

# Realizácia vývozných a dovozných obchodných operácií



doc. Ing. Viera Ružeková, PhD.

Ekonomická univerzita Bratislava, Katedra medzinárodného obchodu

# Problematika ZO

Problematike ZO sa v posledných rokoch celosvetovo venuje zvýšená pozornosť. Je to z toho dôvodu, že jeho význam je mimoriadny a to tak pre jednotlivé národné ekonomiky, ako aj pre firmy v nich pôsobiacich.

**Pre národné ekonomiky má ZO (predovšetkým export) význam ekonomický aj politický:**

- zabezpeč. D. + V. tovaru a služieb, ktoré sa v krajine nevyrábajú,
- predstavuje príjem do ŠR a rast úspor,
- zdroj devíz. prostriedkov,
- zvýšenie domácich dôchodkov,
- prílev investícií,
- rozvoj konkurencie na národ. trhoch,
- prináša výhody z rastúcich výnosov
- rast prac. príležitostí a zamestnanosti,
- upevňuje vzťahy medzi štátmi.

**Export má priaznivý dopad na:**

- platobnú bilanciu štátu,
- menu,
- na vnútornú i vonkajšiu ekonomickú rovnováhu.



Luboš Pavlica • Erika Mária Jamborová • Viera Ružeková



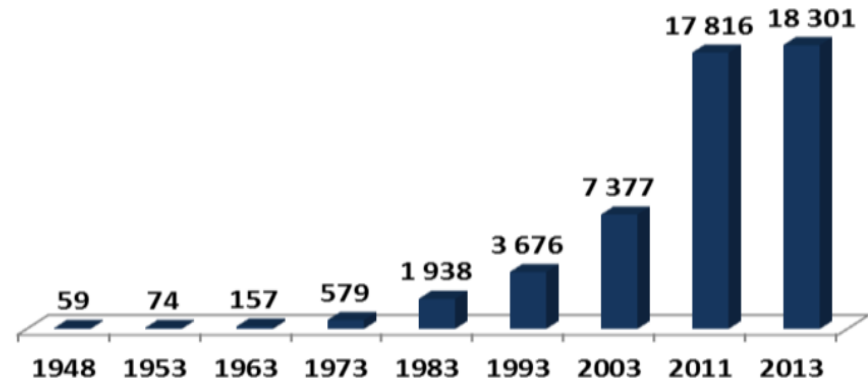
**MANUÁL  
SLOVENSKÉHO  
EXPORTÉRA**

Základy bezpečného obchodovania  
so zahraničím

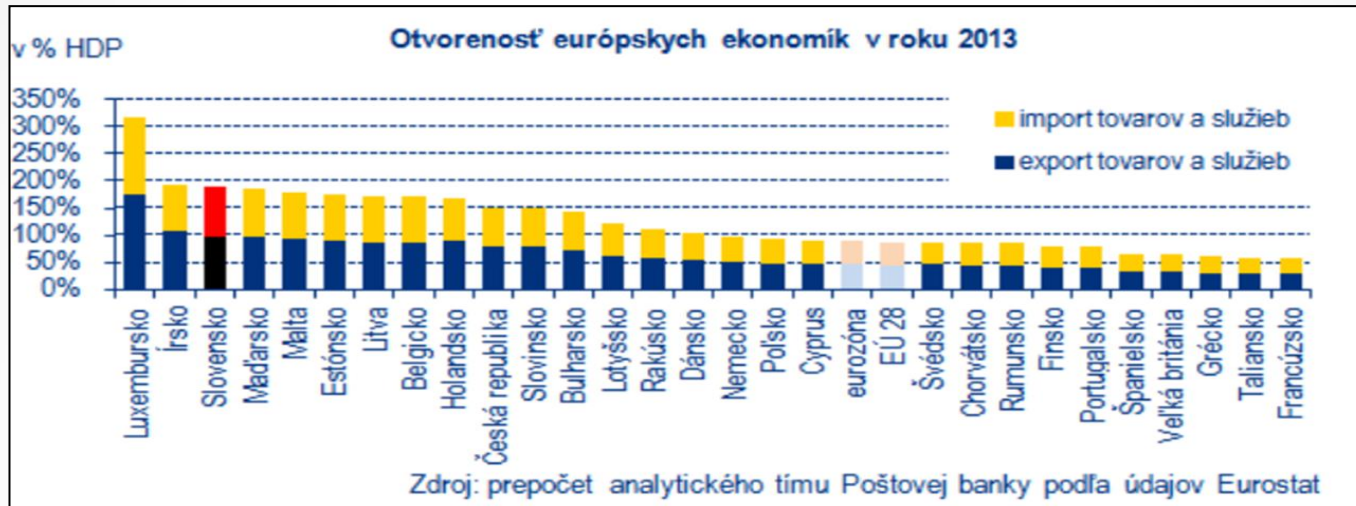
2015



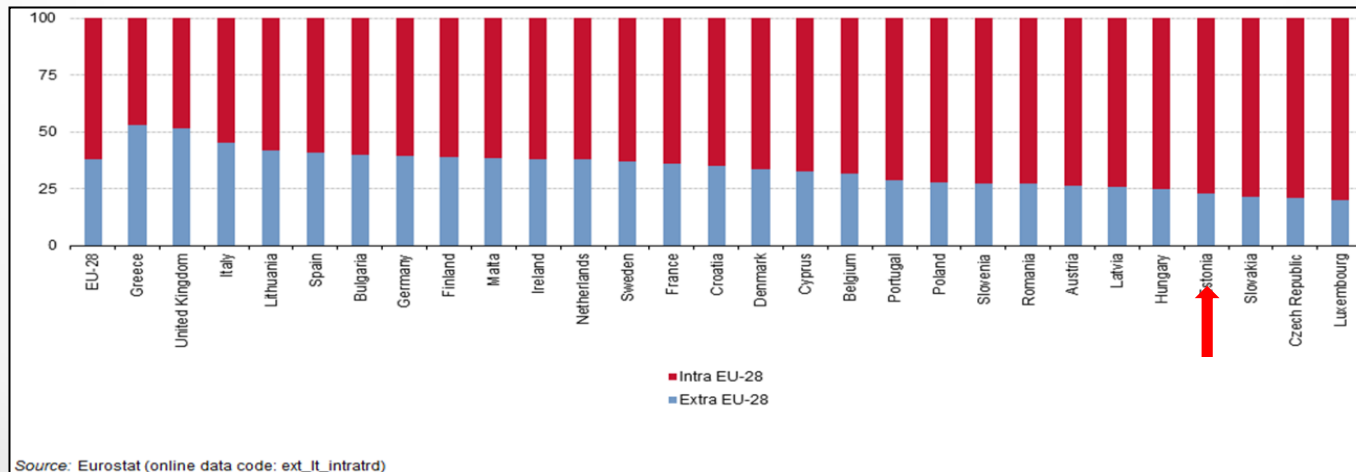
**Vývoj svetového obchodu v r. 1948 - 2013  
(v mld. USD)**



# Otvorenosť ekonomík EÚ v r. 2014 (ako %/HDP)



# Intra and extra EU trade in 2014 y. (as a % share of total trade)

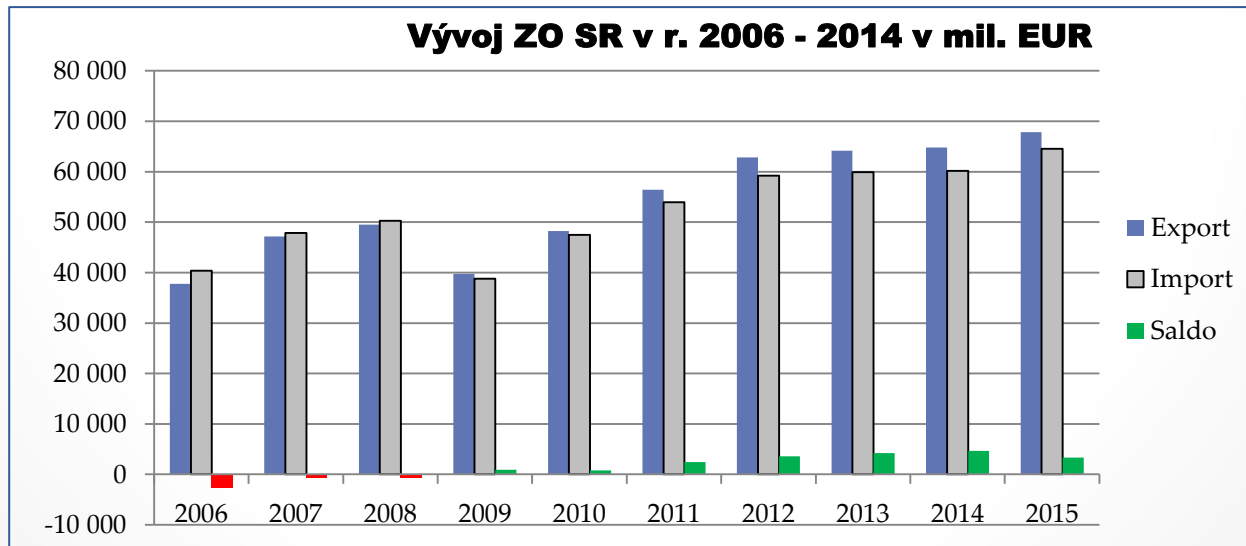


# Proexportná politika SR



- vymedzuje stratégiu rozvoja obchodných stykov so zahraničím (definuje konkrétne nástroje a opatrenia vplývajúce na exportnú výkonnosť);
- určuje základné princípy, ktorými sa tieto styky riadia;
- definuje inštitucionálnu podpornú bázu.

V súčasnosti platný dokument **Stratégia vonkajších ekonomických vzťahov SR na roky 2014 – 2020**.



# Ciele stratégie VEV SR 2014 - 2020



pozostávajú zo čiastkových cieľov v 4-och oblastiach:

1. **obchodno-politické ciele,**
2. **pro-investičné ciele,**
3. **ciele v oblasti výskumnej a inovačnej spolupráce so zahraničím,**
4. **ciele v oblasti jednotnej prezentácie SR.**

## 1. **Obchodno-politické ciele:** (ostatným oblastiam sa nebudeme v tejto prednáške venovať)

- **rast exportu;**
- **rast počtu exportérov;**
- **zabezpečenie stabilných dodávok strategických tovarov;**
- **diverzifikácia teritoriálnej a komoditnej štruktúry vývozu (rast vývozu na mimoeurópske trhy);**
- **zvýšiť podiel vývozu malých a stredných podnikov;**
- **zvýšiť podiel exportu služieb (vrátane cestovného ruchu).**

# Teritoriálne priority proexportnej politiky SR

1. **Krajiny mimoriadneho významu**  
(EHP, t.j. EÚ + EZVO) + Švajčiarsko
2. **Krajiny s vysokým potenciálom exportu**  
(RF, Ukrajina, Balkán, Čína, J. Kórea, India)
3. **Ostatné krajiny s rastovým potenciálom exportu**  
(USA, Kanada, Japonsko, ostatné SNŠ, krajiny LA (MERCOSUR a Čile), sev.Afriky, Golfského zálivu a JAR



# Začíname s exportom



Niekoľko rád, čo treba zvážiť a na čo treba nájsť odpovede:

Kvalitný produkt

Dobrý nápad

Znalosť  
zahraničného trhu

Vyhodnotenie  
rizík

Marketingová  
stratégia

- má Vaša firma vyhovujúce podmienky a dostatočné kapacity?
- aká je pripravenosť firmy po stránke materiálnej, finančnej, organizačnej, ľudských zdrojov na zahraničnoobchodnú činnosť?
- čo od realizácie vývozu očakávate?
- aký je potenciál cieľového trhu?
- ktorý trh je pre Vaše produkty najvhodnejší, najreálnejší a najefektívnejší?
- aké sú preferované vlastnosti výrobku zahraničnými spotrebiteľmi?
- aká bude forma vstupu na zahraničný trh, aká bude obchodná stratégia?
- aké sú zaužívané distribučné kanály na zahraničnom trhu?
- ako vývoznú operáciu financovať a ako bezproblémovo zabezpečiť úhradu za vyvez. tovar?
- aké prekážky Vás čakajú na danom zahraničnom trhu?

# Prečo by ste Vy a Vaša firma mali uvažovať nad realizáciou exportu



- Spoločnosti, ktoré svoju produkciu aj vyvážajú, sú o 17 % ziskovejšie, ako tie, ktoré nevyvážajú,
- Zmierňuje výkyvy podnikateľských cyklov vrátane sezónnych rozdielov,
- Znižuje firme závislosť od domáceho trhu,
- Zvyšuje hodnotu duševného vlastníctva firmy,
- Exportovanie prispieva k zlepšeniu manažovania firmy a obohateniu o interkultúrnu odbornosť,
- Exportovanie prispeje k rastu Vašej firmy a môže byť podnetom na rozvoj ďalšieho podnikania,
- Exportujúce firmy podporujú zároveň aj domáci trh,
- ...a mnoho ďalších dôvodov.





# Ako správne postupovať a na čo sa zamerať

## 1. Marketingový prieskum

- Uskutočniť marketingový prieskum a na jeho základe zhodnotiť možnosti firmy na vstup na zahraničný trh (teritoriálny a komoditný prieskum trhu). Vytvoriť takú marketingovú stratégiu, ktorá je reálna, efektívna a pre firmu priniesie rast predaja, zníženie závislosti od domáceho trhu, zvýšenie efektivity a prosperity firmy.
- *Informácie k tejto problematike sú rozpracované v kapitolách 2, 3 a 6.*

## 2. Cenový prieskum

- Uskutočniť dôsledný cenový prieskum trhu a urobiť predbežnú kalkuláciu ceny, ktorá bude zohľadňovať výrobné náklady, režijné náklady a zároveň vytvorí priestor pre maržu Vašej spoločnosti. Takto vykalkulovaná cena musí byť konkurencieschopná na zahraničnom trhu. V prípade, že sa do takejto rozpätia nezmestíte, treba definovať rezervy a zväziť ďalší postup.
- *Informácie k tejto problematike sú rozpracované v kapitolách 5 a 6.*

## 3. Formy financovania

- Dôsledne preveriť možné formy financovania exportnej operácie, zväziť výber platobnej podmienky tak, aby eliminovala riziko nezaplatenia za vyvezený tovar a z pohľadu exportéra bola čo najmenej riziková a finančne nákladná.
- *Informácie k tejto problematike sú rozpracované v kapitole 5.*

## 4. Informácie o konkurencii

- Získať a preveriť si informácie o konkurencii na cieľovom trhu, o zaužívaných spôsoboch predaja a distribúcie tovaru, o spôsobe dopravy, zväziť formy (spôsob) vstupu na zahraničný trh (so sprostredkovateľom alebo bez neho).
- *Informácie k tejto problematike sú rozpracované v kapitolách 2, 6, 7 a 8.*

## 5. Kalkulácia exportnej ceny

- Vypracovať presnú kalkuláciu exportnej ceny daného výrobku, ktorá je výsledkom širokospektrálneho prieskumu trhu a marketingovej stratégie v príslušnom teritóriu. Cieľom je, aby vykalkulovaná predajná cena bola zisková a zároveň na vybranom trhu reálna, konkurencieschopná.
- *Informácie k tejto problematike sú rozpracované v kapitolách 2 a 6.*

## 6. Pomuka

- Vypracovať pomuku a zaslať ju potenciálnym záujemcom. Pomuka by mala obsahovať informácie o kvalitatívnych, technických a úžitkových vlastnostiach výrobku. Zároveň spresňuje podmienky predaja a obsahuje aj vhodnú propagáciu výrobku. V prípade pozitívnej reakcie pripraviť obchodné rokovanie.
- *Informácie k tejto problematike sú rozpracované v kapitolách 2 a 6.*

## 7. Výber a bonita obchodného partnera

- Preveriť informácie o obchodnom partnerovi, urobiť dôsledný výber a preverenie bonity obchodného partnera a to z čo najširšieho pohľadu. Včas odhaliť takých záujemcov, ktorých doterajšie pôsobenie na trhu nedáva predpoklad, že záväzok zaplatiť za tovar budú schopní alebo ochotní realizovať.
- *Informácie k tejto problematike sú rozpracované v kapitole 2.*

## 8. Riziká cieľového trhu

- Každá zmena trhových podmienok môže pre firmu predstavovať riziko primášajúce tak hrozbu straty, ako aj možnosť zisku. Preto pri príprave vývozu je potrebné zväziť možné riziká trhu tak, aby prípadné negatívne dopady na realizáciu vývozu boli eliminované hneď v ťvode.
- *Informácie k tejto problematike sú rozpracované v kapitole 7.*

## 9. Príprava dokumentácie

- V prípravnej fáze vývozu je potrebné precízne zistiť informácie o potrebnej dokumentácii, ktorá je podstatným predpokladom úspešnej realizácie vývozu tovaru na konkrétny trh, zabezpečenia bezproblémového inkasa či eliminovania mnohých nepredvídaných skutočností.
- *Informácie k tejto problematike sú rozpracované v kapitole 6.*

## 10. Kúpna zmluva (kontrakt)

- Vypracovať kúpnu zmluvu (kontrakt), ktorá je základným právnym vzťahom, v zmysle ktorého sa predávajúci zaväzuje dodať kupujúcemu tovar a umožniť mu, aby bolo na neho prevedené vlastnícke právo k tomuto tovaru. Na druhej strane kupujúci sa zaväzuje zaplatiť za tovar dohodnutú kúpnu cenu.
- *Informácie k tejto problematike sú rozpracované v kapitole 3.*

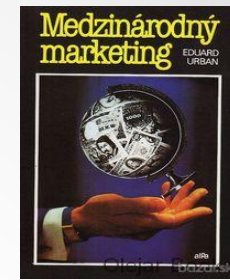
## 11. Expedícia a inkaso

- Expedícia zásielky a inkaso pohľadávky, vystavenie expedičných dokumentov, objednávky na prepravu, colné prerokovanie zásielky na vývoz, expedícia a následná fakturácia odberateľovi a inkaso faktúry od odberateľa. Všetky úkony musia byť realizované v zmysle uzatvorenej kúpnej zmluvy.
- *Informácie k tejto problematike sú rozpracované v kapitole 6.*

## 12. Zhodnotenie vývozu

- Zhodnotenie vývozných operácií, analýza priebehu, definovanie pozitív a negatív prípravy a priebehu, prijatie opatrení do budúcnosti.
- *Informácie k tejto problematike sú rozpracované v kapitolách 6 a 7.*

# Export a medzinárodný marketing



- Vstup na zahraničné trhy bude finančne a časovo náročnejší. Je firma pripravená tieto náklady a časovú náročnosť akceptovať?
- Máme dostatok finančných zdrojov na účely vstupu na nové trhy?
- Poznáme dobre svoj produkt a jeho marketingové prednosti, budeme dostatočne konkurencieschopní?
- Máme dostatočné marketingové znalosti a skúsenosti s predajom produktov na domácom trhu?
- Bude po našom produkte/službách dostatočný dopyt?
- Je rozvoj predaja na domácom trhu menej efektívny ako vstup na zahraničné trhy?
- Prinesie nám vstup na zahraničný trh očakávaný ekonomický efekt?
- Neexistuje už priestor na rozvoj predaja nášho produktu na domácom trhu?
- Máme dostatočné výrobné kapacity?
- Sme schopní reagovať na požiadavky nových odberateľov v požadovanom množstve a čase?
- Disponujeme dostatkom kvalifikovaných a jazykovo zdatných pracovníkov?

# Technika realizácie vývozu



Priebeh vývozných obchodných operácií môžeme ich rozdeliť na tieto fázy:

1. prípravná fáza,
2. fáza zmluvného zabezpečenia,
3. realizačná fáza,
4. vyhodnotenie vývozných operácií.



# 1. Prípravná fáza vývoznjej obchodnej operácie

- a) Všeobecné informácie o trhu
- b) Teritoriálny a komoditný prieskum
- c) Prieskum cien (predbežná kalkulácia ceny)
- d) Postavenie nášho výrobku na trhu
- e) Informácie o konkurencii
- f) Informácie o obchodnom partnerovi
- g) Informácie o spôsobe dopravy
- h) Voľba realizácie vývozu (priamy, nepriamy)
- i) Propagáciu krajiny vývozcu a výrobku
- j) Predbežný dopyt
- k) Kalkulácia ceny
- l) Ponuka
- m) Obchodné rokovanie





## a) Všeobecné informácie o trhu

- veľkosť trhu (posudzujeme podľa veľkosti spotreby a kúpnej sily, počtu obyvateľstva);
- celková hospodárska situácia a predpokladaný vývoj dopytu po výrobkoch, s ktorými chceme preniknúť na trh;
- geografické, kultúrne, sociálne a iné faktory,
- dovozný režim (opatrenia regulujúce obchod – napr. licencie, kvóty, osvedčenia, distribučné zvyklosti a kanály atď.);
- colný režim (preferencie, obmedzenia, výška colného zaťaženia, podmienky colného konania);



## b) Teritoriálny a komoditný prieskum

- obchodno-politické podmienky, geografické a klimatické podmienky,
- štruktúra priemyslu,
- obchodná a podnikateľská legislatíva,
- daňové a colné predpisy, finančná náročnosť trhu (náklady na dovoz do danej krajiny – clo, dopravné a distribučné náklady, poistenie,..),
- kúpyschopnosť,
- informácie o predajných možnostiach konkrétneho tovaru, atď.

## c) Cenový prieskum

- snahou exportéra je zabezpečiť si cenovú dokumentáciu, ktorá mu umožní dopracovať sa k cenám hlavnej konkurencie (cenníky, katalógy, MOC a VOC, informácie z veľtrhov a výstav). Cenovú kalkuláciu, samozrejme, ovplyvňuje aj mnoho ďalších činiteľov napríklad:

- kvalita a technické parametre výrobku;
- ponuka a dopyt;
- poskytovanie servisných služieb;
- kúpyschopnosť a zvyklosti obyvateľstva;
- špekulácie na trhu;
- politická, ekonomická situácia, príp. prírodné katastrofy.



## d) Postavenie Vášho výrobku na trhu

- je potrebné sledovať pozíciu svojho výrobku na trhu a overovať si skutočnosti, ktoré by mohli nepriaznivo ovplyvniť vývoj exportu.
- definovať cieľovú skupinu spotrebiteľov, zistiť ich kúpyschopnosť, mentalitu, náboženské predsudky, spotrebiteľské zvyklosti, kvalitatívne, farebné a iné preferencie na daný výrobok, zistiť zaužívané odbytové kanály, náklady na predaj, požiadavky na servis, značku, obal, prípadne ďalšie skutočnosti.

## e) Informácie o konkurencii

- porovnanie úžitkových a kvalitatívnych vlastností výrobku, dizajnu, obalu, postavenia značky a mena výrobcu, poskytovanie servisu atď.



## f) Informácie o obchodnom partnerovi

- napr. o právnom charaktere firmy, o predmete ich činnosti, dĺžke pôsobenia na trhu, o kapitáli firmy (výške aktív a pasív) a schopnosti ručenia za záväzky, o existujúcich obchodných partneroch, o odberateľskej a platobnej morálke, o schopnosti a ochote plniť záväzky vyplývajúce z kontraktu a iné.



## g) Informácie o spôsobe dopravy

- tejto problematike je nutné venovať veľkú pozornosť, nakoľko výška a štruktúra dopravných nákladov má bezprostredný dosah na cenu výrobku.

## h) Voľba realizácie vývozu (priamy, nepriamy)

- **Priamy vývoz** predstavuje priame spojenie výrobcu (a zároveň vývozcu v jednej osobe) s konečným zahraničným odberateľom/spotrebiteľom,
- **Nepriamy vývoz** znamená, že pri vývoze T. sa využívajú viaceré medzičlánky, vývozné či dovozné obchodné spoločnosti, distribútori a iní.

## i) Propagáciu krajiny vývozcu a výrobku

- Ide o cieľavedomé využívanie rôznych prostriedkov a foriem na upútanie pozornosti určitého okruhu osôb či skupiny spotrebiteľov so zámerom vzbudiť ich záujem a ovplyvniť ich rozhodnutie (propagácia krajiny vývozcu, samotného vývozcu a firmy, či jeho výrobku).



## j) Predbežný dopyt

- Predbežný dopyt možno považovať za výzvu na podanie ponuky, za prejav záujmu o naše výrobky (všeobecný dopyt, konkrétnejší dopyt, záväzný dopyt)



## k) Predbežná kalkulácia ceny

- Cieľom je, aby vykalkulovaná predajná cena bola zisková, a zároveň na vybranom trhu reálna, konkurencieschopná.
- Uskutočňujete v závislosti od toho, či ste výrobca a zároveň predajca, alebo ste obchodná firma (sprostredkovateľ) a tovar od tuzemského výrobcu nakupujete



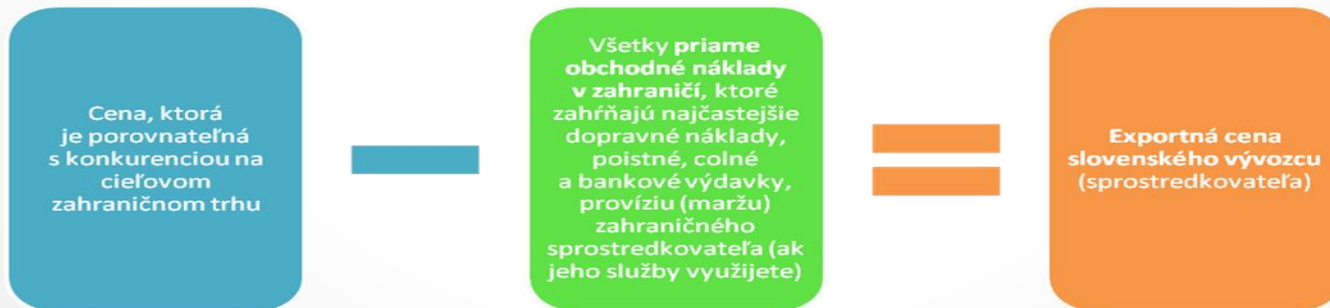
# Predbežná kalkulácia ceny

Ak ste obchodná spoločnosť (t. j. sprostredkovateľ), pri predbežnej kalkulácii vývozejnej ceny máte dve možnosti:

1) vychádzate z ceny tovaru, ktorú Vám ponúkol domáci výrobca, potom predbežnú cenovú kalkuláciu by sme mohli vyčísliť takto:



2) Kalkulácia ceny, pri ktorej vychádzate zo zahraničnej ceny (t. j. ceny, ktorá je porovnateľná s konkurenciou na cieľovom zahraničnom trhu):





## Základné pojmy v Colnom kódexe EÚ

- Colné územie

- Colný štatút

- Tovar Spoločenstva

- Colný orgán

- Colný dohľad

- Colné vyhlásenie

- Colné konanie

- Colná kontrola

- Colné určenie

- Colný režim

- Colná hodnota

- Colný dlh

Úkon, aby bol T. prepustený do col. režimu – doklady: identifikátor EORI, OF, dopravný doklad, haliaci list, certif. pôvodu,...

- podanie JCD pri dovoze a EAD pri vývoze,  
- kontrola tovaru a dokladov,  
- vymieranie colného dlhu a DPH, jeho úhrada a prepustenie do colného režimu

Cena, ktorá sa má zaplatiť za T. dovážaný na colné územie Spoločenstva

- voľný obeh  
- tranzit  
- vývoz  
- colné uskladnenie  
- aktívny zušľachtovaci styk  
- pasívny zušľachtovaci styk  
- prepracovanie pod col. dohľadom  
- dočasné použitie

vzniká prepustením T. do režimu voľný obeh  
 $CD = clo + \text{spotrebná daň} + DPH$



Doplnenie k obrázku 17

## Výpočet colného dlhu

Colný dlh pri dovoze sa vypočíta z colnej hodnoty tovaru, do ktorej sú zarátané aj všetky náklady súvisiace s prepravou dovážaného tovaru a pozostáva zo sumy cla a dane z pridanej hodnoty.

**Colný dlh = clo + spotrebná daň + DPH**

Praktický príklad:

? + - x : ?

Splatnosť sumy colného dlhu je v lehote 10 dní odo dňa, keď colný úrad oznámil jej výšku dlžníkovi.



# 1) Ponuka

**V ponuke sa uvádzajú základné informácie, ktoré by mali slúžiť na podchytenie záujmu obchodného partnera. Mala by obsahovať:**

- presný opis a názov tovaru, jeho číselné označenia podľa HS (harmonizovaného systému) colného sadzobníka,
- presný opis kvality tovaru, jeho technických parametrov,
- merné jednotky,
- cenu tovaru za kus, resp. cenník, ak ide o viac ponúkaných položiek,
- menu,
- podmienky poskytovania prípadných množstvových a cenových rabatov,
- navrhovanú dodaciu podmienku podľa INCOTERMS,
- navrhovanú platobnú podmienku,
- možný termín dodávky,
- návrh na riešenie reklamácie,
- lehotu platnosti ponuky a ďalšie.



## m) Obchodné rokovanie

**Pri príprave obchodného rokovania treba venovať veľkú pozornosť viacerým skutočnostiam (tu uvádzame tie najčastejšie):**

- voľbe vhodného termínu a priestoru prvej schôdzky;
- kultúrnym odlišnosťami a miestnym zvykom;
- voľbe vhodného oblečenia;
- zabezpečení kompetentných pracovníkov na rokovanie (rovnaké funkčné postavenie, aké oznámila zahraničná delegácia);
- dodržaniu termínu a času stretnutia;
- spôsobu predstavovania a výmene vizitiek;
- voľbe vhodného pohostenia;
- gestikulácii.



**Na záver obchodného rokovania sa zvykne robiť písomný záznam, obsahujúci zhrnutie dohodnutých podmienok.**

## 2. Fáza zmluvného zabezpečenia vývozu



### a) Objednávka

(uvedenie presného názvu a kvality tovaru, podrobná špecifikácia tovaru, množstvo, balenie, cena jednotková, spolu, mena, termín dodávky, platobné a dodacie podmienky, ostatné podmienky dodávky, platnosť objednávky, reklamačné podmienky...)

### b) Potvrdenie objednávky

(v prípade, že vývozca súhlasí s podmienkami uvedenými v objednávke, hovoríme o potvrdení objednávky). V obchodnej praxi sa často namiesto potvrdenia objednávky posiela vývozca **návrh kúpnej zmluvy – kontrakt**.

### c) Kontrakt (kúpna zmluva)

(zakladá právny vzťah, v zmysle ktorého sa P-júci zaväzuje dodať K-júcemu predmet kúpnej zmluvy a umožniť mu, aby boli na neho prevedené vlastnícke právo k tovaru. Kupujúci sa zaväzuje zaplatiť za tovar dohodnutú kúpnu cenu)

## c) Kúpna zmluva (kontrakt)



### Podstatné náležitosti KZ

- **meno a adresa predávajúceho a kupujúceho** (t. j. určenie zmluvných strán),
- **opis dodávaného tovaru** (vrátane číselného označenia podľa HS CS, kvality a tech. parametrov tovaru),
- **množstvo tovaru,**
- **cena tovaru a mena** (cena tovaru vrátane zliav, ak sú poskytované),
- **záväzok kupujúceho zaplatiť kúpnu cenu.**

### Ďalšie náležitosti KZ

- spôsob balenia a signovania;
- platobné podmienky (banka, č. účtu);
- bankové a iné záruky;
- vymedzenie vlastníctva k tovaru
- dodacia podmienka a termínu dodania alebo odoslania;
- spôsob dopravy;
- zodpovednosť za dopravu, poistenie, bankové poplatky;
- dokumentácia požadovaná kupujúcim;
- servisné podmienky ;
- ustanovenia o kontrole tovaru;
- reklamačné podmienky;
- definovanie platného práva a prísl. súdu v prípade sporov;
- definovanie možností odstúpenia od zmluvy;
- arbitrážne konanie ako alternatíva k súdnemu riešeniu sporov;
- všeobecné ustanovenia;
- iné.

### 3. Realizačná fáza



V realizačnej fáze je potrebné uskutočniť tieto základné úkony:

- **vyhotovenie expedičných dokumentov** (OF, EAD, certifikát o pôvode tovaru, prepravný doklad, špecifikácia tovaru, baliaci list, licencie, a iné);
- **zváženie tovaru, prepočítanie výrobkov a obalov a údaje zapísať do nákladného listu a ostatných sprievodných dokladov;**
- **zaslanie objednávky na prepravu** (ak dopravu realizuje špeditér);
- **colné prerokovanie zásielky do režimu vývoz** (vo vlastnej réžii vývoznej firmy alebo pomocou colného deklaranta);
- **expedícia zásielok** – odovzdanie zásielky a zabezpečenie poistenia prepravovaného tovaru (v závislosti od dodacej parity);
- **fakturácia odberateľovi**, ak nebola realizovaná platba pred odoslaním, resp. v zmysle prvej zarážky tohto textu;
- **úhrada faktúry** od odberateľa;
- **príp. iné úkony.**



Doplnenie k obrázku 24

## Sprievodné dokumenty používané v ZO

- **prepravné**
- **obchodné**
- **colné**
- **skladovacie**
- **poistné**
- **iné**





### Iné doklady

- **osvedčenia o pôvode tovaru** (EUR 1, FORM A, certificate of origin)
- **fytosanitárne osvedčenia** (poľnohosp. produkty)
- **baliaci/vážny list**
- **veterinárne osvedčenia**
- **špecifikácia tovaru**
- **certifikát kvality, zdravotnej nezávadnosti**
- **fumigačný certifikát**
- **vývozné/dovozné licencie**
- **skladové dokumenty**
- **poistné dokumenty (poistná zmluva – poistka; KASKO, KARGO)**
- **posúdenia zhody**
- **pomocné dokumenty** (osvedčenie o prekročení hraníc.... musia byť uvedené v kontrakte)
- **colné dokumenty**

## 4. Vyhodnotenie vývozneho obchodnej operácie

$$\text{Marža} \times \text{obrat aktív} = \text{ROA}$$

$$\frac{\text{Zisk}}{\text{Tržby}} \times \frac{\text{Tržby}}{\text{Aktíva}} = \frac{\text{Zisk}}{\text{Aktíva}}$$



- **Vyhodnotenie**

Po prijatí úhrady za vyvezený tovar či služby **porovnáme skutočne dosiahnuté finančné prostriedky s plánovanými nákladmi a urobíme výslednú kalkuláciu.** Na základe týchto výsledkov predajca urobí analýzu.

- **Reklamačné konanie**

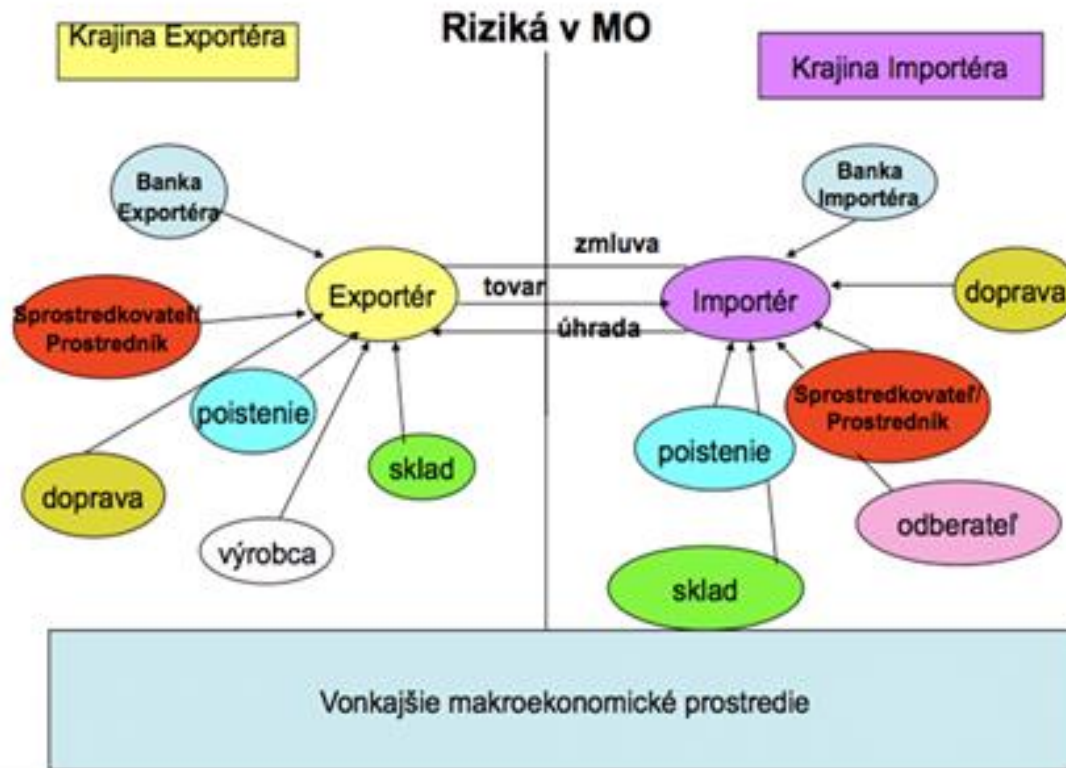
V obchodnej praxi často ani v tejto fáze nemožno obchodný prípad považovať za skončený (hoci došlo k fyzickej expedícii tovaru, jeho prevzatiu kupujúcim a aj k zaplateniu). **Môže dôjsť k reklamácii tovaru** (kvality, množstva, poškodenia, dodania nekompletnej zásielky, alebo dodania inej zásielky atď.) a následnému reklamačnému konaniu (v zmysle dohodnutých podmienok KZ).

# Riziká v MO



<b>Druh rizika</b>	<b>Eliminácia</b>
Riziko mentality	<ul style="list-style-type: none"><li>• príprava na obchodné rokovanie s aplikáciou poznatkov o kultúre a zvyklostiach v krajine obchodného partnera</li></ul>
Riziko jazyka	<ul style="list-style-type: none"><li>• znalosť jazyka obchodného partnera vrátane odbornej terminológie</li></ul>
Právne riziko	<ul style="list-style-type: none"><li>• dohoda o použiteľnom práve a miestnej príslušnosti súdu pre prípad sporu</li><li>• rozhodcovské (arbitrážne) doložky v kontrakte na riešenie sporov</li><li>• znalosť právnych pomerov v krajine</li></ul>
Politické a hospodárske riziko	<ul style="list-style-type: none"><li>• informácie o krajine odberateľa</li><li>• potvrdenie dokumentárneho akreditívu</li><li>• poistenie pohľadávok</li></ul>
Platobné (kreditné) riziko	<ul style="list-style-type: none"><li>• preverenie bonity odberateľa</li><li>• vyžiadanie abstraktnej bankovej záruky</li><li>• platba dokumentárnym akreditívom</li><li>• úverové poistenie pohľadávok</li></ul>
Tovarové riziko - neprevzatie tovaru	<ul style="list-style-type: none"><li>• začatie výroby exportnej dodávky až po prijatí akontačnej platby,</li><li>• poistenie v úverovej poisťovni</li></ul>
Tovarové riziko - technické normy	<ul style="list-style-type: none"><li>• certifikát o kvalite tovaru</li><li>• preverenie parametrov technických noriem v krajine importéra pred začatím výroby</li></ul>
Riziko zneužitia akontácie exportérom	<ul style="list-style-type: none"><li>• importér zaplatí akontáciu až po prijatí akontačnej záruky</li></ul>
Menové riziko exportéra	<ul style="list-style-type: none"><li>• ošetrenie kurzových rizík derivátmi (menový forward, menová opcia)</li><li>• čerpanie úveru v cudzej mene (vnútrofirčný hedging)</li><li>• exportný faktoring pohľadávok</li><li>• exportný forfaiting pohľadávok</li></ul>

# Riziká v MO z pohľadu exportéra a importéra



# Inštitúcie na podporu ZO v SR

Na úrovni ústredných štátnych orgánov sú podpornými subjektmi predovšetkým

Ministerstvo hospodárstva Slovenskej republiky (MH SR)

Ministerstvo financií Slovenskej republiky (MF SR)

Ministerstvo zahraničných vecí a európskych záležitostí Slovenskej republiky  
(MZ VaEZ SR)

Ministerstvo pôdohospodárstva Slovenskej republiky (MP SR)

Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja Slovenskej republiky  
(MDVRR SR)

# Ďalšie inštitúcie podporujúce ZO v SR

K ďalším inštitúciám podporujúcim podnikanie a export SR patria

Exportno-importná banka Slovenskej republiky (EXIMBANKA SR)

Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu (SARIO)

Slovenská obchodná a priemyselná komora (SOPK)

Slovenská agentúra pre cestovný ruch (SACR)

Slovenská záručná a rozvojová banka (SZRB)

Slovenská poľnohospodárska a potravinárska komora (SPPK)

Slovak Business Agency (SBA) *(bývalá Národná agentúra pre rozvoj malého a stredného podnikania - NADSMĚ)*

Slovenská inovačná a energetická agentúra (SIEA)

Asociácia zamestnávateľských zväzov a združení SR (AZZZ SR)



*Ďakujem za pozornosť*

**doc. Ing. Viera Ružeková, PhD.**  
**[ruzekova@euba.sk](mailto:ruzekova@euba.sk)**

**Ekonomická univerzita Bratislava**  
**Katedra medzinárodného obchodu**