kratkoročna poslovna aktivnost. Potreba za kapitalom i distribucijski troškovi obrnuto su proporcionalni s udaljenošću tržišta. Izbor pogodnih putova i prodajnih struktura olakšava se analizom protoka proizvoda i analizom kupca proizvoda. Analiza protoka proizvodaistražuje, na temelju već postignutog tržišnog udjela, doprinos svakog pojedinog odabranog prodajnog puta na ukupno opskrbljivanje tržišta, dok analiza kupca proizvoda istražuje strukturu kupca u svakoj pojedinoj zemlji radi utvrđivanja posebno pogodnih putova distribucije u odnosu na stupanj koncentracije potražnje. [7]

Uspjeh plasmana ovisi o slijedećim aktivnostima:

• preakviziciji - promatranju tržišta, vezama s potencijalnim kupcima, javnom informiranju i davanju savjeta,

• glavnoj akviziciji - ispravno usmjerenoj promidžbi i stručnim savjetima,

• praćenju dobivenih naloga (narudžbi), davanju ponuda, pripremanju ugovora,

• urednom izvršavanju naloga - dostavom, montažom, upućivanjem, te

• naknadnim vezama - uslugama kupcu, opskrbom rezervnim dijelovima.

Pri odabiru distibucijskih putova treba odlučiti o vlastitoj ili tuđoj prodaji. Pri vlastitoj prodaji, na putu do krajnjeg korisnika izvoznik koristi samo vlastite prodajne službe, npr.:

• sektor izvoza u proizvođačkoj tvrtki,

• vlastitu tvrtku za prodaju robe u zemlji izvoza,

• vlastite prodajne podružnice s otpremnim skladištima u zemlji odrednici,

• pogone u inozemstvu,

• trgovačke putnike (namještenike tvrtke) i

• trgovačke posrednike.

Pri korištenju tuđe prodaje distribucija se prepušta pravno i gospodarski samostalnim subjektima, od kojih se najčešće koriste,

• izvozne trgovačke kuće u zemlji izvoznici,

[7] Marina Gašić, Matej Galić: Suvremeno poduzetništvo u korelaciji s vanjskom trgovinom.Hrčak

• izvoznici i uvoznici u zemlji odredišta,

• trgovci na veliko i na malo i posrednici na pojedinom stranom tržištu,

• licencne tvrtke,

• ugovorni trgovci (komisija) i

• trgovački posrednici

Kao mješoviti oblik vlastite i tuđe prodaje robe postoje različiti oblici kooperacije, kao što su joint venture ili izvozna društva.

3.1. Oblici nastupa na međunarodnom tržištu

Pod osnovnim oblicima vanjske trgovine, odnosno oblicima nastupa na međunarodnom tržištu podrazumijevamo izravnu i posrednu trgovinu: izravan i posredan uvoz, izravan i posredan izvoz, te tranzitnu trgovinu.Oblik međunarodne trgovine ovisi o subjektivnim i objektivnim okolnostima, i to o:

• vrsti i svojstvu robe/usluge,

• značajkama inozemnog tržišta (uvjetima kupoprodaje i konjuktura),

• vlastitim kapacitetima domaćeg poduzeća,

• intenzitetu moguće prodaje i udaljenosti od mjesta proizvodnje/nabave,

• poslovnim običajima, uzancama i odnosima na inozemnom tržištu

• vanjska trgovina, deviznom i carinskom sustavu (u zemlji i zemlji partnera),

• motiviranosti domaćeg poduzeća kao uvoznika/izvoznika i

• drugim specifičnim oblicima,

dokoblik vanjsko trgovinskog poslovanja ovisi o slijedećim čimbenicima:

• visina raspoloživog kapitala,

• transportni i dr. Troškovi,

• zaštita vlastitih interesa proizvođača na stranom tržištu,

• poslovne veze na inozemnom tržištu,

• poznavanje inozemnog tržišta,

• reference i ugled poduzeća na stranom tržištu,

• složenost proizvoda/usluge kojom se trguje,

• organiziranje kvalitetne trgovačke mreže u inozemstvu,

• procjena isplativosti nastupa na inozemnom tržištu.

3.1.1. Neizravan (posredan) nastup na međunarodnom tržištu

Pri posrednom nastupu na međunarodnom tržištu domaći se proizvođač (trgovac) uključuje u međunarodno tržište putem specijaliziranih međunarodno trgovinskih poduzeća koja su najčešće locirana u zemlji u koju se roba izvozi. Proizvođač robe nije direktan uvoznik/izvoznik robe, već svoje proizvode prodaje/predaje međunarodno trgovinskom posredniku koji obavlja sve radnje u vezi ostvarenja međunarodno trgovinskog posla.Posredničko poduzeće istražuje tržište, organizira promidžbu, pregovara s inozemnim partnerima, rješava probleme, uključuje i različite usluge izvršenja ugovora od trenutka sklapanja ugovora do realizacije. [8]

Prednosti:

• posrednik preuzima sve rizike i probleme kupnje ili prodaje na inozemnom tržištu pa se proizvođač može posvetiti proizvodnji i uskladiti je sa zahtjevima tržišta te steći prednost u odnosu na ostale,

• proizvođač nema troškove obrade i istraživanja inozemnog tržišta,

• proizvođač isključuje iz poslovanja sve financijske i dr. rizike,

• prodaja robe je brža, brži obrt kapitala što vodi do uspjeha i unosnosti poslovanja,

• posrednik ima uhodanu, čvrstu i stabilnu poziciju na međunarodnom tržištu i kapital za financiranje i kreditiranje.

Nedostaci:

• proizvođač ne može aktivnije sudjelovati u prodaji svoje robe,

• ne obrađuje sustavno inozemno tržište i ne stvara čvrstu poziciju za prodaju vlastitih proizvoda (posrednik prodaje robu više proizvođača i često daje prednost jednom),

• nema direktnog kontakta s kupcem pa ga se ne može upozoriti na sve prednosti i odlike proizvoda i kvalitetu,

[8] https://www.google.hr/search?q=me%C4%91unarnodno+tr%C5%BEi%C5%A1te&oq=me%C4%91unarnodno+tr%C5%BEi%C5%A1te&aqs=chrome..69i57j0l5.6577j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8#q=me%C4%91unarodno+tr%C5%BEi%C5%A1te

• loše se odražava na osvajanje novih tržišta i prilagodbu zahtjevima kupca.

3.1.2. Izravan (direktan) nastupna međunarodnom tržištu

Ovakav pristup posljedica je oštre konkurencije, elastična organizacija međunarodne trgovine direktan dodir s kupcem. Osigurava proizvođaču robe veliku mogućnost prilagođavanja proizvodnje željama kupaca i potražnju novih, praktičnijih i sofisticiranijih proizvoda. Proizvođač osigurava ažurne podatke o stanju na tržištu, trendovima, inovacijama. Ovaj se nastup obično koristi za proizvode visokog stupnja obrade, složene i sofisticirane proizvode za koje je nužna uputa o rukovanju, načinu uporabe, elektroničke strojeve i uređaje, brodove i zrakoplove i dr. proizvode individualne proizvodnje koji nemaju univerzalnu primjenu. Prodaja je vezana za pružanje dodatnih usluga proizvođača robe (montaža, održavanje).[9]

Prednosti:

• proizvođač prilagođava organizaciju uvoza i izvoza svojim potrebama i tržištima na koje izvozi ili uvozi,

• temeljitom obradom stranog tržišta može stvarno ocijeniti svoje izglede za plasman proizvoda na tom tržištu i isplativost toga,

• financijski rezultat ne dijeli s posrednicima,

• može stvoriti stabilnu i trajnu vezu sa stranim poslovnim partnerima, dobar glas i čvrstu poziciju,

• bolje poznavanje stanja na inozemnom tržištu, običaja i uzanci u vanjsko tgovinskom poslovanju, brzo prilagođavanje potrebama tržišta i svakom novonastalom stanju.

Nedostaci:

• veliki troškovi za održavanje unutarnje vanjsko trgovinske organizacije i trgovačke mreže u inozemstvu,

• proizvođač u sklopu vlastite organizacije obavlja cjelokupno vanjsko trgovinsko poslovanje i treba raspolagati stručnim osobljem,

• ako ne uvozi/izvozi kontinuirano veće količine roba, troškovi vanjsko trgovinskih organizacijskih jedinica mogu znatno povećati troškove poslovanja i dovesti u pitanje isplativost posla,

• proizvođač preuzima sve rizike, a troškovi osiguranja od tih rizika mogu povećati troškove poslovanja,

• ako se radi o izvozu vlastitih proizvoda može zahtijevati veće angažiranje kapitala i kredite,

• spori obrt financijskih sredstava.

[9] https://www.google.hr/search?q=me%C4%91unarnodno+tr%C5%BEi%C5%A1te&oq=me%C4%91unarnodno+tr%C5%BEi%C5%A1te&aqs=chrome..69i57j0l5.6577j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8#q=me%C4%91unarodno+tr%C5%BEi%C5%A1te

3.2. Poduzeća za izravan uvoz i izvoz

Poduzeća za izravan uvoz i izvoz predstavljaju dijelove poduzeća proizvođača odgovarajućeg organizacijskog rješenja preko kojih se proizvođač izravno uključuje na inozemno tržište. Ovisno o ciljevima koji se žele ostvariti, tržišnim okruženjima, zakonskim propisima i vlastitim mogućnostima proizvođača, proizvođač se može izravno uključiti u međunarodno trgovinski promet na sljedeće načine:[10]

• putem vlastite međunarodno trgovinske organizacije u zemlji i

• putem vlastite međunarodno trgovinske organizacije u inozemstvu.

Vlastita međunarodnog trgovinska organizacija u zemlji proizvođača nakon donošenja odluke o samostalnom obavljanju poslova međunarodnog trgovinskog prometa, proizvođač je, u skladu sa zakonskim propisima svoje zemlje, dužan tu svoju gospodasrku djelatnost uredno prijaviti i upisati u trgovački registar kod nadležnog suda. Nakon toga osniva odgovarajuću organizacijsku jedinicu u okviru koje se obavljaju planirani poslovi uvoza i/ili izvoza, ili neki drugi poslovi međunarodnog trgovinskog prometa (npr. distributerski).Organizacijska jedinica za međunarodni trgovinski promet može imati sljedeće oblike:

• poseban odjel za uvoz i izvoz u sastavu komercijalnog sektora,

• samostalan odjel (sektor) međunarodne trgovine s posebnim odjelima za uvoz i izvoz,

• samostalan odjel (sektor) za izvoz,

• samostalan odjel (sektor) za uvoz.

Bitno je odrediti kojim će se poslovima baviti ta organizacijska jedinica, koliki je opseg tih poslova, kako racionalizirati njeno poslovanje i postići punu uspješnost rada stručnog osoblja u toj organizacijskoj jedinici.

Poseban odjel za uvoz i izvoz u sastavu komercijalnog sektora. Ovaj oblik poslova izvoza i uvoza za vlastite potrebe koristi se kad je opseg međunarodno trgovinskog prometa proizvodnog poduzeća relativno neznatan i kada je sve komercijalne djelatnosti racionalnije obavljati u jednom sektoru.[11] međunarodni trgovinski poslovi izvoza i uvoza mogu se u ovom slučaju organizirati kao odjel izvoza i uvoza robe, kao izvozna poslovnica u sastavu prodajnog odjela i kao uvozna poslovnica u sastavu nabavnog odjela komercijalnog sektora poduzeća. Odjelom rukovodi jedna stručna osoba koja dobro poznaje problematiku i tehniku međunarodno trgovinska poslovanja i koja je zadužena za ostvarenje svih međunarodno trgovinskih poslova

[10] https://izvoz.gov.hr/o-hrvatskom-izvozu/9

[11] https://www.google.hr/search?q=Uvoz&oq=Uvoz&aqs=chrome..69i57j0l5.1179j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8

što se obavljaju u proizvodnom poduzeću. Ostali poslovi koji se obavljaju u svezi s ostvarenjem međunarodno trgovinskih poslovanja, poput ekonomske propagande, dobivanja i osiguranja kreditnih poslova i sl., obavljaju se u komercijalnom sektoru zajedno s istovrsnim poslovima vezanim uz unutarnji promet. međunarodno trgovinsko osoblje u sustavu komercijalnog sektora nema odgovarajući utjecaj u odnosu na inozemno tržište.

3.2.1. Samostalni odjel ili sektor međunarodne trgovine s posebnim odjelima za izvoz i uvoz

Samostalni odjel ili sektor međunarodne trgovine s posebnim odjelima za uvoz i izvoz primjenjuje se kad opseg međunarodno trgovinskog prometa proizvođača u izvozu vlastitih proizvoda i uvoza za vlastite potrebe dosegne takvu razinu, oblike i intenzitet da zahtijeva osnivanje izdvojene i specijalizirane organizacijske jedinice koja je sposobna temeljito odraditi sve faze vanjsko trgovinskog poslovanja. U okviru sektora ili odjela međunarodne trgovine obavlja se niz profesionalnih aktivnosti kao što su: istraživanje i analiza inozemnih tržišta, ekonomska propaganda, izrada međunarodne trgovinske kalkulacije, uspostavljanje i razvijanje poslovnih veza s inozemstvom, sklapanje izvoznih i uvoznih poslova.

Ovisno o opsegu i složenosti poslova međunarodno trgovinskih prometa koji se obavljaju u samostalnom sektoru međunarodnih trgovina, oni se mogu organizirati u posebne odjele, službe, poslovnice ili referade, tako da omoguće kvalitetno i uspješno poslovanje međunarodno trgovinske operative. Pritom je osobito važno da samostalni odjel ili sektor međunarodne trgovine bude dobro povezan sa svim ostalim bitnim funkcijama poduzeća jer se tako osigurava potpuna sinkronizacija međunarodno trgovinskih poslovanja poduzeća, uredno izvršavanje svih obveza prema inozemnim poslovnim partnerima, usklađenost uvoza i izvoza s mogućnostima i potrebama proizvodnje i sl. Potrebna je veća specijalizacija stručnog osoblja za obavljanje niza specifičnih poslova u pripremi, izvršenju i analizi međunarodno trgovinskih poslovnih aranžmana.

3.2.2. Samostalni odjel ili sektor za izvoz

Samostalni odjel ili sektor za izvoz osnivaju obično ona proizvodna poduzeća koja veliki ili najveći dio svoje proizvodnje izvoze na inozemno tržište. To su izrazito izvozno usmjerena poduzeća kojima je izvoz ključan čimbenik opstanka i razvoja. Ovaj je odjel funkcionalno i organizacijski uključen u sustav poduzeća kojem pripada, a u poslovnom smislu u sklopu poslovne strategije i izvozne orijentiranosti poduze- ća, ta je organizacijska jedinica samostalna.

Ovakav oblik samostalne organizacijske jedinice za izvoz dovodi do još veće specijalizacije osoblja za određene poslove izvoza robe što se neposredno pozitivno odražava na kvalitetno i uspješ- no obavljanje svih radnji vezanih uz izvršenje izvoznog posla, a osobito na promptno i ažurno izvršenje svih preuzetih obveza prema inozemnom kupcu u skladu s načelima urednog

poslovanja i uzancama u vanjskoj trgovini. Unutarnja organizacija samostalnog odjela ili sektora izvoza proizvodnog poduzeća ovisi o strukturi izvoza, broju proizvoda koji se kontinuirano izvoze, vrstama poslovnih aranžmana u izvozu i broju inozemnih tržišta na koja se izvozi roba. Unutarnja organizacija takvog odjela može biti riješena na tri načina:

• Može se temeljiti na funkcionalnom mjerilu, kod kojeg se odjel ili sektor dijeli na manje organizacijske jedinice (poslovnice, referade…) u kojima se obavljaju poslovi obrade tržišta i konjukture, izrade kalkulacije, sklapanja i izvršenja trgovačkih ugovora, financijsko-kreditni poslovi itd. Ti dijelovi odjela obavljaju sve poslove koji spadaju u njihovu nadležnost. Funkcionalna se organizacija primjenjuje kod proizvodnih poduzeća koja izvoze relativno manji broj artikala i rade s ograničenim brojem stranih zemalja.

• Drugi način podjele rada u izvoznom odjelu ili sektoru postoji kod poduzeća koja izvoze veći broj artikala u više stranih zemalja i to u velikom opsegu po količini i po vrijednosti robe. U slučaju unutarnje podjela rada po grupama artikala ili po zemljama namjene izvoza nazivi dijelova sektora ili odjela određuju se po regionalnim mjerilima (poslovnica za Latinsku Ameriku) ili po skupinama artikala vlastite proizvodnje (poslovnica – izvoz drvenog namje- štaja).

• Vrlo velika proizvodna poduzeća ili njihove korporacije izvoznu djelatnost izdvajaju u posebna izvoznička trgovačka društva. Ona su poslovno i financijski vezana uz njihove osniva- če, premda su pravno samostalna poduzeća, obično specijalizirana za obavljanje poslova izvoza određene grane proizvodnje.

3.2.3.Samostalni odjel ili sektor za uvoz

Samostalni odjel ili sektor za uvoz najčešće osniva proizvodno poduzeće kad godišnji opseg uvoza sirovina, reprodukcijskog materijala, opreme i dr., za vlastite potrebe, dosegne takav opseg da je ekonomski opravdano ove poslove obavljati u vlastitoj režiji.Unutarnja organizacija samostalnog odjela ili sektora za uvoz ovisi o nizu čimbenika (struktura i kontinuitet uvoza, broj tržišta iz kojih se uvozi...) koje prije donošenja odluke o organizaciji vlastitog uvoza valja analizirati i procijeniti kako bi se utvrdilo koliko obavljanje uvoznog poslovanja u vlastitoj režiji pridonosi racionalizaciji, isplativosti i uspješnosti ukupnog poslovanja poduzeća.

4. Prihodi i rashodi Republike Hrvatske za razdoblje od 2011.g. do 2015. g.

Hrvatska je zemlja u razvoju, mala po svojoj zemljopisnoj veličini, političkom značenju, veličini tržišta, proizvodno-tehnološkom i izvoznom potencijalu, utjecaju na formiranje cijena u svom tržišnom okruženju itd., što sve uvjetuje da se Republike Hrvatske selektivno razvija i specifično ponaša, slično kao i mnoge male naprednije europske zemlje.

4.1. Prihodi Republike Hrvatske za razdoblje od 2011.g. do 2015. g.

U tablici 1. Prikazani su prihodi Republike Hrvatske ostvareni u razdoblju od 2011.g. do 2015.g. na međunarodnom tržištu i to u milionima kuna.

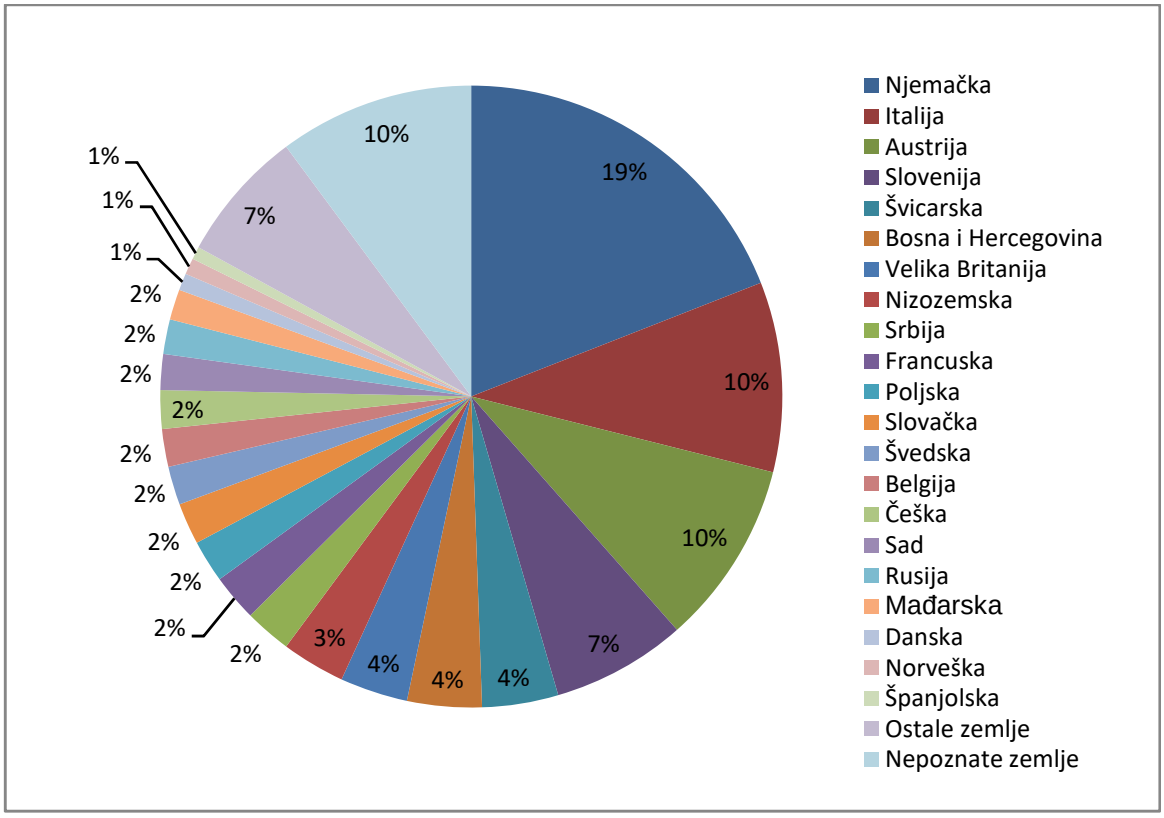
Tablica 1.Prihodi Republike Hrvatske u milionima kuna za 2011.g. - 2015.g.

Zemlja	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	Prosjek
Njemačka	1.528,30	1.658,90	1.929,80	2.062,00	2.400,50	**1.915,90**
Italija	930	903,8	1.009,60	1.090,10	1.033,10	**993,3**
Austrija	911,5	957,7	915,3	994,5	1.048,60	**965,5**
Slovenija	632	794	694,6	619,8	774,3	**703**
Švicarska	363	373,1	406,5	438,4	410,8	**398,4**
Bosna i Hercegovina	376	368,9	399,6	397,5	406,6	**389,7**
Velika Britanija	254,2	243,7	299,1	470,4	506,8	**354,8**
Nizozemska	262	300,1	373,3	347,3	386,6	**333,9**
Srbija	179,7	188,1	258,2	277,5	312	**243,1**
Francuska	202,5	232,8	245	273,3	266,3	**244**
Poljska	244,6	196,4	241,3	216,2	217,3	**223,2**
Slovačka	230,6	205,7	198,1	222,8	226,8	**216,8**
Švedska	156,8	152,6	190,3	235,7	269,7	**201**
Belgija	110,7	123,8	245,3	274,8	236,6	**198,2**
Češka	240,5	218,6	202,9	173,6	168,4	**200,8**
Sad	128,4	128,2	192,1	170,5	318	**187,5**
Rusija	262	250,5	178,6	122,7	89,9	**180,7**
Mađarska	154	128,3	168,4	164,4	183,4	**159,7**
Danska	64,2	54,6	100,1	107,7	116,6	**88,6**
Norveška	58,1	82,7	82,5	91,8	112,5	**85,5**
Španjolska	84,8	56,3	46,4	70,2	74	**66,3**
Ostale zemlje	584,8	595,3	669,1	712,7	896,1	**691,6**
Nepoznate zemlje	1.408,30	1.427,60	794,3	685,2	796,1	**1.022,30**
Ukupno	**9.367,20**	**9.641,70**	**9.840,40**	**10.219,10**	**11.251,20**	**10.063,90**

Izvor:
https://www.google.hr/search?q=prihodi+rh+u+poslovnom+poslovanju&oq=prihodi+rh+u+poslovnom+poslovanju&aqs=chrome..69i57.9300j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8(26.08.2016.)

Iz gore navedene tablice možemo primijetiti kako je najznačajnije izvozno tržište ono Europske unije i to s više od 50% udjela u ukupnom izvozu. Unutar tržišta Europske unije s najvećim udjelom izdvaja se tržište Njemačke od kojeg Hrvatska u prosjeku ostvari 2 milijarde kn prihoda, dok je izvan tržišta Europske unije najznačajnije tržište Švicarske i Bosne i Hercegovine (oba tek oko 390 mil. kn prihoda).

Slika 1. Prikaz ostvarenih prihoda strukturnim krugom



Verižni indeksisu relativni brojevi koji pokazuju promjene stanja pojave u uzastopnim razdobljima[12].

$$V_t = \frac{Y_t}{Y_{t-1}} * 100, \qquad t = 2,3, \dots, n$$

Verižni indeksi u oznaci V_t se računaju po gore navedenoj formuli, gdje je Y_t i Y_{t-1} predstavljaju broj prekršaja u određenoj godini i njoj prethodnoj godini, dok je n u našem slučaju broj 5 budući da je naše promatrano razdoblje od 2011.g. do 2015.g.

[12]Dr.sc. Šošić I.; Primjenjena statistika str.570

Stopu promjene računamo pomoću verižnog indeksa i to po formuli

$$s_t = V_t - 100, \quad t = 2,3, \dots, n$$

Tablica 2. Verižni indeksi i stope promjene prihoda po godinama

Godina	**Promet u milijunima kn**	**Verižni indeksi**	**Stope**
2011	9.367,20	-	-
2012	9.641,70	102.93	2.93%
2013	9.840,40	102.06	2.06%
2014	10.219,10	103.84	3.84%
2015	11.251,20	110.09	10.09%

Izvor: Ivan Šošić, Statistika

Ukupan prihod u svim godinama promatranog razdoblja bilježi lagani rast budući da je stopa promjena manja od 10%.

4.2. Rashodi Republike Hrvatske za razdoblje od 2011.g. do 2015. g.

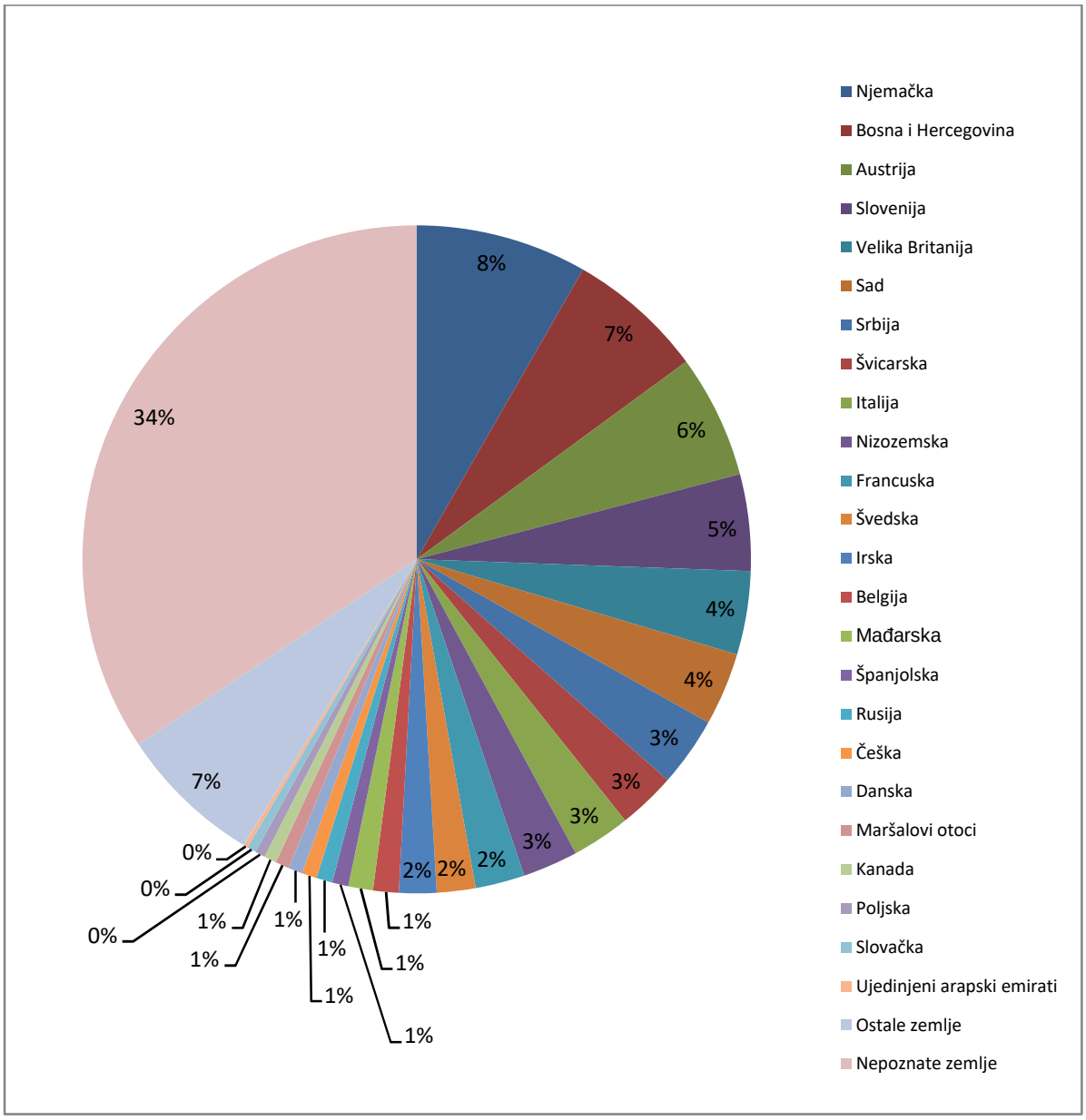
U tablici 3. prikazani su rashodi Republike Hrvatske ostvareni u razdoblju od 2011.g. do 2015.g. na međunarodnom tržištu i to u milionima kuna.

Tablica 3.Rashodi Republike Hrvatske u milionima kuna za 2011.g. - 2015.g.

Zemlja	2011.	2012.	2013.	2014.	2015.	U prosjeku
Njemačka	221,8	226,9	259,6	281,2	312,6	**260,4**
Bosna i Hercegovina	217,6	207,7	205,6	209,8	199,8	**208,1**
Austrija	164,2	184,2	170,9	194,2	223,8	**187,5**
Slovenija	130,4	151,9	156,1	139,8	155,1	**146,7**
Velika Britanija	108,5	123,2	117,1	120,9	163,7	**126,7**
Sad	103,3	120,5	100,8	94,4	135,6	**110,9**
Srbija	110,7	89,1	102,5	122,4	103,9	**105,7**
Švicarska	64,8	72,2	95,6	90,5	115,5	**87,7**
Italija	87,7	86,2	115,5	85,4	68,5	**88,7**
Nizozemska	62,2	68,6	82,5	97,2	109,4	**84**
Francuska	96,8	78,1	62,2	62,7	76	**75,2**
Švedska	42,9	85,3	71,2	40,2	52,6	**58,4**
Irska	40,1	50	50,5	56,1	88,4	**57**
Belgija	29,9	36	46	39,7	43,1	**38,9**
Mađarska	38,5	37	37,9	33,2	40,9	**37,5**
Španjolska	20,6	18,7	27,8	24,3	31,5	**24,6**
Rusija	12,5	44,6	38,3	13,7	14,1	**24,6**
Češka	27,6	30,4	22,3	15,4	17,8	**22,7**
Danska	21,4	18,9	22,5	17,6	27,6	**21,6**
Maršalovi otoci	0,1	0	40,3	29,4	34,6	**20,9**
Kanada	11,3	19,2	17,6	19,6	26,2	**18,8**
Poljska	12,4	16	15,4	14,6	19,6	**15,6**
Slovačka	12,3	7,6	10,2	13,9	25,5	**13,9**
Ujedinjeni arapski emirati	4,6	4,4	4,1	4,8	11,5	**5,9**
Ostale zemlje	184	192,2	228,2	239,7	255,9	**220**
Nepoznate zemlje	1.346,30	1.158,60	960,9	927,8	998,6	**1.078,50**
Ukupno	**3.172,50**	**3.127,50**	**3.061,80**	**2,988,60**	**3.351,70**	**3.140,40**

Izvor:
https://www.google.hr/search?q=prihodi+rh+u+poslovnom+poslovanju&oq=prihodi+rh+u+poslovnom+poslovanju&aqs=chrome..69i57.9300j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8(26.08.2016.)

Slika 2. Prikaz ostvarenih rashoda strukturnim krugom



Tablica 4.Verižni indeksi i stope promjene rashoda po godinama

God.	**Promet u milijunima**	**Verižni indeksi**	**Stope**
2011	3.172.5	-	-
2012	3.127.5	98.58	- 1.42%
2013	3.061.8	97.88	- 2.12%
2014	2.988.6	97.60	- 2.4%
2015	3.351.7	112.14	12.14%

Izvor: Ivan Šošić, Statistika

U svim godinama navedenog razdoblja ostvaren je lagani pad ukupnih rashoda budući da je apsolutna vrijednost stope promjene manja od 3%. U 2015.g. ostvaren je rast ukupnih rashoda za 12,14% u odnosu na isto razdoblje prethodne godine).

5. Izvoz i uvoz prema nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti i prema sektorima

Tablica 5. Izvoz i uvoz prema nacionalnoj klasifikaciji djelatnosti za 2014.g. i 2015.g.

	Izvoz			**Uvoz**		
Djelatnosti	**I.-XII.mj 2014.**	**I.-XII.mj 2015.**	**Verižni indeksi**	**I.-XII.mj 2014.**	**I.-XII.mj 2015.**	**Verižni indeksi**
Poljoprivreda,šumarstvo i ribarstvo	2 648 564	3 276 494	123,7	3 173 854	3 513 272	110,7
Rudarstvo	861 756	676 674	78,5	10 005 298	8 231 820	82,3
Prerađivačka industrija	56 926 492	63 749 453	112,0	93 270 652	100 906 618	108,2
Električna energija, plin, parom i klimatizacijom	2 065 142	2 389 020	115,7	3 215 807	4 287 530	133,3
Opskrba vodom, Uklanjanje otpadnih voda	1 635 277	1 825 998	111,7	374 346	379 662	101,4
Informacije i komunikacije	421 856	381 840	90,5	447 840	374 781	83,7
Stručne,znanstvene i tehničke djelatnosti	14 424	3 921	27,2	804	482	60,0
Umjetnost,zabava i Rekreacija	2 825	2 784	98,5	2 650	1 407	53,1
Neraspoređeno	470 037	302 994	64,5	32 368	29 818	92,1
Ukupno	65.046372	72.609177	111,6	110.523619	117.725389	106,5

Izvor:http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2015/04-02-01_10_2015.htm(26.08.2016.)

Ukupan izvoz od siječnja do listopada 2014. godine iznosio je 65,05 milijuna kuna, a isto razdoblje 2015. godine iznosilo je 72,61 milijuna kuna. Što znači da je za 11,6 % u 2015.g veće u odnosu na 2014. godinu .

Ukupan uvoz od siječnja do listopada 2014. godine iznosio je 110,52 milijuna kuna, a isto razdoblje 2015. godine iznosio je 117,73 milijuna kuna . Što znači da je za 6,5% u 2015.g. veći u odnosu na 2014. godinu.

U 2014.g. i 2015.g. najviše se uvozilo i izvozilo u prerađivačkoj djelatnosti.

Tablica 6. Uvoz i izvoz prema sektorima

Sektor	Izvoz			Uvoz		
	I. – X. 2014.	I. – X. 2015.	Verižni indeksi.	I. – X. 2014.	I. – X. 2015.	Verižni indeksi
Ukupno	**65 046 372**	**72 609 177**	**111,6**	**110 523 619**	**117 725 389**	**106,5**
Hrana i živeživotinje	6 334 379	7 542 574	119,1	12 272 840	13 425 721	109,4
Pića i duhan	1 078 503	1 073 712	99,6	1 265 831	1 435 686	113,4
Sirove materije, osim goriva	5 161 263	5 635 323	109,2	1 906 108	2 165 191	113,6
Mineraln agoriva i maziva	9 305 467	8 410 753	90,4	20 995 498	18 390 228	87,6
Životinjska i biljna ulja i masti	168 789	173 498	102,8	613 999	581 276	94,7
Kemijski proizvodi	6 864 463	8 338 963	121,5	14 608 180	16 402 041	112,3
Proizvodi svrstani prema materijalu	10 731 414	11 669 226	108,7	19 616 263	21 478 855	109,5
Strojevi i prijevozna sredstva	13 839 903	17 131 629	123,8	24 481 859	27 598 939	112,7
Razni gotovi proizvodi	10 385 906	11 707 090	112,7	14 556 404	16 181 106	111,2
Proizvodi i transakcije	706 249	623 416	88,3	174 267	36 528	21,0
Neraspoređeno	470 037	302 994	64,5	32 368	29 818	92,1

Izvor: http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2015/04-02-01_10_2015.htm(26.08.2016.)

U 2014.god najviše se izvozilo u sektoru strojeva i prijevozna sredstva 14 mil., dok se najmanje u sektoru životinjskih i biljnih ulja i masti svega 169 tis. Iste te godine uvozilo se najviše u sektoru strojevi i prijevozna sredstva 24 mil. dok se najmanje u proizvodi i transakcije 174 tis.

U 2015.god. najviše se izvozilo u sektoru strojevi i prijevozna sredstva i to 17 mil., a najmanje kao i prošle godine u sektoru životinjskih i biljnjih ulja i masti 174 tis. Iste godine uvozilo se najviše u sektoru strojeva i prijevoznih sredstva, a najmanje u proizvodi i transakcije 37 tis.

Tablica br. 7. Robna razmjena Republike Hrvatske s inozemstvom za 2014. I 2015. godinu

	Izvoz	**Uvoz**	**Saldo robne razmjene**	**Pokrivenost uvoza izvozom %**
	tis. kuna	tis. kuna	tis. kuna	
2014.				
I. – XII.	79 099 297	130 673 1960	-51 573 898	-9 062 975

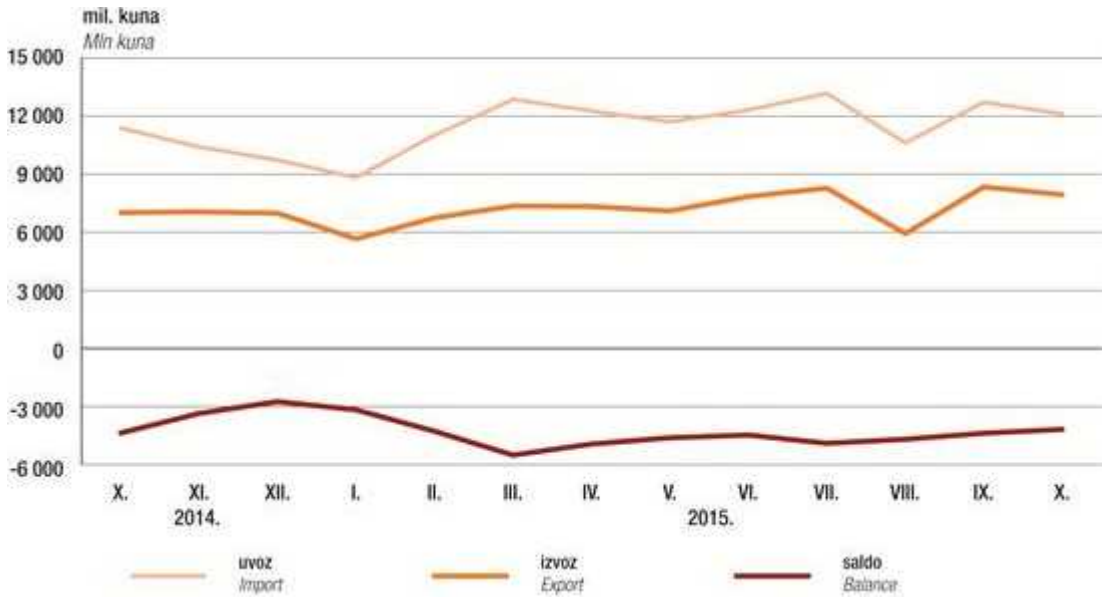
	Izvoz	**Uvoz**	**Saldo robne razmjene**	**Pokrivenost uvoza izvozom %**
	tis. kuna	tis. kuna	tis. kuna	
2015.				
I. – XII.	72 609 177	117 725 389	-45 116 212	-6 623 223

Izvor: http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2015/04-02-01_10_2015.htm(26.08.2016.)

Ukupan izvoz Republike Hrvatske u razdoblju od siječnja do prosinca 2014. iznosio je 79,1 milijardi kuna. Istodobno je uvoz iznosio 130,7milijardi kuna. Vanjsko trgovinski deficit iznosio je 51,58 milijardu kuna.

Ukupan izvoz Republike Hrvatske u razdoblju od siječnja do prosinca 2015., prema privremenim podacima, iznosio je 72,6 milijardi kuna. Istodobno je uvoz iznosio 117,7 milijardi kuna. Vanjsko trgovinski deficit iznosio je 45,1 milijardu kuna.

Slika 3.. Robna razmjena s inozemstvom od listopada 2014. do listopada 2015.g..



Izvor: http://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2015/04-02-01_10_2015.htm(26.08.2016.)

6. Izvozna i uvozna dokumentacija prema vrsti postupka

U nastavku pogledajte koja je dokumentacija potrebna za provođenje izvoznog postupka prema tipu postupka.

Tablica br.8. Izvozna dokumentacije

Dokumentacija	NEC	GRA	RED	VPJ	VPI	PRI	PON	REE
Dispozicija		O	O	O	O	O	O	O
Komercijalna faktura			O					O
Proforma faktura	O	O		O	O	O	O	
EUR1		N	N					
Izjava uz EUR1		N	N					
Izjava o porijeklu robe		N	N					
Izjava za gratis izvoz		O						
Izjava o razlogu vanjske proizv.				O	O			
Zapis o kvaru				O	O			
Jamstveni list				O				
JCD prvobitnog uvoza				O	O		O	
Zahtjev i odobrenje za izvoz				O	O			
Izjava primatelja				O	O			
Mišljenje HGK					O			
Izjava za privremeni izvoz						O		
Dokumentacija prvobitnog izvoza							O	
Uvozni račun								O

Legenda: O - obvezna dokumentacija, N - neobavezna dokumentacija

Izvor :https://www.overseas.hr/spedicija/carinski-postupak-i-dokumentacija (25.08.2016.)

NEC - necarinski ,**GRA** - gratis , **RED** - redovni ,**VPJ** - vanjska proizvodnja u jamstvenom roku, **REE**– reexport, **VPI** - vanjska proizvodnja izvan jamstvenog roka,**PRI** - privremeni izvoz ,**PON** - ponovni izvoz .

6.1. Izvoz i opis dokumentacije

Izvoz necarinske robe svaku pošiljku, osim one koja sadržava dokumente, nužno mora pratiti jedan od oblika fakture. Ukoliko je sadržaj pošiljke roba male vrijednosti koja služi kao uzorak ili roba koju radi vrste i vrijednosti nije potrebno izvozno cariniti potrebno je priložiti pet primjeraka proforma računa.[13]

Gratis izvoz **predstavlja slanje robe primatelju izvan granica Hrvatske ukoliko za istu nije niti će uslijediti plaćanje protuvrijednosti. Gratis izvoz robe podrazumijeva da se roba neće vraćati u Hrvatsku niti da će uslijediti uvoz zamjenske robe. Prilikom gratis izvoza proizvoda potrebno je priložiti slijedeće dokumente: dispoziciju za izvoz, pet primjeraka i proforma fakture, izjavu za gratis izvoz.**

Redovan izvoz**predstavlja slanje robe koja je prodana ili će biti prodana primatelju izvan granica Hrvatske. Prilikom redovnog izvoza moraju biti priloženi slijedeći dokumenti: dispozicija za izvoz, pet primjeraka (komercjalne) fakture .**

Ukoliko je roba hrvatskog podrijetla mora sadržavati:

-EUR 1 obrazac za vrijednost robe koja premašuje iznos od 6.000,00 EUR-a skupno ili pojedinačno

-Izjavu proizvođača o porijeklu robe uz EUR 1

-Izjavu o porijeklu na računu za pošiljke vrijednosti do 6.000,00 EUR-a

-Izjavu o porijeklu robe uz izjavu na računu

Izvoz radi međunarodne proizvodnje odnosi se na domaću robu koja se privremeno izvozi iz Hrvatske da bi se na njoj obavile određene proizvodne radnje (obrada, postavljanje, sastavljanje i ugradba u drugu robu, prerada i dorada robe, popravak, uključujući obnavljanje i osposobljavanje). Takav proizvod naziva se dobiveni proizvod i njega je potrebno ponovno uvesti u Hrvatsku, pri čemu se na razliku vrijednosti između dobivenog proizvoda i prethodno izvezenog repromaterijala naplaćuju carina i PDV. Zahtjev za izvoz robe radi vanjske proizvodnje podnosi se nadležnoj carinarnici, na posebnim obrascima i uz prilaganje propisanih isprava. Među njima je najvažnija Mišljenje Hrvatske gospodarske komore o ispunjavanju gospodarskih uvjeta za takav postupak - u pravilu je to nedostatak odgovarajućih proizvodnih kapaciteta u Hrvatskoj. Izvoz radi međunarodne proizvodnje moguće je provesti za robu unutar jamsvenog roka i van jamstvenog roka.

[13]Carinska uprava.

Izvoz radi međunarodne proizvodnje unutar jamstvenog roka

Potrebno je priložiti slijedeće dokumente:

-Pet primjeraka proforma računa

-Dispozicija (pravne osobe)

-Izjavu izvoznika o utvrđivanju kvara ili razlog (umjeravanje, testiranje, kalibracija ili drugo)

-Zapisnik o kvaru s potpisom tri člana komisije

-Pravovaljan dokaz o jamstvu (ukoliko je u jamstvenom roku)

-JCD za robu prilikom uvoza

-Žigom i potpisom odgovorne osobe ovjeren zahtjev za uporabu postupka s gospodarskim učinkom i priloženo odobrenje s istim podacima

-Komunikacija (na primjer e-mailom) da primatelj robe traži da mu se roba pošalje

Izvoz radi međunarodne proizvodnje van jamstvenog roka

Potrebno je priložiti slijedeće dokumente:

-Pet primjeraka proforma računa

-Dispoziciju (pravne osobe)

-Izjavu izvoznika o utvrđivanju kvara ili razlog (umjeravanje, testiranje, kalibracija ili drugo)

-Zapisnik o kvaru s potpisom tri člana komisije

-Žigom i potpisom odgovorne osobe ovjeren zahtjev za uporabu postupka s gospodarskim učinkom i priloženo odobrenje s istim podacima

-Komunikacija (na primjer e-mailom) da primatelj robe traži da mu se roba pošalje

-Mišljenje Hrvatske gospodarske komore (da su ispunjeni uvjeti za odobrenje provedbe postupka međunarodne proizvodnje izvozniku zbog nepostojanja adekvatne usluge u Republici Hrvatskoj)

Privremeni izvoz

Roba se iz RH može privremeno izvesti uz slijedeće uvjete:

-Roba mora biti ponovno uvezena u istom obliku, odnosno u stanju u kojem je bila privremeno izvezena

-Roba mora ostati u vlasništvu osobe sa sjedištem izvan države privremenog uvoza

-Robu mora upotrebljavati isključivo osoba koja posjećuje područje privremenog uvoza (nije namijenjena za iznajmljivanje)

Ponovni izvoz **jest postupak izvoza robe koja je prethodno već uvezena (na primjer privremeni uvoz ili unutarnja proizvodnja). Prilikom ponovnog izvoza potrebno je priložiti slijedeće dokumente:**

-Dispoziciju

-Pet faktura (prema primatelju izvan Hrvatske)

-Sve dokumente od prethodnog uvoza (JCD, fakture, ostala prateća dokumentacija)

Ovdje možete pronaći popis dokumentacije koja je potrebna za uvoz pošiljaka po pojedinoj vrsti uvoznog postupka. Ova dokumentacija potrebna je svim zeljama koje prevoze robu.

Tablica br.9. Uvozna dokumentacija

Dokumentacija	GRA	RED	UPR	PRI	PON
Dispozicija	O	O	O	O	O
Komercijalna faktura		O			
Proforma faktura	O		O	O	O
EUR1	N	N			
Izjava za gratis uvoz	O				
Zahtjev i odobrenje za izvoz			O	O	
Normativ			O		
Izjava za unutarnju proizvodnju			O		
Specifikacija uvezene robe			O		
Izjava za privremeni uvoz				O	
Dokumentacija prvobitnog uvoza					O

Legenda: O - obvezna dokumentacija, N - neobavezna dokumentacija

Izvor:https://www.overseas.hr/spedicija/carinski-postupak-i-dokumentacija(25.08.2016)

6.2. Uvoz i opis dokumentacije

Uvoz necarinske robe **se pušta u slobodni promet i dostavlja naslovljenom primatelju bez prethodne carinske obrade.**

Gratis uvoz **predstavlja uvoz robe iz inozemstva u RH ukoliko za istu neće uslijediti plaćanje protuvrijednosti. U tom slučaju potrebno je priložiti sljedeće dokumente:**

-Dispoziciju za uvoz

-5 primjeraka proforma fakture

-Izjavu za gratis uvoz

Redovan uvoz**predstavlja uvoz robe iz inozemstva koja je prodana ili će biti prodana primatelju u Hrvatskoj. Prilikom redovnog izvoza moraju biti priloženi sljedeći dokumenti:**

-Dispoziciju za uvoz

-Komercijalna faktura

Uvoz radi unutarnje proizvodnje **odnosi se na inozemnu robu koja se privremeno uvozi u Hrvatsku da bi se na njoj obavile određene proizvodne radnje (obrada, postavljanje, sastavljanje i ugradba u drugu robu, prerada i dorada robe, popravak, uključujući obnavljanje i osposobljavanje. Prilikom uvoza robe u svrhu unutarnje proizvodnje potrebno je priložiti slijedeće dokumente:**

-Proforma račun

-Dispoziciju

-Zahtjev i odobrenje carinarnice za unutarnju proizvodnju

-Normativ ulaza i izlaza robe (komadi, kilaža...), navesti koliko će se uvenog materijala

utrošiti po jedinici novog prozivoda

-Izjava što će se uvezenom robom raditi (dorada, obrrada, popravak)

-Specifikacija uzvene robe

Privremeni uvoz

Roba se iz RH može privremeno uvesti uz slijedeće uvjete:

-Roba mora biti ponovno izvezena u istom obliku, odnosno u stanju u kojem je bila privremeno uvezena

-Roba mora ostati u vlasništvu osobe sa sjedištem izvan države privremenog uvoza

-Robu mora upotrebljavati isključivo osoba koja posjećuje područje privremenog uvoza (nije namijenjena za iznajmljivanje)

-Privremeni uvoz predstavlja uvoz robe u Hrvatsku za točno određenu svrhu te mora biti namijenjena ponovnom izvozu u određenom roku u kojemu mora ostati u nepromijenjenom stanju, osim uobičajene amortizacije uslijed trošenja pri uporabi.

Ponovni uvoz **jest postupak uvoza robe koja je prethodno izvezena (na primjer privremeni izvoz ili vanjska proizvodnja). Prilikom ponovnog izvoza potrebno je priložiti slijedeće dokumente:**

-Dispozicija

-Fakturu (prema primatelju u Hrvatskoj)

-Sve dokumente od prijašnjeg izvoza (JCD, faktura, te ostala prateća dokumentacija na primjer odobrenje carine za privremeni izvoz)

7. Zaključak

Zbog velikog razvoja društvenih proizvodnih snaga koje izazivaju proizvodnju robe u velikim količinama i tako tržište postaje preusko za njihov plasman tražimo nova tržišta, tj. izvozimo i ostvarujemo različita devizna sredstva koja mogu poslužiti za uvoz robe koja se ne proizvodi u Republici Hrvatskoj. Glavni zadatak poduzeća koje sudjeluje u međunarodnoj trgovini jest da omogući skladan gospodarski razvoj zemlje, da utječe na razvoj i uaprjeđenje proizvodnje, da zadovolji stvarne potrebe domaćeg tržišta, a uz to i osigura plasman proizvedenih viškova robe na stranim tržištima. Značaj međunarodne trgovine možemo vidjeti u stalnom miješanju nacionalnih ekonomija i koliki razvoj one pridonose nekoj državi. Ispravno uključivanje u međunarodnu trgovinu na temelju prednosti neke zemlje omogućuje prilagođavanje i postizanje poželjnih promjena koje pridonose konkurenciji, proizvodnji i bržem gospodarskom rastu. Iz svega navedenog vidimo koliko je važna povezanost poduzetništva i vanjske trgovine.

Članstvo Hrvatske u EU donijelo je velike promjene u brojnim segmentima života u Hrvatskoj. Tim članstvom se hrvatski proizvodi danas smatraju sve većom konkurencijom, a naše poduzetnike potiče se da obrate pozornost na vanjsku trgovinu. Hrvatski izvoz je u usponu, ali to još nije dovoljno jer uvoz ima dva puta veću vrijednost od izvoza, te rastući robni deficit. Pažnja bi se trebala usmjerit na izvoz i smanjenje uvoza, te davanje prilika manjim proizvođačima kojima je teško doći do kupaca. Kao što smo gore u tablicama vidjeli da je tržište Njemačke od kojeg Hrvatska u prosjeku ostvari dvije milijarde kn prihoda na godinu, a prosjećni prihod nam je 10,1 milijarda, dok su nam u prosjeku rashodi 3,1 milijardi kuna.

Andrej Halilović

Halilović

(potpis studenta)

Literatura :

1. Traverso, D.(2003). Poduzetničke tehnike. Zagreb: M.E.P. Consult.

2. Nordstroem, Kjell A., Ridderstral, J.(2002). Funky business. Zagreb: Differo.

3.Ivan Šošić, Statistika

4. Škuflić, L.: "Međunarodna strateška orijentacija i trgovinska politika Republike Hrvatske", (Doktorska disertacija), Rijeka, Ekonomski fakultet, 1999.

5. Matej Galić: Suvremeno poduzetništvo u korelaciji s vanjskom trgovinom , Hrčak

http://www.hgk.hr/wps/portal/!ut/p/_s.7_0_A/7_0_P7?url=http%3A%2F%2Fhgk.biznet.hr%2Fhgk%2Ftekst2.php%3Fa%3Db%26page%3Dtekst%26id%3D554 (Sačuvano: 22. 04. 2012).

http://www.tportal.hr/biznis/poslovni_vodic/179614/Vodic-kroz-promjene-u-vanjskoj-trgovini.html (Sačuvano: 12. 04. 2012).

http://www.hgk.hr/gospodarska-kretanja-novo-3/ekonomski-odnosi-s-inozemstvom

http://www.dzs.hr/

https://www.overseas.hr/spedicija/carinski-postupak-i-dokumentacija

http://hrcak.srce.hr/

http://www.unizd.hr/portals/4/nastavni_mat/2_godina/statistika/3_predavanje_statistika.pdf

https://www.google.hr/search?q=prihodi+rh+u+poslovnom+poslovanju&oq=prihodi+rh+u+poslovnom+poslovanju&aqs=chrome..69i57.9300j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8

https://izvoz.gov.hr/o-hrvatskom-izvozu/9

https://www.google.hr/search?q=Uvoz&oq=Uvoz&aqs=chrome..69i57j0l5.1179j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8

Popis tablica:

Tablica br. 1. Prihodi RH u poslovnim uslugama

Tablica br.2. Varižni indeksi prihoda poslovnih usluga

Tablica br.3. Rashodi u RH u poslovnim uslugama

Tablica br.4. Varižni indeksi rashodi u poslovnim uslugama

Tablica br.5. Izvoz i uvoz prema nacionalnoj klasifikaciji djelatnopsti

Tablica br. 6. Uvoz i izvoz prema sektorima

Tablica br. 7. Robna razmjena Republike Hrvatske s inozemstvom za 2014. I 2015. godinu

Tablica br.8. Izvozna dokumentacija

Tablica br.9. Uvozna dokumentacija

Popis grafikona:

Grafikon br.1. Robna razmjena s inozemstvom od listopada 2014. do listopada 2015. godine.

Grafikon br.2. Prikaz ostvarenih rashoda strukturnim krugom

Grafikon br.3. Robna razmjena RH od prosinca 2013. do prosinca 2014.god.