



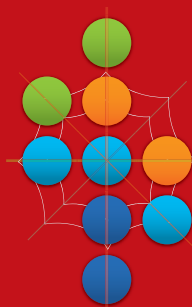
# VODIČ ZA IZVOZ

## u Republiku Bugarsku



Jugoistočna  
Razvojna  
Mreža

Southeast  
Development  
Network



Jugoistočna  
Razvojna  
Mreža

Southeast  
Development  
Network

Vodič se izrađuje u okviru Projekta  
**“Program podrške izvozu MSPP u Republiku Bugarsku”**

Ovaj projekat realizuje Jugoistočna razvojna mreža, asocijacija akreditovanih regionalnih razvojnih agencija južne i istočne Srbije.

Jugoistočnu razvojnu mrežu čine akreditovane regionalne razvojne agencije:

- Regionalna razvojna agencija – „Jug“, Niš
- Regionalna razvojna agencija „Braničevo – Podunavlje“, Požarevac
- Centar za razvoj Jablaničkog i Pčinjskog okruga, Leskovac
- RARIS, Regionalna agencija za razvoj istočne Srbije, Zaječar

Asocijacija promovise regionalni razvoj južne i istočne Srbije. Akreditovane regionalne agencije za razvoj koje deluje na teritoriji južne i istočne Srbije žele da na ovaj način svojom međusobnom saradnjom, razmenom iskustava i umrežavanjem doprinesu ubrzanom regionalnom razvoju Srbije.

Realizaciju Projekta je podržala RAZVOJNA AGENCIJA SRBIJE – RAS u okviru svog Programa podrške poslovnoj institucionalnoj infrastrukturi u 2016. godini.

## SADRŽAJ

<b>1</b>	UVOD.....	[3]
<b>2</b>	OSNOVNE INFORMACIJE O REPUBLICI BUGARSKOJ.....	[5]
<b>3</b>	CARINSKO POSLOVANJE I PROCEDURE.....	[13]
<b>4</b>	PODRŠKA IZVOZU.....	[29]
<b>5</b>	IZVOZ.....	[39]
<b>6</b>	TEST: DA LI STE SPREMNI ZA IZVOZ?.....	[49]
<b>7</b>	KORISNE ADRESE.....	[53]



**1**

**UVOD**

# UVOD

Potencijalni i budući izvoznici, treba da budu upoznati sa osnovnim tehničkim propisima i procedurama spoljnotrgovinskog poslovanja, izvoznom planu, osiguranju, pravilima o označavanju, higijenskim zahtevima ili ekološkim propisima za robu koju će prodati na određenom inostranom tržištu.

Neophodno je da MSP sektor kao i velike kompanije, redovno prikupljaju određene relevantne informacije u vezi sa spoljnotrgovinskim poslovanjem kao i korisne kontakte institucija koje mogu pružiti adekvatnu podršku.

Može biti korisno i da provere da li se primenjuju povlašćene uvozne carinske stope i ustanove koja se pravila o poreklu primenjuju. Takođe je korisno znati lokalne poreze potencijalnih tržišta, kao što su PDV i akcize. Pre izvoza robe, takođe treba da budu upoznati sa institucijama ili organizacijama koje pružaju podršku poslovanju i koje mogu u njihovom interesu da provere neke tržišne podatke, na primer statističke podatke o izvozu i uvozu određene robe ili praktične informacije o međunarodnim poslovnim sajmovima u njihovoj privrednoj grani. Mogli bi da potraže poslovne partnere i načine za unapređenje svoje delatnosti i ponude za saradnju u različitim državama ili traže modele tekstova ugovora u međunarodnoj trgovini.

„Vodič za izvoz u Republiku Bugarsku“ nastoji da pruži korisne informacije i ukaže na izvore relevantnih institucija gde se mogu pronaći konkretni odgovori iz oblasti spoljnotrgovinskog poslovanja – u ovom slučaju projektom definisanog tržišta Republike Bugarske.

Posebna važnost ovog vodiča leži u činjenici da samo 30% srpskih firmi učestvuje u izvozu ali i nastojanju da pruži odgovor na pitanje: Da li sam spreman za izvoz?

Realizaciju Vodiča je podržala Razvojna agencija Srbije – RAS u okviru svog Programa podrške poslovnoj institucionalnoj infrastrukturi u 2016. godini.

**2**

**OSNOVNE INFORMACIJE O  
REPUBLICI BUGARSKOJ**

# OSNOVNE INFORMACIJE O REPUBLICI BUGARSKOJ

## Opšti podaci

(Izvor: REPUBLIC OF BULGARIA National statistical institute <http://www.government.bg/>)

**Službeni naziv zemlje:** Republika Bugarska

**Položaj:** Jugoistočna Evropa

**Glavni grad:** Sofija

**Veći gradovi:** Plovdiv, Varna, Bourgas, Ruse, Veliko Tarnovo

**Službeni jezik:** Bugarski

**Političko uređenje:** Parlamentarna demokratija

**Površina ukupno:** 110.993 km<sup>2</sup>

**Stanovništvo:** 7.9 miliona

**Valuta:** Bugarski lev (BGN)

**Geografski položaj:** Bugarska se nalazi na jugoistoku Evrope, na Balkanskom poluostrvu. Graniči se sa Rumunijom na severu i sa Srbijom i Makedonijom na zapadu. Na istoku izlazi na Crno more.



Glavni grad Bugarske je Sofija (koji ima 1,3 mil. stanovnika) i 12. je grad po veličini u EU. Ostali veći gradovi su Plovdiv (335.153 stanovnika), Varna (334.870 stanovnika) i Burgas (197.301 stanovnika).

Stanovništvo i etnička struktura: Većinsko stanovništvo su Bugari pravoslavnog porekla, dok su u manjini zastupljeni Turci (8,5%) i Romi (2,6%).



Službeni praznici u Bugarskoj

- 1. januar - Nova godina;
- 1. maj - Praznik rada;
- 6. maj - Dan Svetog Đorđa;
- 9. septembar - Dan nezavisnosti;
- 24 – 26. decembar - Božić.

Prirodna bogatstva: Prirodna bogatstva ove zemlje čine industrija koksa, boksita, bakra, olova, cinka, uglja, drva, kao i prirodni gas.

## Privredne delatnosti

Ključni privredni sektori i grane su: proizvodnja električne energije i gasa, prehrambena, duvanska, mašinska, metalna, hemijska, industrija koksa, tekstilna i konditorska. Značajnu ulogu ima poljoprivredna proizvodnja: povrće i voće, duvan, stoka, žito, ječam, suncokret, šećerna trska i grožđe.

Navedene grane su među najperspektivnijim za razvoj zemlje.

Odabrane činjenice za MSP sektor Republike Bugarske:

*Izvor: A Study of Entrepreneurship and the Prospects for Innovations Development in SMEs (2012-2013)*

- U 2011. godini, ukupan broj malih i srednjih preduzeća bio je 350.679, pri čemu se ovaj broj smanjuje za 0,6% na godišnjem nivou.
- Učešće MSP u privredi je 99,8%.
- Svi segmenti MSP prijavljuju usporavanje u njihovom broju, ponajviše u srednjim preduzećima (-1,5%).
- Broj malih i srednjih preduzeća u industriji je smanjen za 3,1%, dok je uslužni sektor stabilizovan.
- Sektor malih i srednjih preduzeća se odlikuje pozitivnom dinamikom samo u jugozapadnim i jugoistočnim regionima u zemlji.
- Postoji porast investicija od 1,7% u MSP sektoru.
- Sektor malih i srednjih preduzeća zapošljava 1.480.952 lica.
- Prosečan broj zaposlenih po MSP ostaje konstantan – 6 osobe.
- 20% je udeo preduzeća koja se suočavaju sa problemom finansiranja, koji je uporediv sa prosekom u EU.

Tabela 1: Rang lista Svetske banke – Bruto domaći proizvod (BDP) – 2015.

Rang	Država	BDP (milionima \$)
1	SAD	17.946.996
-	Evropska unija	16.229.464
2	Kina	10.866.444
3	Japan	4.123.258
4	Nemačka	3.355.772
5	Velika Britanija	2.848.755
...		
81	Bugarska	50.199
...		
92	Srbija	37.160

Bugarska je najjeftinija za život u dvadesetsedmočlanjoj Evropskoj uniji, sa 51% od proseka u EU, dok je Danska najskuplja, sa potrošačkim cenama koje iznose 141% u odnosu na prosek EU, prema Eurostatu (statistički biro Evropske Unije).

Obaveze bugarskih preduzeća u 2014. godini dostigle su 160 milijardi leva (oko 80 milijardi eura), dok je u 2015. godini ukupni dug prema dobavljačima, radnicima, budžetu i lizing kompanijama premašio 195 milijardi leva (oko 87,5 milijardi eura). Privatizacija je sprovedena u visokom stepenu, posebno u bankarskom sektoru (oko 85%, u tome ino banke čine 70%). 46% bankarskog kapitala je skoncentrisano u 3 banke (UniCredit Bul-bank, Nacionalna štedionica, Ujedinjena bugarska banka). Turistički sektor je potpuno privatizovan.

Privatni sektor beleži najveći rast u trgovini i maloprodaji, građevinarstvu i proizvodnji hrane (meso, mlečni proizvodi i proizvodnja hleba).

Tabela 2: Privredni pokazatelji Republike Bugarske – 2014. god.

<b>BDP:</b>	56.725 miliona USD
<b>BDP po stanovniku:</b>	7.852 USD
<b>Inflacija (%):</b>	-0,1
<b>Nezaposlenost (%):</b>	11,4

<b>Prirodna bogatstva:</b>	Boksit, bakar, olovo, cink, uglj, drvo, obradivo zemljište
<b>Izvoz:</b>	23.754 miliona USD
<b>Glavni izvozni proizvodi:</b>	Odeća, obuća, gvožđe i čelik, mašine i oprema, goriva
<b>Uvoz:</b>	26.873 miliona USD
<b>Glavni uvozni proizvodi:</b>	Mašine i oprema, metali i rude, hemijski proizvodi i plastika, goriva, minerali, sirovine

*Izvori: Nacionalni zavod za statistiku, Bugarska<sup>1</sup>*

## Transport

Međunarodni aerodromi su u Sofiji, Plovdivu, Burgasu i Varni.

Morske luke: Varna i Burgas. Luke na Dunavu: Ruse, Lom, Vidin, Silistra i dr.

Železničke linije - 6,5 hiljada km (65% elektrificirano), povezana turistička mesta na Crnom moru sa Sofijom.

Putevi - 37.3 hiljada km, magistralama povezana veća turistička mesta i luke (Varna, Burgas i dr) sa Sofijom i srpsko-bugarskom granicom, iako je na pojedinim mestima stanje putne infrastrukture loše.

Nije potrebna međunarodna vozačka dozvola za vožnju kroz Republiku Bugarsku tokom privremenog boravka ili tranzita, ukoliko je država koja je izdala vozačku dozvolu potpisnica Konvencija o drumskom saobraćaju. Za Bugarsku nije potreban zeleni karton s obzirom da je potpisnica multilateralnog sporazuma o zelenoj karti, kome se priključila i Srbija.

<sup>1</sup> MAIN MACROECONOMIC INDICATORS 2014, Sofia 2016

Tabela 3: Izvoz / Uvoz republike Bugarske u 2015.god.

Izvoz	\$24.33 billion	Uvoz	\$27.66 billion
<b>Izvozna roba</b>	odeća, obuća, gvožđe i čelik, mašine i oprema, goriva	<b>Uvozna roba</b>	Mašine i oprema, metal ii rude, hemija i plastika, nafta i naftni derivati, mineral ii mineralne materije
<b>Glavni izvozni partneri</b>	Nemačka 12.5% Italija 9.2% Turska 8.5% Rumunija 8.2% Grčka 6.5% Francuska 4.2%	<b>Glavni uvozni partneri</b>	Nemačka 12.9% Rusija 12% Italija 7.6% Rumunija 6.8% Turska 5.7% Grčka 4.8%

Izvor: Nacionalni zavod za statistiku, Bugarska

## PREDNOSTI TRŽIŠTA REPUBLIKE BUGARSKE

- 1. Deo zajedničkog evropskog tržišta** – Proizvodna ili distribuciona infrastruktura u Bugarskoj omogućava realan pristup evropskom tržištu i obezbeđuje prepoznatljivost robne marke. Uz to, evropsko poreklo robe i usluga omogućava uspešne plasmane kroz procese nabavke u okviru EU.
- 2. Član NATO-a i EU (01.01.2007)** – Kao članica EU, Bugarska je prihvatila niz dokazanih praksi i politika tako da neprekidno poboljšava svoje zakone i biznis prakse a time se pomaže investitorima. Cilj je da se podstaknu investicije u zemlji, da se olakša investicioni proces i da biznis procedure budu brže, lakše i jednostavnije.
- 3. Jedni od najnižih poreza u EU** – 10% porez na dobit; 10% je porez na prihode fizičkih lica; opšta stopa PDV je 20% a snižena stopa 9%; oslobađanje od PDV-a za 2 godine pri uvozu opreme za investicione projekte preko 5 mil. eura koji obezbeđuju barem 50 radnih mesta; potpuna amortizacija kompjutera i nove opreme za proizvodnju 2 godine nakon kupovine; mogućnost rashodovanja sredstava za istraživanja i razvoj kompanije.
- 4. Makroekonomska i finansijska stabilnost** – Realan rast BDP-a (bruto domaći proizvod); minimalna godišnja promena inflacije; nulti valutni rizik – BGN (bugarski lev) je fiksiran ka EUR (euro); pozitivna ocena kreditnog rejtinga i investicione klime u Bugarskoj od strane svetskih rejting agencija.
- 5. Stabilan ekonomski rast** – Bugarski lev je stabilna valuta (1 euro=1.95583 leva) što doprinosi stabilnoj

ekonomiji. Zahvaljujući lokalnim i stranim investicijama, finansijski sistem je stabilan.

- 6. Strateški položaj** – Bugarska ima odličan strateško-geografski položaj kao most između Evrope i Azije.
- 7. Najniži operativni troškovi u Evropi** – Vrlo povoljne cene za iznajmljivanje poslovnog prostora, kancelarijski materijal je jeftiniji u odnosu na ostatak tržišta EU.
- 8. Evropski fondovi** – Za period 2014 – 2020. g. Bugarskoj je opredeljeno oko 8 milijarde eura za projekte finansirane od strane EU u oblastima infrastrukture, transporta, obnovljivih izvora energije, obrazovanja i razvoja socijalne politike, upravljanja otpadom, zaštite životne sredine i drugim oblastima.
- 9. Strane investicije** - U Bugarskoj su se strane investicije značajno povećale nakon ulaska Bugarske u EU. U svetu poznate marke kao Solvay, Umocore, Italcemente Group, Liebherr, Kraft, Nestle, American Standard, Philip Morris, Metro, Lindner, Praktiker i SAP su investirale u firme u Bugarskoj u proteklih par godina. Pogodnosti za investitore:
  - Slobodno kretanje kapitala;
  - Republika Bugarska ima konkurentne poreske stope i niske operativne troškove;
  - Finansijska podrška vlade za prioritetne investicione projekte.
- 10. Sličnosti sa Srbima** – Bugarska i Srbija pripadaju slovenskoj grupi naroda, govore sličnim jezicima, imaju slične ekonomske pokazatelje i sličan mentalitet. Roba i usluge iz Srbije mogu lako naći svoje potrošače sa druge strane granice s obzirom na navedene sličnosti i geografsku blizinu.



**3**

# **CARINSKO POSLOVANJE I PROCEDURE**

# CARINSKO POSLOVANJE I PROCEDURE

Sva roba koja ulazi ili izlazi iz carinskog područja mora preći preko carinskog prelaza, kao mesta koje je određeno za uvoz, izvoz i tranzit robe, prelaz lica i prevoznih sredstava preko carinske linije. Lice koje unosi robu dužno je da istu prijavi i bez odlaganja preveze do carinarnice ili drugog mesta koji odredi carinski organ. Pre dopreme i pre deklarisanja, uz odobrenje carinarnice, roba se može pregledati, uzeti uzorci, a sve u cilju određivanja carinski dozvoljenog postupanja ili upotrebe robe. Roba dopremljena carinskom organu mora biti obuhvaćena sažetom deklaracijom.

Sažeta deklaracija podnosi se odmah po dopremi robe carinskom organu, a rok za njeno podnošenje carinski organ može produžiti najduže do isteka radnog dana posle dopreme robe.

Carinski organ može pre stavljanja robe u određeni carinski postupak odobriti i korišćenje komercijalnih i transportnih isprava, kao sažete deklaracije, pod uslovom da sadrži podatke neophodne za identifikaciju robe.

Radi bržeg obavljanja carinskih procedura lice koje uvozi ili izvozi robu može na osnovu pisanog zahteva od Uprave carine dobiti obavezujuće obaveštenje o svrstavanju robe po carinskoj tarifi, odnosno obavezujuće obaveštenje o poreklu robe. Ova obavezujuća obaveštenja imaju dejstvo odluke donete u upravnom postupku.

Pored standardne nacionalne sažete deklaracije u carinskom postupku se koristi i sledeća vrsta dokumenata i to:

- Dokumenta propisana Konvencijom TIR (Transport International by Road) - međunarodni carinsko - kontrolni dokument za međunarodni drumski prevoz, kako u zemlji polaska, tako i u zemlji tranzita i odredišta;
- Dokumenta propisana Konvencijom ATA (Agreement Temporary Admission) - međunarodni carinski dokument koji se koristi za pojednostavljivanje privremenog uvoza robe u stranu državu s rokom važenja do godinu dana;
- Standardna međunarodna dokumenta JCI (jedinствена carinska isprava) dokument koji se koristi za postupak uvoznog i izvoznog carinjenja, kao i za sprovođenje carinskog nadzora nad robom koja se doprema ili otprema iz carinskog područja ili naknadno upućuje drugoj carinarnici drumskim prevoznim sredstvima;
- Sažeta deklaracija je standardizovani nacionalni dokument koji se koristi u posebnim slučajevima kada se prevozne isprave ne mogu prihvatiti;
- Deklaracija o carinskoj vrednosti (u daljem tekstu: DCV) u koju se unose podaci o vrednosti robe za jednu pošiljku radi naplate uvoznih dažbina.

Roba nad kojom treba da se sprovede carinski postupak mora pre toga da bude obuhvaćena deklaracijom, što znači da deklarant (lice koje podnosi deklaraciju u svoje ime ili lice u čije ime se podnosi deklaracija) radi sprovođenja postupka, osim stavljanja robe u slobodan promet, mora podneti zahtev carinarnici za dobijanje



odobrenja za njegovo sprovođenje.

Vrste carinskih postupaka su sledeće, i to:

1. Stavljanje robe u slobodan promet
2. Tranzit (spoljašnji i unutrašnji)
3. Carinsko skladištenje
4. Aktivno oplemenjivanje
5. Prerada pod carinskom kontrolom
6. Pasivno oplemenjivanje
7. Izvoz

Osnovne karakteristike navedenih postupaka ukratko su:

- 1. Stavljanje robe u slobodan promet (čl. 104-109 Carinskog zakona)** - Stavljanje robe u slobodan promet podrazumeva okončanje carinskih postupaka u vezi sa uvozom robe, kao i naplatu svih propisanih uvoznih dažbina, poreza, akciza i drugih naknada, čime strana roba stiče status domaće robe. U ovom postupku najbitnije je da je podneta deklaracija, a na carinskom organu je da odluči da li će vršiti pregled predate dokumentacije ili fizički pregled robe, ili i jedno i drugo. U ovim slučajevima primenjuje se princip selektivnog pregleda. Međutim, carinski organ ima zakonsko pravo da posle puštanja robe, radi provere tačnosti podataka iz deklaracije, izvrši naknadnu kontrolu do isteka od pet godina od dana prihvatanja deklaracije.
- 2. Tranzitni postupak (čl.118-125 Carinskog zakona)** - Postupak tranzita počinje prijavljivanjem robe ulaznoj graničnoj carinarnici ili carinarnici gde je roba prethodno prijavljena, a završava se predajom robe i propisanih isprava odredišnoj carinarnici. Deklarant koji je podneo tranzitnu deklaraciju odgovoran je za predaju robe odredišnoj carinarnici u nepromenjenom stanju, a dužan je da položi i obezbeđenje za plaćanje carinskog duga. Navedeno obezbeđenje se ne polaže u slučaju prevoza robe poštom, vazdušnom ili železničkom saobraćaju i prevozom cevovodom ili dalekovodom. Kada je u pitanju domaća roba za izvoz, ona se posle izvoznog carinjenja pod carinskim nadzorom i carinskom kontrolom, zajedno sa propisanim ispravama upućuje izveznoj carinarnici radi izvoza u inostranstvo.
- 3. Carinsko skladištenje (čl.128-138 Carinskog zakona)** - Carinsko skladište je mesto gde se roba može smestiti u skladu sa propisanim uslovima, koje odobri carinski organ i koje je pod carinskim nadzorom. Na osnovu podnete deklaracije postupak carinskog skladištenja može se odobriti za smeštaj strane robe, koja u tom slučaju ne podleže plaćanju uvoznih dažbina i merama komercijalne politike, kao i domaće robe namenjene izvozu, koja smeštajem u carinsko skladište podleže primeni propisa koji se primenjuju na izvoz te robe. Zakon poznaje dve vrste carinskog skladišta i to javno i privatno. Javno carinsko skladište je skladište u kome držalac pruža usluge skladištenja za svoju ili tuđu robu, dok je privatno carinsko skladište gde držalac

može da drži samo svoju robu. Isto tako se pravi razlika između držaoca i korisnika skladišta, pa je tako korisnik skladišta lice koje je dužno da stavi robu u postupak carinskog skladištenja, a držalac je lice kome je carinarnica odobrila da upravlja carinskim skladištem.

- 4. Aktivno oplemenjivanje (čl.143-156 Carinskog zakona)** - Aktivno oplemenjivanje je vrsta carinskog postupka koji treba posmatrati odvojeno od ostalih slučajeva privremenog uvoza. Osnovna karakteristika aktivnog oplemenjivanja je da se radi o procesu vršenja radnji nad uvezenom robom, koje menjaju njen prvobitni izgled i kakvoću. Carinski zakon definiše te radnje kao obradu uključujući montažu, sklapanje i ugradnju u drugu robu, opravku robe, njenu restauraciju i dovođenje u ispravno stanje, kao i upotreba određene robe koja nije sadržana u dobijenim proizvodima, ali omogućava ili olakšava proizvodnju datih proizvoda. Najbitnije u svim postupcima je nadležnost carinskog organa da odobri i prati realizaciju svakog deklarisanog postupka. U ovom postupku carinski organ može odobriti proces oplemenjivanja, pri čemu se za uvezenu robu ne plaća carina, namenjena je ponovnom izvozu u obliku dobijenih proizvoda (sistem odlaganja). Ovo znači da uvezena roba podleže plaćanju carine, s tim što se carina ne naplaćuje ako se ispuni uslov iz dobijenog odobrenja carinskog organa da se dobijeni proizvodi izvezu u inostranstvo. Carinski organ takođe može odobriti da se uvezena roba stavi u slobodan promet uz plaćanje carine, s tim što se nakon dobijenog proizvoda može odobriti povraćaj carinskog duga (sistem povraćaja) ukoliko se roba izveze iz carinskog područja u obliku dobijenih proizvoda.
- 5. Prerada pod carinskom kontrolom (čl.157-159 Carinskog zakona)** - Prerada pod carinskom kontrolom predstavlja carinski dozvoljen postupak u okviru koga se uvozi strana roba, bez plaćanja uvoznih dažbina, prerađuje, obrađuje i dorađuje, a posle toga stavlja u slobodan promet uz plaćanje carine po stopama predviđenim za dobijene proizvode. Ovaj postupak se sprovodi na osnovu odobrenja carinskog organa koji ima mogućnost fizičke kontrole kada oceni da je to neophodno. Ovaj postupak predstavlja novinu u našem carinskom zakonodavstvu u cilju podsticanja domaće proizvodnje ka uvozu sirovina i reprodukcionog materijala, a ne gotovih proizvoda.
- 6. Pasivno oplemenjivanje (čl.172- 187 Carinskog zakona)** - Pasivno oplemenjivanje je carinski postupak u kome se roba privremeno izvozi iz carinskog područja, radi oplemenjivanja u inostranstvo. Proizvodi dobijeni u ovom postupku se mogu staviti u slobodan promet sa potpunim ili delimičnim oslobađanjem od uvoznih dažbina. Kao i za sve posebne carinske postupke i u ovom važi pravilo da se na osnovu podnetog zahteva carinskom organu, odobrava pasivno oplemenjivanje. Pasivno oplemenjivanje se mora izvršiti ponovnim uvozom dobijenih proizvoda u roku koji odobri carinski organ, s tim što se isti može produžiti, ali ne duže od 12 meseci od dana izvoza. Iznos uvoznih dažbina se utvrđuje tako što se od iznosa uvoznih dažbina obračunatih za određeni proizvod koji je stavljen u slobodni promet odbije iznos uvoznih dažbina koje bi bile obračunate istog dana za privremeno izvezenu robu, ako bi se ona uvozila iz države u kojoj je obavljeno oplemenjivanje. U okviru ovog postupka, zakon predviđa poseban institut pasivnog opleme-

njivanja uz upotrebu sistema standardne zamene, što znači da se u postupku pasivnog oplemenjivanja dobijeni proizvod može zameniti za uvozni proizvod koji se mora svrstati u istu tarifnu oznaku, biti istog kvaliteta i imati iste tehničke karakteristike kao i dobijeni proizvod. Ovakvu mogućnost, carinski organ odobriće u slučaju da se radi o opravci domaće robe za koju se utvrdi da se ne može opraviti.

## 7. Izvoz (čl.188-190 Carinskog zakona)

- **Privremeni uvoz (čl.190 Carinskog zakona)** - Privremeni uvoz kao dozvoljeni carinski postupak se potpuno odvojeno reguliše od aktivnog oplemenjivanja jer se radi o korišćenju strane robe u zemlji uz obavezu ponovnog izvoza u nepromenjenom stanju. Na robu koja se privremeno uvozi ne plaća se carina, a odobrenje izdaje carinski organ na osnovu podnetog zahteva. Na osnovu ugovorenih uslova kao i ispunjavanja svrhe privremenog uvoza, carinski organ propisuje rok u kome se uvezena roba mora ponovno izvesti ili se mora odrediti novo dozvoljeno carinsko postupanje.
- **Izvoz** - Carinskim zakonom predviđeno je davanje odobrenja od strane carinskog organa za iznošenje robe iz carinskog područja. Ovo znači da se domaća roba stavlja u postupak izvoza posle izdatog odobrenja, s tim da se ovaj postupak ne odnosi na postupak pasivnog oplemenjivanja i tranzit domaće robe od jednog mesta na domaćem području do drugog mesta na domaćem području preko strane teritorije. Stavljanje robe u postupak izvoza obavezuje izvoznika da robu izveze iz carinskog područja u stanju u kakvom je bila u momentu prihvatanja izvozne deklaracije. Izvozna deklaracija podnosi se carinskom organu nadležnom prema sedištu ili prebivalištu izvoznika ili prema mestu u kome se roba pakuje, odnosno utovara za izvoz. Prilikom obavljanja poslova izvoza robe, posebno treba obratiti pažnju na opšta pravila za izdavanje uverenja o poreklu. Uverenje o domaćem poreklu EUR1 izdaje nadležna carinska ispostava kada se radi o korišćenju preferencijalnog tretmana za izvoz robe u EU, odnosno u zemlje sa kojima imamo zaključene sporazume o slobodnoj trgovini. Kada su u pitanju uverenja o poreklu robe sa nepreferencijalnim tretmanom, a odnose se na izvoz u SAD, Novi Zeland, Ukrajinu i Belorusiju iste izdaje Privredna komora Srbije (Resavska 13-15, Beograd, tel: 011 33 00 900) na obrascu FORMA.

## DOKUMENTACIJA POTREBNA ZA IZVOZ ROBE I USLUGA

Svaki izvoz robe prate određena obavezna dokumenta i to:

- Kupoprodajni ugovor sa inostranim partnerom;
- Trgovačka dokumenta;
- Transportna dokumenta;
- Carinska dokumenta;
- Dokument o osiguranju.

### KUPOPRODAJNI UGOVOR SA INOSTRANIM PARTNEROM

Kod sklapanja kupoprodajnog ugovora sa inostranim kupcem obavezno predvideti način plaćanja (instrument naplate) i instrument obezbeđenja, ukoliko se radi o kreditnom poslu. Međunarodna kupoprodaja robe regulisana je pravima Konvencije Ujedinjenih nacija o međunarodnoj prodaji robe iz 1980. godine, koja je poznatija kao Bečka Konvencija.

### TRGOVAČKA DOKUMENTA

Trgovačka dokumenta prate robu od mesta otpreme do krajnjeg odredišta i najčešće se odnosi na opis robe. U ovu grupu dokumenata spadaju i sledeća dokumenta:

#### **Trgovačka faktura**

Predstavlja račun koji izdaje prodavac na memorandumu preduzeća. Svaka trgovačka faktura treba da sadrži sledeće elemente:

- Datum izdavanja i broj ugovora na koji se faktura odnosi;
- Količinu robe;
- Opis i karakteristike robe (navesti tarifnu oznaku robe);
- Jediničnu cenu izraženu u dogovorenoj valuti i jedinici mere;
- Ukupnu vrednost robe u dogovorenoj valuti;
- Broj profakture koju je kupac prethodno odobrio;
- Naziv mesta otpreme i oznaku transportnog sredstva kojim će roba biti otpremljena;
- Paritet u skladu sa dogovorenim odredbama Incoterms-a;
- Instrukcije za plaćanje robe.

Ostali elementi fakture zavise od vrste robe i propisni su ugovorom.

### **Specifikacija robe**

Dokument izdaje prodavac i sadrži opis proizvoda koji je predmet kupoprodaje: dužina, širina, debljina, broj komada, pojedinačna i ukupna zapremina robe i broj paleta/kontejnera. Ovaj dokument je posebno važan za kupca jer se na osnovu njega utvrđuje da li je ispoštovan ugovor. Takođe, na osnovu ovog dokumenta ugovorne strane ugovaraju prevoz robe (s obzirom na to da sadrži bitne elemente za određivanje načina transporta).

### **Sertifikat o kvalitetu**

Ponekad kupci u inostranstvu ili carinski organi zahtevaju sertifikate o kvalitetu robe koja se izvozi. Ovi sertifikati se izdaju od strane odgovarajućih sertifikacionih tela. Broj uverenja koja prate robu u spoljnotrgovinskom poslovanju zavise od karakteristike same robe, zakonodavstva u zemljama uvoznika i izvoznika i zahteva kupaca.

Nedostatak samo jednog uverenja može usporiti pa čak i onemogućiti izvoz ili uvoz.

Uverenja koja su najčešće potrebna su: fitosanitarno uverenje ili uverenje o zdravstvenoj ispravnosti kada je u pitanju prehrambena roba. Ova dokumenta su namenjena kupcu i njima se potvrđuje da je izvršen pregled robe od strane ovlašćene institucije. Dokument treba da potvrdi da je pregledana roba zdrava, odnosno da nije zaražena. Sertifikat o poreklu robe predstavlja dokument od posebnog značaja za uvoznike jer ukazuje na moguće preferencijalno poreklo robe u njihovoj zemlji i samim tim umanjuje troškove carinjenja robe. Na primer, ovaj dokument je obavezan za sticanje prava bescarinskog uvoza robe iz Srbije u EU i izvoza robe iz Srbije u Rusku Federaciju. Naziv sertifikata je EU 1 i overava ga carina, dok je za izvoz u Rusku Federaciju potreban sertifikat FORM A, koji takođe izdaje carinarnica.

### **Otpremnica**

Ovaj dokument se izdaje u momentu kada roba napušta magacin ili stovarište. Potpisuje je magacioner/vozač/kupac i time potvrđuje da je roba spremna za prevoz.

Osnovni elementi koje otpremnica sadrži su: podaci o kupcu, registarski broj vozila u koje je roba utovarena, ime vozača i podaci o robi.

## **TRANSPORTA DOKUMENTA**

Transportna dokumenta regulišu otpremu i transport robe i predstavljaju dokaz za izvoznika o izvršenoj prodaji robe. Druga važna uloga ovih dokumenata odnosi se na prenos rizika u onim poslovima kod kojih je ugovor

rom ili odgovarajućom Incoterms klauzulom to predviđeno. Prilikom carinjenja robe transportna dokumenta se moraju staviti na uvid carinskim organima.

Najznačajnija dokumenta koja se odnose na transport su:

- Kamionski tovarni list (CMR)
- Železnički tovarni list (CIM)
- Brodski tovarni list - konosman
- Špediterska potvrda
- Dispozicija za otpremu robe

### **Kamionski tovarni list (CMR)**

Ovaj dokument izdaje prevoznik i predstavlja dokument koji služi kao dokaz da je roba primljena na prevoz. U ovom dokumentu prevoznik se obavezuje da će prevesti robu i uredno je predati primaocu. CMR se izdaje u tri istovetna primerka od kojih jedan ide pošiljaocu, drugi prati robu do primaoca, a treći zadržava prevoznik. Tovarni list sadrži informacije o: preduzeću pošiljaocu, preduzeću primaocu, detaljan opis robe, oznaci vozila, troškovima prevoza i carina, a takođe i spisak dokumenta koja prate tovarni list. Ukoliko se roba utovara u više vozila ili ukoliko se radi o više različitih vrsta roba, pošiljalac i prevoznik mogu zahtevati da se za svako vozilo ili za svaku grupu proizvoda izda poseban tovarni list.

### **Železnički tovarni list (CIM)**

Međunarodni tovarni list za prevoz robe železnicom ispostavlja se na propisanom obrascu, koji je propisan Međunarodnom konvencijom o prevozu robe železnicom.

Obrazac tovarnog lista sastoji se od više primeraka od kojih su najvažniji:

- prvi primerak (original) koji prati robu i predaje se zajedno sa robom primaocu u uputnoj stanici
- četvrti primerak (duplikat) koji pripada pošiljaocu kao dokaz da je predao robu na prevoz.

Osnovne funkcije CIM tovarnog lista :

- potvrda vozara (železnice) da je primio robu na prevoz,
- potvrda o zaključenom ugovoru o prevozu (kada otpremna stanica overi sve primerke tovarnog lista staničnim žigom ili otiskom kompjutera),
- dokaz o isporuci (klauzule INCOTERMS-a: FCA, CPT, CIP, DAP, DAT, DDP)

### **Brodski tovarni list (KONOSMAN)**

Konosman je najznačajniji transportni dokument u pomorskom i rečnom saobraćaju, a izdaje ga brodar ili njegov ovlašćeni agent.

Osnovne funkcije konosmana su:

- Potvrda prijema robe na prevoz, čime brodar brodar potvrđuje da je primio robu na prevoz u prividno dobrom stanju,
- Potvrda o postojanju ugovora o prevozu robe,
- Predstavlja hartiju od vrednosti, koja se može prenositi (prodati).

## **ŠPEDICIJA**

Špedicija je specijalizovana privredna delatnost koja se bavi fizičkim prometom roba i poslovima koji su sa njim u vezi. Cilj špedicije je oslobađanje nalogodavca brige i napora u vezi sa kretanjem robe. Ekonomska funkcija špedicije je da bude spona proizvodnje sa trgovinom i potrošnjom.

Treba naglasiti da sa padom mnogih barijera u međunarodnoj trgovini i nestankom državnih granica, uloga špeditera menja - špedicije postaju logistički servisi, koji pružaju najširi spektar usluga privredi. Na ovaj način klasična špedicija prelazi u kvalitativno viši nivo usluge.

Zadaci i uloga špedicije u spoljnotrgovinskom sistemu:

- Pronalaženje i osiguravanje najboljih uslova za otpremu, dopremu, prevoz.
- Funkcija pomoćnika trgovine, sprega između proizvodnje i potrošnje.

## **Špediterska potvrda**

Potvrdu izdaje špediter samo ukoliko to izvoznik zahteva. Špediterskom potvrdom on potvrđuje izvozniku da je sadržaj robe, njenu težinu i druge njene karakteristike primio u dobrom stanju, sa obavezom da robu stavi na raspolaganje primaocu (uvozniku).

Da bi ste izvezli svoj proizvod na strano tržište, pored novčanih sredstava, potreban vam je i značajan utrošak vremena i to u proseku od 89 dana. U izvoznom poslu špedicija i transport predstavljaju aktivnosti koje najduže traju (u proseku 29 dana). Vremensko trajanje aktivnosti carinjenja robe je oko 26 dana, a ako se tu uključujući i vreme smeštaja robe u carinska skladišta vremenski period se produžava za 11 dana. Na usluge izvoznika preduzeće treba da čeka oko 16 dana, dok osiguranje robe namenjene izvozu traje 7 dana.

## **Dispozicija za otpremu robe**

Predstavlja dokument koji sadrži pismena uputstva uvoznika u pogledu otpreme robe, ukoliko ona nisu detaljno sadržana u zaključenom kupoprodajnom ugovoru. Tom prilikom izvoznik zahteva da mu uvoznik označi špeditera u svojoj zemlji sa kojim špediter uvoznika uspostavlja vezu radi obavljanja poslova oko otpreme i prijema robe.

## CARINSKA DOKUMENTA

Pre nego što roba napusti zemlju izvoznika, ona mora da se ocarini. Mesto carinjenja robe određuje nalogo-davac u tekstu dispozicije špediteru. Carinjenje obavljaju zvanični carinski organi na bazi robnih dokumenata koja prate robu kako bi se utvrdila njihova saglasnost. Dokumenta potrebna za carinjenje podnosi ovlašćeni špediter. Na osnovu izvršenog carinskog pregleda carinski organ overava odgovarajuća dokumenta.

U izvoznom carinskom postupku se koriste sledeće grupe dokumenata:

- Dokumenta propisana Konvencijom TIR i Konvencijom ATA
- Standardizovana međunarodna dokumenta: JCI (jedinstvena carinska isprava), spisak naimenovanja, transportne i komercijalne isprave kao i knjigovodstveni zapisi koji mogu zameniti osnovna carinska dokumenta.
- Sažeta deklaracija je standardizovani nacionalni dokument koji se koristi u posebnim slučajevima kada se prevozne isprave ne mogu prihvatiti.

## OSIGURANJE IZVOZNIH POSLOVA

Osiguranje robe se obavlja u cilju zaštite od eventualnih gubitaka i oštećenja prilikom transporta. Roba je bez obzira na prevozno sredstvo, relaciju prevoza ili njenu vrstu, tokom puta do odredišta, izložena čitavom nizu najrazličitijih rizika koji mogu da prouzrokuju njeno oštećenje (umanjenje vrednosti), a u najgorem slučaju i potpuni gubitak. Dokument o osiguranju robe predstavlja obavezu prodavca ili kupca, što zavisi od ugovorom predviđenih uslova. Najčešće korišćena dokumenta u osiguranju su polise osiguranja i potvrda o osiguranju. Polisa osiguranja predstavlja pismenu ispravu na osnovu koje se zaključuje ugovor o osiguranju robe na način i pod uslovima koji su naznačeni u polisi i predstavljaju hartiju od vrednosti koja može da glasi na ime, po naredbi i na donosioca.

Potvrda o osiguranju robe predstavlja dokument koji izdaje osiguravajuće društvo u uslovima kada postoji zaključen generalni ugovor o osiguranju između osiguravajućeg društva i osiguranika i njegovog partnera. U takvim slučajevima polisa osiguranja se ne izdaje za svaku vrstu robe koja se osigurava i otprema, već se na osnovu generalnog ugovora izdaje potvrda o osiguranju robe koja sadrži iste podatke kao i polisa osiguranja. Polisa osiguranja izvoznih poslova obezbeđuje naplatu potraživanja po osnovu obavljenog izvoznog posla. Izvozni poslovi nose i rizike koji se odnose na naplatu potraživanja. U zavisnosti od uslova prodaje tj. da li se roba prodaje na odloženo plaćanje ili putem odobrenog kredita, od boniteta kupca zavisi da li će izvoznik naplatiti svoje potraživanje. Postoji mogućnost i da kupac, pre dospeća potraživanja, padne pod stečaj ili postane nesolventan, što bi onemogućilo naplatu potraživanja. Rizici naplate mogu nastati i usled ekonomskih i političkih događaja u zemlji kupca, na primer, zabrana transfera i moratorijum na plaćanja što može biti i posledica vremenskih nepogoda.



Izvoznik, prodavac može koristiti razna preventivna sredstva obezbeđenja plaćanja, kao što su menice, bankarske garancije, jemstvo trećih lica ili založnog prava na robu, a najčešće su zainteresovani da svoj posao zaštite kroz osiguranje potraživanja.

Vlada Republike Srbije osnovala je Agenciju za osiguranje i finansiranje izvoza, u daljem tekstu Agencija: **www.aofi.rs**

Osiguranje potraživanja obezbeđuje izvozniku sigurnost i izvesnost u naplati, jer čini naplatu osiguranog procenta izvesnom, a on predstavlja najčešće 85% iznosa fakture. Osiguranik ima samopridržaj u svim potraživanjima.

Osiguranje obuhvata celokupan izvoz po svim zemljama i kupcima, umanjen za:

- avansna plaćanja
- prodaju na bazi akreditiva
- bankarskih garancija i
- potraživanja prema povezanim pravnim licima.

Polisa osiguranja je koncipirana tako da je sveobuhvatnog karaktera sa ciljem da se izbegne negativna selekcija i da dođe do disperzije rizika.

Rizici pokriveni osiguranjem su:

### **I) Komercijalni (obavezno):**

1. insolventnost dužnika - stečaj ili bankrotstvo kupca; U slučaju stečaja, osiguranik ima pravo na isplatu štete u roku od 30 dana od:
  - dostavljanja dokaza o priznanju svojih potraživanja u stečajnu masu
  - dana zaključenja sudskog ili vansudskog poravnanja svih poverilaca sa kupcem.Po saznanju da je kupac postao insolventan, osiguranik ima rok od 10 dana da prijavi štetu. Pored Zahteva za naplatu naknade iz osiguranja potrebno je da osiguranik dostavi sva potrebna dokumenta i relevantne informacije, kao i potvrdu potraživanja od administratora nesolventnosti kupca, poverenika kod bankrotstva ili drugog ovlašćenog agenta. Po dostavljanju kompletne dokumentacije, u roku od 30 dana Agencija isplaćuje naknadu iz osiguranja.
2. produžena docnja - predstavlja situaciju kada kupac kasni sa plaćanjem 60 dana od datuma dospeća; Osiguranik je u obavezi da najkasnije 60-og dana, od datuma dospeća najstarije fakture (uz dodatnih 10 dana za prikupljanje dokumentacije), prijavi osigurani slučaj (dostavljanjem zahteva za naplatu naknade iz osiguranja), a nakon toga teče period čekanja od 180 dana u kome Agencija pokušava da izdejsstvuje naplatu od originalnog dužnika. Ukoliko kupac nakon isteka 180-og dana od dospeća fakture ne izmiri svoju obavezu, osiguranik bi bio isplaćen za visinu osiguranog procenta.

Takođe, potraživanje bi asignirao Agenciji, koja bi u regresnom postupku i dalje pokušavala da se naplati. Hipotetički, ako u regresnom postupku Agencija izdejstvuje naplatu celokupnog potraživanja, osiguranik bi bio isplaćen i za visinu svog samopridržaja i u tom slučaju bi dobio 100% iznosa fakture.

Osigurani slučaj predstavlja događaj čijim nastupanjem nastaje glavna obaveza osiguravača, a to je isplata naknade iz osiguranja.

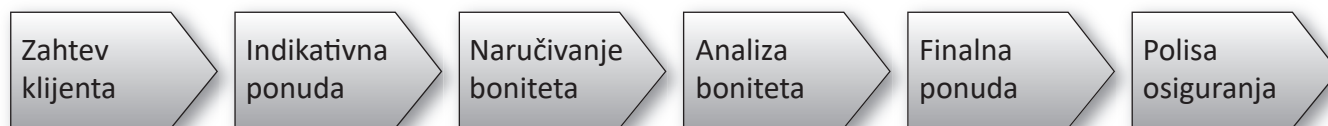
## II) Nekomercijalni (opciono):

Nekomercijalni rizici su svi događaji nastali u inostranstvu koji za osiguranika i dužnika predstavljaju višu silu, a ostvaruju se u sledećim slučajevima:

- neplaćanje duga po njegovom dospeću ako je dužnik država, državna organizacija ili lice za koje garantuje država, odnosno državna organizacija;
- opšti moratorijum plaćanja, zabrana konverzije valute zemlje dužnika u konvertibilne valute i/ili transfera nakon što je dužnik položio sredstva kod banke u lokalnoj valuti – do isteka tih zabrana;
- politički događaji u zemlji dužnika ili ratno stanje u zemlji dužnika ili slično (revolucije, veći nemiri).

Datum ostvarenja nekomercijalnog rizika je dan isteka perioda čekanja, utvrđenog posebnim uslovima, koji počinje danom dospelosti potraživanja.

Grafik 1: Procedura osiguranja AOFI



- Izvoznik upućuje zahtev za osiguranje potraživanja i dostavlja neophodnu dokumentaciju;
- Stručna služba AOFI dostavlja izvozniku indikativnu ponudu;
- Ukoliko se klijent složi sa indikativnom ponudom, AOFI naručuje bonitete za sve kupce kojima klijent daje odložene rokove plaćanja. Trošak nabavke kreditnih izveštaja snosi klijent;
- Stručna služba AOFI analizira bonitete kupaca i određuje visine kreditnih limita;
- Klijentu se dostavlja finalna ponuda nakon koje, ukoliko je klijent prihvati, sledi potpisivanje polise osiguranja.

Za svakog kupca se utvrđuje kreditni limit koji predstavlja maksimalni iznos potraživanja u određenom trenutku. AOFI proverava bonitete kupaca i donosi odluku o kreditnom limitu koji može biti:

- odobren;
- delimično odobren ili
- odbijen.

Premijska stopa se određuje za svakog kupca pojedinačno i na njenu visinu utiče:

- rizik zemlje;
- ugovoren rok plaćanja;
- bonitet kupca;
- privredna grana i
- obim izvoza.

Premija se obračunava mesečno, na realno realizovan promet. Osiguranik je u obavezi da do 15. u narednom mesecu prijavi sve fakture prema kupcima iz polise za prethodni mesec, za koji se radi obračun.

Prednosti osiguranja izvoza:

- Preventiva, u smislu analize kupaca, pokriva kupaca sa svih kontinenata;
- Poboljšanje konkurentnosti na osnovu prodaje na odloženo, nižih troškova u poređenju sa drugim sredstvima obezbeđenja;
- Sigurnost kroz prenos rizika neplaćanja na osiguravača, isplata štete, regres.

## **KREDITIRANJE KROZ FAKTORING I FORFETING**

### **Factoring**

Factoring je posao kratkoročnog kreditiranja, koristan za mikro, mala i srednja preduzeća.

Factoring je poseban ugovor između banke i njenog klijenta koji se po pravilu pojavljuje u međunarodnoj praksi. Ugovorom o faktoringu banka se obavezuje da preuzme klijentovo nenaplaćeno potraživanje i da ih za svoj račun realizuje uz naknadu (obično ostvarujući za sebe zaradu od 2 do 10% i više), isplaćujući klijentu vrednost potraživanja odmah u gotovom, umanjenu za iznos ugovorene naknade banke, a klijent prenoseći potraživanja na banku garantuje njihovu ispravnost.

Zahvaljujući faktoringu mnogi mali i srednji proizvođači mogu bez teškoća da se uključe u međunarodnu razmenu i da se njihovi proizvodi pojave na stranom tržištu, dok brigu o plasmanu i naplati izvezeno robe prepuste banci.

### **Forfeting**

Forfeting je posao otkupa dugoročnog novčanog potraživanja prodavca (izvoznika) od strane banke komitenta, uz određeni diskont koji tereti klijenta, i uz odricanje prava na regres takvog potraživanja prema prodavcu ako ono ostane nenaplaćeno od strane trećeg lica. Ovaj ugovor u sebi sadrži i ugovor o prodaji (kupac stiće

potraživanje kojim može slobodno raspolagati, a odgovornost prodavca za naplativost je isključena) i ugovor o kreditu (vreme od prodaje potraživanja do njegove dospelosti).

Ugovor o forfetingu se razlikuje od ugovora o faktoringu (iako se u oba slučaja preuzima rizik naplate, tj. prestaje pravo na regres od prodavca potraživanja ako se ono ne naplati od dužnika) po tome što se kod faktoringa radi o redovnom otkupu kratkoročnih potraživanja, dok se kod forfetinga radi o otkupu dugoročnih potraživanja. Takođe, delatnost faktoringa redovno je šira od delatnosti forfetinga, koji nikad ne obavlja tkz. ostale faktoring usluge (upravljanje potraživanjima i slično).

## ATA KARNET

### ŠTA JE TO ATA KARNET?

ATA karnet je međunarodna univerzalna isprava koja isključivo služi za privremeni izvoz i uvoz robe.

ATA karnet je jednostavan međunarodni carinski dokument koji se koristi za pojednostavljivanje privremenog izvoza odnosno uvoza sa stanovišta zemlje na koju se roba unosi, s rokom važenja do godinu dana.



### PREDNOSTI ATA KARNETA

Pojednostavljivanje carinskih postupaka korišćenjem jedne isprave za sledeće carinske postupke: privremeni izvoz, tranzit, privremeni uvoz, po-novni izvoz i ponovni uvoz. Plaćanje carinskih dažbina, poreza ili polaganje depozita, koje je uobičajeno kod privremenog uvoza je nepotrebno.

Važenje ATA karneta do jedne godine omogućuje njegovu višestruko korišćenje za izvoz iste robe za sve zemlje članice ATA sistema. Za carinu ATA karnet znači manje administracije i sigurnost da će se naplatiti uvozne dažbine, ne bude li ponovnog izvoza.

ATA karnet se koristi za svu robu namenjenu ličnoj ili profesionalnoj upotrebi, uključujući trgovačke uzorke, stručnu i naučnu opremu, sajamske eksponate, izložbene predmete i sl.

Uz pomoć ATA karneta u stranu zemlju privremeno se izvozi uobičajena roba, kao što su kompjuteri, alati, kamere, video i kancelarijska oprema, odeća, slike, industrijske i poljoprivredne mašine. Na isti način mogu se privremeno izvoziti trkački konji, životinje za prikazivanje na izložbama, muzički instrumenti, pozorišne kulise, scenografija.

Pod ATA karnetom ne sme se izvoziti i uvoziti potrošna i kvarljiva roba namenjena preradi, obradi ili popravci.

## TIR KARNET

### ŠTA JE TO TIR KARNET?

TIR carinski sistem je međunarodni tanzitni sistem za prevoz robe u drumskom saobraćaju koji je zastupljen svuda u svetu. TIR je sinonim za brži i sigurniji transport.

Privredna komora Srbije - Udruženje za saobraćaj i telekomunikacija autorizovano je za izdavanje i garantovanje TIR karneta.

### PREDNOSTI TIR SISTEMA

Roba koja se kreće preko međunarodnih granica uz minimum ometanja, smanjena su kašnjenja i troškovi tranzita, pojednostavljena je dokumentacija i više nema potrebe za garantnim depozitom na tranzitnim granicama.

Trebalo bi imati u vidu da sami prevoznici vrše procenu da li će i za koje će destinacije koristiti TIR karnete, ali i činjenicu da je TIR karnetom transport za mnoge destinacije olakšan, brži, a samim tim i ekonomski isplativiji. Koristi ga 56 zemalja u svetu.

### KO MOŽE KORISTITI TIR SISTEM?

Samo prevoznačka preduzeća, licencirana za međunarodni transport, mogu pristupiti i koristiti povoljnost TIR sistema.

## CE ZNAK

CE je skraćenica od Conformité Européenne i za razliku od standarda kvaliteta, CE znak je obavezan i odnosi se na bezbednost upotrebe proizvoda.

Zemlje članice Evropske unije su svojim zakonskim propisima i drugim merama obezbedile da se na tržište plasiraju i u upotrebi nađu samo proizvodi koji ne ugrožavaju bezbednost, život i zdravlje ljudi ili drugih javnih interesa. Proizvodi bez CE znaka ne mogu se naći na tržištu EU.

CE znak je legitimacija za izvoz sledećih proizvoda:

- Igračka



- Građevinskog materijala
- Jednostavne opreme pod pritiskom
- Radio i telekomunikacione opreme
- Medicinske uređaje
- Mašina
- Opreme za ličnu zaštitu
- Satelitske opreme
- Gasne uređaje
- Opreme koja radi sa visokim pritiskom
- Razne uređaje
- Neautomatske uređaje i opreme za merenje težine
- Fitnes opreme
- Liftove
- Zaštitne opreme za rad u eksplozivnim atmosferama
- Merne instrumente
- In Vitro dijagnostičke medicinske opreme
- Nautičke opreme
- Električne uređaje
- Parne kotlove
- Civilni eksploziv
- Rashladne opreme

**4**

**PODRŠKA IZVOZU**

# PODRŠKA IZVOZU

U Srbiji postoji niz institucija, organizacija i programa koje Vam mogu pomoći u pripremi za izvoz.



Razvojna agencija Srbije (RAS) kao agencija Vlade Republike Srbije nudi širok spektar usluga, uključujući podršku direktnim ulaganjima i promociji izvoza, ali i implementaciju projekata koji za cilj imaju unapređenje konkurentnosti preduzeća i regionalnog razvoja Srbije.

Kao novoosnovana agencija, RAS nastavlja dobru praksu Agencije za strana ulaganja i promociju izvoza (SIEPA) i Nacionalne agencije za regionalni razvoj (NARR) unapređujući svoje aktivnosti u skladu sa zahtevima savremenog tržišta.

RAS je jedinstveni šalter namenjen kako domaćim tako i stranim kompanijama sa misijom izgradnje jake i održive ekonomije, i poboljšanja kvaliteta života u Srbiji.

Razvojna agencija Srbije dodeljuje bespovratna sredstva u okviru Programa podrške internacionalizaciji privrednih društava, preduzetnika i klastera u saradnji sa akreditovanim regionalnim razvojnim agencijama. Sredstva iz Programa namenjena su za sufinansiranje troškova pružaoca usluga, između ostalog i za aktivnosti koje se odnose na izvoz:

- Poboljšanje postojećih i razvoj novih proizvoda namenjenih stranim tržištima;
- Učešće na međunarodnim sajmovima u inostranstvu;
- Ispitivanje stranog tržišta.

<http://ras.gov.rs/sr/podrska-izvozu>

## Standardizovani set usluga

Akreditovane regionalne razvojne agencije (u daljem tekstu ARRA) realizuju standardizovani set usluga, koji se sastoji iz pet grupa usluga: informacije, obuke, savetodavne usluge, mentoring i promocije.

Opšti cilj je podrška rastu i razvoju mikro, malih i srednjih preduzeća, zadruga i klastera, kroz unapređenje dostupnosti, obima i kvaliteta usluga podrške za njihovo poslovanje.

Za potencijalna i postojeća mikro, mala i srednja preduzeća, zadruge i klastere usluge iz ovog programa su besplatne.



## Informacije

Akreditovane regionalne agencije pružaju informacije u vezi sa:

- započinjanjem poslovanja i testiranjem poslovne ideje;
- nacionalnim i međunarodnim programima za podršku preduzetništvu;
- dostupnim izvorima finansiranja (domaćim i stranim);
- pravnim propisima i obavezama, porezima i taksama;
- podrškom koju mogu dobiti kroz program „Evropska mreža preduzetništva“(EEN) – uslovi za izvoz na inostrano tržište, tehnička pravila i tehnički standardi, prenos tehnologija i znanja, poslovno povezivanje i dr;
- poslovnim udruživanjem MSP – osnivanje i rad klastera, poslovnih udruženja i zadruga;
- inovacijama, zaštitom intelektualne svojine;
- standardima kvaliteta;
- pronalaženjem poslovnih partnera;
- specijalizovanim uslugama – upućivanje na specijalizovane pružaoce usluga;
- poslovnim i inovativnim inkubatorima;
- poslovanjem sektora MSP, zadruga i klastera;

## Obuke

Regionalne razvojne agencije organizuju sledeće obuke:

- obuka za početnike u poslovanju (u trajanju od dva dana);
- priprema poslovnog plana i poslovanje sa bankama (u trajanju od dva dana);
- finansijsko upravljanje (u trajanju od dva dana);
- izvoz – za one koji prvi put izvoze (u trajanju od dva dana);
- marketing i prodaja (u trajanju od dva dana);
- pregled standarda kvaliteta i zaštite životne sredine od značaja za poslovanje (u trajanju od dva dana);
- elektronsko poslovanje ( u trajanju od jednog dana)
- inovacije (u trajanju od jednog dana);
- priprema za jedinstveno evropsko tržište (u trajanju od jednog dana);
- informacione tehnologije i poslovanje (u trajanju od jednog dana);
- investiciona spremnost (u trajanju od dva dana).

## Savetodavne usluge

Savetodavne usluge koje regionalne razvojne agencije pružaju su:

- pomoć pri izradi poslovnog plana pri prijavi za start up kredite za početnike kod Fonda za razvoj RS i za

- subvencije za samozapošljavanje kod Nacionalne službe za zapošljavanje;
- pomoć pri izradi poslovnog plana pri prijavi za ostale kredite kod Fonda za razvoj RS, i za raspoložive kreditne linije Garancijskog fonda Vojvodine;
- podrška u pripremi dokumentacije i prijave za programe podrške preduzetništvu koje sprovode Ministarstvo privrede i Razvojna agencija Srbije;
- podrška pri registraciji i osnivanju privrednog subjekta ili zadruge.

## **Mentoring**

Proces mentoringa predstavlja stručnu pomoć koju u dužem vremenskom periodu stručno lice – mentor pruža privrednom subjektu.

- U zavisnosti od potrebe privrednog subjekta mentor može da alocira do 50 sati na jedan privredni subjekt.
- Korisnici mentoringa mogu biti mikro, mala i srednja privredna društva i zadruge koji posluju do 3 godine ili se nalaze u kritičnom trenutku za njihov dalji razvoj ili za opstanak na tržištu.

## **Promocije**

ARRA organizuju i učestvuju u promotivnim aktivnostima koje se odnose na promociju preduzetništva i različitih programa podrške MSP. Promotivna aktivnost podrazumeva organizovanje događaja i to: radionice, info dana ili drugog javnog skupa na kome se promovišu teme iz oblasti preduzetništva.

- organizuju minimum jedan promotivni događaj u toku meseca;
- u toku trajanja javnih poziva, organizuju minimum jedan promotivni događaj za svaki od programa podrške MSP, koje sprovodi Ministarstvo privrede i Razvojna agencija Srbije.
- organizuje minimum jedan promotivni događaj u okviru manifestacije: Evropska nedelja preduzetništva (SME Week);
- organizuju najmanje jedan info dan godišnje o programu COSME i Horizont 2020;
- organizuju dva info dana godišnje za studente završnih godina studija, učenike srednjih škola i učenike iz viših razreda osnovnih škola sa ciljem promocije preduzetništva i preduzetničkog duha na fakultetima, visokim strukovnim, srednjim i osnovnim školama.

## **Razvojna agencija Srbije - RAS**

**Adresa:** 11000 Beograd, ul. Kneza Miloša 12

**Telefon:** 011/3398-900;

**Faks:** 011/3398-550

**E-mail:** office@ras.gov.rs

www.ras.gov.rs

## **Akreditovane regionalne razvojne agencije**

<http://ras.gov.rs/korisni-linkovi/regionalne-razvojneagencije> na dan 31.12. 2016:

- Regionalna agencija za razvoj Istočne Srbije- RARIS
- Regionalni centar za društveno ekonomski razvoj „Banat”
- Centar za razvoj Jablaničkog i Pčinjskog okruga
- Regionalna agencija za prostorni i ekonomski razvoj Raškog i Moravičkog okruga
- Regionalna razvojna agencija „JUG”
- Regionalna razvojna agencija „Zlatibor”
- Regionalna razvojna agencija Bačka
- Regionalna razvojna agencija Srem
- Regionalna razvojna agencija Sandžaka - SEDA
- Regionalna agencija za ekonomski razvoj Šumadije i Pomoravlja
- Regionalna agencija za razvoj i evropske integracije Beograd
- Regionalna razvojna agencija Podrinja, Podgorine i Rađevine
- Regionalna razvojna agencija Braničevo - Podunavlje
- Regionalna razvojna agencija PANONREG
- Agencija za regionalni razvoj Rasinskog okruga - Kruševac

Akreditovane regionalne razvojne agencije članice JRM - Jugoistočne razvojne mreže:

### **Regionalna razvojna agencija „JUG“**

**Adresa:** Obrenovićeve 38/I, Niš

**Telefon:** 018/515-447, 018/522-659

**E-mail:** info@rra-jug.rs

[www.rra-jug.rs](http://www.rra-jug.rs)

### **Regionalna razvojna agencija Braničevo-Podunavlje**

**Adresa:** Stari korzo 30/3, Požarevac

**Telefon:** 012/510-824

**E-mail:** office@rra-bp.rs

[www.rra-bp.rs](http://www.rra-bp.rs)

## **Centar za razvoj Jablaničkog i Pčinjskog okruga**

**Adresa:** Pana Đukića 42, Leskovac

**Telefon:** 016/233-440

**E-mail:** info@centarzarazvoj.org

www.centarzarazvoj.org

## **Regionalna razvojna agencija za razvoj istočne Srbije „RARIS“**

**Adresa:** Trg oslobođenja 1, Zaječar

**Telefon:** 019/426-376, 019/426-377

**E-mail:** office@raris.org

www.raris.org



Privredna komora Srbije (PKS) predstavlja vodeću asocijaciju srpskih privrednika. Aktivno delovanje na unapređenju privrednog razvoja zemlje, povećanju izvoza i stranih direktnih investicija, jačanju konkurentnosti srpske privrede i razvoju preduzetništva strateški su ciljevi Privredne komore Srbije. Aktivnosti Privredne komore Srbije primarno su usmerene na zastupanje interesa članova, uz angažovanje na kreiranju otvorenog, podsticajnog i prosperitetnog privrednog ambijenta.

Počevši od 1. januara 2017. godine počeo je sa primenom novi Zakon o privrednim komorama uz obavezno članstvo i jedinstveni komorski sistem koji treba pre svega da ima veći uticaj na kreiranje regulatornog okvira i privrednog ambijenta, u čemu će značajnu ulogu imati regionalni parlamenti privrednika.

### **Podrška u izvozu**

Privredna komora Srbije je partner i podrška srpskim kompanijama na putu ka inostranim tržištima, kao i predstavnik srpske privrede u svetu. Savetnici u sektoru za ekonomske odnose sa inostranstvom (EOI) pokrivaju veliki broj zemalja i dobro poznaju ekonomske prilike u svakoj zemlji. U cilju ulaska na novo tržište eksperti PKS mogu obezbediti informacije o načinu i uslovima poslovanja u određenoj zemlji.

Osnovne aktivnosti Centra za bilateralnu saradnju u okviru EOI usmerene su ka pružanju podrške srpskim preduzećima u procesu plasmana proizvoda, internacionalizacije poslovnih aktivnosti, definisanja neophodnih procedura prilikom izlaska na tržišta pojedinih zemalja i pronalaženja odgovarajućih partnera u inostranstvu.

PKS prati i analizira ekonomska kretanja u zemlji i inostranstvu. Makroekonomske analize i podaci o ekonomskoj saradnji sa određenom zemljom su jedna od glavnih informacija koju državni zvaničnici Republike Srbije koriste prilikom bilateralnih susreta. Ove informacije PKS može dostaviti na zahtev zainteresovanim članicama, kako bi sagledali mogućnosti i potencijale nastupa na različitim tržištima.

### **Značaj edukacije - Centar za edukaciju PKS**

Centar za edukaciju Privredne komore Srbije osnovan je 2002. godine sa zadatkom da privrednicima omogući savremenu i kontinuiranu poslovnu edukaciju.

U okviru Centra za edukaciju PKS realizuju se brojne edukacije upravo na temu spoljnotrgovinskog poslovanja a neke od njih su:

- „Unapređenje spoljnotrgovinskog poslovanja“
- Edukacija „Ugovori u privredi sa domaćim i stranim partnerima i sredstva obezbeđenja“
- Export Management Training obuka
- „Od pregovora do ugovora“ seminar koji kao podršku privredi organizuje PKS sa projektom partnerstva DIHK-CEFTA.
- Seminar „Uspešan razvoj izvoznog posla u 10 koraka“

Brojne i aktuelne teme na edukacijama i seminarima mogu samo pomoći mikro, malim i srednjim preduzećima da uspešno posluju, razviju svoj proizvodni program i unaprede celokupno poslovanje, a samim tim i spoljnotrgovinsku razmenu svojih preduzeća.

### **Privredna komora Srbije**

**Adresa:** Resavska 13-15, 11000 Beograd, Srbija

**Telefon:** 011/3300 900

**Faks:** 011/3230 949

**E-mail:** info@pks.rs

www.pks.rs

**Evropska mreža предузетništva (Enterprise Europe Network)** je projekat Evropske unije koji je prevashodno namenjen mikro, malim i srednjim preduzećima kao servis kada je u pitanju internacionalizacija poslovanja. Evropska mreža предузетništva je zastupljena u preko 60 zemalja sveta i predstavlja najveću mrežu podrške u poslovanju mikro, malih i srednjih preduzeća. Evropsku mrežu предузетništva čini skoro 600 partnerskih organizacija i institucija poput komora, agencija, instituta i dr.

Evropska mreža предузетništva, kao najveća evropska mreža za poslovnu podršku, nudi raznoliku pomoć mikro, malim i srednjim preduzećima u Evropskoj uniji i šire. Privredna komora Srbije koordinira Mrežom u Srbiji i zajedno sa partnerima, učestvuje u realizaciji ovih aktivnosti. EEN se realizuje u okviru EU Programa za konkurentnost preduzeća i MSP (EU Program for the Competitiveness of Enterprises and Small and Medium-sized Enterprises – COSME).

EEN pruža informacije o:

- direktivama evropskih propisa i preporuka,
- mogućnostima koje nudi tržište EU,
- tržištima drugih zemalja koje su uključene u Mrežu,
- mogućnostima za uspostavljanje poslovne saradnje,
- programima i fondovima EU namenjenih mikro, malim i srednjim preduzećima.

EEN pruža sledeće usluge:

- posredovanje u transferu novih tehnologija i znanja,
- pomoć u promociji preduzeća i pronalaženju partnera na inostranom tržištu,
- stimulisanje mikro, malih i srednjih preduzeća da inoviraju i time budu konkurentnija na inotrižistu,
- upućuju mikro, mala i srednja preduzeća na učešće u Okvirnim programima EU.

### Poslovna saradnja

- EEN baza preduzeća je najveća baza poslovnih partnera iz Evrope,
- Oko 600 EEN partnera svakodnevno radi na povezivanju kompanija koje imaju profil u bazi,
- Kompanije su predstavljene u formi anonimnih profila, te su svi podaci zaštićeni.

### **Posete kompanijama u inostranstvu:**

- Osnovni cilj poseta kompanijama u inostranstvu jeste poslovno povezivanje i prenos znanja, iskustva i tehnologije,
- Osim razgovora sa predstavnicima kompanija domaćina, posete mogu obuhvatiti i obilazak njihovih proizvodnih kapaciteta,
- Partneri u mreži u saradnji sa članovima mreže iz drugih evropskih država organizuju posete i pružaju kompanijama logističku podršku za vreme posete.

Delovanjem Evropske mreže preduzetništva u Srbiji mikro, mala i srednja preduzeća u poziciji su da dobiju informacije o uslovima za ulazak na tržište Evropske unije (relevantni zakoni, direktive), prilikama za izvoz, javnim nabavkama, novim tehnologijama, potencijalnim partnerima, mogućnostima tehnološkog razvoja i Okvirnim programima Evropske unije. Prave informacije i prava informativna rešenja za probleme mikro, malih i srednjih preduzeća će doprineti razvitku sektora MSP i njegovom razvoju na današnjim dinamičnim i otvorenim tržištima.

### **Evropska mreža preduzetništva - Srbija**

**Adresa:** Resavska 13-15, 11000 Beograd, Srbija

**Telefon:** 011/3300 928

**E-mail:** een@pks.rs

www.een.rs





**5**

**IZVOZ**

# IZVOZ

Izvoz označava količinu robe, dobara, usluge, tehnologije, licenca i autorskih prava, koje je država u stanju proizvesti i izvoziti u inostranstvo. Većina današnjih razvijenih zemalja je stekla bogatstvo kroz izvoz svojih proizvoda u inostranstvo. Ako je vrednost izvoza veća od vrednosti uvoza, razlika doprinosi povećanju bruto domaćeg proizvoda.

Najveći deo spoljnotrgovinske razmene Srbije obavlja se sa zemljama Evropske Unije – prema podacima Republičkog zavoda za statistiku za I kvartal 2015. godine izvoz u EU čini 68% ukupnog izvoza, dok uvoz iz zemalja članica EU čini 61% vrednosti uvoza.

Izvoz robe i izvoz usluga predstavlja dva sasvim različita izazova. Dok se kod prvog, moramo baviti pakovanjem, običajima i fizičkom isporukom, kod drugog se suočavamo sa pitanjima kao što su radne dozvole, akreditovane radne dozvole, jezik i putovanja do i od tržišta itd. Kada izvozimo robu veoma je bitno da zapamtimo da veoma često postoji i komponenta usluga koja je očekivana (instaliranje, obuka, servisiranje, garancija, itd).

Zašto bi kompanija koja već veoma dobro posluje unutar Srbije razmatrala da postane izvoznik? Postoji nekoliko dobrih razloga, a to su:

- Povećanje prodaje – ako je domaća prodaja dobra, izvoz je način da se proširi tržište i pronađe svoje mesto na stranom tržištu i time se iskoristi inostrana potražnja.
- Ekonomičnost u potrebnom obimu - povećanje proizvodnje može omogućiti da se uposle svi postojeći resursi, što povećava ekonomičnost.
- Smanjena ranjivost - ako poslujete i na međunarodnom tržištu izbegavate zavisnost od samo jednog tržišta i moguće domaće krize.
- Nova znanja i iskustva - globalno tržište obiluje novim idejama, pristupima i marketinškim tehnikama koje su se takođe pokazale uspešnim i u Srbiji.
- Globalna konkurentnost – iskustvo koje kompanija stekne radeći na međunarodnom nivou pomoći će Vam da postanete konkurentni na globalnom tržištu ali i u Srbiji.
- Domaća konkurentnost – ukoliko kompanija uspe na globalnom tržištu, to će joj osigurati fleksibilnost kada se suoči sa stranom konkurencijom u Srbiji.

Izvoz se sastoji od puno izazova, ali ih možete savladati uz pažljivo pripremanje i planiranje. Neki od tih izazova su:

- Povećani troškovi – možda ćete morati da izmenite ambalažu ili svoje proizvode i usluge, a moraćete i da se suočite sa kratkoročnim troškovima, kao što su dodatna putovanja, proizvodnja novih marketinških

materijala i dodatno osoblje da se prilagodite tržištu u inostranstvu.

- Nivo posvećenosti – potrebno je vreme, volja, napori i resursi kako bi se uspostavili i održali na međunarodnim tržištima.
- Boravak i rad na duge staze - iako izvoz pruža i obećava velike ekonomske mogućnosti za većinu preduzeća, mogu da prođu meseci ili čak i nekoliko godina pre nego što osetite značajan prihod od vaše investicije u izvoz.
- Jezik i kulturne razlike - upoznajte se sa razlikama u jeziku, kulturi i poslovnom praksom, tako da slučajno ne uvredite vašeg potencijalnog klijenta i time izgubite u prodaji.
- Papirologija - ne postoji način da se ona izbegne jer i Srbija i strane zemlje zahtevaju dosta dokumentacije za izvoz proizvoda i usluga.
- Dostupnost - morate biti lako dostupni Vašim inostranim klijentima.
- Konkurencija - morate biti sigurni da ste dobro upoznati sa konkurencijom na ciljnom tržištu.

## **DA LI TREBA DA RAZMIŠLJATE O IZVOZU?**

Generalno gledano, jedna kompanija se može smatrati spremnom za izvoz ako ima kapaciteta, resurse i menadžment da dostavi tržišno prihvatljivi proizvod ili uslugu na globalnom nivou sa konkurentnom cenom. Ovo pravilo važi i za izvoz u Republiku Bugarsku. Poenta je u tome da treba da odredite da li je Vaša kompanija takva – pa ako to nije, kako da je napravite takvom.

Vaš prvi korak je da razmislite o resursima i znanju koje Vaša kompanija već poseduje.

Razmotrite sledeće kao početnu tačku:

### **Ideje i ciljevi – da li imate:**

- Jasne i ostvarive izvozne ciljeve?
- Realističnu ideju od čega se izvoz sastoji i koliko su dugi vremenski rokovi do postizanja rezultata?
- Otvorenost ka novim načinima poslovanja?
- Jasno razumevanje onoga što je potrebno za uspeh na međunarodnom tržištu?

### **Kapaciteti ljudskih resursa – da li imate:**

- Sposobnost da odgovorite na dodatnu potražnju u vezi sa izvozom?
- Menadžment koji je posvećen izvozu?
- Efikasne načine brzog reagovanja na zahteve kupaca?
- Osoblje sa kulturno - osetljivim marketinškim veštinama?
- Metode rešavanja jezičkih barijera?

Da bi uspeali na međunarodnim tržištima, vi ne morate da budete velika kompanija. Desetine hiljada malih i kompanija srednje veličine trenutno izvozi i posluje veoma dobro.

#### **Finansijski i pravni resursi – možete li da:**

- Osigurate dovoljno kapitala ili kreditnih linija za proizvodnju produkta ili usluga?
- Pronađete načine da smanjite finansijski rizik u međunarodnoj trgovini?
- Nađete ljude da Vas savetuju o pravnim i poreskim implikacijama izvoza?
- Da se efikasno bavite sa različitim monetarnim sistemima i osiguravate zaštitu svoje intelektualne svojine?

#### **Konkurentnost – da li imate:**

- Proizvod ili uslugu koja je potencijalno održiva na Vašem ciljnom tržištu?
- Resurse za ispitivanje tržišta u vezi sa izvoznim potencijalom Vašeg proizvoda ili usluge?
- Dokazane, sofisticirane metode nastupanja na tržištu?

#### **Procena Vašeg potencijala za izvoz**

Da li Vaš proizvod ili usluga mogu da pronađu povoljno i vredno tržište van Srbije?

Odgovor na ovo pitanje je krucijalan. Ako ne postoji potražnja za ono što nudite ne bi bilo pametno da nastavite.

**Savet:** Posebna dešavanja kao što su seminari mogu da budu odlična prilika kako bi iskoristili iskustvo drugih ljudi sa izvozom.

**Mit o izvozu: Mi smo premali kako bi bili izvoznici!!!!  
Ne, vi niste premali!**

#### **Profil klijenata**

- Ko već koristi Vaš proizvod ili uslugu?
- Da li je Vaš proizvod ili usluga u širokoj opštoj upotrebi ili su ograničeni na određenu grupu korisnika?
- Da li je Vaš proizvod ili usluga popularan kod određene starosne grupe?
- Da li postoje druge značajne demografske karakteristike u vezi njihove upotrebe?
- Koji klimatski ili geografski faktori imaju uticaja na upotrebu Vašeg proizvoda ili usluge?

### **Modifikacije proizvoda**

- Da li su potrebne modifikacije Vašeg proizvoda kako bi postao poželjan za strane klijente?
- Koji je rok trajanja Vašeg proizvoda? Da li je rok smanjen zbog perioda trajanja tranzita?
- Da li se ambalaža može lako modifikovati da zadovolji zahteve klijenata u inostranstvu?
- Da li je specijalna dokumentacija potrebna? Da li Vaš proizvod mora da zadovolji neke tehničke i regulatorne zahteve i uslove?

### **Transport**

- Na koji način se vrši prevoz robe i da li postoji mogućnost za poboljšanje logistike?
- Da li troškovi transporta mogu da učine problematičnim određivanje konkurentne cene?

### **Lokalna zastupljenost**

- Da li Vam je potreban lokalni predstavnik u Bugarskoj za aktivnosti marketinga?
- Da li je za Vaš proizvod potrebno profesionalno sklapanje ili ostale tehničke veštine?
- Da li je potrebno servisiranje posle prodaje? Ako je tako, da li je dostupno lokalno ili Vi treba da to osigurate? Da li imate resurse kako bi to osigurali?

### **Izvoz usluga**

- Ako izvozite usluge, šta je jedinstveno ili specijalno u vezi sa njima?
- Da li se Vaše usluge smatraju svetskom klasom?
- Da li je potrebno da izmenite svoje usluge kako bi savladali razlike u jeziku, kulturi i poslovnom okruženju?
- Kako planirate da dostavite svoje usluge: lično, sa lokalnim partnerom ili elektronskim putem, kao što je na primer internet?

### **Kapacitet**

- Da li ćete biti u stanju da uslužite kako svoje postojeće domaće klijente, tako i svoje nove strane klijente?
- Ako se poveća domaća potražnja, da li ćete još uvek biti u stanju da vodite računa o stranim klijentima i obratno?

## **IZVOZNI PLAN**

### **Zašto je potreban izvozni plan?**

Veoma je bitno da razumete svoje tržište kao i glavni fokus Vašeg preduzetništva pre nego što stupite na međunarodno tržište.

Ako pažljivo planirate projekat izvoza, imaćete bolje šanse za dobro poslovanje na ciljnom tržištu. Loše planiranje (ili bez ikakvog planiranja) može da dovede do velikog neuspeha u inostranstvu i takođe može ozbiljno oštetiti domaće poslovanje.

Finansijske institucije i ostale agencije za kreditiranje neće obezbediti sredstva za biznis koji nema dobro razvijen izvozni plan. Pored toga, potencijalni partneri i investitori će želeći da vide kako tačno planirate da ostvarite ciljeve.

Ukratko, ne možete postići ništa bez plana za izvoz.

### **Osnova: Vaš poslovni plan**

Dobar plan izvoza počinje kod kuće. Sada je trenutak da se preispitate i obnovite svoj poslovni plan. Verovatno vam je već zastareo. Ako nemate sopstveni poslovni plan, ovo je definitivno pravi momenat da ga napravite.

### **Mit o izvozu: izvoz je veoma komplikovan!!!!**

**Zapamtite, ne morate da uradite sve sami. Konsultanti mogu da vas zastupaju, pronađu inostrane kupce, upravljaju prodajnim nalogima, pripremaju papirologiju i isporuče robu.**

### **Vaš izvozni plan**

Kada ste isplanirali svoj poslovni plan, možete da počnete da kreirate svoj plan izvoza.

To nije nešto što ćete završiti tokom jedne nedelje, jer i nakon što ste počeli sa izvozom, moraćete da ga redovno ažurirate.

**Savet: Obratite se svom poslovnom udruženju da pronađete imena uspešnih izvoznih preduzeća koja mogu da Vam pruže praktične savete.**

Izvozni plan za početak treba da bude kratak, jasan i da sadrži ciljeve, strategiju i sredstva koja je potrebno angažovati za ostvarenje izvoznog posla.

Spoznavanjem novih činjenica i iskustava on će biti detaljniji i obimniji.

Detaljan plan se preporučuje firmama koje su se odlučile na direktan izvoz bez posrednika, dok firme koje planiraju izvoz izborom indirektnih metoda mogu ovaj plan praviti mnogo jednostavnije.

## STRUKTURA PLANA IZVOZA

### 1. Uvod

* Poslovni istorijat	* Svrha plana za izvoz
* Vizija i deklaracija o misiji	* Organizacioni ciljevi
* Ciljevi međunarodnog tržišta	* Kratkoročni i srednjeročni ciljevi izvoza
* Lokacija i objekti	

### 2. Organizacija

* Vlasništvo	* Pitanja u vezi sa tržištom rada
* Menadžment	* Korporativno iskustvo i stručnost u izvozu
* Osoblje	* Nivo posvećenosti uprave
* Strateška partnerstva	* Odnos između izvoza i ostalih aktivnosti

### 3. Proizvodi i usluge

* Glavne odlike	* Proizvodnja proizvoda i usluga
* Opis proizvoda i usluga	* Adaptacija i redizajn koji je potreban za izvoz
* Budući proizvodi i usluge	* Komparativna prednost u proizvodnji

### 4. Tržište

* Ispitivanje tržišta	* Proces nabavke i kriterijum kupovine
* Političko okruženje	* Opis učesnika industrije
* Ekonomsko okruženje	* Tržišno učešće koje pokriva uvoz
* Veličina tržišta	* Tarifne i netarifne barijere
* Glavni segmenti tržišta	* Trendovi u industriji i drugi tržišni faktori

### 5. Strategija stupanja na tržište

* Ciljna tržišta	* Opis glavnih konkurenata
* Pozicioniranje proizvoda	* Analiza kompetitivne pozicije
* Strategija određivanja cena	* Opis posrednika i partnera
* Uslovi prodaje	* Promotivna strategija
* Strategija distribucije	

## 6. Regulatorna i pitanja logistike

* Ostala regulatorna pitanja	* Zaštita intelektualne svojine
* Trgovinska dokumentacija	* Korišćenje pružaoca trgovinskih usluga
* Način prevoza i osiguranje tereta	

## 7. Faktori rizika

* Rizici tržišta	* Politički i ostali rizici
* Kreditni rizici i problemi sa valutom	

## 8. Plan implementacije

* Ključne aktivnosti	* Kriterijum i proces evaluacije
----------------------	----------------------------------

## 9. Finansijski plan

* Prihodi ili izvori finansiranja	* Marketing i troškovi promocije
* Operativni budžet	* Ostali troškovi ili izdaci
* Troškovi prodaje	

## KORISNI SAVETI ZA ONE KOJI PRVI PUT IZVOZE

Evo nekoliko korisnih saveta za početak:

1. Razmotrite svoje performanse na domaćem tržištu
  - Identifikujte izazove i mogućnosti (SWOT analiza)
  - Kako poslujete kod kuće?
  - Kolika Vam je geografska pokrivenost domaćeg tržišta?
  - Kako poredite sebe sa konkurencijom?
  - Da li su neka tržišta zatvorena za Vas?
2. Razgovarajte sa svojim timom o mogućnostima i izazovima ulaska na novo tržište
  - Upravljajte sami, osim ako stvarno verujete da neko drugi u timu može bolje.
  - Razgovarajte zašto želite proširenje posla (imajte činjenice i brojke pri ruci).
  - Prepoznajte spremnost.
  - Rešite sve blokade.
  - Identifikujte sve izazove.
  - Postavite ambiciozne ali ostvarive ciljeve.



- Identifikujte nagrade koje će proizaći od novih tržišta.

### 3. Posetite svoje ciljno tržište

- Provodite vreme na ciljanom tržištu.
- Upoznajte i razgovarajte sa što više relevantnih ljudi ako je moguće, čak i ako oni verovatno neće biti direktni klijenti ili potrošači. Oni su izvori neprocenjivih informacija o tržištu.
- Upoznajte maloprodajne ili distributivne kanale za Vaš proizvod.
- Ispitajte konkurenciju.
- Prikupite što više informacija o „cenama“: saznajte veloprodajne i maloprodajne cene, kakve su politike akcija i rasprodaja, šta su uobičajeni popusti.
- Upoznajte marketinški i promotivni pristup dobavljača i maloprodaje.
- Procenite obim (količinu) koja se može isporučiti.
- Procenite ukupan obim posla (obim predstojećih zadatka).
- Uočite razlike u odnosu na domaće tržište.

### 4. Angažujte iskusnog konsultanta za istraživanje ciljnog tržišta

- Vi ili Vaš tim ste u najboljoj poziciji da sprovedete ovo i da naučite mnogo iz procesa istraživanja.
- Međutim adekvatan konsultant može prikupiti činjenice i brojke brže nego Vi sami.
- Nezavisni stručnjak može da obezbedi realne informacije o mogućnostima i izazovima.

### 5. Povežite sve informacije i istraživanja

- Uredite sve prikupljene informacije.
- Sastavite izveštaj analize istraživanja - to će razjasniti mnoga pitanja, potrebe i predstaviti mogućnosti za Vas.

## Da li je izvoz uopšte za Vas?

### DA LI VAŠ PROIZVOD/USLUGA ODGOVARA TRŽIŠTU?

Jedno od ključnih pitanja za buduće izvoznike je da li su ili nisu Vaši proizvodi ili usluge odgovarajući za novo tržište. U stvari, ide se šire od toga: da li možete preslikati poslovni model koji koristite kod kuće na druga tržišta? Da li faktori koji Vam omogućavaju da budu uspešni kod kuće postoje u drugim zemljama, i ako da, koji? Ako nudite različite proizvode, da li postoje određeni proizvodi koji više odgovaraju određenom tržištu? Odvojite vreme za donošenje odluke koji proizvodi ili usluge odgovaraju određenim tržištima.

### **DA LI POSEDUJETE POTREBNE AMBICIJE I POSVEĆENOST?**

Razvijanje novog posla na drugom tržištu zahteva veliku posvećenost svih u Vašoj kompaniji. U mnogo čemu, novo tržište je kao ponovno otpočinjanje posla ali sa dodatnim zahtevima kao što su poslovna kultura, jezik i različito pravno sistemsko okruženje. Da li imate podršku menadžmenta i upravnih organa? Da li ste saopštili svom timu potencijalne uticaje na njihove pozicije i razgovarali o eventualnim radnim angažovanjima?

### **DA LI MOŽETE DA ODRŽAVATE SVOJ POSTOJEĆI BIZNIS?**

Vi i dalje treba da održavate i razvijate svoj postojeći biznis, dok osvajate novo tržište. Ova činjenica treba da bude uključena u planiranje; zanemarivanje teško stečenih domaćih kupaca može biti skupa i opasna.

### **DA LI POSEDUJETE RESURSE ZA USPEH?**

Izgradnja održivih izvoznih poslova košta i zahteva znatno upravljanje vremenom i resursima, zato što period između inicijalnog kontakta i dogovora o prodaji može trajati godinama. Potrebno je da procenite finansijski uticaj pokretanja izvoza uz neophodnost čestih putovanja zaposlenih – posebno upravljačkog tima.

### **DA LI IMATE SPOSOBNOST I KAPACITETE DA SARADJUJETE SA VEĆIM FIRMAMA?**

Mnogi od Vaših ciljanih kupaca na izvoznim tržištima će biti znatno veći od Vaše firme, ili postojećih klijenata. Morate biti sigurni da Vaš posao može odgovoriti zahtevima inostranih kupaca. Imajte na umu da ovo može značiti angažovanje dodatnog broja zaposlenih za potencijalna tržišta.

### **VI TO MOŽETE**

Izvoz je težak posao i postoje rizici, ali su potencijali veliki. Ako na prvi pogled izgleda zastrašujuće, onda se treba setiti:

- I najuspešniji izvoznici su nekada bili gde ste Vi sada,
- Ako ste bili u stanju da opstanete na domaćem tržištu onda se već uspešno takmičite sa svetskim kompanijama i možete računati na uspeh i na globalnom tržištu,
- Postoji širok spektar stručnih, izvozno usmerenih konsultanata iz prodaje i marketinga, koji vas mogu voditi i pomoći da uspete,
- Postoji širok spektar resursa i institucija na raspolaganju, uključujući i Razvojnu agenciju Srbije, akreditovane regionalne razvojne agencije i Privrednu komoru Srbije

**6**

**TEST: DA LI STE SPREMNI  
ZA IZVOZ?**

# TEST: DA LI STE SPREMNI ZA IZVOZ?

Da li je Vaš biznis spreman za pokretanje izvoza? Uradite ovaj test, proverite svoj rezultat i budite sigurni:

1. Da li je Vaš menadžment posvećen održivim naporima za izvoz?

Da / Ne

2. Da li Vaš menadžment ima međunarodno poslovno iskustvo?

Da/ Ne

3. Da li ste preduzeli bilo kakvo istraživanje nekog stranog tržišta?

A. Završeno primarno i sekundarno istraživanje tržišta, obuhvatajući posetu stranom tržištu

B. Završeno neko primarno i sekundarno istraživanje tržišta

C. Nije bilo istraživanja

4. Da li imate višak proizvodnog kapaciteta ili dostupne stručnjake da zadovolje povećanu potražnju za Vaš proizvod ili uslugu?

Da / Ne

5. Da li imate potrebno finansiranje da prilagodite svoj proizvod ili uslugu da odgovara Vašem ciljnom tržištu kao i da se dalje promovise?

A. Finansiranje osigurano

B. Finansiranje se organizuje

C. Nema dostupnog finansiranja

6. Da li imate dobru evidenciju o ispoštovanim rokovima?

Da/ Ne

7. Da li Vaš proizvod ili usluga imaju jasnu konkurentsku prednost (kvalitet, cena, jedinstvenost, inovativnost) u odnosu na Vaše konkurente na ciljnom tržištu?

Da/ Ne

8. Da li ste uskladili Vaše pakovanje (ambalažu i/ili promotivne materijale) za ciljno tržište?

Da/ Ne

9. Da li imate kapaciteta i resursa da osigurate podršku posle prodaje kao i servisiranje na ciljnom tržištu?  
Da/ Ne
10. Da li je Vaš promotivni materijal dostupan na jeziku ciljnog tržišta?  
(Posetnice, brošure, Internet stranice)  
Da/ Ne
11. Da li ste krenuli sa reklamiranjem Vašeg proizvoda ili usluge na ciljanom tržištu?  
Da/ Ne
12. Da li ste unajmili usluge prodajnog zastupnika/distributera/agenta ili stupili u partnerstvo sa lokalnom firmom?  
Da/ Ne
13. Da li ste unajmili teretnog prevoznika, špeditera ili carinskog brokera?  
Da/ Ne
14. Da li ste proverili da li možete prodavati ili koristiti tehnologiju i trgovačko ime u vezi sa Vašim proizvodom na ciljanim tržištima bez ugrožavanja postojećih intelektualnih svojinskih (IS) prava?  
A. Moja IS strategija obuhvata IS istraživanja pre stupanja na nova tržišta  
B. Moja IS je registrovana samo u Srbiji

### **Koji je vaš rezultat?**

*Ako ste odabrali „A”, ili odgovorili sa „Da” na 11–14 pitanja, čestitamo!*

Vi razumete posvećenost, strategije i resurse potrebne da budete uspešan izvoznik.

U najmanju ruku, imate uspostavljenu osnovu da krenete ka globalnom nivou i postignete uspeh.

*Ako ste odgovorili sa „Da” na 7-10 pitanja: Nije loše*

Postoje slabosti u vašoj strategiji za izvoz. Bilo bi pametno da potražite savet i smernice od organizacija za podršku izvozu ili konsultanata za izvoz.

*Ako ste odgovorili sa „Da” na manje od 7 pitanja*

Iako ste možda spremni da posetite druge zemlje, moraćete još puno toga da uradite kako bi bili spremni za izvoz. Razmotrite zahtevanje pomoći iz izvora koje smo pomenuli u ovom Vodiču.



**7**

**KORISNE ADRESE**

## KORISNE ADRESE

### **Uprava carina, Ministarstvo finansija Republike Srbije**

Sektor za carinske postupke i procedure

**Adresa:** Bulevar Zorana Đinđića 155/a, Beograd

**Telefon:** +381 11 2690 822

**Faks:** +381 11 269 97 22

[www.upravacarina.rs](http://www.upravacarina.rs)

### **Ambasada Republike Srbije u Bugarskoj**

**Adresa:** 1504 Sofia, ul. Veliko Trново 3

**Telefon:** +359 2 946 1635; +3592 946 1633

**Faks:** +359 2 946 1059

**E-mail:** [sofia@emb-serbia.com](mailto:sofia@emb-serbia.com)

[www.sofia.mfa.gov.rs](http://www.sofia.mfa.gov.rs)

### **Ministarstvo spoljnih poslova Republike Bugarske**

**Adresa:** 1113 Sofia, ul. Aleksandar Žendov 2

**Telefon:** +359 2 948 2999

[www.mfa.bg](http://www.mfa.bg)

### **Ministarstvo ekonomije i energetike Republike Bugarske**

**Adresa:** 1000 Sofia, ul. Slavjanska 8

**Telefon:** +359 2 9407001

**E-mail:** [e-docs@mee.government.bg](mailto:e-docs@mee.government.bg)

[www.mi.government.bg](http://www.mi.government.bg)

### **Ministarstvo investicionog projektovanja Republike Bugarske**

**Adresa:** 1000 Sofia, ul. Saborna 1

**Faks:** +359 2 896, +359 2 9046 804

[www.mip.government.bg](http://www.mip.government.bg)

### **Izvršna agencija za podsticaj malih i srednjih preduzeća Republike Bugarske**

**Adresa:** 1000 Sofia, ul. Lege 2-4

**Telefon:** +359 2 7940

**E-mail:** [office@sme.government.bg](mailto:office@sme.government.bg)

[www.sme.government.bg](http://www.sme.government.bg)

### **Bugarski institut za standardizaciju**

**Adresa:** 1797 Sofia, ul. Laćezar Stančev 13

**Telefon:** +359 2 8174 504

[www.bds-bg.org](http://www.bds-bg.org)

### **Fondacija „Kauzi”**

**Adresa:** 1324 Sofia, ul. Filipovsko šose 38

**Telefon:** +359 2 925 1460

**Faks:** +359 2 927 7328

**E-mail:** [fondacia\\_kauzi@abv.bg](mailto:fondacia_kauzi@abv.bg)

[www.kauzi.org](http://www.kauzi.org)



**Bugarska privredna komora****Adresa:** 1000 Sofia, ul. Alabin 16-20**Telefon:** +359 2 932 09 11**Faks:** +359 2 987 26 04**E-mail:** office@bia-bg.com

www.bia-bg.com

**Bugarsko - srpska privredna komora****Adresa:** 1463 Sofia, Bulgaria, 86 Vitosha blvd, app. 12**Telefon:** +359 2 951 68 10**Faks:** +359 2 953 29 24**E-mail:** bscci@mail.bg

www.bscci.net

**Bugarska Trgovačko-Industrijska Palata****Adresa:** 1058 Sofia, ul. Iskar 9**Telefon:** +359 2 8117 400, +359 2 987 26 31**Faks:** +359 2 987 32 09**E-mail:** bcci@bcci.bg

www.bcci.bg

**Konfederacija poslodavaca industijalaca u Bugarskoj****Adresa:** 1463 Sofia, ul. Han Asparuh 8**Telefon:** +359 2 981 9169**E-mail:** office@ceibg.bg

www.ceibg.bg

**Asocijacija industrijskog kapitala u Bugarskoj****Adresa:** 1113 Sofia, ul. Fr. Ž. Kiri 20, sp. 8**Telefon:** +359 2 963 37 52, +359 2 963 37 56**E-mail:** bica@bica-bg.org

www.bica-bg.org

**Savez za privrednu inicijativu****Adresa:** 1784 Sofia, ul. Mihail Tanev № 12, Biznis centar „Eurotur“**Telefon:** +359 2 48 40**E-mail:** office@ssi-bg.net

www.ssi-bg.net

**Nacionalno udruženje malog i srednjeg biznisa****Adresa:** 1421 Sofia, ul. Nikolaj Gogolj 14A

www.bg.org!!!!!!!

**Nacionalno udruženje opština u Republici Bugarskoj****Adresa:** 1111 Sofia, ul. Golaš 23**Telefon:** +359 2 943 4467, +359 02 943 4468**E-mail:** namrb@namrb.org

www.nasmb-bg.org

**Bugarski ekonomski forum****Adresa:** 1463 Sofia, bul. Vitoša 86, sp. 4**Telefon:** +359 2 951 5259, +359 2 951 5759**Faks:** +359 2 953 29 24**E-mail:** info@biforum.org

www.biforum.org

## SPISAK TRGOVAČKIH IZLOŽBI U BUGARSKOJ

### **NDK – Kongresni centar Sofia EAD**

**Adresa:** 1463 Sofia, trg Bugarska 1

**Telefon:** +359 2 916 63 00, +359 2 916 6400

**E-mail:** info@ndk.bg

www.ndk.bg

### **Inter Expo Centar Sofia EAD**

**Adresa:** Sofia, bul. Carigradsko šose 147

**Telefon:** + 359 2 9655 281, + 359 2 4013 281

**Faks:** + 359 2 9655 231, + 359 2 4013 231

**E-mail:** exhibitions@iec.bg

www.iec.bg

### **Međunarodni sajam Plovdiv**

**Adresa:** 4003 Plovdiv, bul. Car Boris III Obedinitel 37

**Telefon:** + 359 32 902 311, + 359 32 902 115

**Faks:** + 359 32 902 432

**E-mail:** fairinfo@fair.bg

www.fair.bg

### **Festivalski i kongresni centar Varna**

**Adresa:** Varna 9000, bul. Slivnica 2

**Telefon:** +359 52 68 5214

**Faks:** +359 52 608-446

**E-mail:** fk@mail.orbitel.bg

www.fccvarna.bg

### **Dobrički sajam**

**Adresa:** 9300 Dobrič, ul. Nezavisnost 7, sp. 3

**Telefon:** +359 58 603 152

**E-mail:** dobrich\_fair@abv.bg

www.dobrich-fair.com

**Godina izdavanja:**

2017.

**Izdavač:**

Jugoistočna razvojna mreža

**Autori:**

Vladan Jeremić

Branko Brković

Marija Nikolić

Dragana Belenzada

Zoran Aleksić

Miloš Najčević

Ivan Mihajlović



RAS

Realizaciju Projekta je podržala RAZVOJNA AGENCIJA SRBIJE – RAS  
u okviru svog Programa podrške poslovnoj institucionalnoj infrastrukturi u 2016. godini.