Uloga špeditera u organizaciji sajamskih poslova

Gamilec, Juraj

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Transport and Traffic Sciences / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet prometnih znanosti**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:119:480031

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**



Repository / Repozitorij:

Faculty of Transport and Traffic Sciences - Institutional Repository







SVEUČILIŠTE U ZAGREBU

FAKULTET PROMETNIH ZNANOSTI

Juraj Gamilec

ULOGA ŠPEDITERA U ORGANIZACIJI SAJAMSKIH POSLOVA

ZAVRŠNI RAD

Zagreb, 2017.

Sveučilište u zagrebu

Fakultet prometnih znanosti

ZAVRŠNI RAD

ULOGA ŠPEDITERA U ORGANIZACIJI SAJAMSKIH POSLOVA

THE ROLE OF FREIGHT FORWARDERS IN THE ORGANIZATION OF FAIR ACTIVITIES

Mentor: doc. dr. sc Darko Babić

Student: Juraj Gamilec, 0135237216

Zagreb, 2018.

SAŽETAK:

Špediter kao glavni izvođač sajamskih poslova ima za zadaću obavljanje svih radnji potrebnih za organizaciju i planiranje sajma, te obavljanja svih zahtjeva poslodavca. Ako roba dolazi iz inozemstva, špediteri obavljaju carinjenje robe te pribavljaju sve potrebne prijevozne isprave ovisno o vrsti prijevoza koji se koristi. Špediteri sklapaju ugovore s upravom sajma, te preuzimaju robu i obavljaju operativne radnje u vezi s prihvatom, smještajem i otpremom sajamskih eksponenata. Špediteri ugovaraju izložbeni prostor s voditeljima sajma, te unajmljuju ili koriste svoja transportno-manipulacijska sredstva. Kao izvođači poslova organiziraju sajamski prostor i brinu se za sve radnje vezane uz optimalno predstavljanje proizvoda poslodavca.

KLJUČNE RIJEČI: špedicija, špediter, poslovi špeditera, sajam, sajamski poslovi špeditera, organizacija sajma

SUMMARY:

The freight forwarder as the main performer of the fair affairs has the task of carrying out all the actions necessary for the organization and planning of the fair, and performing all the requirements of the employer. If goods come from abroad, freight forwarders perform customs clearance of goods and obtain all necessary transport documents depending on the type of transport used. Freight Forwarders enter into contracts with the management of the fair, and take over goods and perform operational activities related to the acceptance, accommodation and dispatch of exhibitors. The freight forwarders arrange the exhibition space with the fair leaders, and hire or use their transport and manipulation assets. As contractors, they organize a fair space and take care of all the activities related to the optimal presentation of the products of the employer.

KEY WORDS: shipping, forwarder, freight forwarders, fair, fair forwarders' business, organization of the fair

SADRŽAJ

1. UVOD 1

2. DEFINICIJA ŠPEDITERSKOG POSLOVANJA I PREGLED ZAKONODAVNE REGULATIVE 2

2.1. Špeditersko poslovanje 2

2.1.1. Nacionalna špedicija 3

2.1.2. Međunarodna špedicija 4

2.2. Zakonodavne regulative u špediterskom poslovanju 5

2.2.1. Pravni sustav i zakoni u Republici Hrvatskoj 5

2.2.2. FIATA 6

3. OSNOVNI POSLOVI MEĐUNARODNIH ŠPEDITERA 8

3.1. Tarifno-konjukturni poslovi 8

3.1.1. Akvizicija 8

3.1.2. Instradacija 9

3.2. Operativni poslovi 9

3.2.1. Dispozicija 10

3.2.2. Pozicioniranje 11

3.2.3. Disponiranje 11

3.2.4. Zaključivanje ugovora o prijevozu 11

3.3. Otprema, doprema i provoz robe 12

3.4. Ispostavljanje ili pribavljanje prijevoznih i drugih isprava 14

3.4.1. Prijevozne isprave u pomorskom prometu 14

3.4.2. Prijevozne isprave u željezničkom prometu 15

3.4.3. Prijevozne isprave u cestovnom prometu 17

3.4.4. ATA karnet 18

3.5. Obavljanje poslova u vezi s carinjenjem sajamske robe 19

4. SPECIFIČNOSTI SAJAMSKIH POSLOVA 22

4.1. Osnovna obilježja suvremenih međunarodnih sajmova 23
4.2. Tržišna politika špediterskih organizacija 25
5. ORGANIZACIJA SAJAMSKIH POSLOVA 26
5.1. Razvoj imagea tvrtke 26
5.2. Predstavljanje proizvoda 27
5.3. Prodaja proizvoda ili usluga 28
5.4. Faze realizacije i uređenja sajamskog prostora 29
5.5 Zagreb auto show 2018 30
6. ANALIZA TRŽIŠTA MEĐUNARODNIH ŠPEDITERA U RH S ASPEKTA OBAVLJANJA SAJAMSKIH POSLOVA 32
7. ZAKLJUČAK 35
LITERATURA 36
POPIS SLIKA 37
POPIS TABLICA 37
POPIS GRAFIKONA 37

1. UVOD

Uloga špeditera u sajamskim poslovima je u prijevozu, odvozu, pretovaru, utovaru, istovaru sajamskih eksponenata, te i o samoj organizaciji sajma. U ovom radu obrađene su sve djelatnosti špeditera u sajamskim poslovima, po poglavljima:

1. Uvod
2. Definicija špediterskog poslovanja i pregled zakonodavne regulative
3. Osnovni poslovi međunarodnih špeditera
4. Specifičnosti sajamskih poslova
5. Organizacija sajamskih poslova
6. Analiza tržišta međunarodnih špeditera u RH s aspekta obavljanja sajamskih poslova
7. Zaključak

U drugom poglavlju definirani su poslovi špeditera, s aspekata nacionalne i međunarodne špedicije, te zakonodavne regulative koje se odnose na pojedino poslovanje.

U trećem poglavlju su navedeni osnovni poslovi međunarodnih špeditera, od tarifno-konjukturnih poslova, do operativnih poslova i svih poslova koji se vežu na njih, također i poslova otpreme, dopreme i provoza robe i pribavljanje svih potrebnih prijevoznih isprava.

U četvrtom poglavlju opisane su specifičnosti sajamskih poslova, kao što su osnovna obilježja međunarodnih sajmova i tržišna politika špediterskih organizacija.

U petom poglavlju obrađena je sama organizacija sajamskih poslova, izgled sajma, uređenje sajamskog prostora i predstavljanje proizvoda, te je za primjer obrađen sajam Zagreb auto show 2018. godine.

U šestom poglavlju na temelju istraživanja obrađena je analiza tržišta međunarodnih špeditera u RH s aspekta obavljanja sajamskih poslova. Obrađeno je poslovanje i konkurentnost hrvatskih tvrtki u odnosu na međunarodne tvrtke, te njihovo postepeno propadanje.

2. DEFINICIJA ŠPEDITERSKOG POSLOVANJA I PREGLED ZAKONODAVNE REGULATIVE

Špedicija je u većini literature opisana kao poslovna djelatnost koju obavlja špediter ili trgovac u razmjeni dobara. Špedicija objedinjuje vise djelatnosti, kao što su: prijevoz robe, skladištenje, organizacija prijevoznih puteva i transporta, izrada potrebne dokumentacije i briga o financijama u poslovanju. Špediter je pravna ili fizička osoba koja obavlja poslove organizacije prijevoza, carinskog zastupanja pri uvozu i izvozu robe, kao i ostale poslove vezane uz to. Kao nositelj prijevoznog pothvata, špediter mora koordinirati interakcije svih sudionika i kontrolirati pošiljku na cijelom putu. Špediter ne može biti prisutan tijekom cijelog vremena transporta, zato angažira međušpeditere i podšpeditere.

Međušpediter je fizička ili pravna osoba na koju je glavni špediter prenio realizaciju jednog dijela špediterskog posla, dok je podšpediter fizička ili pravna osoba na koju je špediter prenio realizaciju jednog špediterskog posla u cijelosti.

Špediter svojom djelatnošću štiti interes komitenta u prijevozu robe. U pravilu ne obavlja prijevoz robe, nego angažira vozara i sva neophodna uslužna poduzeća u prometu radi realiziranja transporta.[1]

2.1. Špeditersko poslovanje

Špediterski poslovi, posebice poslovi međunarodne špedicije, su toliko raznovrsni i kompleksni da je u okviru špediterske djelatnosti moralo doći do određene podjele rada i specijalizacije.[2] Razlikuje se više vrsta organizacija poslovanja špediterskih tvrtki. Tako se prema osnovnom obilježju poslovanja špedicije dijele na čiste i mješovite:

- Čiste špediterske tvrtke obavljaju samo špediterske poslove;
- Mješovite špediterske tvrtke, osim špediterskom djelatnošću, bave se I trgovinom, prijevozom i drugim povezanim poslovima[3]

[1] Dr.sc. Čedomir Ivaković, Dr.sc. Ratko Stanković, Dr.sc. Mario Šafran, Špedicija i logistički procesi, Fakultet prometnih znanosti, 2010. str 2.
[2] Ratko Zelenika.: Temelji logističke špedicije (knjiga prva), Rijeka, 2005. str.8.
[3] Dr.sc. Čedomir Ivaković, Dr.sc. Ratko Stanković, Dr.sc. Mario Šafran, Špedicija i logistički procesi, Fakultet prometnih znanosti, 2010. str. 3.

Glavna stajališta za određivanje uže specijalnosti špedicije su:

Tablica 1. Klasifikacija špedicije

TERITORIJALNI DJELOKRUG POSLOVANJA	OSNOVNA OBILJEŽJA POSLOVANJA	OBUJAM POSLOVANJA	PRIJEVOZNO SREDSTVO	VRSTA PRIJEVOZA	PREDMET OTPREME
Nacionalna	Lučka	Velika	Pomorska	Brzovozna	Generalni teret
Međunarodna	Cestovna	Mala	Cestovna	Sporovozna	Žive životinje
	Željeznička	Srednja	Željeznička	Ekspresna	Kemijski proizvodi
	Zračna		Riječna	Vagonska	Kontejneri
	Riječna		Zrakoplovna	Komadna	Industrijski proizvodi
				Masovna	

Izvor: Hrvatska znanstvena bibliografija, Završni rad, Tomislav Car, Ekonomski fakultet, 2016. (25.7.2017.)

2.1.1. Nacionalna špedicija

Nacionalna špedicija je specijalizirana gospodarska djelatnost, odnosno skup specifičnih poslova, funkcija, operacija, pravila koje djelotvorno omogućuju otpremu i dopremu komitentove robe unutar granice jedne države.[4] To znači da je to špedicija koja odvija poslove otpreme i dopreme robe unutar jedne države i služi se nacionalnim (domaćim) transportnim sredstvima. Dijeli se na:

- Lokalnu špediciju – špedicija na manjem području (npr. grad)
- Međumjesna špedicija – razmjena robe između udaljenijih mjesta (npr. iz jednog grada u drugi)

Nacionalni špediter ne može obavljati organizaciju otpreme i dopreme robe u međunarodnom poslovanju, nego samo u nacionalnom, dok međunarodni špediter može obavljati tu djelatnost u nacionalnom transportu.

[4] Ratko Zelenika: Temelji logističke špedicije, knjiga prva, Ekonomski fakultet, Rijeka, 2005., str. 77.

2.1.2. Međunarodna špedicija

U doba globalizacije, transport robe na velike udaljenosti sve više dobiva na značaju. Međunarodna špedicija organizira transport preko granica države sa svim pravima i obvezama, te tako predstavlja poveznicu između nalogodavca i prijevoznika. U slučaju da dođe do realizacije posla, međunarodna špedicija sudjeluje u cijeni transporta sa svojom maržom. Ponude preuzima, primjerice, iz međunarodnih burzi tereta.[5] Organizacija međunarodne špedicije opsežnija je i složenija nego organizacija nacionalne špedicije. Uz organiziranje transporta, međunarodna špedicija organizira i obavlja i skladištenje robe, obradu dokumentacije i carinjenje robe. Raširenost poslova u međunarodnoj špediciji dovela je do podjele i specijalizacije međunarodne špedicije. Do te podjele došlo je zbog velike konkurencije u razvijenim zemljama. Zbog toga špediteri moraju pružati komitentima niz logističkih i špediterskih usluga kako bi ostali konkurentni na svjetskom tržištu. Zbog toga došlo je do podjele međunarodne špedicije na 3 vrste:

- Kontinentalna – organizira prijevoz robe željezničkim, cestovnim, avionskim i riječno-kanalskim putevima i prijevoznim sredstvima, roba se može prevoziti kao zbirna ili komadna pošiljka
- Granična – špediteri imaju sjedište na frekventnim graničnim prijelazima, obavljaju sve usluge vezane za carinski postupak na orbi namijenjenoj uvozu ili izvozu ili provozu
- Lučka (pomorska) – bavi se organiziranjem otpreme i dopreme robe pomorskim prijevoznim sredstvima, poslove lučke špedicije obavljaju lučki špediteri, lučka špedicija je najvažnija vrsta špedicije jer trgovina robe morem čini oko 75% svjetske trgovine robe[6]

[5] Pojmovnik transporta: https://www.timocom.com.hr/lexicon/Pojmovnik-Transporta/Me%C4%91unarodna%20%C5%A1pedicija/1008201511277612 (25.7.2017.)
[6] Ratko Zelenika: Međunarodna špedicija, Ekonomski fakultet, Rijeka, 1996. godina, str. 77.

2.2. Zakonodavne regulative u špediterskom poslovanju

Špediterska djelatnost, manje vise kao i ostale djelatnosti, regulirana je zakonskim propisima, običajima i sudskom praksom. Na međunarodnoj razini, špeditersku djelatnost u najvećem opsegu regulira Međunarodni savez špediterskih udruženja – FIATA (franc. Federation Internationale des Associations de Transitaires et Assimiles). FIATA je osnovana 1926. godine u Beču, a njezina uloga je unapređenje špediterske djelatnosti u svijetu i sudjelovanje u radu drugih međunarodnih udruga kao što su UIC, IRU, IATA, IMO, Međunarodne trgovačke komore, kao i u drugim agencijama i institucijama pri donošenju različitih međunarodnih i drugih konvencija i dokumenata koji mogu utjecati na prijevoz robe i pružanje špediterskih usluga.[7]

2.2.1. Pravni sustav i zakoni u Republici Hrvatskoj

Pravni sustav Republike Hrvatske postupno se oblikuje po uzoru na pravne sustave razvijenih kapitalističkih zemalja zapadne Europe. U sklopu takvog pravnog sustava špediterovo se pravo temelji na tri osnovna pravna izvora o špediciji u RH:[8]

- Zakon o obveznim odnosima – Glava XXII. toga zakona posvećena je "otpremanju". Ta glava ima pet odjeljaka, i to: pojam, obveze otpremnika, obveze nalogodavca, posebni slučajevi otpremanja, i založno pravo otpremnika. Devetnaest članaka toga zakona predstavljaju solidnu osnovu za reguliranje prava i obveza i odgovornosti između špeditera i nalogodavca te determiniranje pravnog statusa špeditera u hrvatskom pravnom sustavu.[9]
- Zakon o vanjskotrgovinskom poslovanju – Osim zajedničkih odredaba toga zakona koje su relevantne za sva poduzeća koja se bave uslugama u vanjskotrgovinskom prometu, za hrvatske špeditere naročito su značajne odredbe članka 32. i 41. U tome drugom članku navedeni su najvažniji poslovi međunarodne špedicije, kao i pravni statusi špeditera u hrvatskom pravnom sustavu.[10]

[7] Dr.sc. Čedomir Ivaković, Dr.sc. Ratko Stanković, Dr.sc. Mario Šafran, Špedicija i logistički procesi, Fakultet prometnih znanosti, 2010. str. 6.
[8] Ratko Zelenika, Međunarodna špedicija, Ekonomski fakultet, Rijeka, 1996. Str. 329.
[9] „ Narodne novine" , 1991.
[10] „ Narodne novine", 1991. 53., 1993., 26 i 109.

- Opći uvjeti poslovanja međunarodnih špeditera Hrvatske – Ti opći uvjeti imaju 42 članka i 17 podnaslova, opći uvjeti poslovanja hrvatskih špeditera sadrže vrlo precizne odredbe o špediterskim poslovima, o status špeditera u hrvatskom pravnom sustavu, o obvezama, pravima i odgovornostima špeditera iz ugovora o špediciji[11]

2.2.2. FIATA

FIATA-om upravlja njeno predsjedništvo. FIATA djeluje putem skupštine, kroz različita stalna i povremena povjerenstva, kao što su povjerenstvo za ekonomske, pravne poslove, povjerenstva za dokumentaciju, itd. Djelovanje FIATA-e najviše se očitava kroz dokumente koji su doneseni na skupštinama, a omogućuju jednostavnije rukovanje robom za vrijeme prijevoznog procesa i izvršenja dopreme robe do krajnjeg odredišta.

Dokumenti FIATA-e su:

1. FCR "Forwarders Certificate of Receipt" – Špediterska potvrda o primitku robe u ispravnom stanju na određenom mjestu, određenog dana, izdaje se nakon zaključivanja ugovora o obavljanju špediterskog posla
2. FCT "Forwarders Certificate of Transport" – Špediterska transportna potvrda kojom špediter potvrđuje da je određenog dana, na određenom mjestu, u određenom transportnom sredstvu primi robu u ispravnom stanju radi daljnje otpreme. Naziva se još i Pravom transportnom ispravom što znači da može zamijeniti svaku originalnu prijevoznu ispravu u bilo kojoj grani prometa
3. FBL "FIATA Intermodal Transport Bill of Lading" – FIATA-ina (špediterska) teretnica za intermodalni prijevoz. Služi u intermodalnom prijevozu kako bi se izbjeglo uspostavljanje vise prijevoznih isprava
4. FWR "FIATA Warehouse Receipt" – FIATA-ina skladišna potvrda kojom špediter potvrđuje primitak robe, određenog dana, na određenom mjestu, u određenom skladištu u ispravnom stanju. Vrijednosni, prenosivi document, osim ako na njoj nije navedeno da je neprenosiva
5. SDT "Shippers Declaration for the Transport of Dangerous Goods" – Potvrda pošiljatelja o prijevozu opasne robe. Ovom potvrdom špediter potvrđuje da je roba

[11] Ratko Zelenika, Međunarodna špedicija, Ekonomski fakultet, Rijeka, 1996. Str.330.

koja pripada u kategoriju opasnog tereta sukladno međunarodnim konvencijama i normama za prijevoz opasnog tereta, ADR, RID, IMDG, DGR, pravilno pakirana, te da se može miješati i prevoziti s drugim vrstama robe bez opasnosti za ljude i okolinu

6. FFI "FIATA Forwarding Instructions" – FIATA špediterske upute. To je obrazac u koji špediterov nalogodavac, odnosno komitent, upisuje sve bitne upute i instrukcije koje su špediteru potrebne za kvalitetno obavljanje konkretnog posla.[12]

Tablica 2. Primjeri FIATA dokumenata





FCR FIATA	FBL FIATA

Izvor: http://www.prometna-zona.com/fiata/ (25.7.2017.)

Ispostavljanje prijevozne dokumentacije za sajamske poslove.

[12] Dr.sc. Čedomir Ivaković, Dr.sc. Ratko Stanković, Dr.sc. Mario Šafran, Špedicija i logistički procesi, Fakultet prometnih znanosti, 2010. str. 7.

3. OSNOVNI POSLOVI MEĐUNARODNIH ŠPEDITERA

Osnovni posao međunarodnog špeditera je da oslobodi svojeg nalogodavca (komitenta) cjelokupnog napora i brige oko otpreme, dopreme i provoza robe u međunarodnom prometu, kako bi nalogodavac mogao svu svoju pozornost usmjeriti na svoju osnovnu djelatnost. Špediteru treba dati potpuno ovlaštenje da vlada cjelokupnim transportnim procesom, te da kao aktivan sudionik sudjeluje u izradi pretkalkulacije za prodaju i kupovinu robe.

Poslovi koje špediter obavlja u sklopu svoje osnovne djelatnosti nazivaju se glavni poslovi špedicije. U organizacijskom smislu mogu se svrstati u sljedeće dvije funkcionalne cjeline:

1. Tarifno-konjukturni poslovi – čija je osnovna funkcija prodaja špediterske usluge
2. Operativni poslovi – čija je osnovna funkcija proizvodnja špediterske usluge[13]

3.1. Tarifno-konjukturni poslovi

Obuhvaćaju sve aktivnosti koje špediter poduzima radi: unaprjeđenja tržišne pozicije, pružanja stručne pomoći komitentima i pružanja stručne podrške operativnom sektoru tvrtke. Najvažniji tarifno-konjukturni poslovi vezani su uz sljedeće pojmove:

- Istraživanje tržišta
- Akvizicija
- Ugovori i ponude za obavljanje špediterske usluge
- Stručni savjeti i informacije
- Instradacija
- Refakcije, stimulacije i agencijske provizije
- Reklamacije

3.1.1. Akvizicija

Skup aktivnosti koje špediter poduzima radi pridobivanja novih komitenata i novih poslova. Glavne pretpostavke za uspješnu akviziciju su: istraživanje i praćenje tržišta, odgovarajući pristup komitentima, kvalitetna i cjelovita ponuda usluga špeditera, konkurentne

[13] Č. Ivaković, R. Stanković, M. Šafran: Špedicija i logistički procesi, Fakultet prometnih znanosti, Zagreb, 2010. str. 97.

cijene usluga, poslovni ugled špeditera. Uz proširenje poslovnih aktivnosti novim poslovima, špediter jednaku pažnju mora posvetiti i postojećim komitentima. [14]

3.1.2. Instradacija

Instradacija je najsloženiji, najteži, najodgovorniji i najvažniji osnovni posao međunarodnog špeditera. Pod instradacijom se razumijeva određivanje prijevoznog puta i prijevoznog sredstva. Budući da pravo i odgovornost određivanja načina prijevoza i izbora prijevoznika ima ona stranka koja plaća prijevozne troškove, instradacije je kod izvršenja kupoprodajnog ugovora podijeljena ugovorenim paritetom isporuke. Špediter obavlja instradaciju na temelju sljedećih elemenata: paritet isporuke, svojstva robe i ambalaže, rok isporuke odnosno preuzimanja robe, kalkulacija prijevoznih troškova, aktualno stanje ponude prijevoznih kapaciteta, mogući posebni zahtjevi komitenta. [15]

Od više mogućih prijevoznih ponuda, špediter će odabrati optimalno, tj. najbolje za komitenta, dužan mu je priložiti sve ponude te predložiti najbolju. Pritom do punog izražaja dolazi stručnost špeditera.

3.2. Operativni poslovi

Operativni poslovi su poslovi koje špediter obavlja u izvršenju dispozicije komitenta, tj. pri otpremi i dopremi roba u međunarodnom prometu. U praktičnoj realizaciji poslova špedicije uvijek su zastupljeni glavni elementi njihova tijeka i operativne tehnike, dok je obavljanje pojedinih radnji uvjetovano posebnostima potreba u svakom konkretnom slučaju dopreme, odnosno otpreme roba.

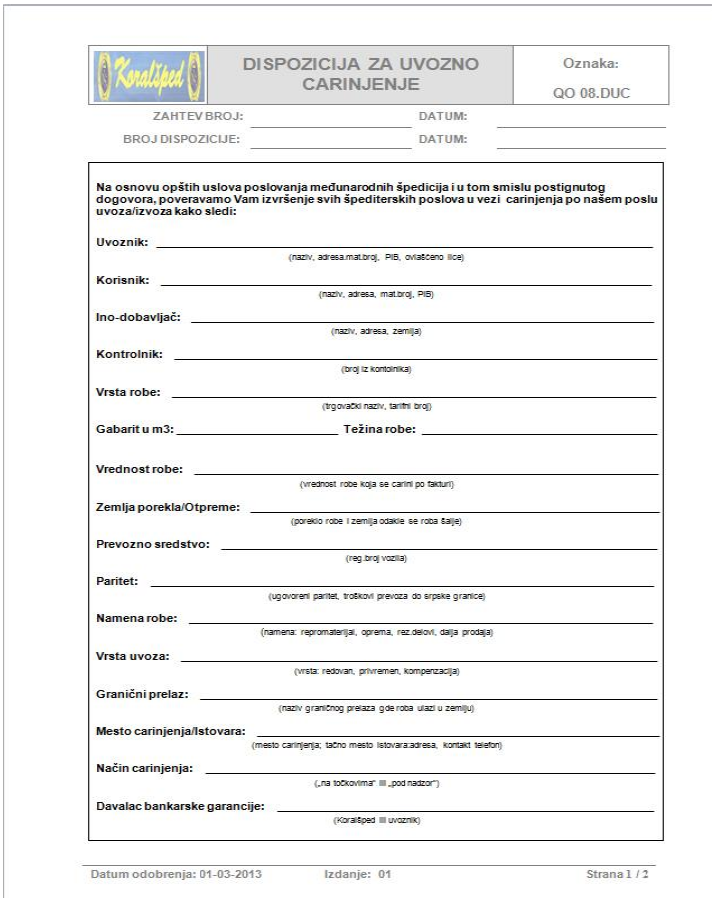
Operativne poslove čine:

- Dispozicija
- Pozicioniranje
- Disponiranje
- Zaključivanje ugovora o prijevozu robe

[14] Č. Ivaković, R. Stanković, M. Šafran: Špedicija i logistički procesi, Fakultet prometnih znanosti, Zagreb, 2010. str. 98.
[15] Č. Ivaković, R. Stanković, M. Šafran: Špedicija i logistički procesi, Fakultet prometnih znanosti, Zagreb, 2010. str. 100.

3.2.1. Dispozicija

Svaki špediterski posao počinje s dispozicijom komitenta koja predstavlja nalog špediteru za realizaciju određenog špediterskog posla. Ako to u dispoziciji nije učinio nalogodavac, špediter je dužan odrediti prijevozni put. Dispozicija predstavlja razradu općeg ugovora o otpremi i upute špediteru kako će i kada izvesti određeni dio posla. Dispozicija ima određen sadržaj, sadrži podatke potrebne za pravilnu i pravodobnu otpremu robe.



Koralšped

DISPOZICIJA ZA UVOZNO CARINJENJE

Oznaka: QO 08.DUC

ZAHTEV BROJ: DATUM:

BROJ DISPOZICIJE: DATUM:

Na osnovu opštih uslova poslovanja međunarodnih špedicija i u tom smislu postignutog dogovora, poveravamo Vam izvršenje svih špediterskih poslova u vezi carinjenja po našem poslu uvoza/izvoza kako sledi:

Uvoznik: _____
(naziv, adresa,mat.broj, PIB, ovlašćeno lice)

Korisnik: _____
(naziv, adresa, mat.broj, PIB)

Ino-dobavljač: _____
(naziv, adresa, zemlja)

Kontrolnik: _____
(broj iz kontrolnika)

Vrsta robe: _____
(trgovački naziv, tarifni broj)

Gabarit u m3: _____ **Težina robe:** _____

Vrednost robe: _____
(vrednost robe koja se carini po fakturi)

Zemlja porekla/Otpreme: _____
(poreklo robe i zemlja odakle se roba šalje)

Prevozno sredstvo: _____
(reg.broj vozila)

Paritet: _____
(ugovoreni paritet, troškovi prevoza do srpske granice)

Namena robe: _____
(namena: repromaterijal, oprema, rez.delovi, dalja prodaja)

Vrsta uvoza: _____
(vrsta: redovan, privremen, kompenzacija)

Granični prelaz: _____
(naziv graničnog prelaza gde roba ulazi u zemlju)

Mesto carinjenja/Istovara: _____
(mesto carinjenja, tačno mesto istovara:adresa, kontakt telefon)

Način carinjenja: _____
(„na tačkovima" ili „pod nadzor")

Davalac bankarske garancije: _____
(Koralšped ili uvoznik)

Datum odobrenja: 01-03-2013 Izdanje: 01 Strana 1 / 2

Slika 1. Dispozicija

Izvor: http://koralsped.rs/dokumenta/ (25.7.2017.)

Dispozicija sadrži: ime i adresu nalogodavca, ime i adresu osobe kojoj se roba otprema, mjesto na kojem se roba nalazi, mjesto u koje treba robu otpremiti, rok otpreme, itd. Popunjena dispozicija mora imati datum izdavanja i mora je potpisati nalogodavac.[16]

[16] Ratko Zelenika: Temelji logističke špedicije, knjiga prva, Ekonomski fakultet, Rijeka, 2005., str. 102.

3.2.2. Pozicioniranje

Za svaku primljenu dispoziciju špediter određuje poziciju. Broj kojim pošiljku unosi u pozicijsku knjigu. Pozicijska knjiga je baza podataka na računalu u kojoj se vodi evidencija o pošiljkama. Potrebna je zbog velikog broja pošiljaka, bez pozicioniranja špediter ne bi mogao upravljati svim podatcima vezanim uz svaku pošiljku. Nakon određivanja broja pozicije, špediter otvara pozicijsku mapu, u nju ulaže svu dokumentaciju vezanu uz pošiljku (dispoziciju, korespondenciju, prijevozni, komercijalni, carinski, financijski i ostali dokumenti). U daljnjem rukovanju pošiljkom sve se vodi pozivom na broj pozicije.

3.2.3. Disponiranje

Disponiranje je davanje naloga i uputa potrebnih za provedbu prijevoza, subjektima koji su u to neposredno uključeni. Svrha disponiranja je da relevantni sudionici prijevoza dobiju odgovarajuće instrukcije u skladu s instradacijom, kako bi se prijevoz odvijao nesmetano. Ugovoreni paritet isporuke i dispozicija komitenta određuju špediteru u kojem dijelu prijevoznog pothvata on postaje organizator prijevoza i preuzima odgovornost.

3.2.4. Zaključivanje ugovora o prijevozu

Izvršenje zadatka špeditera određeno je ispunjavanjem ugovornih odnosa između špeditera i nalogodavca i trećih osoba. Posebno važno je ispunjavanje ugovornih odnosa između špeditera i vozara. Ugovaranje prijevoza robe predstavlja jedan od najvažnijih poslova međunarodnog špeditera. Ugovor se može zaključiti na ime špeditera i račun nalogodavca, na ime i račun nalogodavca ili na ime i račun špeditera.[17]

[17] Ratko Zelenika: Temelji logističke špedicije, knjiga prva, Ekonomski fakultet, Rijeka, 2005., str. 117.

3.3. Otprema, doprema i provoz robe

Nakon izvršenog prihvata robe, špediter organizira otpremu robe prethodno odabranim prijevoznim sredstvom. Razlikuju se dvije osnovne vrste otpreme: otprema morskim brodom i otprema kontinentalnim vozilima.

U organizaciji otpreme robe morskim brodom špediter izvršava brojne zadatke, od kojih su najvažniji:

- Mora biti u stalnoj vezi s brodarom i njegovim agentom radi pravodobnog postavljanja broda pod ukrcaj
- Pravodobno izdati nalog ukrcaja
- Pregledati brod
- Organizirati pravodobnu dostavu robe pod brod
- Predate robu brodu
- Kontrolirati podatke
- Primiti teretnicu

Ako se roba otprema kontinentalnim vozilima glavni zadaci špeditera su:

- Naručiti vozila pogodna za prijevoz određene vrste robe
- Pripremiti vozila da budu spremna za utovar na vrijeme[18]

Doprema robe je jedan od osnovnih zadataka špeditera. Kada se roba uveze u odredišnu luku, pristanište ili kolodvor određene zemlje, špediter izvršava brojne zadatke. Razlikuju se dvije vrste dopreme: doprema morskim brodom i doprema kontinentalnim vozilima.

Pri dopremu robe morskim brodom, špediter izvršava zadatke:

- Prima izvještaj o prispijeću broda i o spremnosti za predaju tereta
- Preuzima teret
- Utvrđuje stanje robe
- Kontrolira podatke u vezi s iskrcajem robe

[18] Ratko Zelenika, Međunarodna špedicija, Ekonomski fakultet, Rijeka, 1996. Str. 173.

Kada se roba doprema kontinentalnim vozilima špediter izvršava zadatke:

- Prima izvještaj o prispijeću robe
- Preuzima robu od vozara
- Utvrđuje stanje robe

U organizaciji provoza robe špediter obavlja brojne zadatke koje i inače obavlja u organizaciji dopreme i otpreme robe morskim i kontinentalnim vozilima. Špediter, organizira dopremu provozne robe iz jedne zemlje, koju, nakon preuzimanja, otprema u drugu zemlju. Špediter obavlja sve zadatke prekrcaja iz vagona ili kamiona u morski brod, s broda na vagone i kamione, ili s broda na brod. Uz dodatne naknade može i sam obaviti potpun ili djelomičan prijevoz robe koja mu je namijenjena radi otpreme, dopreme i provoza.



Slika 2. Organizacija kretanja robe

Izvor: http://www.matkovic-otpremnistvo.hr/ (30.7.2017.)

3.4. Ispostavljanje ili pribavljanje prijevoznih i drugih isprava

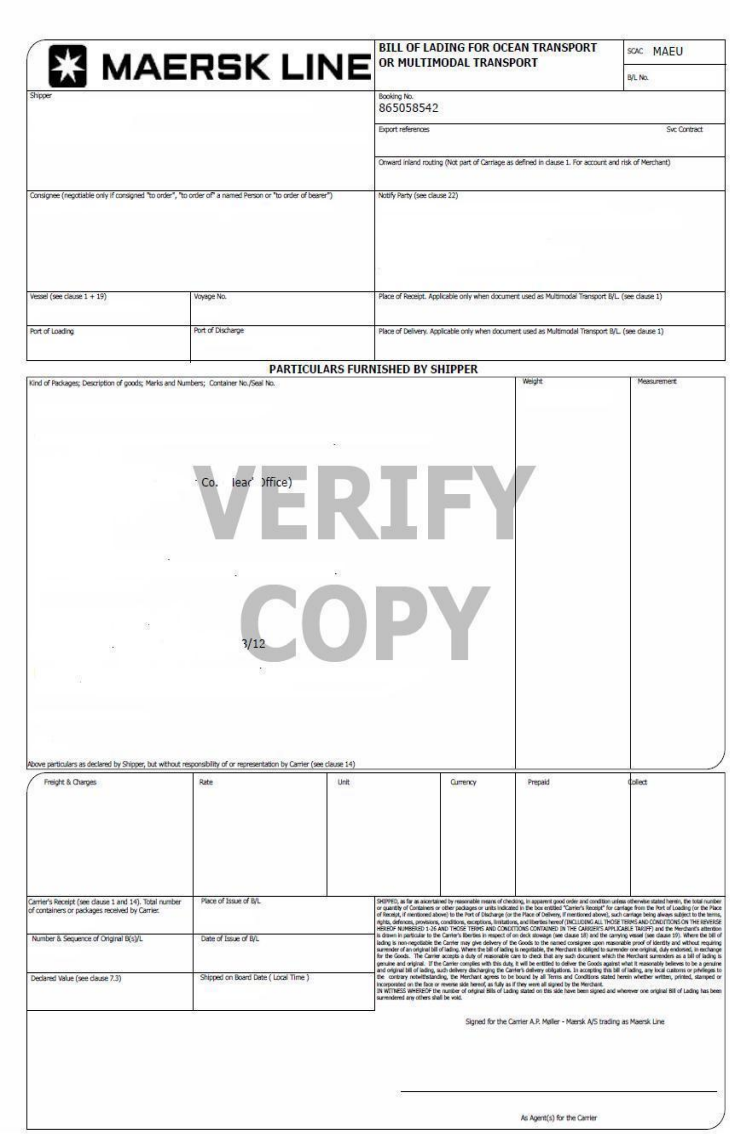
U osnovne poslove međunarodnog špeditera ulazi i ispostavljanje ili pribavljanje prijevoznih i drugih isprava. To je jedan od važnijih špediterskih poslova, o kojem i ovisi uspjeh gotovo čitavog kupoprodajnog ugovora u vanjskoj trgovini. Prijevozne isprave jako su bitne u vanjskotrgovinskom prometu. Zaključivanje ugovora o međunarodnoj kupoprodaji robe, temelji se na povjerenju prodavatelja i kupca, pa prijevozne isprave pružaju i određenu ispravnost u izvršenju zaključenog posla. Pojedine prijevozne isprave špediter ispostavlja, dok ostale pribavlja. Ispostavlja ih na temelju podataka iz nalogodavčevog naloga. Špediter odgovara za sve greške u prijevoznim ispravama.[19]

3.4.1. Prijevozne isprave u pomorskom prometu

Isprava u pomorskom prijevozu zove se teretnica ili konosman (engl. Bill of Lading). Potvrđuje postojanje ugovora o pomorskom prijevozu robe i njegove uvjete. Razlikujemo je od samog ugovora o prijevozu. Teretnica bez primjedbe na stanje sadržaja robe naziva se čista teretnica, dok teretnica koja ima bilo kakvu primjedbu na sadržaj i kakvoću robe naziva se nečista teretnica. Teretnica ima i značenje vrijednosnog papira koji se može prenositi s jedne na drugu osobu. Razlikuje se vise vrsta teretnica:

- Teretnica – primljeno na ukrcaj – brodar potvrđuje primitak tereta na ukrcaj
- Teretnica – ukrcano nab rod – brodar potvrđuje ukrcaj tereta
- Teretnica na ime – glasi na ime osobe kojoj se predaje roba
- Teretnica po naredbi – prenosi se indosmanom, a najviše se primjenjuje u praksi
- Teretnica na donositelja – prenosi se predajom
- Direktna teretnica – brodar preuzima obvezu izvršavanja čitavog transporta i osiguranja čitavog transporta
- Teretnica nedostupiva – glasi na ime, neprenosiva je i ne može se ni cesijom ustupiti drugoj osobi

[19] Ratko Zelenika, Međunarodna špedicija, Ekonomski fakultet, Rijeka, 1996. Str. 187.



Slika 3. Teretnica (Bill of Lading)

Izvor: http://www.letterofcredit.biz/bill_of_lading.html (30.7.2017.)

3.4.2. Prijevozne isprave u željezničkom prometu

Isprava u prijevozu robe u željezničkom prometu zove se teretni list. To je isprava kojom željeznica potvrđuje primitak robe za prijevoz. Ispostavlja ga pošiljatelj. U međunarodnom željezničkom prijevozu pošiljatelj je najčešće špediter. On odgovara za točnost navoda i izjava unesenih u teretni list. Mora obratiti posebnu pozornost na točno i potpuno imenovanje robe, odnosno naznačenje vrste stvari u teretnom listu. Opasne materije i predmeti koji se

prevoze u posebnim uvjetima naznačuju se s oznakom RID. U ispunjavanju teretnog lista, špediter u ulozi pošiljatelja, mora posvetiti posebnu pažnju na točno unošenje:

- Naziva odredišnog kolodvora
- Potpune adrese primatelja
- Broja komada kod otpreme komadne pošiljke, te treba navesti i vrstu pakiranja i omota

Razlikuju se dvije osnovne vrste teretnog lista: teretni listu u unutarnjem međunarodnom željezničkom prometu i međunarodni teretni list.[20]



Slika 4. Teretni list za željeznicu

Izvor: http://www.eurocom.hr/teretni-list-ec-vi-56ncr-optima-p100-p4788 (30.7.2017.)

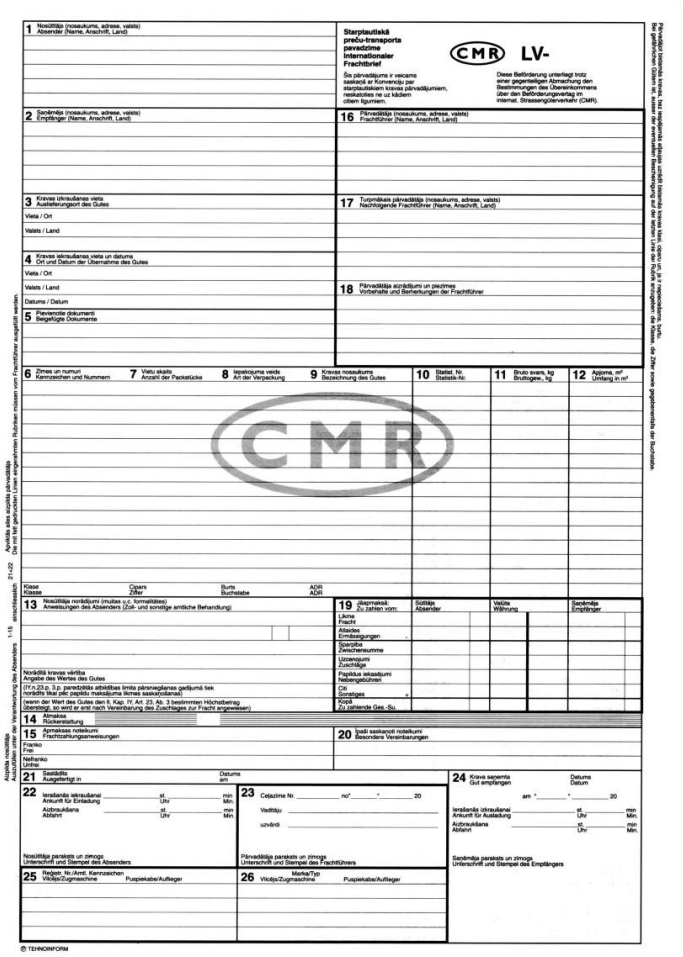
[20] Ratko Zelenika, Međunarodna špedicija, Ekonomski fakultet, Rijeka, 1996. Str. 194.

3.4.3. Prijevozne isprave u cestovnom prometu

U prijevozu robe cestom kao prijevozna isprava služi teretni list, te razlikujemo dvije vrste teretnog lista:

- Teretni list u unutarnjem cestovnom prometu – ispunjava ga cestovni prijevoznik
- Međunarodni teretni list u cestovnom prometu – prijevozna isprava za prijevoz robe i obračun troškova u međunarodnom cestovnom prijevozu robe

Oblik i sadržaj međunarodnog teretnog lista propisuje Konvencija CMR.



Slika 5. CMR list

Izvor: http://www.marinatransport.eu/149eng.html (30.7.2017.)

3.4.4. ATA karnet

ATA karnet je carinski document koji temeljem međunarodne Carinske konvencije o ATA karnetu zamjenjuje nacionalne carinske dokumente za privremeni izvoz, privremeni uvoz i provoz robe, čime se pojednostavljuje carinski postupak i na taj način olakšava i ubrzava promet određenih kategorija roba. Obrazac ATA karneta propisan je Konvencijom. Sastoji se od korica i talona. Taloni su podijeljeni na dva dijela, gornji trajno ostaje u koricama, a donji se odvaja i zadržava ga nadležna carinarnica. ATA karnet sadrži tri vrste talona:

- Dva žuta talona – za provođenje carinskog postupka i mjera carinskog nadzora u zemlji privremenog izvoza
- Plavi talon – za provođenje mjera carinskog nadzora u zemlji provoza
- Bijeli taloni – za provođenje mjera carinskog nadzora u zemlji privremenog uvoza

Carinski postupak u svezi s ATA karnetom obavljaju pogranične carinarnice. [21]

ATA karnet pokriva tri glavne kategorije:

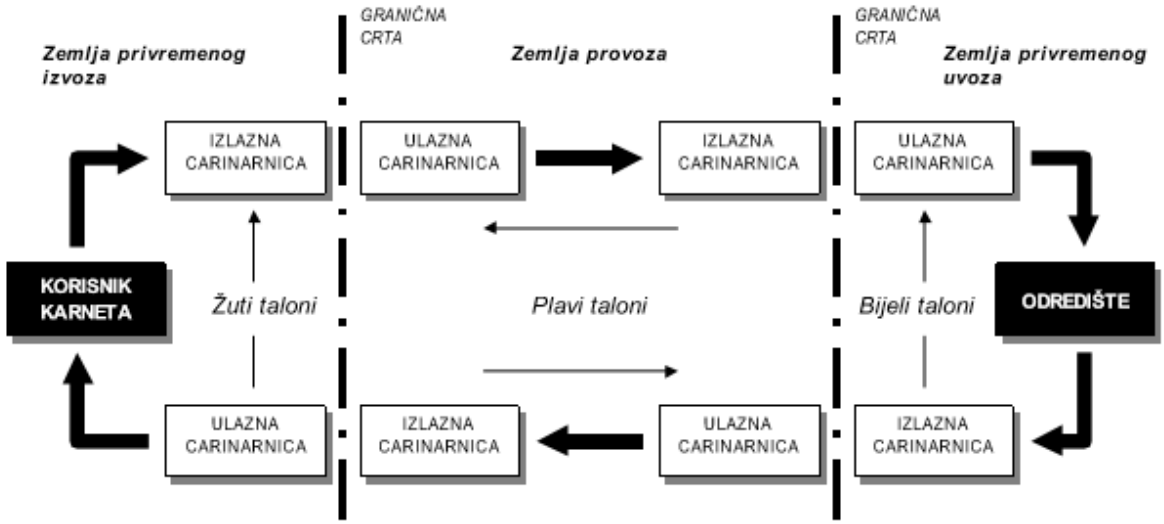
- privremeni uvoz uzoraka
- privremeni uvoz stručne opreme
- privremeni uvoz robe namijenjene izložbama, sajmovima, kongresima i sličnim manifestacijama

Postoje i razni uvjeti korištenja ATA karneta. Potrebno je poštivati razna pravila kao što su: da će roba biti ponovno uvezena/izvezena u prvobitnom obliku, da će roba ostati u vlasništvu osobe sa sjedištem izvan države privremenog uvoza, te da će robu upotrebljavati upravo osoba koja posjećuje područje privremenog uvoza.

Na temelju ATA karneta ne smiju se uvoziti prehrambeni proizvodi, kvarljiva roba te roba namijenjena preradi, obradi ili popravku.ATA karnet ne izdaje se za izložbe organizirane u privatne svrhe u trgovinama ili poslovnim prostorima radi prodaje robe.[22]

[21] Č. Ivaković, R. Stanković, M. Šafran: Špedicija i logistički procesi, Fakultet prometnih znanosti, Zagreb, 2010. str. 71.

[22] https://www.hgk.hr/s-financijske-institucije-poslovne-informacije-i-ekonomske-analize/odjel-za-poslovne-informacije/ata-karnet



Slika 6. Sustav ATA karneta

Izvor: Č. Ivaković, R. Stanković, M. Šafran: Špedicija i logistički procesi, Fakultet prometnih znanosti, Zagreb, 2010. str. 72.

3.5. Obavljanje poslova u vezi s carinjenjem sajamske robe

Izvršenje poslova u vezi s carinjenjem robe ulazi u osnovnu skupinu osnovnih poslova špeditera. Ti poslovi su u izravnoj vezi s organizacijom otpreme i dopreme robe u međunarodnom prometu, a međunarodni špediter je jedina osoba specijalizirana za obavljanje tih poslova.

Špediter u carinskom postupku djelujući u ime i za račun nalogodavca može imati samo status punomoćnika, jer je njegov nalogodavac, stranka u istom postupku. Prema tome špediter poduzima radnje u postupku carinjenja u ime i za račun nalogodavca. Međunarodni špediteri kada poduzimaju radnje u postupku carinjenja, redovito se pojavljuju u ulozi agenta, odnosno zastupnika.

Špediter izvršava carinske radnje na temelju podataka i isprava nalogodavca ili njegovog poslovnog partnera. Nalogodavac je dužan špediteru priložiti sve dokumente potrebne za izvršenje carinjenja, ako se na temelju primljenih dokumenata ne može obaviti carinjenje robe, špediter je dužan obavijestiti nalogodavca i zatražiti objašnjenje i određeno uputstvo. Špediter nema obvezu da ispituje točnosti podataka i ispravnost isprava i ne snosi odgovornosti ako se podaci ne slažu sa stvarnim stanjem robe.

Špediter uz ovlaštenje nalogodavca podnosi deklaraciju i obavlja sve radnje u postupku carinjenja robe.[23]



Slika 7. Carinjenje robe

Izvor: http://servicelogistic.rs/carinjenje-robe/ (30.7.2017.)

Nakon izvršenog pregleda robe, carinarnica obračunava i naplaćuje carinu i druge uvozne pristrojbe. Podnositelj deklaracije ne može podići robu ispod carinskog nadzora prije nego što carinarnici, kojoj je podnio deklaraciju, plati carinu. Prema Općim uvjetima nalog za carinjenje stvari ne sadrži obvezu špeditera da isplati carinske pristrojbe za račun nalogodavca.Imenovanje robe u deklaraciji za sajamsku robu mora biti potpuno tako da se roba sa sigurnošću može razvrstati po Carinskoj tarifi, drugim tarifama odnosno drugim propisima koji se primjenjuju pri uvozu robe. Iznimno od odredbe stavka 1. ovoga članka, u deklaraciju se može upisati samo trgovački naziv robe s potrebnim podacima koji osiguravaju utvrđivanje istovjetnosti robe i razvrstavanje te robe prema Carinskoj tarifi i drugim tarifama. Ako podnositelj deklaracije u deklaraciju upiše samo trgovački naziv robe, uz deklaraciju podnosi i prospekt, katalog, fakturu, specifikaciju ili ispravu na temelju koje se može utvrditi istovjetnost robe.[24]

Za robu koja se izvozi, uključujući i privremeno uvezenu robu koja se vraća u inozemstvo, osim privremeno uvezene robe koja se vraća s oplemenjivanja i popravka, podnosi se izvozna carinska deklaracija na Obrascu VIII. Izvozna carinska deklaracija. Ako se u jednoj carinskoj deklaraciji prijavljuje više vrsta robe koja se razvrstava u više od jednog tarifnog stavka Carinske tarife, u čijoj je proizvodnji sudjelovalo više od jednog proizvođača ili poduzeća, uz

[23] Ratko Zelenika, Međunarodna špedicija, Ekonomski fakultet, Rijeka, 1996. Str. 204.
[24] Članak 9. Hrvatsko zakonodavstvo, http://zakon.poslovna.hr/public/pravilnik-o-podnosenju-isprava-u-carinskom-postupku/8338/zakoni.aspx

deklaraciju se podnosi potreban broj uložaka na Obrascu VIII/1 - Izvozna carinska deklaracija, koji su sastavni dio deklaracije.

Ako se izvozi roba u čijoj je proizvodnji sudjelovalo više od jednog poduzeća, a ta je roba nedjeljiva po količini, po jednoj deklaraciji može se prijaviti samo jedna vrsta robe koja se svrstava u jedan tarifni sustav Carinske tarife. Deklaracija se podnosi u šest primjeraka od kojiih dva primjerka zadržava carinska ispostava, jedan primjerak dostavlja nadležnoj poslovnici Narodne banke, a jedan primjerak predaje podnositelju deklaracije. Iznimno od odredaba stavka 4. ovog članka, ako se roba carini u otpremnoj carinskoj ispostavi, koja nije istodobno i izlazna carinska ispostava, jedan primjerak deklaracije prati robu do izlazne carinske ispostave koja ga ovjerava i vraća otpremnoj ispostavi kao potvrdu da je roba izvezena iz Republike Hrvatske, a podnositelju se deklaracije predaju dva primjera.[25]

[25] Članak 18. Hrvatsko zakonodavstvo, http://zakon.poslovna.hr/public/pravilnik-o-podnosenju-isprava-u-carinskom-postupku/8338/zakoni.aspx

4. SPECIFIČNOSTI SAJAMSKIH POSLOVA

Sajamski poslovi su specijalni špediterski poslovi, imaju specifičan karakter i u znatnoj se mjeri razlikuju od standardnih špediterskih poslova pri organizaciji otpreme, dopreme i provoza robe. Sajamski poslovi navedeni su u Općim uvjetima poslovanja međunarodnih otpremnika Hrvatske (1993.) kao; "obavljanje usluga na međunarodnim sajmovima, samostalnim i specijalnim izložbama i sličnim priredbama u zemlji i inozemstvu".

Međunarodni špediteri koji obavljaju sajamske špediterske poslove, moraju poznavati sve specifičnosti organizacije i poslovanja međunarodnih sajmova, samostalnih i specijalnih izložba i sličnih manifestacija u zemlji i inozemstvu. Specifičnosti špediterskih sajamskih poslova mogu se sagledati kroz obradu ovih tema:

- Osnovna obilježja suvremenih međunarodnih sajmova
- Tržišna politika špediterskih organizacija[26]



Slika 8. Sajam tehnike u Beogradu

Izvor: http://sajam.rs/en/calendar-2017/fair-of-technique/ (30.7.2017.)

[26] Ratko Zelenika, Međunarodna špedicija, Ekonomski fakultet, Rijeka, 1996. Str. 275.

4.1. Osnovna obilježja suvremenih međunarodnih sajmova

Sajmovi su mjesta na kojima tvrtke nastupom potvrđuju vlastitu inventivnost, testiraju proizvode, marketinšku i komunikacijsku sposobnost i osiguravaju potencijalno tržište za uspješno poslovanje. Iako se činilo da će s vremenom sajmovi postati manje značajni, oni i dalje tvrtkama predstavljaju važan alat prilikom predstavljanja proizvoda i usluga novim tržištima. Sve veći broj sajamskih izlagača prepoznaje vrijednost sajmova kao takvih te stoga sajmovi i danas predstavljaju važan oblik promidžbe. Sve je značajniji utjecaj sajmova u marketinškom smislu kao oblik predstavljanja proizvoda, prije svega na specijaliziranim sajmovima na kojima se okupljaju razni proizvođači i međusobno se uspoređuju njihovi proizvodi. Sajmovi ili izložbe su najbolja marketinška prilika za susret „licem u lice“ za kompanije širom svijeta, te čine više od 40% svih „business-to-business“ poslovnih sastanaka. Prema istraživanjima njemačkoga udruženja sajamske industrije AUMA-e, 83 posto čelnika kompanija smatra da su sajmovi idealno sredstvo za učinkovit instrument dijalog-marketinga, za uspostavu i jačanje kontakata s potrošačima i poslovnim partnerima. Redovitim nastupima na sajmovima tvrtka potvrđuje kako predstavlja stabilan i odgovoran obrt s kojim je pouzdano poslovati.

Također, istraživanje pokazuje da sajmovi omogućuju tvrtkama neposredan uvid u kretanja na tržištu, pomažu im u utvrđivanju i prepoznavanju trendova uz mogućnost neposrednog benchmarkinga u odnosu na izravnu konkurenciju. Na sajmovima se povezuje industrija i trgovina uz prateće poveznice financijski sektor, osiguravajuća društva itd. U Europi je Njemačka središte sajmovanja, gdje se godišnje organizira 150 međunarodnih trgovačkih sajmova sa 170.000 izlagača te devet do deset milijuna posjetitelja.[27]

Razvojem proizvodnih snaga i proizvodnih odnosa klasični sajmovi izdiferencirali su se u sajmove uzoraka:

- Opći sajmovi uzoraka
- Specijalizirani sajmovi uzoraka

Na općim sajmovima uzoraka izlagači izlažu različite vrste roba. Takvih međunarodnih sajmova ima u: Zagrebu, Frankfurtu, te u Briselu. Na specijaliziranim sajmovima uzoraka mogu se izlagati samo određene vrste robe, kao na primjer: automobile,

[27] http://www.regionalexpress.hr/site/more/sajmovi-chine-vishe-od-40-posto-svih-b2b-poslovnih-sastanaka

tekstil, strojevi poljoprivrede, vina, knjige i slično. Takvih sajmova ima u: Dusseldorfu, Parizu, Ljubljani i drugi.

Sajmovi mogu biti stalni i povremeni. Stalni se održavaju svake godine u određeno vrijeme i na određenom mjestu, dok su povremeni najčešće specijalizirani sajmovi koji se održavaju u najpovoljnije vrijeme i u mjestu gdje je velika potražnja i želja za određenom vrstom robe. Poseban oblik sajmova uzoraka je i tzv. stalna izložba, a može biti kolektivna i pokretna. Tu se izlažu razni uzorci roba, koji se mogu razgledavati bez obveze kupovine.

Međunarodni špediteri koji obavljaju sajamske špediterske poslove, moraju poznavati sve specifičnosti organizacije i poslovanja međunarodnih sajmova. S obzirom na brojnosti različitost zadataka međunarodnog špeditera na određenom sajmu, kratkoću vremena u kojemu se moraju eksponati prihvatiti i smjestiti, a po završetku manifestacije spakirati i otpremiti te ograničenost prostora na kojemu se sve te aktivnosti odvijaju, organizacija špediterskog sajamskog poslovanja mora savršeno funkcionirati. Za obavljanje svih tih brojnih specifičnosti i zadataka i poslova, potrebno je posebno organizirati rad s vrsnim špediterskim specijalistima.[28]

[28] Ratko Zelenika, Međunarodna špedicija, Ekonomski fakultet, Rijeka, 1996. Str. 276.

4.2. Tržišna politika špediterskih organizacija

Špediterska sajamska tržišna politika ima svoje specifičnosti u odnosu na cjelokupnu špeditersku tržišnu politiku. Špediterska poduzeća ne istražuju tržište općenito, niti tržište prijevoznih usluga, kao što to čini u okviru cjelokupne tržišne politike. Svu svoju pozornost koncentriraju na istraživanje izlagača na međunarodnim sajmovima. Osnovni cilj marketing-aktivnosti je ugovoriti što veći broj sajamskih poslova. Špeditersko poslovanje na sajmovima obavlja se na temelju fiksnih, unaprijed objavljenih cijena špediterskih usluga.

Špediteri uspostavljaju izravnu ili neizravnu poslovnu vezu s potencijalnim inozemnim izlagačima na domaćem sajmu. U praksi su djelotvorniji izravni usmeni kontakti s inozemnim izlagačima. Jednom uspostavljeni poslovni odnosi, u pravilu se nastavljaju, razvijaju i učvršćuju. U hrvatskoj sajamskoj praksi špediter obrađuje one pošiljke koje su upućene na njegovu adresu.

Špediter je po prirodi svog posla vrstan poznavalac i praktičar tehnologije prometa svih prometnih grana, te je stoga nezaobilazan konzultant pri izradi vanjsko trgovinskih kalkulacija. Pravodobno uključivanje špeditera u pripremu i ugovaranje vanjsko trgovinskih poslova, u pravilu rezultira smanjenjem prijevoznih troškova i rizika koji iz prijevoza proizlaze, te povećanjem sigurnosti izvršenja preuzetih obveza glede isporuke odnosno preuzimanja robe.[29]

[29] [29] Ratko Zelenika, Međunarodna špedicija, Ekonomski fakultet, Rijeka, 1996. Str. 280.

5. ORGANIZACIJA SAJAMSKIH POSLOVA

Današnji špediteri uz osnovne usluge pružaju i određene posebne usluge, kao što su sajamski poslovi, odnosno organizacija sajmova i sve aktivnosti vezane uz tu organizaciju. Špediteri moraju osigurati otpremu, dopremu i prijevoz robe. Nakon prihvata robe otpremnik provjerava robu i organizira otpremu potrebnim prijevoznim sredstvom, špediter mora osigurati robu tako da prilikom prijevoza ne dođe do oštećenja ili gubitka, prilikom dopreme robe, špediter pregledava robu i mora obaviti sve poslove vezane uz dokumentaciju prijevoza. Nakon toga špediter organizira dospijeće robe na sajamske prostorije koje je osigurao za svojeg poslodavca. Bez obzira na vrstu robe izlagač se može pouzdati u špeditera pri organizaciji sajma, a to znači dostava izložbe, osiguranje štandova i promotivnih materijala. Uređenje sajamskog prostora je sastavni dio promidžbene strategije tvrtke, te se u skladu s time moraju zadovoljiti potrebe. Špediteri moraju odraditi sve poslove za koje ih je poslodavac angažirao da bi što bolje organizirali izgled štanda, te time pripremili poslodavca na vrstu sajamskog izlaganja. Postoje tri osnovna cilja izlaganja:

- Razvoj imagea tvrtke
- Predstavljanje proizvoda
- Prodaja proizvoda ili usluga

5.1. Razvoj imagea tvrtke

Ukoliko izlagač želi predstaviti image svoje tvrtke, izlaganje će biti organizirano prema karakteristikama prepoznatljivosti te tvrtke. Špediter će urediti sajamski prostor s bojom, sloganom, zaštitnim znakom i promotivnim sadržajem te tvrtke. Postavljaju se i postolja za eksponat, te na njega ide nosač naziva i naziv eksponata otisnut u pripadajućim bojama koje odgovaraju imageu tvrtke. Mnoge tvrtke uređuju sajamski prostor “otvorenog tipa” kako bi uspostavili komunikaciju sa sudionicima. Ovakav pristup posebno je popularan kod tvrtki IT industrije, te tvrtke automobilske industrije, tako razvijaju komunikaciju s korisnicima. Koristit će promidžbeni materijal kao što su: katalozi, cjenici, posjetnice, CD-ovi, plakati, panoi, te sitni promotivni pokloni.



Slika 9. Image tvrtke Dukat

Izvor: http://www.stipendije.info/hr/sajam/sponzori (30.7.2017.)

5.2. Predstavljanje proizvoda

Nastup na sajmovima koristi obrtniku jer može potvrditi vlastitu konkurentnost u usporedbi s drugima, a također, sajmovi su i mjesto razmjene poslovnih informacija. Vrsta proizvoda diktira uređenje sajamskog prostora, uređenje prostora mora imati sva važna obilježja proizvoda. Trebale bi postajati makete i uzorci proizvoda, boja i logo moraju dominirati prostorom, te je poželjno urediti prostor u kojem će se moći isprobati, testirati ili konzumirati proizvod ako je to moguće.



Slika 10. Zagreb Auto Show 2018.

Izvor: https://autopress.hr/aktualno/zagreb-auto-show-2018-odrzat-ce-se-10-15-04/

Izlaganje na sajmu može biti kolektivno ili samostalno;

Kolektivni nastup ima prednosti za izlagače koji:

• nemaju vlastitog iskustva

• ne mogu provesti sve potrebne radnje za samostalni nastup

• trebaju manju izlagačku površinu

• žele smanjiti troškove nastupa

Samostalni nastup odgovora iskusnim izlagačima koji imaju izbor roba / usluga za predmetno tržište i mogu podnijeti sve prateće troškove

5.3. Prodaja proizvoda ili usluga

Ovo je najkomercijalniji tip izlaganja i zapravo ne zahtijeva poseban dizajn, najčešće se radi o proizvodu ili usluzi koja ima svoju potrošačku grupu i na špediteru je samo da obavijesti posjetitelja o svojem izložbenom prostoru. Ovo su najčešće štandovi otvorenog tipa sa skladišnim prostorom.

Prodaja robe na sajmu:

1. Izlagač koji prodaje robu dužan je tijekom sajma osigurati osobu koja je zadužena za prodaju izložbenih eksponata.

2. Izlagač je obvezan za robu koju prodaje na sajmu osigurati potrebnu carinsku i drugu dokumentaciju potrebnu za realizaciju prodaje.

3. Izlagač koji prodaje robu snosi eventualne dodatne troškove skladištenja robe.

4. Izlagač koji prodaje robu na sajmu sam treba dopremiti robu na sajam ili dogovoriti s izvođačem štanda dopremu robe te snositi troškove dopreme[30]

[30] file:///C:/Users/DUZS/Downloads/vodic-sajmovi.pdf

5.4. Faze realizacije i uređenja sajamskog prostora

Neki od događaja koji mogu privući pažnju posjetitelja su: organizacija zabavnih događanja, poput nagradnih igara, degustacija, glazba, boje prepoznatljive za tvrtku, rasvjeta, različitih boja s efektima, najčešće kod automobilskih sajmova. Najvažniji koraci u ostvarivanju takvog efekta su:

1. Narudžba za promociju izlagača ili prijava izlagača – provodi se u pisanom obliku i sadržava detaljne uvjete i potrebe izlagača
2. Prihvaćanje i razmatranje uvjeta izlaganja i organizatora – uvjeti izlaganja predočeni su izlagaču u pisanoj formi i oni su uvjet temeljne suradnje izlagača i organizatora
3. Osnovne i sekundarne tehničke usluge – električne usluge, mogućnost zasebnog telefona, priključak vode
4. Odabir materijala za izradu štanda
5. Dizajn štanda i efekt štanda[31]

Za dopremu sajamskih eksponenata i proizvoda potrebna je pripadajuća prekrcajna i transportna mehanizacija. Ta mehanizacija može biti: obična kolica, električna akumulatorska kolica, ručna i električna kolica za prenošenje i premještanje tereta, dizalice i autodizalice. Ovisno o vrsti tereta mogu se koristiti i viljuškari.



Slika 11. Primjer štanda s efektima

Izvor: http://www.mint.hr/default.aspx?id=8185 (30.7.2017.)

[31] https://www.scribd.com/doc/23634520/SKRIPTA-IZ-%C5%A0PEDICIJE 30.7.2017.

5.5 Zagreb auto show 2018

Kao primjer sajma obrađen je Zagreb Auto Show, jer je to jedan od najstarijih sajmova u Hrvatskoj i svake godine se širi i privlači sve veći broj posjetitelja. Zagreb Auto Show održava se od 1992. godine, ali od 2008. do 2016. nije održavan zbog krize u automobilskoj industriji i Republici Hrvatskoj. Iz tog razloga obrađeni su sajmovi 2016. i 2018. te su uspoređeni sa sajmom iz 2008. koji je bio rekordan po svim parametrima. Automobili, motocikli i ostala vozila izložena su na posebno uređenim „štandovima“ prema imageu tvrtke. Štandovi su uređeni tako da najbolje predstavljaju određenog izlagača, kako bi privukli što veće zanimanje, za što se brine sam špediter, tj organizator sajma, kojeg je izlagač unajmio.

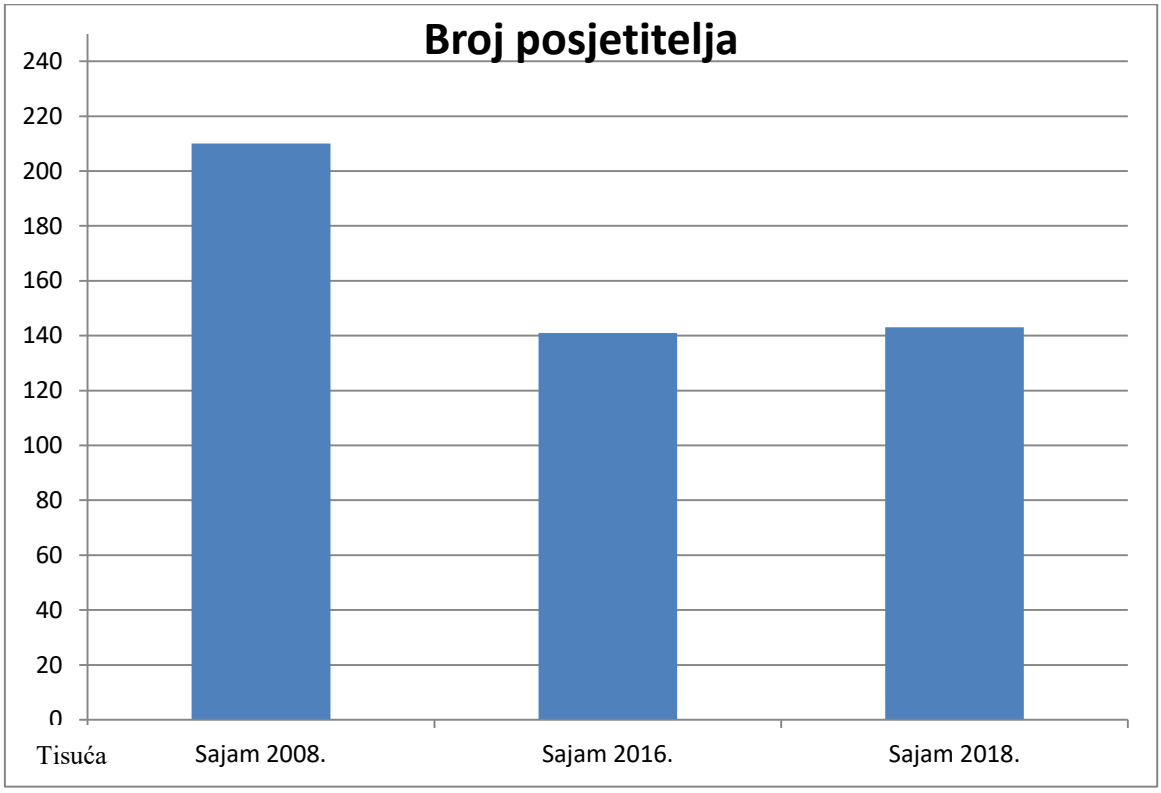


Slika 12. Mapa sajma

Izvor: http://www.zv.hr/sajmovi-7/korisne-informacije-2602/mapa-sajma/2733

Sajam 2008. privukao je više od 210 tisuća posjetitelja, uz 642 izlagača iz 35 zemalja. Nakon 2008. sajam se nije održao do 2016. kada je ponovno organiziran, ali u manjem izdanju. Sajam iz 2016. privukao je oko 140 tisuća posjetitelja, te 440 izlagača, što je znatan pad. Ove godine je zabilježen porast posjetitelja od 10% u odnosu na 2016., te povećan broj izlagača, s 463 izlagača iz 34 zemlje. Zabilježene su i 133 premijere vozila, te je predstavljeno više od 80 marki automobila. Sajam je popraćen i s više od 250 sati zabavnog i informativnog

programa za posjetitelje. Zauzeti je bio sav raspoloživi kapacitet Zagreb Velesajma, ukupno 70 000 m^2 izložbene površine raspoređene u 14 paviljona i na otvorenom prostoru.



Grafikon 1. Broj posjetitelja na Auto Show-u

Izvor: Izrađeno na temelju podataka dobivenih od organizatora sajma

Iz Tablice 3. može se vidjeti da nakon vrhunca posjete 2008. nakon krize i oporavka, te ponovnog pokretanja sajma dolazi do drastičnog pada u broju posjetitelja 2016., ali i laganog porasta u 2018. što je obećavajuće za buduće sajmove. Ovogodišnjim porastom u broju posjetitelja, te broju izlagača, organizatori su optimistični i planiraju veći i suvremeniji sljedeći Auto Show.

6. ANALIZA TRŽIŠTA MEĐUNARODNIH ŠPEDITERA U RH S ASPEKTA OBAVLJANJA SAJAMSKIH POSLOVA

Sajamska je djelatnost jedna od najdinamičnijih gospodarskih aktivnosti u svijetu te bilježi rast broja izlagača i posjetitelja, no u Hrvatskoj se događaju suprotni procesi pa su sajamske aktivnosti izgubile sponu s međunarodnim nastupima, nekada su sajmovi Zagrebačkog velesajma nosile i do 20 oznaka Međunarodnog udruženja sajmova UFI. Broj sajmova u svijetu stalno se povećava i proširuje, prema procjenama, godišnje se održava oko 31 tisuću sajmova, na 12,4 milijuna četvornih metara izložbenog prostora, od čega je 60,6 % u Europi.

U Hrvatskoj, 2017.godine na Zagrebačkom Velesajmu održano je dvadeset i tri sajma, s preko 300 tisuća posjetitelja, što je u usporedbi s ostalim razvijenim zemljama EU prilično malo. Za usporedbu, Njemačka, europsko središte sajmovanja, godišnje organizira preko 150 međunarodnih trgovačkih sajmova s preko 170 tisuća izlagača te devet do deset milijuna posjetitelja. Primjer malog broja sajmova u Hrvatskoj je grad Zadar, jedan od najposjećenijih gradova u Hrvatskoj tijekom ljeta ne organizira niti jedan sajam. Ne postoji ni prostor gdje bi se mogao organizirati, te tako grad i građani gube jako puno, jer nema prodaje suvenira i raznih rukotvorina lokalnih umjetnika.

Kao primjer uzeti su najveći sajam u Hrvatskoj 2017. godine, 26. sajam nautike u Zagrebu, te 20. međunarodni stručni sajam nekretnina i investicija u Minhenu, 2017. godine. Zagrebački sajam nautike u 2017. godini posjetilo je nešto više od 25 tisuća posjetitelja, koji su mogli vidjeti proizvode 290 domaćih i stranih izlagača iz 27 zemalja, izloženih na 30 tisuća kvadratnih metara Velesajamskog izložbenog prostora.[32] Usporedno s time, sajam u Minhenu je privukao više od 42 tisuće posjetitelja, 2003 izlagača iz 35 zemalja, te se održao na 64 tisuće kvadratnih metara izložbenog prostora.[33]

Kao dokaz „odumiranja“ sajamskih poslova u Hrvatskoj je i činjenica da je Zagrebački velesajam u 2017. godini poslovao s gubitkom od čak 72,6 milijuna kuna, što je dvostruko više nego u odnosu na godinu prije. Loše poslovanje uvjetovano je sve većim rashodima u odnosu na prihode, zato što velika većina sajmova je organizirana od strane međunarodnih špeditera i tvrtka. Većina hrvatskih tvrtki se uopće ni ne bave sajamskim poslova te samim time nema poslovne konkurencije između domaćih i stranih tvrtki. Tako strane tvrtke mogu

[32] http://www.zgh.hr/o-nama-7/izvjesca-19/19
[33] https://www.exporeal.net/trade-fair/information/facts-figures/index.html

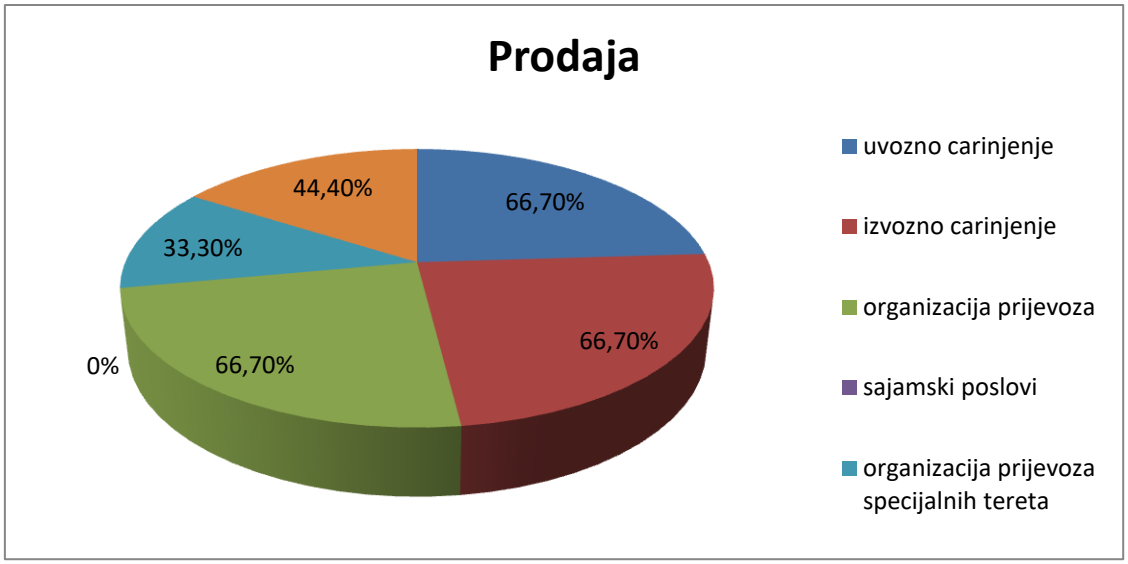
podizati cijene usluga sajamskih poslova i diktirati tržište. Većina tvrtki više ne zapošljava špeditere koji bi se bavili sajamskim poslovima, već unajmljuju vanjske suradnike, većinom 3PL-„third party logistics“ tvrtke koje se bave određenim poslovima za koje su specijalizirane. Klasični špediteri danas su prisutni na tržištu pretežito, u obliku malih poduzeća, nudeći pri tome usluge organizacije prijevoza robe, carinskog zastupanja te ostalih pratećih djelatnosti. Takav oblik špediterske djelatnosti još uvijek dominira u nerazvijenim državama i državama u tranziciji. Ovisno o stupnju gospodarskog razvoja klasična uloga špeditera prerasta u sveobuhvatniju i složeniju ulogu logističkog špeditera.

U Hrvatskoj veće međunarodne tvrtke s velikim brojem zaposlenika, osobito iz Njemačke i Austrije, čine više od 80% svih špediterskih poslova, gdje skladno i s time odrađuju gotovo sve sajamske poslove u Hrvatskoj. Manjak poslova hrvatskih tvrtki i jako mala pomoć države domaćim poduzetnicima dovodi hrvatske tvrtke u situaciju da ne mogu konkurirati međunarodnim tvrtkama, kao što su Kuehne + Nagel ili Quehenberger, koje su preuzele većinu poslovanja u Hrvatskoj i ostvaruju puno veće profite u odnosu na domaće poduzetnike. Nekada su priredbe Zagrebačkog velesajma nosile i do 20 oznaka Međunarodnog udruženja sajmova UFI.

Prema podacima iz 2016. Hrvatska gospodarska komora je organizirala preko 2300 nastupa na sajmovima od čega tisuću tristo u inozemstvu, a tisuću u Hrvatskoj. Godišnje Hrvatska gospodarska komora organizira nastupe na dvjesto sajmova u zemlji i inozemstvu. Većinom u zemljama regije, kao što su BiH, Srbija, Slovenija i ostale manje razvijene zemlje. Poslovi koje obavljaju su uglavnom samo prijevoz i carinjenje robe, za manje tvrtke, dok poslodavci većeg kapitala uglavnom zapošljavaju takozvane logističke operatere koji mogu pružiti puno opsežniju logističku uslugu.

U istraživanju provedenom 2017.godine za tvrtke registrirane u Hrvatskoj provedena je anketa o vrsti poslova koje tvrtke najčešće koriste. Uvozno carinjenje, izvozno carinjenje i organizacija prijevoza su jednako zastupljeni, 66,7%, slijede ih logističke usluge s 44,4% , organizacija prijevoza specijalnih tereta s 33,3%, a sajamski poslovi praktički nisu uopće zastupljeni. Što je dodatan dokaz „odumiranja“ sajamskih poslova u Hrvatskoj.[34]

[34] Analiza tržišta špediterskih usluga u RH, Završni rad, univ.bacc.ing.traff. Marina Ivanović



Grafikon 2:Vrsta posla međunarodnih špediterskih tvrtki

Izvor: Analiza tržišta špediterskih usluga u RH, Završni rad, univ.bacc.ing.traff. Marina Ivanović

7. ZAKLJUČAK

Gospodarska situacija u Republici Hrvatskoj značajno je utjecala na poslovanje špeditera u aspektu obavljanja sajamskih poslova, sve manjim brojem domaćih tvrtki koje se bave sajamskim poslovima, dolazi do nekonkurentnosti. Ulaskom Republike Hrvatske u Europsku uniju i razvojem logističkih usluga, hrvatske špediterske tvrtke i sami špediteri postali su sve manje bitan faktor u sajamskom poslovanju. Strane tvrtke preuzimaju većinu poslova jer mogu pružiti bolju uslugu zbog veće razvijenosti njihovih poduzeća. Klasični špediteri praktički više ni ne postoje, dok se špediterska poduzeća pretvaraju u logističke špeditere i logističke operatore. Logistički špediteri i logistički operatori izvršavaju sve aktivnosti u logističkim procesima, te su tako isplativiji za poslodavce.

Svakodnevnim razvojem logističkih usluga promijenila se uloga špeditera. Broj špediterskih tvrtka u Republici Hrvatskoj koji se bave sajamskim poslovima svake godine je sve manji, te zapravo više ni ne postoje. Velika većina špediterskih tvrtki koje obavljaju sajamske poslove u Republici Hrvatskoj su inozemne. Mega-špediterske tvrtke koje posluju na internacionalnoj razini preuzele su od manjih špediterskih tvrtki poslove zbog mogućnosti pružanja više usluga. Iz tih razloga inozemne tvrtke, proširile su svoje poslovanje i otvorile svoje podružnice u Republici Hrvatskoj.

Sajamski poslovi se više ni ne smatraju posebnim poslovima već su dio kompletne logističke usluge logističkih operatera, gdje je organizacija sajamskih poslova prebačena na razne tvrtke koje organiziraju razne događaje, a špediteri se unajmljuju samo za transport i obavljanje carinskih formalnosti.

Na temelju prikupljenih podataka iz istraživanja može se doći do zaključka da sajamsko poslovanje hrvatskih tvrtki praktički ni ne postoji, te da su svi sajamski poslovi obavljani od strane inozemnih, međunarodnih tvrtki. Međunarodne tvrtke trenutno nemaju konkurencije na području Republike Hrvatske, te sve više hrvatskih špediterskih tvrtka propada. Ukoliko žele opstati na tržištu moraju znatno proširiti svoje područje rada i usluge.

LITERATURA

Knjige:

1. Dr.sc. Čedomir Ivaković, Dr.sc. Ratko Stanković, Dr.sc. Mario Šafran, Špedicija i logistički procesi, Fakultet prometnih znanosti, 2010.
2. Ratko Zelenika: Temelji logističke špedicije, knjiga prva, Ekonomski fakultet, Rijeka, 2005.
3. Ratko Zelenika, Međunarodna špedicija, Ekonomski fakultet, Rijeka, 1996.

Internet izvori:

1. Pojmovnik transporta: https://www.timocom.com.hr/lexicon/Pojmovnik-Transporta/Me%C4%91unarodna%20%C5%A1pedicija/1008201511277612 (25.7.2017.)
2. „ Narodne novine“ , 1991.
3. Hrvatska gospodarska komora, https://www.hgk.hr/s-financijske-institucije-poslovne-informacije-i-ekonomske-analize/odjel-za-poslovne-informacije/ata-karnet
4. Hrvatsko zakonodavstvo, http://zakon.poslovna.hr/public/pravilnik-o-podnosenju-isprava-u-carinskom-postupku/8338/zakoni.aspx
5. Skripta iz špedicije, https://www.scribd.com/doc/23634520/SKRIPTA-IZ-%C5%A0PEDICIJE 30.7.2017.
6. Analiza tržišta špediterskih usluga u RH, Završni rad, univ.bacc.ing.traff. Marina Ivanović
7. Zagrebački holding - http://www.zgh.hr/o-nama-7/izvjesca-19/19

POPIS SLIKA

Slika 1. Dispozicija 10
Slika 2. Organizacija kretanja robe 13
Slika 3. Teretnica (Bill of Lading) 15
Slika 4. Teretni list za željeznicu 16
Slika 5. CMR list 17
Slika 6. Sustav ATA karneta 19
Slika 7. Carinjenje robe 20
Slika 8. Sajam tehnike u Beogradu 22
Slika 9. Image tvrtke Dukat 27
Slika 10. Zagreb Auto Show 2018. 27
Slika 11. Primjer štanda s efektima 29
Slika 12. Mapa sajma 30

POPIS TABLICA

Tablica 1. Klasifikacija špedicije 3
Tablica 2. Primjeri FIATA dokumenata 7

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Broj posjetitelja na Auto Show-u 31
Grafikon 2:Vrsta posla međunarodnih špediterskih tvrtki 34