

МАРИЈА ДРЕНКОВСКА-СТОЈАНОВСКА

# ДЕЛОВНО РАБОТЕЊЕ

## II ГОДИНА

ЕКОНОМСКО-ПРАВНА И ТРГОВСКА СТРУКА

ЕКОНОМСКИ ТЕХНИЧАР

ДЕЛОВЕН СЕКРЕТАР

Скопје, 2010

**Претседател на рецензентска комисија:**

Татјана Петковска Мирчевска

**Членови на рецензентска комисија:**

Проф. Тања Јованова

Проф. Соња Илиева

**Автор:**

Марија Дренковска-Стојановска

Деловно работење, за II година

Економско-правна и трговска струка,

Економски техничар и деловен секретар

**Лектура:**

Розета Заќева

**Дизајн на корици:**

Александар Василевски за eXpressive graphics

**Дизајн и техничко уредување:**

eXpressive graphics

**Илустрации:**

gettyimages.com

shutterstock.com

eXpressive graphics

**Издавач:**

Министерство за образование и наука за Република Македонија

**Печати:**

Графички центар доел, Скопје

**Тираж:**

1.800

Со решение на Министерот за образование и наука на Република Македонија бр. 22-4269/1 од 28.07.2010 година се одобрува употребата на овој учебник

CIP - Каталогизација во публикација

Национална и универзитетска библиотека "Св.Климент Охридски", Скопје

338(075.3)

ДРЕНКОВСКА-Стојановска, Марија

Деловно работење : II година : економско-правна и трговска струка : економски техничар,

деловен секретар / Марија Дренковска-Стојановска. - Скопје : Министерство за образование и наука на Република Македонија, 2010. - 215 стр. : илустр. ; 30 см

Фусноти кон текстот. - Содржи и: Прилози 1-3

ISBN 978-608-226-040-2

COBISS.MK-ID 84259082

# СОДРЖИНА

---

**ДЕЛОВНО РАБОТЕЊЕ I**

---

**СОДРЖИНА III**

---

**ПРЕДГОВОР IX**

---

**ДЕЛОВНО РАБОТЕЊЕ 1**

---

**ОСНОВНИ ПОИМИ ЗА СТОПАНСТВОТО 3**

---

**Поим за стопанството и стопанисувањето 3**

**Модел на стопанско уредување 4**

1. Основните карактеристики на административниот стопански систем (1945 - 1950) беа: 4

2. Основни карактеристики на самоуправниот стопански систем (1950-1990) беа: 4

**Пазарно стопанство 5**

Карактеристики на пазарното стопанство 6

Карактеристики на сегашниот стопански систем 8

---

**ВНАТРЕШНО ТРГОВСКО РАБОТЕЊЕ 13**

---

**Поим и карактеристики за внатрешниот стоковен промет 13**

**Посредување во стоковниот процес 15**

**Видови стоковен промет 16**



## **НАБАВНО И ПРОДАЖНО РАБОТЕЊЕ 21**

**Поим, значење и задачи на набавното работење 21**

**Организација на набавната служба 23**

**Задачи на набавната служба во друштвото 25**

**Поим и значење на истражувањето на пазарот на набавка 26**

**Политика на набавка 28**

Начела на политиката за набавка 28

**Облици и начини на набавка 29**

Набавка преку комисионери (комисиони друштва) 30

Набавка преку трговски агенции и посреднички друштва 30

Набавка преку застапништва на странски фирми 30

**Извршување на набавката 31**

Испраќање на порачка за испорака до продавачот 31

Преземање и контрола на доставената испорака од продавачот 32

Контрола на (квантитетот) количеството на стоката 32

Контрола на квалитетот 33

Рекламации во врска со набавката 33

Рекламации на квантитетот на стоката 33

Рекламации на квалитетот на стоката 34

Контрола и плаќање (ликвидација) на достасаните фактури од продавачот и од другите учесници во процесот на набавката 35

**Евиденција на набавното работење 35**

**Анализа на набавното работење 37**

**Продажно работење 40**

Поим, значење и задачи на продажбата 40

**Политика на продажно работење 41**

Планирање на продажбата 42

**Организација на продажбата 43**

**Облици и начини на продажба 45**

**Поим и значење на пропагирање на продажбата 49**

**Средства на економската пропаганда 50**

**Начини на деловно комуницирање 52**

Понуда, прифаќање на понуда и порачка 52

**Купопродажен договор 54**

**Испратница, приемница и фактура 56**

**Комисиски записник 57**

**Рекламации 58**

Рекламации за количеството 58

Рекламации за квалитет 58

**Евиденција на продажбата 59**

**Анализа на продажното работење 62**

**Проверете го вашето знаење 64**

---

## **ТРАНСПОРТНО И СКЛАДИШНО РАБОТЕЊЕ 67**

---

**Транспортно работење 67**

Поим и значење на транспортот и транспортното работење 67

**Организација на транспортната служба 70**

**Користење на сопствен возен парк 71**

**Постапка при транспортот на стоката со сопствени возила 72**

**Користење на туѓи транспортни услуги 72**

Транспорт на стока со железница 72

Железнички пратки 73

Требување на вагон 73

Заклучување на договор за превоз 74

Товарање и растоварање на стоката 75

Транспорт на стоката со камион 75

Транспорт по вода 76

Транспорт на стока по река 76

Транспорт на стока со авион 77

Користење на услуги по пошта 78

Користење на шпедитерски услуги 79

Осигурување на стоката во транспортот 80

**Складишно работење 85**

Поим, значење и задачи на складишното работење 86

Значење, задачи и организација на складишната служба 87

Видови на складови 89

Постапка при прием на набавените материјали 90

Прием на стока во складиштето	90
Постапка за прием на готови производи	90
Издавање на стока од склад	91
Постапка при издавање на материјали во производството	91
Постапка при издавање на готови производи (стоки) на купувачите	92
Распоред на стока во склад	92
Одржување и уредување на складовите	93

---

## **КОНТРОЛА НА КВАЛИТЕТОТ 97**

---

### **Поим за квалитет и потреба од контрола на квалитетот 97**

Зошто се прави контрола на квалитетот?	98
Колкав дел од производството би требало да се контролира?	98

### **Предмет и значење на контролата на квалитет 99**

### **Принципи и методи на контрола на квалитетот 100**

### **Постапка со одделни неисправни производи 101**

### **Стандарди на квалитет 102**

---

## **НАДВОРЕШНО ТРГОВСКО РАБОТЕЊЕ 107**

---

### **Надворешен стоковен промет и надворешно трговско работење 107**

Суштина и карактеристики на надворешниот стоковен промет	107
--	-----

### **Надворешно-трговско работење 110**

Суштина, значење и специфичности на надворешно-трговското работење	110
--	-----

---

## **ИЗВОЗНО РАБОТЕЊЕ 115**

---

### **Извозно работење 116**

Суштина и значење на извозното работење	116
---	-----

### **Подготвителни извозни работи 117**

Истражување на пазарот на земји – увознички	118
Воспоставување контакт со соодветен увозник	119
Водење на трговски преговори	122
Определување на извозен статус на стоката	123

### **Пријавување на извозната работа 125**

Обезбедување на потребна документација за извоз	126
---	-----

### **Стоковни документи 126**

а) Фактура	126
б) Спецификација	127
в) Паковна листа	128
г) Тежинска листа	128
д) Сертификат за потекло	128
ѓ) Сертификат за квалитет	128
е) Сертификат за извршена контрола	129
<b>Транспортни документи</b>	<b>129</b>
а) Документи за поморски транспорт	129
Поморски коносман	129
б) Документи за воздушен транспорт	130
Авионски товарен лист	130
в) Документи за железнички транспорт	131
Железнички товарен лист	131
г) Документи за друмски транспорт	131
Меѓународен камионски товарен лист	131
д) Транспортни документи издадени од шпедитер	132
Шпедитерска потврда	132
<b>Документи за осигурување на стоката</b>	<b>133</b>
Полиса за осигурување и сертификат за осигурување	133
Царинска декларација	134
Единствен царински документ	135
Царинска фактура	136
<b>Уверенија</b>	<b>137</b>
<b>Гаранции</b>	<b>138</b>
<b>Контрола на извозната работа</b>	<b>139</b>
<b>Извозно царинење на стоката</b>	<b>139</b>
Пакување на стоката во меѓународен трговски промет	140
<b>Завршни извозни работи</b>	<b>141</b>
Формирање на цената	141
Доставување на фактура и наплата на цената на стоката-услугата што е извезена	143
Ликвидирање на обврските кон другите учесници во ивотот	143
Ликвидирање и чување на предметот во врска со извозната работа	144

---

## **УВОЗНО РАБОТЕЊЕ 149**

---

### **Увозно работење 149**

Суштина и значење на увозното работење 149

### **Подготвителни увозни работи 152**

Значење на истражување на пазарот на земјите – увознички 152

Воспоставување контакт со соодветен извозник и водење на трговски преговори 153

Определување на увозен статус на стоката 154

### **Извршни увозни работи 155**

Издавање на диспозиција на шпедитерот 155

Контрола и рекламации во врска со стоката што се увезува 155

### **Увозно царинење на стоката 157**

---

## **РАБОТЕЊЕ НА МЕЃУНАРОДНИ ОРГАНИЗИРАНИ ПАЗАРИ 165**

---

### **Саеми - суштина, значење и видови 166**

Видови саеми 167

Организација на работењето на саемите 168

### **Аукции-суштина и значење 169**

Организација на работењето на аукцијата 170

### **Берзи-суштина и значење 171**

Видови берзи 173

а) Видови берзи според начинот на организирање 173

б) Видови берзи според предметот на работењето 174

в) Видови берзи според временската специјализација на вршење на работите 174

г) Видови берзи според технологијата и начинот на работење. 174

д) Видови берзи според начинот на остварување на контрола на државата врз нивното работење 175

ѓ) Видови берзи според физичката локација 175

Ефектни берзи 175

Организација на берзите 176

---

## **ПРИЛОГ 183**

---

---

## **РЕЧНИК НА ПОИМИ 207**

---

---

## **ЛИТЕРАТУРА 214**

---

# ПРЕДГОВОР

Учебникот Деловно работење е наменет за втора година средно стручното образование, економско- правна и трговска струка. Изготвен е според програмата од Бирото за развој на образованието, при Министерството за образование и наука на Република Македонија и со Концепцијата за пишување учебници во основно и средно образование.

Наставната содржина е од областа на внатрешниот и надворешниот стоковен промет, а структурирана е во 9 теми.

Во учебникот покрај наставните единици, дадени се прашања и задачи, резиме на темата, занимливости и на крај термилошки речник.

Наставните единици покрај тоа што го содржат основниот текст, содржат и голем број примери и задачи. Тие се така осмислени што го даваат целиот тек на решавањето на задачата, заедно со размислувањето и поврзување на фактите. На ваков начин, сметаме дека учениците не само што ќе го учат материјалот, туку и ќе учат како да ги синтетизираат научните факти и да ги применат врз конкретен пример.

Методските единици се богато илустрирани и шематизирани, со цел учениците полесно да ги разберат и научат сложените факти. На крајот на темите се дадени прашања за самопроверка на утврденото знаење на учениците.

На некои места во текстот, издвоени се посебни боксови, занимливости поврзани со конкретниот материјал, а сè во врска со некои новини или, пак, поврзани со секојдневниот живот. Нивната улога е да им го доближи материјалот на учениците да ја популаризира и да ги заинтересира на стекнување нови знаења. Ученикот нив не треба да ги учи, но пожелно е да ги прочита.

По секоја тема, следува резиме на темата. Тоа ги содржи сите факти што треба да се усвојат од дадената тема. На крајот на учебникот е даден термилошки речник, во кој се дефинирани поимите што се среќаваат во овој учебник.

Се надевам дека со ова Деловно работење, учењето ќе Ви се претвори во задоволство и дека сето она што ќе го научите од него, ќе го носите во себе како драгоценост во текот на целиот ваш живот.

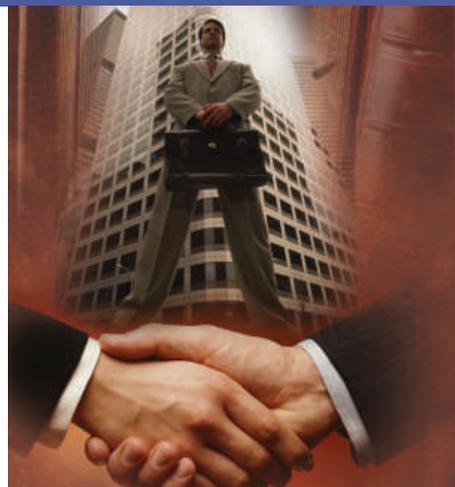
*Ви посакувам среќа.*

*Авторот*





# ДЕЛОВНО РАБОТЕЊЕ



ЕКОНОМСКО-ПРАВНА И ТРГОВСКА СТРУКА,  
ЕКОНОМСКИ ТЕХНИЧАР И ДЕЛОВЕН СЕКРЕТАР



# ОСНОВНИ ПОИМИ ЗА СТОПАНСТВОТО



## ТЕМА

Со внимателно изучување на содржините во оваа тема ќе можеш:

- Да го сфатиш значењето на стопанството и стопанисувањето;
- Да ги опишеш карактеристиките на пазарното стопанство;
- Да ги идентификуваш моделите на стопанско уредување.

### ■ ■ ■ Поим за стопанството и стопанисувањето

**П**оимот **стопанство** ја изразува сферата на општествената репродукција, како материјалното производство, така и прометот, односно целокупноста на производните и непроизводните дејности во сферата на материјалното производство. Според предметот и дејноста **стопанството се дели на области: земјоделство, рибарство, шумарство, водостопанство, индустрија, градежништво, сообраќај, занаетчиство, угостителство и туризам, трговија, банкарство, осигурување, станбено - комунални дејности и друго.** Областите понатаму се делат на гранки и подгранки. Наспроти стопанските, во секое општество постојат и **нестопански дејности (државата, образованието, здравството, науката, културата и друго).** Стопанството, а на прво место производството, ја претставува основата на целокупниот општествен живот.

Додека, под поимот **стопанисување** се подразбира вршење на економска дејност заради остварување на приход во натура или пари.

Најопшто, под поимот стопанство на една земја се подразбира управувањето со домаќинството, стопанството, со имотот, производството што се остварува заедно со средствата на трудот, со природните ресурси, со размената и потрошувачката.



## ЗА ОНИЕ КОИ САКААТ ДА ЗНААТ ПОВЕЌЕ

**Стопански систем** – облици и методи на организација на производството што се засноваат врз историски определениот начин на производство и врз постигнатиот степен од општествено-економскиот развој. Покрај општите белези, што се определени од начинот на производство, во општествено - економскиот развој стопанскиот систем, повеќе или помалку, се прилагодува кон соодветна етапа од развојот.

**Стопански развој** – претставува пораст на материјалното производство и националниот доход што се остварува во една земја, од година во година. Неколку фактори имаат

особено влијание врз стапката на стопанскиот развој, обемот на националната акумулација, структурата на новите инвестиции, брзината на примената на техничкиот прогрес, обемот и квалификационата структура на работната сила, карактерот на политичкиот систем.

**Стопанска реформа** - промена на стопанскиот систем од една во друга општествена заедница, во рамките на дадениот начин на производство, прилагодување на стопанскиот систем на една заедница кон барањата што се поставуваат на повисоката етапа од развојот.

### ■ ■ ■ Модели на стопанско уредување

Од досегашниот развој на стопанскиот систем на Југославија, а со тоа и на Република Македонија, **до почетокот на деведесеттите години**, можат да се разликуваат два стопански система:

1. Административно - централистички ;
2. Самоуправниот стопански систем.

#### 1. Основните карактеристики на административниот стопански систем (1945 - 1950) беа:

- Државна сопственост на средствата за производство;
- Административно управување со претпријатијата и со целото стопанство. Државата располагаше со резултатите од работењето;

Овој систем бил централистички, бидејќи со стопанството раководеле централните државни органи, планирањето било сеопфатно, деталистичко и директно при што сосем се запоставиле објективните економски законитости и принципи.

Основната негативност на овој систем беше нестимулативноста, немотивираноста на работниците и претпријатијата, која пред сè произлегува од непочитувањето на пазарните принципи и механизми.

#### 2. Основни карактеристики на самоуправниот стопански систем (1950-1990) беа :

- Се формираа самоуправни органи во претпријатијата (работнички совети, управни одбори) кои беа избирани од работниците;
- Јакнеше самостојноста на претпријатијата во планирањето и



**Илустрација 1** Вработени во стопанство

Се разликуваат два стопански система:

- Административно - централистички;
- Самоуправниот стопански систем;

остварувањето на производството, во определувањето на цените, пласманот и набавките, во решавањето на внатрешните проблеми на претпријатието и слично.

- Се намалуваше улогата на државата во стопанството;
- Со децентрализацијата се воведуваше самоуправувањето преку општините. Општините станаа истовремено и органи на власта и органи на самоуправувањето на граѓаните.
- Пазарот се признаваше, но во неговата ограничена улога и во комбинација со планирањето. Планирањето не беше деталистичко, туку глобално. Меѓутоа, во практиката не се овозможи вистинско дејство, ниту на пазарот, ниту на планирањето. Претпријатијата кои работееа со загуба не пропаѓаа често, туку ги спасуваше државата. Тоа е една од основните причини, поради кои пропадна и целиот социјалистички систем.

Таквите негативни појави се спречуваат со контрола на монополистичките претпријатија од страна на државата.

Во случај на нелојална конкуренција, понудувачите конкурираат користејќи методи на неправилна конкуренција, со ширење на неточни информации за квалитетот на конкурентите, па дури и со измами на потрошувачите.

Негативна појава е и набивањето на цените со вешто времено смалување на понудата или користење на некои моментни поволности на пазарот, за вештачко зголемување на цените.

Најдобар метод за неутрализација на негативните појави е ширењето на пазарот, растежот на понудата, зголемување на увозот и слично.

## ■ ■ Пазарно стопанство

Пазарното стопанство е она производство што се произведува со намена за продажба, за размена. Со добиените пари од продадената стока, производителот на пазарот купува средства за производство и средства за живот, односно за лична потрошувачка. Бидејќи, стоките се разменуваат за пари, па се говори уште и за стоково - парично стопанство.

Значи, во пазарното стопанство нема центар - одлуките му се препуштени на поединецот како производител и потрошувач. Да се обидеме со едноставни примери да покажеме како функционира пазарниот механизам и како ги решава основните економски проблеми.

Пазарот е најефикасниот познат механизам за *алокација на ресурсите*, но не значи дека пазарот е семоќен, и во современите пазарни стопанства има проблеми - висока инфлација на пример, или пак висока невработеност. Има полиња на стопанската активност, во кои пазарот не може успешно да ги решава проблемите. Загадувањето на човековата околина е типичен пример за тоа. Таму пазарот и конкуренцијата ги стимулираат друштвата да ги загадуваат реките, со тоа што ги испуштаат штетните материи во водите, без претходно да ги прочистат со специјални филтри. Тие, не го прават тоа, бидејќи филтрите чинат скапо. Нивното вградување ги зголемува трошоците на производството на производните друштва и ја намалува нивната конкурентска способност на пазарот. Затоа во сите

- Карактеристики на административниот стопански систем (1945 - 1950) се:
  - Државна сопственост на средствата за производство;
  - Административно управување со претпријатијата и со целото стопанство.
  - Државата располага со резултатите од работењето;
- Карактеристики на самоуправниот стопански систем (1950 - 1990) се:
  - формирање на самоуправни органи во претпријатијата (работнички совети, управни одбори) кои беа избирани од работниците;
  - самостојност на претпријатијата во планирањето и остварувањето на производството, во определувањето на цените, пласманот и набавките, во решавањето на внатрешните проблеми на претпријатието и слично;
  - намалена улогата на државата во стопанството;
  - децентрализацијата. Општините станаа истовремено и органи на власта и органи на самоуправувањето на граѓаните;
  - пазарот се признава. Но во неговата ограничена улога и во комбинација со планирањето.
  - планирањето глобално планирање.
  - нема вистинско дејство, ниту на пазарот, ниту на планирањето.
  - претпријатијата, кои работееа со загуба често ги спасуваше државата.



## ПРИМЕР

Во едно стопанство се произвеле повеќе автомобили, од реалните потреби. Производителите брзо ќе забележат дека залихите на автомобилите им се зголемуваат. За да се ослободат од залихите, кои во суштина се мртов капитал, производителите ќе ги смалат цените на автомобилите. Со тоа, потрошувачите ќе бидат заинтересирани да купуваат повеќе автомобили, бидејќи истите

поевтинеле. Така залихите на истите ќе почнат постепено да се намалуваат. Смалената цена на автомобилите ќе предизвика реакција и кај самите производители. Со пониска цена тие остваруваат помал профит, поради што ќе одлучат да го намалат производството на автомобилите. Рамнотежата помеѓу понудата и потрошувачката повторно ќе биде воспоставена.

пазарни стопанства постои и дејствува државата, која преку мерките и инструментите на економската политика ги исправа грешките на пазарот. На пример: производните друштва што ја загадуваат средината мораат да плаќаат високи даноци за тоа, доходот на побогатите се оданочува со повисока стапка и слично.

### Карактеристики на пазарното стопанство

Пазарот претставува еден од основните белези за современите стопанства. Пазарот не го подразбираме како место каде непосредно се сретнуваат продавачите и купувачите на стоки и услуги, туку многу пошироко, како постојани односи меѓу понудата и побарувачката, каде дејствуваат објективни, економски законитости и се појавуваат многубројни економски категории. Такви категории, поврзани со делувањето на пазарот се стоката, парите, цените, капиталот, добивката и многу други.

Секое организирано поврзување на понудата и побарувачката на стоки и услуги можеме да го дефинираме како пазар.

Во современи услови, ограничувањето на пазарот како географско место каде што се купува и продава е недоволно точно, со оглед на тоа дека денес се тргува, односно се врши понуда и побарувачка скоро насекаде во светот, користејќи најразлични, дури и електронски облици на размена<sup>1</sup>

Основните **функции** на пазарот се:

- Пазарот објективно ги вреднува факторите - стоките, услугите, работната сила и слично.

Како резултат на пазарните односи на понудата и побарувачката се формираат пазарните цени. Тие се јавуваат како однос на големината на понудата и побарувачката и затоа се пообјективно мерило, од каков било друг вид на формирање на цените.

### Понуда - цена - побарувачка

- Како резултат на конкуренцијата стопанствениците постојано го зголемуваат квалитетот и го шират асортиманот на производството и услугите.

<sup>1</sup> Кожухаров С., Менаџерска економија, Скопје, 2006, стр. 177.



Илустрација 2 Стопанство

- Во пазарното стопанство нема центар, одлуките му се препуштени на поединецот како производител и потрошувач.

- Пазарот е најефикасниот познат механизам за алокација на ресурсите.

Преку зголемувањето на квалитетот на производите и услугите, потрошувачите ги зголемуваат своите потреби на повисоко ниво, односно се подигнува квалитетот на животот.

- Пазарот влијае врз зголемувањето на економичноста на стопанисувањето. Стопанствениците постојано се грижат да ги смалат трошоците на материјалите, енергија и друго, да создадат ефикасна организација на работните процеси, поефикасно да стопанисуваат со инвестициите (со вложувањата да постигнуваат поголеми економски резултати). Збирот на сите такви настојувања од сите стопанственици, дејствува врз поефикасен вкупен развој во стопанството.

Во врска со дејствувањето на пазарот, треба да се имаат предвид и некои појави, кои можат да имаат деструктивно влијание врз развојот. Таквите појави се монополизирање и нелојална конкуренција.

Во случајот на монополизирањето се загушува конкуренцијата, а производното или трговското друштво поради простиот факт што е единствен понудувач се наметнува врз потрошувачите со монополистички формирани цени на повисоко ниво, а потрошувачите мора да ги прифатат, бидејќи е ограничена слободата на изборот.

- Пазарот претставува еден од основните белези на современите стопанства. Пазарот е постојан однос меѓу понудата и побарувачката, каде дејствуваат објективни, економски законитости и се појавуваат многубројни, економски категории, како што се стоката, парите, цените, капиталот, добивката и многу други.

- Функции на пазарот се:
  - Пазарот објективно ги вреднува факторите. Како резултат на пазарните односи на понудата и побарувачката се формираат пазарните цени. Тие се јавуваат како однос на големината на понудата и побарувачката.
  - Конкуренцијата меѓу стопанствениците .
  - Пазарот влијае врз зголемувањето на економичноста на стопанисувањето.

## Карактеристики на сегашниот стопански систем

Основни карактеристики на сегашниот стопански систем на република македонија се:

- Рамноправност на сите облици на сопственост;
- Функционирање на пазарните принципи и механизми;
- Постојење и развој на друштвата како самостојни субјекти, друштвото самостојно располага со добивката, но исто така само го сноси и ризикот од погрешните одлуки и постапки, загубата, сè до стечајот и ликвидацијата.
- Покрај приватните постојат и државни, јавни друштва со кои управуваат менаџерски тимови кои ги назначува државата.
- Подржувањето на развој на претприемништвото и менаџерството;
- Нова улога на државата во стопанството: државата ги создава општите услови на стопанисување во кои стопанските субјекти ќе дејствуваат според својот економски интерес. Државата не ја присвојува добивката, но не ги ни покрива загубите;
- Основна насока во развојот на сегашниот стопански систем е примената на користење на искуството на земјите со развиено пазарно стопанство и пред сè од земјите од Европската унија.

Граф. 1 Модели на стопанско уредување со нивните предности и негативности во Република Македонија

АДМИНИСТРАТИВНО-ЦЕНТРАЛИСТИЧКО СТОПАНСТВО	САМОУПРАВНО СТОПАНСТВО	ПАЗАРНО СТОПАНСТВО
<p><b>ПРЕДНОСТИ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- државна сопственост на средства за Производство</li> <li>- државата располага со резултатите од работењето на предпријатијата</li> </ul> <p><b>НЕГАТИВНОСТИ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- нестимулативност</li> <li>- немотивираност</li> <li>- непочитување на пазарни принципи</li> </ul>	<p><b>ПРЕДНОСТИ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формирање самоуправни органи</li> <li>- самостојност на претпријатијата</li> <li>- децентрализација</li> <li>- глобално планирање</li> </ul> <p><b>НЕГАТИВНОСТИ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- нема вистинско дејство, ниту на пазарот, ниту на планирањето</li> <li>- загубата на претпријатијата ја покрива државата.</li> </ul>	<p><b>ПРЕДНОСТИ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- рамноправност на сите облици на сопственост</li> <li>- објективно вреднување на факторите</li> <li>- зголемување на квалитетот на производите и асортиманот</li> <li>- зголемување на економичноста на стопанисувањето</li> <li>- функционирање на пазарни принципи и механизми</li> <li>- државата не ја покрива загубата</li> </ul>



## ЗА ОНИЕ КОИ САКААТ ДА ЗНААТ ПОВЕЌЕ

### Полјоделство

Представува гранка на земјоделството што го опфаќа одгледувањето на ораничните култури (жита, градинарски, индустриски и други растенија). Полјоделството како наука го проучува одгледувањето на полјоделските култури. Најголем дел од полјоделското производство е наменето за исхрана на населението. Помал дел се користи за суровина во прехранбената индустрија.

Всушност, под овој поим се подразбира размената и потрошувачката, грижата за успешно решавање на сите проблеми поврзани со обезбедувањето на материјалната основа за животот на луѓето.

Секоја држава мора да води грижа за тоа како се одвива стопанскиот живот во земјата, или стручно кажано, мора да води определена политика - да создава погодни услови, односно, да изградува определен стопански

систем, определена институционална рамка за успешно стопанисување.

Илустрација 3 Полјоделство во Македонија





## ПРОВЕРЕТЕ ГО ВАШЕТО ЗНАЕЊЕ

1. Што подразбираш под поимот стопанство ?
2. Што подразбираш под поимот стопанисување?
3. Што е пазарно стопанство?
4. Кои се основните карактеристики на пазарното стопанство?
5. Наброј ги основните карактеристики на сегашниот стопански систем во Република Македонија?
6. Кои стопански системи се разликуваат до почетокот на деведесеттите години?
7. Кои се основните карактеристики на административниот стопански систем?
8. Која е основната негативност на административниот стопански систем?
9. Кои се основните карактеристики на самоуправниот стопански систем?
10. Кои се негативностите на самоуправниот стопански систем?
11. Дали можеш да ги воочиш разликите помеѓу наведените стопански системи?
12. Со кои основни проблеми се среќава стопанството во текот на своето постоење и развивање?
13. Како се дели стопанството според предметот на дејноста?
14. Врз кои принципи, функционираат современите пазарни економии?
15. Со кои проблеми се среќаваат современите пазарни стопанства?
16. Дали постојат активности, во кои пазарот не може успешно да ги решава проблемите?



## КВИЗ

1. Поврзи ги стопанските и нестопанските дејности со соодветните области:
 

Стопански дејности	Угостителство и туризам Индустрија Образование Здравство Земјоделство
Нестопански дејности	Култура Сообраќај
2. За пазарното стопанство карактеристично е:
  - а) централно управување,
  - б) децентралистичко управување.
3. Во пазарното стопанство одлуките за производство и потрошувачка се препуштени на:
  - а) поединецот,
  - б) државата.
4. Во пазарното стопанство цените се формираат како резултат на:
  - а) понудата,
  - б) односот на понудата и побарувачката,
  - в) побарувачката.
5. Во пазарното стопанство, добивката на стопанските субјекти:
  - а) ја присвојува државата,
  - б) не ја присвојува државата.



## ЗА ОНИЕ КОИ САКААТ ДА ЗНААТ ПОВЕЌЕ

Сегашната структура на стопанството на Република Македонија се формирала во многу неповолни економски услови, како во далечното така и во блиското минато. Тие неповолни услови влијаеле да се создаде, а и денес да имаме доста непогодна структура на стопанството. Непогодноста се гледа во тоа што во стопанската структура не се развивале оние дејности и гранки, за кои постојат најпогодни природни и други услови.

Друга непогодност во формирањето на стопанската структура на Република Македонија е тоа што досегашната структура не се формирала под влијание на пазарните принципи и критериуми.

Врз сосема поинакви принципи функцио-

нираат современите пазарни економии. Таму пазарот, слободната игра на понудата и побарувачката и цените, со еден чуден автоматизам, многу лесно го решаваат централниот економски проблем. Слободата на поединецот лежи во основата на пазарното стопанство. Поединецот сам одлучува како ќе го употреби својот капитал, каква форма ќе основа, што и колку ќе произведува и каде ќе продава. Поединецот како потрошувач сам одлучува за кои конкурентни производи и услуги ќе се определи, односно кои производи и услуги ќе ги купи и од кого ќе ги купи. Тој сам одлучува и каде ќе се вработи, за колкава плата и дали ќе го смени својот работодавец.



## РЕЗИМЕ

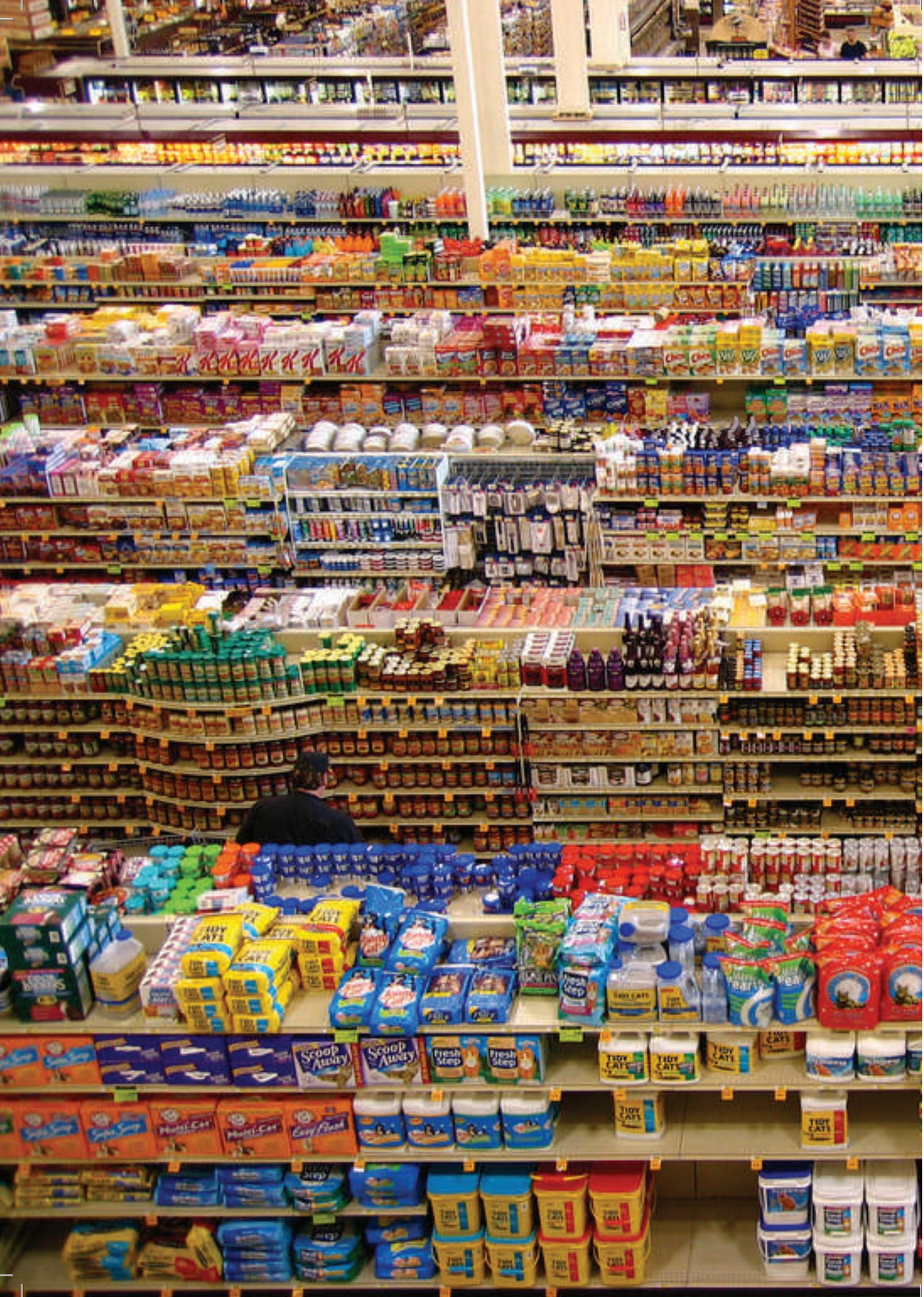
Науката за банкарството ги проучува улогата и значењето на банките во општеството, банкарските работи и нивното влијание на стопанските текови, како и карактеристиките и специфичностите и институции во светот.

Како појдовна основа на денешните банки и банкарски работи, во науката се познати менувачките работи, чие настанување е поврзано со појавата на парите и за кои работи се вели дека се најстарата и првата банкарска работа. Тогашните менувачи седеле на клупи-банки менувале разни пари. Со текот на времето менувачите се здружувале и засновале друштво, што добило име банка - според клупите на кои менувачите седеле и ги вршеле работите. Банката била спремна да тргува (разменува) една форма на валута

(на пример, фунта) за друга форма на валута (на пример, долар и др.). За услугата што ја направила (размена на валутите), банката добивала провизија. Дури, може да се каже дека, современото банкарство своето потекло го влече од менувачкото работење.

Банка во најопшта смисла на зборот можеме да ја дефинираме како парична институција, чија главна дејност е собирање на слободните парични средства од стопанството, но и од нестопанството, како и од граѓаните и нивно позајмување врз определена интересна стапка, т.е. давање кредити.

Една од најсложените задачи во науката претставува категоризација на банките, според природата на банкарските работи кои ги вршат.



# ВНАТРЕШНО ТРГОВСКО РАБОТЕЊЕ



# 2

## ТЕМА

Со внимателно изучување на оваа тема ќе можеш:

- Да го разбереш поимот внатрешен стоковен промет;
- Да ги објасниш карактеристиките на внатрешниот стоковен промет;
- Да ги разликуваш видовите стоковен промет.

## ■■■ Поим и карактеристики за внатрешниот стоковен промет

**В**о почетокот на развојот на човековата цивилизација, не постоеле ни стоковниот промет ни трговијата. Постоеле некои облици на размена, кои главно се карактеризирале со размена на подароци за време на верските празници. Најпрвин таа размена се вршела внатре, меѓу племињата и се нарекувала „церемонијална размена“ - која претставува ембрион од кој почнува да се развива трговијата.



## ЗА ОНИЕ КОИ САКААТ ДА ЗНААТ ПОВЕЌЕ

### Историски развој на стоковниот промет и трговијата

Во почетокот на развојот на човековата цивилизација не постоеле ни стоковниот промет ни трговијата. Постоеле некои облици на размена, кои главно се карактеризирале со размена на подароци за време на верските празници. Најпрвин таа размена се вршела внатре, меѓу племињата и се нарекувала

„церемонијална размена“ - која претставува ембрион од кој почнува да се развива трговијата.

„Трговија без трговија“ која и предходи на појавата на парите е т.н. „трампа“ или непосредна размена на производ за производ.

Појавата на парите го одбележува развојот на трговијата во вистинска смисла на зборот.



**Илустрација 4** Продажба на големо од склад

„Трговија без трговија“ која и претдходи на појавата на парите е т.н. „грампа“ или непосредна размена на производ за производ.<sup>2</sup>

Појавата на парите го одбележува развојот на трговијата во вистинска смисла на зборот.

Размената на производите, стоковниот промет и трговијата како историски економски категории, не се изучувале со научни методи сè до појавата на класичната економска теорија.

Стоковниот промет и трговијата се условени од појавата на вишоци на производи кои можеле да се разменуваат, т.е. исполнување на следниве меѓусебно поврзани услови:

- производство на добра и производи што ги надминувале потребите на индивидуалниот производител и членовите на неговата заедница;
- поделба на трудот меѓу производителите и стопанските заедници, кои меѓусебно ги разменуваат вишоците на производи и
- право на сопственост односно, користење и располагање со производите.

Стоковниот промет најпрво, се развива како стоковно - парична размена без посредници т.е. непосредно меѓу производителот и потрошувачот. Со развојот на стопанството, посредното поврзување на производството и потрошувачката се покажа како неопходно поради што стоковниот промет се издвојува како посебна стопанска гранка која може да се извршува како:

1. непосреден стоквен промет кога производителот и потрошувачот ја извршуваат купопродажбата без посредник;
2. посреден стоквен промет во кој се јавува посредник помеѓу производителот и потрошувачот.

<sup>2</sup> Јовановска-Ристевска С. и Јаковски Б.: Економика на внатрешната трговија, Економски факултет, Скопје, 2002, стр. 21.

Честопати, поимите стоковен промет и трговија се користат како синоними. Во литературата има автори кои трговијата ја дефинираат како организиран стоковен промет. Во услови на развиена поделба на трудот, односно кога производителот не е потрошувач на своите производи, тој произведува стока која со посредство на размена ќе дојде до потрошувачите. Притоа, севкупната циркулација на стоката од производителот до потрошувачот не претставува ништо друго, туку стоковен промет.

Според законот во Р Македонија под трговија се подразбира купување продажба на производи и вршење на услуги во трговијата од страна на друштвата и други правни и физички лица, регистрирани за вршење на трговија.

## ■ ■ ■ Посредување во стоковниот процес

Посредувањето се одвива во две фази.

Во зависност од тоа која фаза ја извршува, во сферата на прометот се јавуваат како:

- трговски друштва на мало (деталисти)
- трговски друштва на големо (гросисти)
- трговски друштва на големо и мало (ангродеталисти).

Според подрачјето на работење на купувачите и продавачите:

- внатрешни и надворешни.

Трговските друштва на големо делуваат како посредници во стоковниот промет меѓу производителите од една, и трговските друштва на мало и големите потрошувачи, од друга страна. Нивна основна задача



Илустрација 5 Продажба на стоки на мало

- Стоковниот промет се издвојува како посебна стопанска гранка, која може да се извршува како:

- Непосреден стоковен промет кога производителот и потрошувачот ја извршуваат купопродажбата без посредник;
- Посреден стоковен промет, во кој се јавува посредник помеѓу производителот и потрошувачот.

- Стоковниот промет се издвојува како посебна стопанска гранка, која може да се извршува како:

- Непосреден стоковен промет кога производителот и потрошувачот ја извршуваат купопродажбата без посредник;
- Посреден стоковен промет во кој се јавува посредник помеѓу производителот и потрошувачот.

- Во зависност од тоа, која фаза ја извршува во сферата на прометот се јавуваат како:
  - трговски друштва на мало (деталисти). Трговските друштва на мало (деталисти), се јавуваат како посредници во стоковниот промет помеѓу трговските друштва на големо и крајните потрошувачи.
  - трговски друштва на големо (гросисти). Трговските друштва на мало-деталисти, се јавуваат како посредници во стоковниот промет помеѓу трговските друштва на големо и крајните потрошувачи.
  - трговски друштва на големо и мало (ангродеталисти).

е комплетираност на асортиманот со набавка, купување на стоки од домашните производители или од увоз, складирање и дистрибуција до трговските друштва на мало, до крупните потрошувачи (болници, интернати, и др.) и преработувачи.<sup>3</sup>

Трговските друштва на мало (деталисти), се јавуваат како посредници во стоковниот промет помеѓу трговските друштва на големо и крајните потрошувачи.<sup>4</sup> Стоковниот тек се одвива главно од производител преку трговија на мало до потрошувачите. Трговијата на мало набавува стока од трговијата на големо, директно од производителот или комбинирано.

### ■■■ Видови стоковен промет

Стоковниот промет се јавува во два основни вида: **директен** или **непосреден** стоковен промет и **индиректен** или **посреден** стоковен промет.

*Директен или непосреден стоковен промет* претставува онаа циркулација на стоките, кај која помеѓу нивниот производител и нивниот корисник не се јавува никаков посредник. Во овој случај, производителот директно му ги продава своите производи на потрошувачот.

*Непосредниот стоковен промет* е карактеристичен при продажбата на стоки што служат за производствена потрошувачка, како и при продажбата на стоки преку трговската мрежа што ја основаат самите производители.

*Индиректниот или посреден стоковен промет* претставува онаа



## ЗА ОНИЕ КОИ САКААТ ДА ЗНААТ ПОВЕЌЕ

**Стоковно производство** – тоа е она производство што се произведува со намена за продажба. Со добиените пари од продадената стока производителот на пазарот купува средства за производство и средства за живот, односно за лична потрошувачка. Бидејќи, стоките се разменуваат за пари, па се говори уште и за стоковно - парично стопанство.

Општи белези на стоковното производство: Кај стоковното производство не постои директна врска меѓу производството и потрошувачката. Таа се воспоставува преку размената, која станува посредник меѓу производителите и потрошувачите. Задоволувањето на човечките потреби, како општата и крајната цел на стопанската дејност.

Процесот на производство е автоматизиран, односно расчленет на голем број стоковни производители, создавачи на различни употребни вредности. Производството се засновува врз поделба на трудот. Со оглед на тоа осамостоените стоковни производители се зависни едни од други. Нивната определеност да произведуваат овој или оној вид употребни вредности ги упатува на размена на нивните стоки за други стоки. Единствена врска меѓу стоковните производители е размената на пазарот. Следниве три услови го овозможуваат настанувањето на стоковното производство: појавата и развојот на поделбата на трудот, појавата на вишок на производ и појавата на приватна сопственост.

3 Јовановска-Ристевска С. и Јаќовски Б.: Економика на внатрешната трговија, Економски факултет, Скопје, 2002, стр. 170.

4 Јовановска-Ристевска С. и Јаќовски Б.: Економика на внатрешната трговија, Економски факултет, Скопје, 2002, стр. 172.

циркулација на стоки, при која помеѓу производителите и корисниците на стоки се јавуваат еден или повеќе посредници.<sup>5</sup> Во зависност од бројот на посредниците, циркулацијата на стоката може да биде покуса или подолга. Како посредник на овој промет се јавува трговијата, т.е. различни видови трговски друштва. Така, овој промет може да се прикаже како:

Производител - трговија на мало - потрошувач

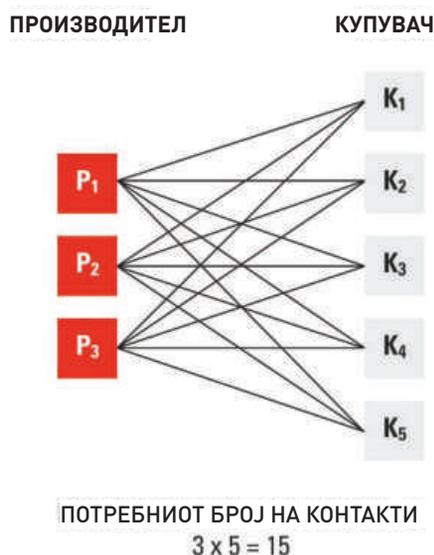
Производител – трговија на големо - трговија на мало - потрошувач

Производител - надворешна трговија - внатрешна трговија - потрошувач

Производител – трговија - потрошувач.

Поаѓајќи од изложеното, произлегува уште едно сознание за суштината на стоковниот промет: сознанието дека стоковниот промет не е и не треба да се изедначи со трговијата.

**Граф. 2** Број на контакти кога производителот директно ги продава своите производи на купувачот



**Граф. 3** Број на контакти кога помеѓу производителот и купувачот се јавува еден посредник



- Според подрачјето на работењето на купувачите и продавачите:
  - внатрешни и
  - надворешни.
- Стоковниот промет се јавува во два основни вида:
  - директен или непосреден стоквен промет (производителот директно му ги продава своите производи на потрошувачот) и
  - индиректен или посреден стоквен промет (циркулација на стоки при која помеѓу производителите и корисниците на стоки се јавуваат еден или повеќе посредници).



### ПРОВЕРЕТЕ ГО ВАШЕТО ЗНАЕЊЕ

1. Што обележува појавата на парите?
2. Од што е условена појавата на стоковниот промет и трговијата?
3. Што е стоквен промет?
4. Што е трговија?
5. Кои видови стоквен промет ги разликуваш?
6. Објасни го директниот стоквен промет.
7. Објасни го индиректниот стоквен промет.
8. Кој сè се јавува во улога на посредник?

<sup>5</sup> Петковски Д.: Комерцијално работење, за I година економска и трговска струка, Скопје, 1997, стр. 9



## ЗА ОНИЕ КОИ САКААТ ДА ЗНААТ ПОВЕЌЕ

### Општи белези на стоковното производство:

Кај стоковното производство не постои директна врска меѓу производството и потрошувачката. Таа се воспоставува преку размената, која што станува посредник меѓу производителите и потрошувачите. Задоволувањето на човечките потреби, како општа и крајна цел на стопанската дејност, во условите на стоковното стопанство добива посреднички карактер.

Процесот на производство е автоматизиран, т.е. расчленет на голем број осамостоени

стоковни производители, создавачи на различни употребни вредности. Осамостоените производители се зависни едни од други. Нивната определеност да произведуваат овој или оној вид употребни вредности ги упатува на размена на нивните стоки за други стоки. Единствена форма на врска меѓу стоковните производители е размената на пазарот. Карактер на стопанската дејност во услови на стоковното стопанство се изразува посредно, преку пазарот, по пат на размената. Регулатор на стоковното производство е законот на вредноста.



## КВИЗ

1. Поврзи ги видовите стоковен промет според начинот на остварување на купопродажбата:
 

Непосреден стоковен промет	1. купопродажба со посредник
Посреден стоковен промет	2. купопродажба без посредник
2. Поврзи ги видовите друштва според
 

Трговски друштва на мало	ангродеталисти
Трговски друштва на големо	деталисти
Трговски друштва на големо и мало	гросисти
3. Циркулација на стоки, при која помеѓу производителите и корисниците на стоки се јавуваат еден или повеќе посредници се нарекува:
  - а) индиректен стоковен промет;
  - б) директен стоковен промет;
  - в) непосреден стоковен промет.
4. Кога производителот директно му ги продава своите производи на потрошувачот се нарекува:
  - а) непосреден стоковен промет;
  - б) посреден стоковен промет.



## РЕЗИМЕ

Појавата на парите го одбележува развојот на трговијата во вистинска смисла на зборот.

Стоковниот промет најпрво се развива како стоковно - парична размена без посредници т.е. непосредно меѓу производителот и потрошувачот. Со развојот на стопанството, посредното поврзување на производството и потрошувачката се покажа повеќе како неопходно поради што стоковниот промет се издвојува како посебна стопанска гранка која може да се извршува како: непосреден стоковен промет кога производителот и потрошувачот ја извршуваат купопродажбата без посредник и како посреден стоковен промет во кој се јавува посредник помеѓу производителот и потрошувачот.

Директен или непосреден стоковен промет претставува онаа циркулација на стоките, кај која помеѓу нивниот производител и нивниот корисник не се јавува никаков посредник. Во овој случај производителот директно му ги продава своите производи на потрошувачот. Индиректниот или посреден стоковен промет претставува онаа циркулација на стоки при која помеѓу производителите и корисниците на стоки се јавуваат еден или повеќе посредници. Во зависност од бројот на посредниците, циркулацијата на стоката може да биде покуса или подолга. Како посредник на овој промет се јавува трговијата.



# НАБАВНО И ПРОДАЖНО РАБОТЕЊЕ



# 3

## ТЕМА

Со внимателно изучување на содржините на оваа тема ќе можеш:

- Да го разбереш значењето и задачите на набавката;
- Да ја објасниш организацијата на набавната служба;
- Да го сфатиш значењето на истражувањето на пазарот;
- Да ја разбереш политиката на набавка;
- Да ги разликуваш облиците и начините на набавката;
- Да го осознаеш извршувањето на набавката;
- Да го објасниш значењето и задачите на продажбата;
- Да ја разбереш политиката на продажбата;
- Да ги разликуваш облиците и начините на продажба;
- Да го сфатиш значењето на пропагирање на продажбата;
- Да ги разбереш начините на деловно комуницирање;
- Да ја сфатиш потребата од евиденција и анализа.

## ■ ■ ■ Поим, значење и задачи на набавното работење

Набавното работење е поширок поим од купувањето. Имено, купувањето е само еден чин од многуте работи врзани за извршувањето на набавката.<sup>6</sup>

$$\underbrace{П - С}_{\text{I набавка}} \quad \dots \quad \underbrace{Пр}_{\text{II производство}} \quad \dots \quad \underbrace{С' \dots П'}_{\text{II продажба}}$$

производно друштво

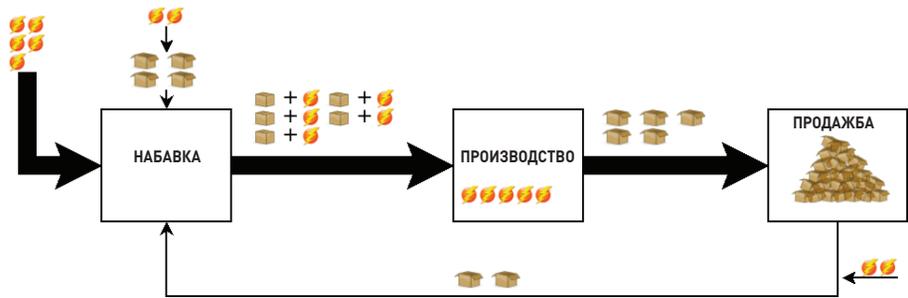
$$\underbrace{П - С}_{\text{I набавка}} \quad - \quad \underbrace{П'}_{\text{II продажба}}$$

трговски друштва

<sup>6</sup> Јовановска-Ристевска С. и Јаковски Б.: Економика на внатрешната трговија, Економски факултет, Скопје, 2002, стр. 167.

## ДЕЛОВНО РАБОТЕЊЕ

- Со набавка се одбележува онаа дејност во друштвата, со која започнува нивната вкупна дејност (вкупно работење).
- Под набавка се подразбира обезбедување на друштвото со материјални добра и услуги, обезбедување на финансиски средства, обезбедување на кадри и слично.
- Зборот набавка се толкува како дејност, со помош на која друштвото се снабдува со сè она што му е неопходно за извршување на неговата вкупна дејност, а со тоа и извршување на дејноста заради која тоа друштво се основало.
- Предметот на набавка е различен во зависност од тоа дали станува збор за индустриско или трговско друштво.
- Со реализацијата на набавката, друштвото се поврзува со надворешниот свет.
- Набавната служба ќе биде одговорна за навремено и постојано снабдување на друштвото со потребните средства за вршење на стопанската дејност.
- Значењето на набавката се огледа во тоа што и во производните и во трговските друштва, набавката го обезбедува континуитетот во извршувањето на нивниот процес на трудот. НАБАВКАТА влијае врз трошоците на репродукцијата.
- Во набавката лежи успешноста на работењето на друштвото во целина.



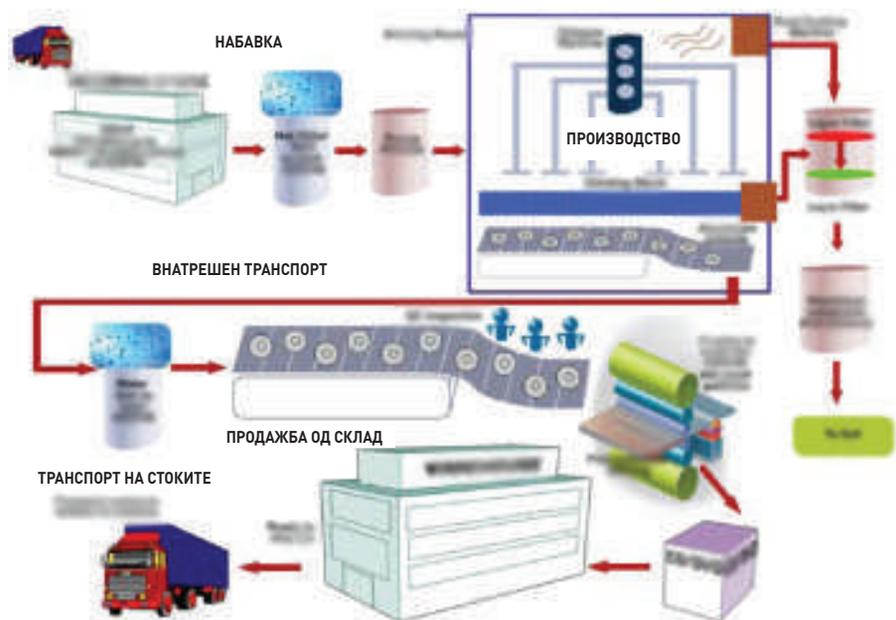
Илустрација 6 Кружно движење во производно друштво

Со поимот **набавка** се одбележува онаа дејност во друштвата, со која започнува нивната вкупна дејност (вкупно работење). Зборот набавка се толкува како дејност со помош на која друштвото се снабдува со сè она што му е неопходно за извршување на неговата вкупна дејност, а со тоа и извршување на дејноста заради која тоа друштво се основало.

Под **набавка** се подразбира обезбедување на друштвото со материјални добра и услуги, обезбедување на финансиски средства, обезбедување на кадри и слично.

**Предметот на набавка** е различен во зависност од стопанската дејност која се врши во соодветното друштво, односно дали е индустриско или трговско. Во индустриските друштва предмет на набавка се средствата за производство, со нагласено учество на репродукциониот материјал.

Со оглед на тоа дека потребите на производното друштво за основен и помошен материјал, погонско гориво и за различни други услуги имаат карактер на секојдневни потреби, набавките имаат карактер на постојани набавки. А, набавките на основните средства, машини, уреди и друга опрема, по правило имаат карактер на повремени набавки.



Илустрација 7 Набавка, производство, продажба, транспорт

Обезбедувањето нормално работење на друштвото во голема мера зависи од ефикасноста на набавната оператива.

Со реализацијата на набавката, преку воспоставување на контакти и деловни врски со другите субјекти на стоковниот промет, друштвото се поврзува со надворешниот свет. Затоа, набавната служба, како носител на набавното работење, треба да има целосна слобода во својата активност. Само на тој начин набавната служба ќе биде одговорна за навремено и постојано снабдување на друштвото со потребните средства за вршење на стопанската дејност.

Значењето на набавката се огледа во тоа што и во производните и во трговските друштва набавката го обезбедува континуитетот во извршувањето на нивниот процес на трудот, а може влијаејќи врз трошоците на репродукцијата, забележително да влијае и врз постигнувањето на повољна продажна цена за потрошувачите.

Затоа, некои теоретичари сметаат дека во набавката лежи успешноста на работењето на друштвото во целина.

За производните друштва набавката има значење на дејност без која не би можело да се извршува непречено и континуирано нивната производна дејност. Ова, од причина што со помош на набавката се обезбедуваат потребните средства за производство.

Во трговските друштва, набавката има значење на дејност, којашто ја определува продажбата на овие друштва. Затоа, често се наведува дека за успешна продажба е потребно да се изврши успешна набавка, односно се укажува дека стоката што е добро набавена е половина продадена.

**Значењето** на набавното работење може да се разгледува и низ придонесот во оформувањето и зголемувањето на имиџот на друштвото на пазарот и во јавноста. Придонесот на набавното работење, во тој поглед, може да се постигне со:

- Коректност во текот на преговарањето и договарањето, а посебно во текот на извршувањето на купопродажните договори;
- Постојана ликвидност на друштвото, односно исплата на обврските во договорениот период;
- Градење долгорочни деловни врски со солидни добавувачи;
- Преземање мерки за постојано унапредување на набавките;
- Подготовка за соработка и за давање помош на добавувачите во вид на добронамерни сугестии за подобрување на нивното работење и слично.<sup>7</sup>

## ■ ■ ■ Организација на набавната служба

Организацијата на набавната служба е мошне одговорна и деликатна задача, бидејќи ефикасноста на набавката најмногу зависи од организацијата, како важна подфункција при комерцијалното работење.

Барањето на оптимално организациско решение е постојан процес, од кој се очекува за секоја етапа од развојот на друштвото, односно за секоја дадена пазарна ситуација да се даде најрационално решение. Тоа значи

<sup>7</sup> Јовановска-Ристевска С. и Јаковски Б.: Економика на внатрешната трговија, Економски факултет, Скопје, 2002, стр. 168.



**Илустрација 8**

Прифаќање на стока при набавка

- Од организацијата најмногу зависи ефикасноста на набавката,
- Избраното организациско решение, треба да обезбеди хармонично поврзување на работите во рамките на набавната служба и нејзината соработка со другите функции.
- Најдобро решение може да се смета, само она решение кое обезбедува извршување на задачите со максимално остварување на принципите на работење економичност, рентабилност и продуктивност.

дека секое организациско решение не е дадено еднаш за секогаш и дека постојано ќе биде подложно на помали или поголеми промени.

Најдобро решение може да се смета само она решение, кое обезбедува извршување на задачите кои пред набавната функција ги ставаат органите на управување и раководење на друштвото, со максимално остварување на принципите на работење, економичност, рентабилност и продуктивност. Избраното организациско решение, треба да обезбеди хармонично поврзување на работите во рамките на набавната служба и нејзината соработка со другите функции.

Организацијата мора да биде поставена така што ќе овозможи целосно успешно работење на набавната служба. На организацијата на набавната служба во друштвото делуваат два вида фактори:

- a) надворешни и
- b) внатрешни

**a) За надворешните фактори** карактеристично е тоа се наоѓаат надвор од ингеренциите на органите на друштвото. Всушност, тоа се фактори на пазарното движење, дали од општо стопански карактер или фактори кои дејствуваат во рамките на одделни стопански области (индустрија, трговија и сл.). Така на пример, организацијата на набавната служба има влијание врз дејствувањето на пазарот:

- во добро снабден пазар и поедноставно организирана служба успешно ќе ја извршува својата задача;
- колку е пазарот за набавка територијално поширок, толку и набавната служба ќе има посложена организација;
- колку е пазарот за набавка поблиску до седиштето на друштвото, неговите потреби ќе ги задоволува и поедноставно организирана набавна служба и др.<sup>8</sup>

**b) Внатрешните фактори** на организацијата на набавната служба се наоѓаат во самата набавна служба. Тие се:

- Обемот на набавка, стопанската дејност, широчината и длабочината на асортиманот на набавка, обликот и начинот на набавка, деловна политика во областа на набавката и сл.<sup>9</sup>

Во практичното работење на стопанските субјекти, факт е дека никој не поставил идеално организационо решение, кое важи за сите друштва. Меѓу поважните фактори кои го диктираат организационото решение на набавната служба спаѓаат:

- обемот на набавка;
- постоење на дислоцирани трговски единици;
- разновидност на производите;
- бројот на порачките
- состав на вработените и сл.

Во поглед на обединување на набавките или, пак, на нивното развивање

8 Јовановска-Ристевска С. и Јаќовски Б.: Економика на внатрешната трговија, Економски факултет, Скопје, 2002, стр. 169.

9 Јовановска-Ристевска С. и Јаќовски Б.: Економика на внатрешната трговија, Економски факултет, Скопје, 2002, стр. 170.

можни се следниве организациски решенија:

- апсолутна централизација - една единствена набавна служба во друштвото која ги врши сите снабдувања;
- апсолутна децентрализација - кај која не постои централна набавна служба, туку набавките се вршат по одделни трговски единици. Принципот е секој се снабдува сам;
- комбинирано решение - дел од набавките ги врши централна набавна служба, а дел се одвива преку набавните органи во одделни трговски единици (стоковни куќи, маркети, продавници и сл.).

Основно залагање за кое било од овие решенија би било ненаучно. Сите три решенија се можни и во практиката покажуваат одлични резултати, се разбира доколку тие се диктирани од вистинските потреби на друштвото.

### ■ ■ ■ Задачи на набавната служба во друштвото

Набавната служба во друштвото, како основен носител на набавното работење, има свои задачи и соодветна организациска поставеност што претставува еден од главните чинители за успешно работење на набавната служба, а со самото тоа и успех на набавното работење.

Обединувајќи ги сите процеси од работата кои се однесуваат на организацијата при реализацијата на набавките, набавната служба главно ги извршува следниве задачи:

- заради изнаоѓање поповолни извори за набавка, постојано го испитува пазарот и ги следи односите во него,
- изработува план за набавка,
- го извршува планот за набавка со истовремено носење на одлуки за количеството, како и кај кои добавувачи ќе ги набави,
- заклучува договори за купување на стока,
- се грижи за квантитативно и квалитативно преземање на испораките од добавувачите,
- дава налог за преземање на стоката во складиштата од претпријатието и се грижи за нејзиното сместување,
- врши контрола на фактурите од добавувачите, со споредување на одредбите од купопродажниот договор,
- соработува со другите служби на комерцијалниот сектор, односно со другите служби во претпријатието,
- води евиденција во врска со набавното работење на претпријатието и врз таа основа врши периодична анализа на набавното работење.

Од задачите што ги извршува може да се согледа и значењето на набавката. Бројните и разновидни задачи се сведуваат на навремено и со најекономични услови обезбедување на материјалните вредности што им се неопходни за дејствување на производните и трговските друштва.

Според некои мислења, би можело да се зборува за организациона, техничка и економска задача на набавката. Првата се состои во обезбедување на производното друштво со сите оние материјални вредности што и се

- На организацијата на набавната служба во друштвото делуваат два вида фактори:
  - а) надворешни и
  - б) внатрешни

- Набавната служба ги извршува следниве задачи:
  - го испитува пазарот и ги следи односите во него,
  - изработува план за набавка,
  - го извршува планот за набавка, како и кај кои добавувачи ќе ги набави,
  - склучува договори за купување на стока,
  - се грижи за квантитативно и квалитативно преземање на испораките од добавувачите,
  - дава налог за преземање на стоката и се грижи за нејзиното сместување,
  - врши контрола на фактурите од добавувачите,
  - соработува со другите служби,
  - води евиденција во врска со набавното работење
  - и врз основа на евиденцијата врши периодична анализа на набавното работење.

неопходни за процесот на производство, а на трговското друштво со сите оние стоки што се потребни за извршување на процесот на продажба.

Набавната служба во друштвото, е основен носител на набавното работење.

Набавната служба во друштвото има свои задачи и соодветна организациска поставеност што претставува еден од главните чинители за успех на набавното работење.

### ■■■ Поим и значење на истражувањето на пазарот на набавка

Истражувањето на пазарот на набавка се јавува како целисходна активност на претпријатието со чие спроведување тоа настојува да утврди што, колку, по која цена, од кого, од каде, под кои услови и сл. можат да се набават потребните материјални добра.<sup>10</sup>

Без студиозно проучување на пазарот на набавка, не може да се замисли добро водена набавна политика, бидејќи можноста за ризик секогаш е обратно пропорционална од степенот на познавањето на пазарните услови. Во тој поглед, од посебно значење е испитувањето на пазарот за набавка на стоки кои се купуваат во големи количества или повеќекратно. Притоа, строго мора да се води сметка истражувањето на набавката да не добие карактер на стихижна акција, туку на континуиран процес.

Заради рационално определување на рамките на интересирањето на пазарот на набавката неопходно е како **прво**, прецизно да се утврди структурата и квалитетот на потребите на друштвото, а како **второ**, идентификацијата на постојаните извори за снабдување, одржувајќи притоа постојана будност за нови извори и слично.

Поаѓајќи од сознанието дека секој купувач е заинтересиран да знае каков квалитет му се нуди, во кое количество, по која цена и под кои услови, при секое истражување на пазарот на набавка од интерес е да се истражи:<sup>11</sup>

- количеството на понудата;
- квалитетот на понудената набавка;
- набавната цена;
- погодноста на добавувачите.

**Истражување на количество на понудата** - За водење на рационална политика за набавка, потребни се податоци за движењето на понудата, врз основа на производните можности на произведувачите во земјата и можните увозно - извозни режими. Понудата може да се разгледува од гледна точка на реалноста на понудените количества. Тие не мора да ја одржуваат вистинската состојба на понудата.

Искривената слика на квантитетот на понудата може да биде резултат на некои шпекулативни мотиви. Со давање јасна слика, за односот на понудата и побарувачката аналитичарите на пазарот на органите на управување на претпријатието им овозможуваат правилно да ги оценат

10 Петковски Д.: Комерцијално работење, за I година економска и трговска струка, Скопје, 1997, цит. стр. 26.

11 исто, цит. стр. 22.

условите за набавка на трговските стоки.

**Истражување на квалитетот на понудените набавки** - Квалитетот на стоката кој се нуди на пазарот е следен фактор за водење на набавна политика. Според ова прашање, од аналитичарите на пазарот се очекува да дадат податоци за особеностите на понудената стока и оценка на тие карактеристики гледано низ призмата на потребите на друштвото. Определен пазар на набавка треба да овозможи добивање сознанија за тоа дали особеностите на односните набавки (физички, хемиски, функционални и сл.) одговараат на потребите на соодветната продажба на друштвото што го спроведува истражувањето.

Од видот, односно природата на стоката чија понуда се испитува зависи и нивото на техничкото образование кое аналитичарот мора да го поседува.

Бидејќи, во однос на квалитетот можни се ненадејни и брзи промени. Од студијата за квалитет се бара таа да биде сеопфатна, односно квалитетот не смее еднострано да се разгледува.

**Истражување на набавната цена** - Покрај квалитетот и квантитетот на понудата, набавните органи ги интересира и набавната цена. Притоа би било сосема погрешно ако понудената стока се разгледува само од гледиште на пазарната цена. Цената не мора секогаш да биде мерило за квалитетот. Затоа, со цел правилно да се следи движењето на цената аналитичарите на пазарот неа ја гледаат како:

- количински однос на понудата и побарувачката на пазарот;
- функција на квалитет;
- функција на другите услови на набавка (испораки, плаќање и сл.)

Аналитичарите на пазарот го следат движењето на цената како:

- количински однос на понудата и побарувачката на пазарот;
- функција на квалитет;
- функција на другите услови на набавка (испораки, плаќање и сл.)

**Истражување на погодноста на добавувачите** - Меѓу проблемите со чие решавање се занимава набавната служба, секако е донесувањето на одлуката за избор на добавувачи за секоја одделна набавка. Услови за оптимално решение на оваа задача, чија крајна цел е избор на најдобар можен добавувач се:

- Што подобар увид во потенцијалните извори за набавка, и
- рационална селекција на евидентираниите добавувачи.
- Одлуката за избор на добавувачи се донесува со проценка на конкретна ситуација при секоја одделна набавка. Од масата на добавувачи како вредни во однос на доверба се земаат во обзир само оние:
- кои се во можност да го снабдат купувачот со стоки во договорениот рок;<sup>12</sup>
- кои имаат здрава финансиска состојба и сл.

Неповолно избраниот деловен партнер, негативно се одразува врз деловниот успех и ликвидноста на претпријатието.

- Набавната служба и друштвото ја интересираат условите и можностите за набавка. Можностите за набавка ги определува понудата и побарувачката на стоки на пазарот. Од односот на понудените количества на стока и количински изразената побарувачка зависат условите под кои може да се изврши набавката - цената.
- Квалитетот на стоката по правило не зависи од овој однос, но сепак често е под негово влијание.
- За реализација на набавката неопходно е како прво, прецизно да се утврди структурата и квалитетот на потребите на друштвото, идентификацијата на постојаните извори за снабдување, одржувајќи притоа постојана будност за нови извори и слично.
- Потребни се податоци за движењето на понудата, врз основа на производните можности на произведувачите во земјата и можните увозно - извозни режими.
- Од аналитичарите на пазарот се очекува да дадат податоци за особеностите на понудената стока и оценка на тие карактеристики гледано низ призмата на потребите на друштвото.

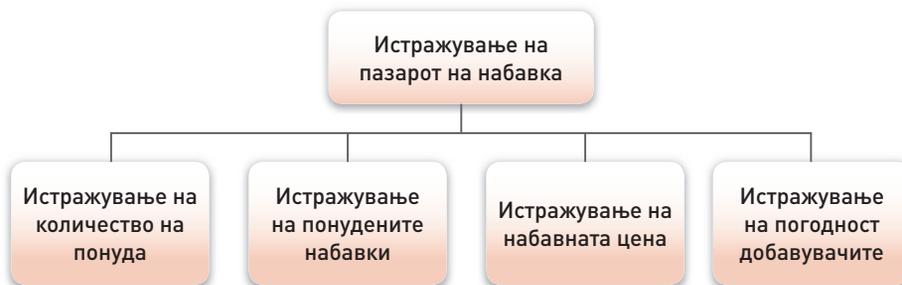
12 Јовановска-Ристевска С. И Јаќовски Б.: Економика на внатрешната трговија, Економски факултет, Скопје, 2002, стр. 182.

■ Оптимални решенија за избор на најдобар можен добавувач се:

- Што подобар увид во потенцијалните извори за набавка, и
- рационална селекција на евидентираните добавувачи.
- Одлуката за избор на добавувачи се донесува со проценка на конкретна ситуација при секоја одделна набавка. Од масата на добавувачи како вредни во однос на доверба се земаат во обзир само оние:
- кои се во можност да го снабдат купувачот со стоки во договорениот рок;
- кои имаат здрава финансиска состојба и сл.

■ Неповолно избраниот деловен партнер, негативно се одразува врз деловниот успех и ликвидноста на претпријатието.

**Граф. 2** Истражување на пазарот на набавка за извршување на оптимална набавка на стоки наменети за продажба.



## ■ ■ ■ Политика на набавка

### Начела на политиката за набавка

Снабдувањето на претпријатието има своја специфична проблематика.

За поуспешно решавање на снабдувањето, друштвото се раководи од посебни принципи и се служи со посебни начела:

Изборот на овие принципи всушност ја претставува политиката на друштвото.

**Како прв принцип** на политиката за набавка се јавува извршувањето на планот за набавка. Тоа значи дека друштвото треба да се снабдува со потребните стоки за извршување на својата дејност. Правилно водената политика за набавка, како основен услов, претпоставува:

- познавање на состојбите на пазарот, заради утврдување на можните извори за набавка, осознавање на пазарните услови и можности (видови, количество, квалитет, цени, услови за испорака и плаќање и сл.) под кои можат да се вршат набавките за да се изврши избор на најповолен добавувач,
- солидно познавање на потребите на друштвото чие задоволување е основна задача на набавната политика.

**Вториот принцип** на набавната политика бара друштвото да обезбедува економично работење. А, спроведувањето на овој принцип се врши преку:

- политика за асортиман и квалитет на набавена стока;
- политика за избор на начинот и изворот на набавка;
- политика за набавни цени;
- политика за залихите.

**Третиот принцип** се однесува на водењето на политика за набавка, која ќе го изложи друштвото на што помал деловен ризик.

И, на крајот „работењето во духот на одредбите од деловниот морал“ е **четвртиот принцип**- врз кој се потпира правилното водење на политиката за набавка. Во друштвото се води краткорочна и долгорочна набавна политика.

Ако краткорочната набавна политика ги определува насоките на набавка, односно, снабдувањето во текот на деловната година, тогаш долгорочната набавна политика се темели брз предвидувањето на оптималните движења на набавките во подолги временски периоди.

Иако, не може да се негира фактот дека продажното работење е повеќе изложено на ризик, сепак во никој случај не може да се потцени и проблематиката на набавката. Всушност, ризикот секогаш постои, независно од интензитетот на понудата на пазарот - на што поповолни услови на снабдување, односно, ризикот на цената и другите услови за заклучување на договорот за набавка секогаш постојат.<sup>13</sup>

Без студиозно проучување на пазарот на набавка не може да се замисли добро водена набавна политика, бидејќи можноста за појава на ризик секогаш е обратно пропорционално од степенот на познавање на пазарните услови. Во тој поглед, од посебно значење е истражувањето на пазарот на набавка.

## ■ ■ ■ Облици и начини на набавка

Во зависност од системите т.е., од организационите форми и методи што се применуваат при набавката, можат да се разликуваат повеќе **видови набавки**:

Директен и индиректен начин на набавка (непосредна и посредна набавка) - Директен начин на набавка на стока е оној начин кога при набавката не се користат услугите на посредниците. Затоа, оваа набавка се нарекува непосредна набавка, додека набавката што се извршува со посредство на посредник се нарекува индиректна набавка или посредна набавка. Меѓу директниот и индиректниот начин на набавка, друштвото секогаш се определува за тој што му е најповолен.

Но, набавната политика сосема би била погрешно водена, доколку би се исклучила можноста за ползување на посредници. Имено, во практиката има случаи кога посредниците не можат да се избегнат, па дури и кога набавките преку нив се поволни, отколку кај директниот контакт со продавачот на стоката и сл.

Посредничката провизија го поскапува прометот на стоката. Тоа е факт. Но, што се случува кога набавната служба не е во можност да го снабди претпријатието со директна набавка? - Тогаш, особено е добредојдена помошта од посредникот.

Кога се работи за набавка на производи за чии извори набавната служба нема добар и целосен преглед на пазарот, со набавката преку посредник, кој за пазарните услови е подобро информиран често се постигнува и подобар финансиски ефект.

Како **посредници** при набавката можат да се јават:

- комисионери;
- трговски агенции;
- посреднички друштва и
- застапништва на странски фирми.

■ Условите и можностите за набавка, ги определува понудата и побарувачката на стоки на пазарот. Од односот на понудените количества на стока и количински изразената побарувачка зависат условите под кои може да се изврши набавката - цената.

■ Една од улогите на набавката се дефинира како одржување на поволен однос на друштвото со конкуренцијата. Притоа се мисли на снабдување на друштвото со исти производи со пониска цена или барем со истата цена, како и конкуренцијата.

13 Јовановска-Ристевска С. И Јаќовски Б.: Економика на внатрешната трговија, Економски факултет, Скопје, 2002, стр. 180

- Директен начин на набавка на стока е оној начин кога набавката не користи услуги на посредници. Оваа набавка се нарекува непосредна набавка.
  
- Набавката што се извршува со посредство на посредник се нарекува индиректна набавка или посредна набавка.
  
- Меѓу директниот и индиректниот начин на набавка, друштвото секогаш се определува за тој што му е најповолен.
  
- Посредничката провизија го поスカпува прометот на стоката.
  
- Кога набавната служба не е во можност да го снабди претпријатието со директна набавка тогаш, особено е добредојдена помошта од посредникот. А често се постигнува и подобар финансиски ефект.
  
- За својата работа, посредниците во набавката наплатуваат надомест во вид на провизија.
  
- Трговските агенции вршат три вида работи:
  - склучуваат купопродажни договори;
  - посредуваат меѓу купувачите и продавачите и
  - даваат информации за движењето на пазарот, конкуренцијата и сл.

Нивните услуги ги користат друштва, кои имаат потреба од нив. За својата работа, тие наплатуваат надомест во вид на провизија.

**Граф. 3** Видови посредници кои можат да се јават при набавното работење



### Набавка преку комисионери (комисиони друштва)

Активноста на комисионер се карактеризира преку нивната посредничка задача, што ја вршат во свое име, а за туѓа сметка. Тие посредуваат во областа на прометот и тоа по налог и за сметка на комитентот.

Комисионерот се труди да ги задоволи интересите на својот комитент, па затоа настојува да изврши што поповолна набавка. Комисионерот при купувањето постапува според налогот на својот комитент. Тој налог се смета за договор за комисиона набавка.

### Набавка преку трговски агенции и посреднички друштва

Во основа трговските агенции вршат три вида работи:

- склучуваат купопродажни договори;
- посредуваат меѓу купувачите и продавачите и
- даваат информации за движењето на пазарот, конкуренцијата и сл.

Главна активност на посредничките друштва се состои во посредувањето, односно доведувањето во врска на комитентот со трето лице за конкретна работа, како и давање на информации за состојбите на пазарот. Како споредна дејност се јавува склучувањето на договори.

Посредничките друштва за разлика од трговските агенции во прв ред вршат работи на чисто посредување, а покрај тоа по овластување на комитентот можат да ги извршуваат набавките до крај; односно заклучување на договори за купување во име и по овластување на друштвото - налогодавач.

### Набавка преку застапништва на странски фирми

Овие вршат посредување меѓу домашните друштва и странските - продавачи на стока. Набавката преку нив се врши врз основа на примерок (мостра), каталог и проспект, со кои располагаат или пак испорака на стока од консигнациски складишта на странски фирми во нашата земја, кои ги водат нивните застапништва.

**Застапништво** – овластена фирма во земјата што застапува странски фирми врз основа на склучен договор и под одредени услови: нуди и склучува договори за продажба на стоки за застапуваните странски фирми, држи консигнациски складишта, организира сервиси и сл.

## ■ ■ ■ Извршување на набавката

Извршувањето на набавката ги опфаќа сите оние активности што се прават со цел да се **извршат договорените обврски на продавачот и купувачот** во врска со набавката. Доколку со договорот за купопродажба е предвидено или доколку тоа произлегува од трговските обичаи, продавачот има обврска да му ја достави (испрати) стоката на определеното место.

Од друга страна, пак, купувачот има обврска да ја преземе испорачаната стока доколку таа соодветствува на договорените услови и да му ја исплати на продавачот противвредноста за таа стока. И преземањето на испораката од продавачот и исплатата на нејзината противвредност се договорни обврски на купувачот што тој ги извршува преку следниве работи:

- испраќање на порачка за испорака до продавачот;
- преземање и контрола на доставената испорака од продавачот;
- рекламации до продавачот во врска со испораката;
- контрола и плаќање (ликвидација на доставените фактури од продавачот и од другите учесници во процесот на набавка).

Граф. 4 Договорни обврски на купувачот при извршување на набавката



### Испраќање на порачка за испорака до продавачот

Порачката ја претставува активноста на купувачот со која тој обезбедува набавка на некоја стока или услуга од определен производител или трговско друштво. Со склучениот договор за купопродажба најчесто, се договара глобалното количество на стоката што продавачот треба да му ја испорача на купувачот. Таквата испорака, купувачот ја остварува со испраќање на документ порачка.

Порачката може да биде во усна или писмена форма, обично таа содржи и определени услови на пример: за плаќање, начин на испорака, рок на испорака и др.

- Застапништвата на странски фирми вршат посредување меѓу домашните друштва и странските - продавачи на стока.
- Набавката преку застапништвата на странски фирми се врши врз основа на примерок (мостра), каталог и проспект, или пак со испорака на стока од консигнациски складишта на странски фирми во нашата земја.
- Извршувањето на набавката ги опфаќа сите активности што се прават, со цел да се извршат договорените обврски на продавачот и купувачот во врска со набавката.
- Продавачот има обврска да му ја достави (според диспозиција) да му ја испрати стоката во определеното место на купувачот.
- Купувачот има обврска да ја преземе испорачаната стока доколку таа соодветствува на договорените услови и да му ја исплати на продавачот противвредноста за таа стока.
- Преземањето на испораката од продавачот и исплатата на нејзината противвредност се договорни обврски на купувачот, што тој ги извршува преку следниве работи:
  - испраќање на порачка;
  - преземање и контрола на доставената испорака од продавачот;
  - рекламации до продавачот во врска со испораката;
  - контрола и плаќање.

- Кога и продавачот и купувачот се наоѓаат на исто подрачје, купувачот ја презема стоката од складот на продавачот.
- Кога купувачот и продавачот се територијално разделени, често продавачот ја транспортира договорената стока до купувачот.
- Со приемот на испораката на купувачот, тој треба да утврди дали количеството на стоката одговара на договорот.
- Во практика тоа најчесто претставуваат работи кои договорните страни при испораката стоката ја бројат, ја мерат или ја вагаат
- Кога продавачот и купувачот или негов претставник имаат седиште или живеалиште во исто место, а испораката на стоката треба да се изврши во тоа место на складиштето на продавачот, продавачот мора да го повика купувачот или неговиот претставник да присуствува при утврдувањето на количеството. Како претставник на купувачот се смета и шпедитерот на кој што купувачот му ја доверил стоката.

### Преземање и контрола на доставената испорака од продавачот

Договореното количество на стока или услуга, купувачот може да го преземе од магацинот на продавачот или пак од друго место што е однапред договорено. Обично, кога и продавачот и купувачот се наоѓаат на исто подрачје, купувачот ја презема стоката од складот на продавачот.

Кога купувачот и продавачот се територијално разделени, често продавачот ја транспортира договорената стока до купувачот. Меѓутоа без оглед на кој начин купувачот ја презема договорената стока од продавачот, при нејзиното преземање мора да се изврши квантитативна и квалитативна контрола на стоката.

### Контрола на (квантитетот) количеството на стоката

Контрола на (квантитетот) количеството на стоката претставува спроведување на стварното количество на испорачаната стока со она количество што е договорено. Квантитетот на стоката е составен дел на предметот на договорот за купопродажба. Со приемот на испораката на купувачот, тој треба да утврди дали количеството на стоката одговара на договорот, во практика тоа и најчесто се работи: при испораката страните ја бројат, ја мерат или ја вагаат стоката.

Контролата на количеството на испорачаната стока може да ја врши и купувачот и продавачот. Ако контролата ја спроведува продавачот при испораката на стоката од неговиот склад или на друго место, тој треба да го повика купувачот - ако со договорот тоа е нагласено. Ако така не постапи, тогаш се признава како вистинито она количество на стоката што купувачот ќе ја утврди при нејзиното преземање.

Доколку не е можно количеството на стоката да се утврди во местото и во времето на извршувањето на испораката тогаш купувачот без одлагање, кога е тоа можно треба да го утврди количеството на стоката.

Кога продавачот и купувачот или негов претставник имаат седиште или живеалиште во исто место, а испораката на стоката треба да се изврши во тоа место на складиштето на продавачот, продавачот мора да го повика купувачот или неговиот претставник да присуствува при утврдувањето на количеството. Како претставник на купувачот се смета и шпедитерот, на кој што купувачот му ја доверил стоката.

Доколку продавачот, во овој случај не го повика купувачот или неговиот претставник да присуствува, се претпоставува дека е испорачано она количество што го утврдил купувачот во своето складиште. што значи, се тргнува од она што го утврдил купувачот, а не продавачот, при што на продавачот лежи товарот на докажувањето кога сака да докаже дека не е точно количеството што го утврдил купувачот. Ова се јавува како еден вид санкција што продавачот не го известил купувачот. Понекогаш при утврдувањето на количеството се врши комисијски записник.

Тоа е случајот, кога продавачот или купувачот треба да го утврди количеството со превезувачот или со шпедитерот, а превезувачот или шпедитерот одбијат да издадат исправа за утврденото количество. Со комисијски записник, количеството на стоката се утврдува и во случај утврдувањето да се врши во складиштето на продавачот без присуство на купувачот или на складиштето на купувачот без присуство на продавачот.

Треба да се спомене дека комисискиот записник утврдување на количеството не претставува потполно доказно средство, туку судот тоа го цени со оглед на начинот и околностите под кои е составен. Комисискиот записник треба да содржи:

1. Начин на кој што испорачаната стока е идентификувана;
2. Количество на стока и податоци за тоа кога, каде и на кој начин е утврдено тоа;
3. Името, занимањето и адресата на членовите на комисијата.

Записникот го потпишуваат присутните странки или нивните претставници, членови на комисијата, сведоци и сл.

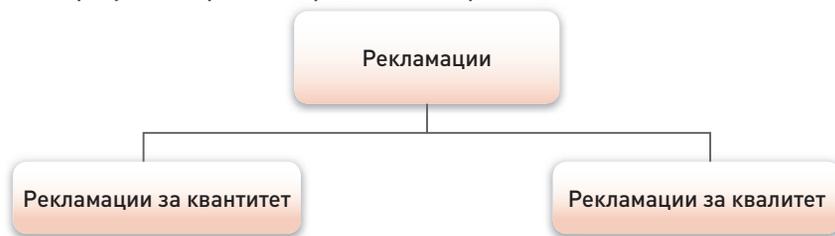
### Контрола на квалитетот

Квалитетот може да се договори на различни начини: со опис, според спецификација, со мостра, модел и на друг начин. Квалитетот може да се определи со опишување на физичките и хемиските својства на стоката. Пример: - при договарање на производи од текстилната индустрија треба да се договори не само видот на волна или други суровини, густина на ткаењето, постојаноста на боите, туку и процентот на волната, свилата, памукот и сл. Исто така квалитетот на стоката може да се определи според називот и според потеклото.

Доколку називот на определен производ добил во прометот свое комерцијално- техничко значење тогаш со називот се определува и квалитетот. Таквите називи настануваат, по правило според потеклото на производите, одделни називи со време го губат значењето на потеклото и стануваат поим за квалитет. Таков е случајот со кафето „Рио“ коешто го добило името според бразилската провинција . Додека контролата на квалитетот претставува споредба на физичките, хемиските и другите особености на испорачаната стока, со оние што се договорени во купопродажниот договор.

### Рекламации во врска со набавката

Граф. 5 Видови рекламации од страна на купувачот со цел отстранување на пропусти во врска со определена испорака на стока.



### Рекламации на квантитетот на стоката

Во практиката се смета дека кусокот на квантитетот (количеството) на стоката претставува разликата меѓу испорачаното количество и количеството кое продавачот го назначил во превозните исправи, во фактурата, во испратницата или на друг начин.

Доколку продавачот означил дека испратил или на друг начин испо-

- Квалитетот може да се договори на различни начини:
  - со опис,
  - според спецификација,
  - со мостра, модел и
  - на друг начин.
- Квалитетот може да се определи со опишување на физичките и хемиските својства на стоката.
- Квалитетот на стоката може да се определи според називот и според потеклото.
- Контролата може да се спроведува кај купувачот или пак од страна на некое специјализирано друштво за вршење на оваа контрола.
- Атестот претставува потврда, уверение, документ за потекло, својствата и квалитетот на производот. Доколку контролата на квалитетот укаже на определени отстапувања од она што е договорено, купувачот има право на рекламација.
- По извршената контрола издаваат потврда - атест.
- Атестот претставува потврда, уверение, документ за потекло, својствата и квалитетот на производот.
- Доколку контролата на квалитетот укаже на определени отстапувања од она што е договорено, купувачот има право на рекламација.

- Кусокот на квантитетот (количеството) на стоката претставува разликата меѓу испорачаното количество и количеството кое продавачот го назначил во превозните исправи, во фактурата, во испратницата или на друг начин.
- Доколку купувачот констатира соодветни пропусти најчесто доставува рекламации.
- Рекламацијата претставува приговор за неизвршените договорни обврски.
- Рекламацијата претставува приговор од купувачот на продавачот во врска со квалитетот, количеството и други забелешки во однос на продажбата и испораката на стоката.
- Продавачот, односно испорачувачот на стоката е должен да ги задоволи барањата од рекламацијата.

рачал толку количество стока колку што утврдил купувачот, тогаш не постои спор во однос на испорачаното количество на стоката. Меѓу купувачот и продавачот е важно дали продавачот испорачал количество што според договорот бил должен да го испорача.

Доколку купувачот констатира соодветни пропусти, тој најчесто доставува рекламации во врска со пропустите што ги констатира при контролата на количеството и квалитетот на испораката.

Рекламацијата претставува приговор за неизвршените договорни обврски, најчесто приговор од купувачот на продавачот во врска со квалитетот, количеството и други забелешки во однос на продажбата и испораката на стоката. По правило, продавачот, односно испорачувачот на стоката, е должен да ги задоволи барањата од рекламацијата.

Рекламациите кои на продавачот му се упатени преку телефон, со телеграма или преку телепринтер треба истите веднаш да бидат потврдени со препорачано писмо. Рекламациите треба да бидат конкретни и определени. Приговорите т.е. рекламациите во вид на некои општи изјави дека применото количество не одговара на договореното не се доволни. Треба точно да се наведе колку утврденото количество отстапува од договореното.

### Рекламации на квалитетот на стоката

Купувачот е должен во рокот определен за давање на рекламации, на сигурен начин да го извести продавачот за приговорот во однос на квалитетот на стоката.

Купувачот на продавачот треба да му достави и исправа за утврдениот квалитет доколку ја има. При поднесувањето на рекламацијата купувачот треба точно да ги означи недостатоците. Недостатоците треба да бидат означени така што продавачот да може да оцени за какви недостатоци се работи.

Рекламацијата треба да биде таква да може точно да го запознае продавачот со недостатоците на испорачаната стока. Правата на купувачот за случај кога ќе се појават материјални недостатоци на испорачаната стока, се:

1. Да бара од продавачот недостатокот да го отстрани или да му испорача друга стока, односно да бара исполнување на договорот;
2. Да бара намалување на цената;
3. Да изјави дека го раскинува договорот;

Во секој од овие случаи купувачот има право да бара и надомест на штета, а покрај неа и продавачот му одговара на купувачот и за штетата која му е причинета поради недостатоците на испорачаната стока.

Ако купувачот не го добие бараното исполнување на договорот во разумен рок, тој го задржува правото да го раскине договорот или да ја намали цената.

### Контрола и плаќање (ликвидација) на достасаните фактури од продавачот и од другите учесници во процесот на набавката

Продавачот е должен да му ги предаде на купувачот сите договорени или вообичаени стоковни документи што му овозможуваат на купувачот располагање со стоката.

Како основни документи врз основа на кои се цени исправноста на набавната работа, и врз основа на кои се извршува исплатата на таа работа се: порачка, испратница, товарен лист и сл.

Пред да се изврши исплатата на достасаните фактури, купувачот ги прибира сите документи од кои може да се види дека набавката ги поминала сите видови на контрола и дека притоа е констатирано исправноста во набавното работење.

Договорената набавка се смета за дефинитивно завршена со исплатата на фактурата.

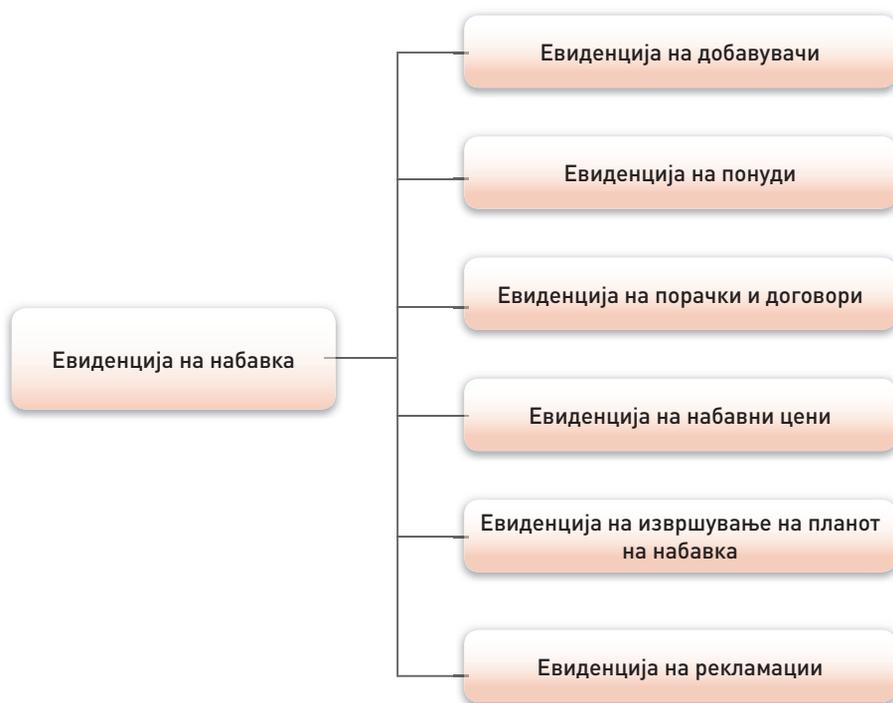
На секоја фактура што е прегледана и контролирана, ликвидатурата става ликвидационен печат. Така означената фактура, со налог за нејзината исплата, и се доставува на благајната. А со извршената исплата на фактурата набавката е завршена.

- Рекламацијата треба точно да го запознае продавачот со недостатоците на испорачаната стока.
- Правата на купувачот за случај кога ќе се појават материјални недостатоци на испорачаната стока се:
  - Да бара од продавачот недостатокот да го отстрани или да му испорача друга стока, односно да бара исполнување на договорот;
  - Да бара намалување на цената;
  - Да изјави дека го раскинува договорот;
  - Купувачот има право да бара и надомест на штета

### ■ ■ ■ Евиденција на набавното работење

Евиденцијата на набавката претставува систематско регистрирање на сите измени што настануваат во текот на извршувањето на определена набавка.

Граф. 6 Видови евиденција во набавното работење



- Евиденцијата на набавката претставува систематско регистрирање на сите измени што настануваат во текот на извршувањето на определена набавка.
- Значењето на евиденцијата на набавката се огледа во можноста врз основа на податоците што таа ги регистрира, да се анализира и контролира извршувањето на набавката.
- Во основа се јавуваат следниве видови евиденција на набавката; на добавувачите; на понудите; на порачките и договорите; на набавните цени; на извршувањето на планот на набавките и на рекламациите.

Значењето на оваа евиденција се огледа во можноста врз основа на податоците што таа ги регистрира, да се анализира и контролира извршувањето на набавката.

Во основа се јавуваат следниве **видови евиденција на набавката**;<sup>14</sup>

- Евиденција на добавувачите;
- Евиденција на понудите;
- Евиденција на порачките и договорите;
- Евиденција на набавните цени;
- Евиденција на извршувањето на планот на набавките и
- Евиденцијата на рекламациите.

**Евиденцијата на добавувачите** се води во картотека во која секој посебен добавувач има своја картичка. Картичките се групираат по видови стоки. Со картичките се опфатени, како постојните, така и потенцијалните добавувачи. На опачината на картичката обично се наведуваат некои подетални податоци во врска со определен добавувач.

**Евиденцијата на понудите** претставува регистрирање на примените понуди од добавувачите и се води само за позначајните производи што се предмет на набавката. Со неа се регистрира; од кого, во кое количество, со каков квалитет, во кој рок за испорака итн. е извршена набавката на определена, клучна стока.

**Евиденцијата на порачките и договорите** се води најчесто на картички. Се води на два начина: по добавувачи и по производи што се набавуваат. Се опфаќаат, главно оние порачки и договори што се од посебно значење за друштвото купувач.

**Евиденцијата на набавните цени** ја регистрира динамиката на цените по кои се врши набавката на определени материјални вредности. И оваа евиденција најчесто се води по пат на картотека. За секој производ што се набавува се отвора посебен картон и во него се внесуваат податоците за движењето на неговата цена кај одделни добавувачи и во определени временски периоди. Со тоа, постојано се има предвид разликата што постои помеѓу евидентираната и вистинската набавна цена.<sup>15</sup>

**Евиденцијата и извршувањето на планот на набавката** се води за сите, а не само за клучните материјални добра (стоки). На таков начин оваа евиденција овозможува и постојано да се согледа целокупното набавно работење, што не е случај со претходните наведени видови евиденции.

**Евиденцијата на рекламациите** е значајна по тоа што таа регистрира кој купувач, во кое време и зошто прави приговор во врска со соодветната набавка. Оваа евиденција се води на картички или по книга. Со неа, по хронолошки ред, се регистрираат сите податоци што се релевантни за соодветна рекламација. Во современи услови постојат софтверски пакети за компјутерско евидентирање на овие и многу други индикатори.



**Илустрација 9**  
Електронска евиденција на добавувачи

14 Јовановска-Ристевска С. И Јаќовски Б.: Економика на внатрешната трговија, Економски факултет, Скопје, 2002, стр. 186

15 Јовановска-Ристевска С. И Јаќовски Б.: Економика на внатрешната трговија, Економски факултет, Скопје, 2002, стр. 189.

### ■ ■ ■ **Анализа на набавното работење**

Анализата на набавното работење претставува процес на расчленување на целината на набавното работење, со цел преку таквата постапка да се добие што подобра претстава за успешноста, односно неуспешноста, во извршувањето на задачите на набавката. Успешноста на анализата е условена од расположливите податоци во сметководствената и оперативната евиденција на друштвото како вкупна, така што се применува на планот на набавката. Врз основа на спроведената анализа на набавката, се овозможува пореално согледување за тоа во која насока треба да се одвива, односно планира, развитокот на работењето.<sup>16</sup>

Анализата на набавката, од аспект на нејзиното набљудување, може да се јави како:

- Анализа на политиката на набавката;
- Анализа на организацијата на набавката;
- Анализа на техниката на набавката;

Според времето за кое се однесува, таа може да се јави како:

- Анализа на сегашната и
- Анализа на идната, односно потенцијалната набавка.

Според приодот што се применува, анализата може да се диференцира на:

- Дедуктивна анализа и
- Индуктивна анализа.

Според податоците и методите што се применуваат при анализата се диференцираат:

- Квантитативна анализа
- Квалитативна анализа.

- Анализата на набавното работење претставува процес на расчленување на целината на набавното работење,
- Преку анализата на набавното работење треба да се добие што подобра претстава за успешноста, односно неуспешноста, во извршувањето на задачите на набавката.
- Успешноста на анализата е условена од расположливите податоци во сметководствената и оперативната евиденција на друштвото.
- Врз основа на спроведената анализа на набавката, се овозможува пореално согледување за тоа во која насока треба да се одвива, односно планира, развитокот на работењето.

Таб. 1 Видови анализа на набавка од различни аспекти

Од аспект на набљудување	Според времето за кое се однесува	Според приодот што се применува	Според методот што се применува
Анализа на политика на набавка	Анализа на сегашна набавка	Дедуктивна анализа	Квантитативна анализа
Анализа на организација на набавката	Анализа на идна потенцијална набавка	Индуктивна анализа	Квалитативна анализа
Анализа на техниката на набавката			

Најчесто друштвата спроведуваат комбинација од наведените видови анализа при анализирањето на вкупното набавно работење или на одделни набавки.

<sup>16</sup> видовите анализа на набавка се превземени од Петковски Д.: Комерцијално работење, за I година економска и трговска струка, Скопје, 1997, стр. 41.



Илустрација 10  
Циркулирање на стока

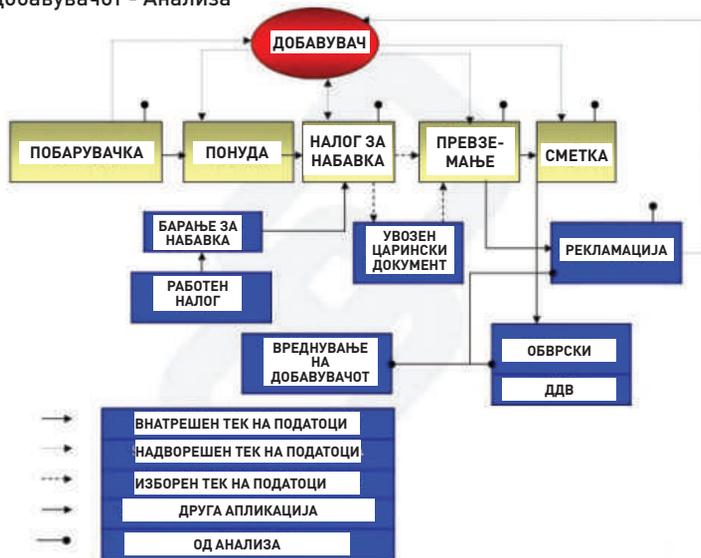
Врз основа на спроведената анализа на набавното работење се овозможува утврдување на мерки што во иднина друштвото ќе треба да ги преземе на планот на ова работење.

Анализата на набавното работење обично се спроведува од страна на **аналитичката служба** на друштвото. Таа може да се врши перманентно или по барање на соодветен орган на друштвото.

Во производните друштва најголемо внимание се посветува на резултатите што се остваруваат при набавка на средствата за производство, а кај трговските друштва на резултатите што се остваруваат при набавка на готови производи.

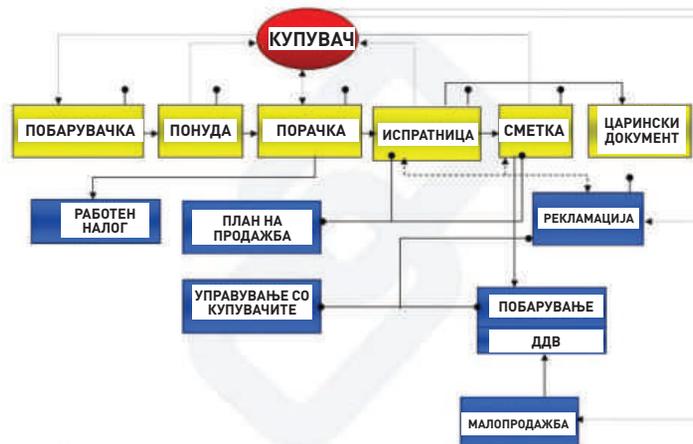
Во извесни случаи, анализата на набавката ја спроведуваат институции надвор од друштвото. Ова се практикува во оние случаи кога треба да се добие реален увид за резултатите што треба да се очекуваат при набавката на големи количини, односно вредности, како и при набавката од увоз.

Граф. 7 Процес на расчленување на целината на набавното работење од аспект на добавувачот - Анализа



\* Извор: <http://www.link-elearning.com>

Граф. 8 Процес на расчленување на целината на набавното работење од аспект на купувачот - Анализа



\* Извор: <http://www.link-elearning.com>



## ПРИМЕР 1

### ПРИМЕР ЗА НАБАВНО РАБОТЕЊЕ БРОЈ 1

Веледрогеријата Витан Скопје има потреба од набавка на сапуни и шампони. Врз основа на спроведеното истражување на домашниот пазар Витан има информации дека друштвото Липа Скопје располага со тој вид производи по поволна цена. За таа цел, на ден 10.05.2008 г. Витан испраќа прашалник до Липа ул. Ѓ. Петров бр. 71 тел. 2324-715 жиро-сметка

Седиштето на веледрогеријата Витан е на ул. ЛОНДОНСКА бб. Скопје жиро-сметка

Примениот прашалник е прифатен и на ден 15.05.2008 г. Липа Скопје испраќа специјална понуда до Вита Скопје при што ги нуди следниве производи:

- глицерински сапун 120 грама по цена од 30 денари за парче;
- медицински сапун 100 грама по цена од 25 денари за парче;
- детски медицински сапун 87 грама по цена од 28 денари за парче;
- Пеги детски сапун 100 грама по цена од 30 денари за парче;
- Пеги детски шампон 250 мл по цена од 42 денари за парче;
- Пеги детска крема 200 мл по цена од 150 денари за парче;
- Пеги детски талк 100 грама по цена од 55 денари за парче.

По извршената анализа примената понуда е прифатена од страна на Вита од Скопје. Врз основа на тоа на ден 20.05.2008 година меѓу преставниците на двете друштва се склучува купопродажен договор бр. 82/08 за следниве производи:

1. Глицерински сапун 120 грама по цена од 30 денари за парче/ 1200 парчиња;
2. Медицински сапун 100 грама по цена од 25 денари парче / 800 парчиња;
3. Пеги детски сапун 100 грама по цена од 30 денари парче / 600 парчиња;
4. Пеги детски шампон 250 мл по цена од 42 денари парче / 1000 парчиња.

Продавачот на понудените производи одобрува 10% на име количински рабат.

На вкупниот износ да се пресмета данок на промет 5%.

Производите треба да се испорачаат веднаш по склучувањето на купопродажниот договор.

Плаќањето е во рок од 8 дена по приемот на фактурата.

Пакувањето на стоката да се изврши во картонски кутии по 20 парчиња во кутија. Испораката е франко магацин на купувачот.

Рекламации во рок од 8 дена од приемот на стоката.

Во случај на спор надлежен е Стопанскиот суд во Скопје.

Врз основа на склучениот договор на ден 21.05.2008 г. Липа – Скопје ја испорачува стоката со сопствен камион. Истовремено ги подготвува и потребните документи: испратница бр. 120/08 и фактура бр. 85/08.

Стоката пристигнува истиот ден.

Во магацинот на купувачот извршен е квалитативен и квантитативен прием на стоката, при што е констатирано следното: наместо договорениот производ Пеги детски шампон од 250 мл испратен е производ Пеги детска купка од 250 мл.

Купувачот испраќа рекламација до продавачот и бара да се изврши замена на производот за оној што е договорен.

Продавачот ја прифаќа рекламацијата и го известува купувачот дека стоката ќе биде заменета во најкус рок.

Да се состават и пополнат следниве деловни писма и документи:

- прашалник;
- понуда;
- купопродажен договор;
- испратници;
- приемници;
- комисијски записник;
- фактура;
- рекламација и одговор на рекламација.

- Продажно работење претставува збир на работи и активности кои ги преземаат друштвата, со цел да се оствари продажбата на стоки и услуги.
- Самиот чин на продажба може да се разгледува од економски аспект.
- Од економско стојалиште, продажбата, како реализација на стоките или услугите, претставува завршна фаза на процесот на размена.
- Продажбата претставува реализација на стоката, нејзино претворање во пари.
- Продажбата ја претставува третата, последната фаза од кружното движење на капиталот.
- Со продажбата на стоки се враќаат вложените финансиски средства, а покрај тоа се остварува профит.
- Во услови на развиена конкуренција и отворен пазар, продажбата претставува најтешка фаза во кружното движење

## ■ ■ ■ Продажно работење

### Поим, значење и задачи на продажбата

Основен мотив за работењето на друштвото е извршување на задачите за задоволување на потребите на потрошувачите, а преку тоа остварување на добивка. Производните друштва таа задача ја вршат со производство на потребните стоки и нивно ставање на располагање на потрошувачите. Трговските друштва ги задоволуваат потребите на потрошувачите преку посредување во стоковниот промет, олеснувајќи го движењето на стоката на нејзиниот пат од производителот до потрошувачот.

Под **продажно работење** се подразбира збир на работи и активности кои ги преземаат друштвата, со цел да се оствари продажбата на стоки и услуги.

Самиот чин на продажба може да се разгледува од економски аспект. Од економско стојалиште, продажбата како реализација на стоките или услугите, не е ништо друго, туку завршна фаза на процесот на размена. Продажбата, всушност, е последен чин во кружното движење на средствата од друштвото - трансформација на обликот на обртните средства (обртните средства го напуштаат својот природен, добивајќи паричен облик). Значи добрата се разменуваат за пари.

Продажбата претставува реализација на стоката, нејзино претворање во пари. Продажбата ја претставува третата, последната фаза од кружното движење на капиталот (прва е набавката, купувањето на факторите за производството, а втората процесот на производство и создавањето на стоката). Со продажбата на стоки се враќаат вложените финансиски средства, а покрај тоа се остварува профит. Во услови на развиена конкуренција и отворен пазар, продажбата претставува најтешка фаза во кружното движење.

Во постојните услови на стопанисување, од продажбата се бара да се оствари постојан, висок и рентабилен промет. За да се оствари таков промет продажбата мора да воспостави соодветна оптимална организација на подготовката, на извршувањето и на следењето на нејзиното извршување. Само така таа може да обезбеди:

- Оптимално задоволување на најразновидните општествени потреби;
- Непречено и постојано одвивање на производниот процес;
- Контакт помеѓу стопанското друштво и неговото опкружување (пазарот, другите друштва, потрошувачите и слично).

Продажбата, која применува современи организациони форми и методи и која со тоа им овозможува на друштвата да остваруваат позабележителни деловни резултати во однос на поранешното нивно дејствување се нарекува современа продажба. Ваквата преориентација во дејствувањето на друштвата е позната како маркетинг - ориентација.

Маркетингот претставува акт или процес на продавање и купување на пазарот. Изразот е од англосаксонско потекло, се употребува во многу земји, па и кај нас, со него се опфаќаат сите одлуки и мерки што се преземаат во стопанските друштва поради најдобар пласман на стоката.

Само оние друштва, кои во постојаните услови на стопанисување создаваат и реализираат производи што потрошувачите ги побаруваат можат да остваруваат позитивни деловни резултати, да опстојуваат во конкурентска борба на пазарот и да создаваат услови за својот натамошен развој.

Од современата продажба се бара на потрошувачот да му обезбеди не само производ, кој за него е економски најповолен, туку таков производ кој во себе содржи и такви белези од неекономски карактер што заедно со неговите економски белези најмногу одговараат за постојното живеење и дејствување на современиот човек. Се работи за белези, на производот кои му даваат квалитет, т.е. својства што задоволуваат разновидни хумани, културни и други потреби кај корисниците на односниот производ. Обезбедувајќи му на друштвото да произведува и да пласира таков производ, современата продажба му овозможува поадекватно да се вклучува во постојните современи економски движења.

Продажните активности започнуваат со првиот настап на друштвото на пазарот. Тие активности почнуваат со испитување на условите за реализација, па сè до преоѓање на стоката во рацете на купувачот.

За да биде предадена на корисниците, стоката треба да го изврши актот на продажба. Значењето на продажбата е во тоа што, без неа произведената стока не би одговарала на својата намена - задоволување на потребите на потрошувачите. Во која мерка дејноста на едно друштво е економски оправдана оценува пазарот.

**Значењето на продажбата** е во тоа што нејзината реализација условува обновување на стопанскиот и репродуктивниот систем, а тоа од друга страна, значи дека во неа лежи клучот за опстанок и развој на производните и трговските друштва.

Постојат низа активности кои неминовно следат по самиот чин на продажбата, а тоа се активности околу испораката на продадената стока, следење на судбината на продадената стока на пазарот, обработка на рекламациите на купувачите, анализа и евиденција на продажбата.

## ■ ■ ■ Политика на продажно работење

Општо земено, со продажната политика се утврдуваат целите на продажбата, начините за реализирање на продажбата, начините за рационално ползување на средствата и кадарот ангажирани во сферата на продажбата.

Продажната политика на друштвата има општи и посебни цели:

- Општите цели на продажната политика се согледуваат во тенденцијата да се придобијат што поголем број купувачи и во тенденцијата да се почитуваат деловните односи кон партнерите, односно да се спроведува лојална конкуренција кон конкурентите.
- Посебните цели на продажната политика, се оние во кои што се настојува при секој конкретен случај на продажба, тие да се реализираат.<sup>17</sup>

17 Петковски Д.: Комерцијално работење, за 1 година економска и трговска струка, Скопје, 1997, стр. 75.

■ Современата продажба на потрошувачот му обезбедува таков производ, кој во себе содржи и белези од неекономски карактер. Се работи за белези кои на производот му даваат квалитет т.е. својства што задоволуваат разновидни хумани, културни и други потреби кај корисниците на односниот производ.

■ Продажните активности започнуваат со првиот настап на друштвото на пазарот.

■ Продажните активности почнуваат со испитување на условите за реализација, па сè до преоѓање на стоката во рацете на купувачот.

- Планирањето на продажбата претставува онаа фаза на управување во која се донесуваат:
  - одлуки за целите,
  - одлуки за политиката,
  - одлуки за плановите и
  - одлуки за стратегијата на продажните активности во друштвото.
  
- Со планирањето, друштвото ја креира својата иднина и го определува квантумот на производи кои може да ги продаде на определен пазарен сегмент. Планирањето, освен што ја има улога на свесна акција е и динамичен процес на донесување на плански одлуки, со кои друштвото свесно го креира својот пазар во иднина.
  
- Планот на продажба е систематски приказ на опфатениот обем на продажба, кој како можен се предвидува во наредниот временски период.
  
- Планот за продажба усвоен еднаш, претставува работна задача за продажната служба на друштвото чиј успех во работата се оценува со извршување на планот на продажба.
  
- Во зависност од тоа дали плановите се однесуваат на една или на повеќе години се разликуваат:
  - Перспективни планови за продажба
  - Долгорочни планови.

Со продажната политика се утврдуваат:

- целите на продажбата,
- начините за реализирање на продажбата,
- начините за рационално ползување на средствата и кадарот, ангажирани во сферата на продажбата.

### 1. Планирање на продажбата

Планирањето е примарна фаза во управувањето со продажните активности. Тоа е онаа фаза на управување во која се донесуваат одлуки за целите, политиката, плановите и за стратегијата на продажните активности во друштвото. Со планирањето, всушност, друштвото ја креира својата иднина и го определува квантумот на производи кои може да ги продаде на определен пазарен сегмент. Планирањето, освен што има улогата на свесна акција е и динамичен процес на донесување плански одлуки, со кои друштвото свесно го креира својот пазар во иднина.

Планирањето на продажбата е една од најодговорните активности во друштвото.

**Планот за продажба** е систематски приказ на опфатениот обем на продажба, кој како можен се предвидува во наредниот временски период. Планот за продажба претставува конкретизација на политиката на продажба на друштвото ставено во реални рамки, а која на едната страна обележува пазарни услови за реализацијата на продажбата, а на друга страна, производствени, односно прометни можности на друштвото и другите услови за реализација на продажбата. Планот за продажба усвоен еднаш, претставува работна задача за продажната служба на друштвото чиј успех во работата се оценува со извршување на планот на продажба.

Во зависност од тоа дали плановите се однесуваат на една или на повеќе години се разликуваат:

**Перспективни планови за продажба** - се поставуваат врз основа на предвидувањето на перспективниот развој на работењето на друштвото. Во нив продажбата се планира само во глобални зафати што се користат вредносни, отколку натурални показатели, за изразување на обемот и структурата на продажбата.

**Долгорочни планови** - се претставуваат за пет или повеќе години, во кои пред сè доаѓаат до израз измените во асортиманот, реорганизацијата во продажната оператива, како и зголемувањето на обемот на реализација врз основа на планираните проширувања на капацитетот.

Во современите текови и тенденции на планирање, деловно одлучување, управување и работење на друштвото, планот за продажба се заменува со планот за маркетинг како поефикасен, посремен и пофлексибилен инструмент и медиум. Сите други планови се потпираат врз планот на маркетингот, кој има примарно значење.

Планирањето на продажбата претставува примарна фаза во управувањето со продажните активности.



## ЗА ОНИЕ КОИ САКААТ ДА ЗНААТ ПОВЕЌЕ

### Асортиман на продажба и политика на продажен асортиман

Проблематиката сврзана со асортиманот на продажба спаѓа во доменот на најсуштествените прашања во концепцијата на маркетинг - политиката за производите. Имено, во услови на пазарно стопанисување, каде што конкуренцијата меѓу производителите е мошне силна, само правилно програмирана и ефикасна политика на производот може да обезбеди ефикасен раст и развој на друштвото.

Таа е значаен инструмент на планирањето, развојот и растот, со тоа што одлуките во подрачјето на истата имаат директно влијание врз содржината и интензитетот на планирањето во другите подрачја од деловното работење, односно деловните функции: производната, набавната, продажната, финансиската, функција на кадри и слично.

Поимот асортиман претставува збир на голем број производи, односно артикли. Притоа, асортиманот до кој се доаѓа поради карактеристиките на определен начин на производство, претставува асортиман на

производство, а асортиманот кој се определува според барањата на купувачите, претставува асортиман за продажба. Значи, асортиманот за продажба мора да биде поширок од асортиманот на производство, бидејќи друштвото може да изврши докуп на некои производи, со што го проширува својот асортиман.

Политиката на продажен асортиман, претставува еден од најефикасните инструменти на пласманот и затоа има многу влијание врз набавната политика. Имено, самиот факт што асортиманот во трговските друштва претставува избор на мноштво производи кои се појавуваат на пазарот, тоа веќе претставува определено ограничување. Таквиот избор на трговските друштва има тежиште кај определен круг потрошувачи, во зависност од делокругот на работата, големината, локацијата итн. Во суштина, за секое претпријатие важи мислењето на Ј.Цимерман дека трговското друштво на мало не претставува продавач за своите добавувачи, туку набавувач за своите купувачи - муштерии.

## ■ ■ ■ Организација на продажбата

### Потсети се:

Што е набавна служба?

Кои задачи ги извршува набавната служба?

Како е организирана набавната служба?

Зошто од посебно значење е организационата поставеност на набавната служба?

Организационата единица, која се занимава со продажба на стока се нарекува **продажна служба** во друштвото. Во зависност од големината оваа служба во друштвото добива различни називи: продажен отсек, продажно одделение, рефера за продажба итн.

Продажното работење на продажната служба и наметнува цела низа сложени и деликатни задачи.

- Познавање на пазарните услови
- Осознавање на желбите и потребите на потрошувачите.
- Унапредување на продажбата
- Спроведување на продажната политика.
- Воспоставување на деловни врски со купувачите;
- Реализација на заклучните договори за купопродажба;
- Решавање на рекламациите на купувачите и
- Водење разни евиденции и вршење анализа на продажното работење и слично.

На организацијата на продажната служба на едно друштво делуваат **два вида фактори;**

- Надворешни и
- Внатрешни.<sup>18</sup>

**Надворешните фактори** се всушност, фактори надвор од ингеренциите на продажните органи на друштвото. Тоа се фактори на пазарните движења, воопшто од стопански карактер или во рамките на одделни стопански дејности. Измената на пазарните услови во полза или штета на друштвото, секако ќе се одрази врз успехот на неговото продажно работење. Во оваа група на фактори спаѓаат: конјуктурата на пазарот, конкуренцијата, големината на пазарот, бројот на учесниците во него и други.

**Внатрешни фактори** се фактори релевантни за организацијата на продажната служба и се наоѓаат во самата неа. Во оваа група фактори спаѓаат:

- Обемот на продажбата;
- Видот на производството одделно, сериско, масовно.
- Намената на производите (за репродукција и за лична потрошувачка - дневни, периодични потреби);
- широчината и длабочината на асортиманот;
- облици и начини на продажба;
- политика на продажба кадри (квалификациона способност), заинтересираност за успех во работата и слично. Продажната служба во друштвото може да биде поставена врз:

1. централизиран и
2. децентрализиран начин.

**Под надворешна организација на продажната служба** се подразбира определување на нејзиното место во организациската шема на друштвото.

**Внатрешната организација** на продажната служба, т.е. поделбата на работата во нејзини рамки се разликува од друштво до друштво. Секое друштво настојува продажната служба организационо да ја прилагоди на конкретните услови на работа и на своите специфични потреби. На внатрешната организација влијаат следниве фактори;

- Вид и асортиман на производите;

<sup>18</sup> Јовановска-Ристевска С. И Јаќовски Б.: Економика на внатрешната трговија, Економски факултет, Скопје, 2002, стр. 170.

- Големина на друштвото;
- Кадрите, кадровската структура и сл.

Во рамките на малите друштва со работите на продажба се занимаваат мал број лица кои работат сè. Ова се однесува на природата на работите, видот на производите, деловните партнери и пазарот каде што тие се јавуваат.

Во големите друштва се врши соодветна внатрешна организација на продажната служба, со цел да се дојде до правилна поделба на работата преку која ќе се обезбеди успех во продажното работење на друштвото.

Организацијата на продажната служба, според начинот на продажба претставува продажба по разни канали на дистрибуција. Целесходноста на овој начин на работа на продажната служба се оправдува со различноста на продажната проблематика и техника по одделни канали (начини) на продажба на стоката. Така, во рамките на службата продажбата може да се јави како:

- Продажба преку деловни единици;
- Продажба преку трговски патници и продажба преку посредници.

## ■ ■ ■ Облици и начини на продажба

### Потсети се:

Кои видови на набавка разликуваш?

Која е директна, а која индиректна набавка? - Објасни ги.

Во зависност од тоа дали продавачот стапува во директен контакт со купувачот на стоката или со него контактира преку посредник се разликуваат два основни начина на продажба:

- Директна продажба и
- Продажба со помош на посредници.

Во економската литература, освен овие два вида се среќава и продажбата преку малопродажната мрежа

**Директната продажба** може да се врши во повеќе облици, во зависност од тоа кој е продавач на стоката, што е предмет на продажба и кои се купувачи на дадената стока. Се разликува:

1. продажба од складиште,
2. продажба преку трговски деловни единици,
3. продажба преку трговски патници,
4. продажба преку организирани пазари,
5. продажба преку автомат.

**1. Продажба од складиште** практикуваат производните и трговските друштва на големо. Произведената, т.е. набавената стока е сместена во складишта од кои директно се продава на купувачите. Продажбата ја вршат продажните служби на друштвата. Продажбата од складиштата се заклучува или со овластен претставник на купувачот, или со допишување

- Во зависност од тоа, дали продавачот стапува во директен контакт со купувачот на стоката или со него контактира преку посредник се разликуваат два основни начина на продажба:

- Директна продажба и
- Продажба со помош на посредници.

- Директната продажба може да се врши во повеќе облици, во зависност од тоа кој е продавач на стоката, што е предмет на продажба и кои се купувачи на дадената стока. Се разликува:

- продажба од складиште,
- продажба преку трговски деловни единици,
- продажба преку трговски патници,
- продажба преку организирани пазари,
- продажба преку автомат.

- Произведената, т.е. набавената стока е сместена во складишта од каде директно се продава на купувачите.
- Продажбата ја вршат продажните служби на друштвата.
- Продажбата на стоката од складиште се врши на еден од следниве начини:
  - Врз основа на мостра или примерок на стоката,
  - Увид на купувачот во конкретна партија на стока,
  - Врз основа на декларирани квалитет на стоката преку каталог или проспект,
  - Со повикување на официјален или интересен стандард и
  - Со повикување на производствена ознака (марка или жиг).
- Продажбата може да се врши преку трговски деловни единици кои се формираат од страна на производни и трговски друштва. Такви се:
  - стоваришта,
  - претставништва,
  - продавници.

(кореспонденција) - размена, по писмен пат, на неопходната документација (понуди, порачки, заклучници). Иницијативата за продажбата ја даваат продавачот или купувачот. Иницијативата за продажба продавачот ја дава на различни начини (понуда на стоки): со повик на купувачите преку разни средства на економската пропаганда, со посета од страна на претставник на продавачот, со праќање на писмени понуди.

Иницијативата од страна на купувачот може да започне со праќање на писмени прашалници, барање понуда, праќање на порачки и со доаѓање на претставник на купувачот во продажното одделение на продавачот.

Во продажното одделение преговарањето и заклучувањето го вршат овластени лица за тоа. Продажбата на стоката од складиште се врши на еден од следниве начини:

- Врз основа на мостра или примерок на стоката,
- Увид на купувачот во конкретна партија на стока,
- Врз основа на декларирани квалитет на стоката преку каталог или проспект,
- Со повикување на официјален или интересен стандард и
- Со повикување на производствена ознака (марка или жиг).

По заклучената продажба се врши фактурирање на испораката на стоката на договорениот начин. По приемот на извештајот за преземање на стоката од страна на купувачот и наплатата на противвредноста на истата, формално се завршува продажбата на стоката.

По заклучената продажба се врши фактурирање на испораката на стоката

**Продажба преку трговски деловни единици**, кои се формираат од страна на производни и трговски друштва. Тоа се: стоваришта, претставништва, продавници.

Стоваришта претставуваат стокови депоа кои ги отвораат производните и трговските друштва заради подобар пласман на стоката.

Трговски претставништва претставуваат издвоени делови на комерцијалната служба во друштвото, се отвораат во трговските центри, односно во подрачјата во кои друштвото работи.

Во продавниците се разликуваат следниве системи на техника за продажба на стоката:

Класичен начин на продажба,

- Самопослужување (послужи се сам, малопродажба)
- Самоизбор (останува неопходна помошта и услугата на продавачот при купување на определена стока од страна на купувачот, пример при купување на метражна стока и слично.)

**Стоваришта** се нарекуваат стоковите депоа кои ги отвораат производните и трговските друштва заради подобар пласман на стоката. Се отвораат на важните пунктови на пазарот и со нив се унапредува продажбата. Стовариштата по правило продаваат стока на големо, а надлежен орган може да дозволи и продажба на мало. Продадената стока се испорачува од стовариштето, а купувачите се упатуваат плаќањето да го извршат во полза на друштвото.

**Трговски претставништва** - се издвоени делови на комерцијалната служба во друштвото. Истите се отвораат во трговските центри, односно во подрачјата во кои друштвото работи. Трговските претставништва, покрај другото, се занимаваат со продажба на стока, а тоа е всушност еден вид продажна агенура, која донесува заклучоци во име и за сметка на своето друштво. Дирекцијата на друштвото врши испорака и наплата на продадената стока.

**Продажба на стока на мало преку сопствени продавници** - е облик на продажба, која се практикува речиси кај сите стопански друштва. Тоа е во прв ред продажба на трговските друштва на мало, но и на производните друштва во борба за освојување нови пазари за сопствените производи.



## ЗА ОНИЕ КОИ САКААТ ДА ЗНААТ ПОВЕЌЕ

Продажбата преку саеми е мошне присутна во прометот на големо. Саемиите се одржуваат во определени градови, во однапред определени места. На саемиите производните друштва во прв ред, а потоа и трговските друштва на големо, закупуваат определен простор, на кој ги уредуваат своите штандови. Последниве претставуваат изложбено и продажни места на односните друштва. Саемиите ги организираат специјални друштва за организирање саеми.

Денешниве саеми, саемиите по примероци на стока, експонати и модели на дадената стока, водат потекло од собирањето што порано се одржувале на верските празници, главно околу или во близина на црквите и манастирите.

**Продажба на стокови берзи** - берзата претставува организиран пазар, лоциран во одредена зграда, каде што според одредени правила, редовно се тргува, обично преку посредници, со определени стоки, хартии од вредност, пари и услуги. Берзата претставува неразвоен дел од пазарот и пазарното стопанство воопшто. Со оглед на специфичноста на организацијата и начинот на работење претставува значаен сегмент од чие работење и успешност зависи и успешноста на вкупниот пазар, односно пазарното стопанство.

Берзата е постојано место на тргување според строго определени правила. Честопати

берзата ја означува и зградата во која се вршат берзанските работи.

Берзата претставува постојано место за склучување на договори за продавање и тргување, купување на типизирани стоки, услуги, пари, девизи и хартии од вредност, под режим на посебни правила и со учество на овластени посредници: агенти, брокери и други. Се продава стока во големи количества, а има својство на фунгибилност (лесно заменлива) исполнува цврсти стандарди за квалитет. Оваа стока не се изложува на берзите.

**Продажба на аукции** - Аукцијата претставува облик на купопродажба со јавно наддавање, лицитација. Продажбата се врши на одредено место во присуство на голем број купувачи, при што цената се формира со лицитирање, односно наддавање. На аукциите се продава стока што е присутна на аукцијата, во аукциските складишта во индивидуално определени партии на стока. Стоката е со неизедначен квалитет.

- Пазаришта (пазари на големо) и кванташки (гросистички) пазари - се продаваат земјоделски производи.
- Продажба на мали пазарчиња (пазари на мало) - исто така, се продаваат земјоделски производи, а можат да се јават како дневни, неделни и годишни пазари.

- Трговски патник е работник или лице во друштвото, кое има задача да ги посетува купувачите и да ја продава стоката на своето друштво.
- Трговските патници можат со себе да носат само колекции на примероци од стоката што ја продаваат, односно стоковни каталози, проспекти, ценовници и слично за односната стока.
- Продажба преку каталог се врши преку специјално уредени книги, во кои по ред се наведени стоките што одделни фирми ги нудат за продажба, со нужни податоци: слики, цртежи, важни карактеристики на производот, со намена и начин на употреба на производот, цените и условите за продажба.



Илустрација 11

Продажба преку автомат

Покрај пласманот на стоката, отворањето на продавници има за цел воспоставување директни контакти со крајните потрошувачи на стоката, а служат и како ефикасно пропагандно средство. Во овие продавници се разликуваат следниве системи на техника за продажба на стоката:

Класичен начин на продажба,

- Самопослужување (послужи се сам, малопродажба)
- Самоизбор (останува неопходна помошта и услугата на продавачот при купување на определена стока од страна на купувачот, пример при купување на метражна стока и слично.)

**Продажба преку трговски патници** - Трговски патник е работник или лице во друштвото, кое има задача да ги посетува купувачите и да ја продава стоката на своето друштво. Во согласност со постојните законски прописи, трговските патници можат со себе да носат само колекции на примероци од стоката што ја продаваат, односно стоковни каталози, проспекти, ценовници и слично, за односната стока. За својата организација трговскиот патник врши и соодветни истражувања на пазарот и за тоа доставува извештаи. Такви извештаи тој е должен да достави и за секоја склучена купопродажна работа.

**Продажба преку каталог** - продажбата се врши преку специјално уредени книги, во кои по ред се наведени стоките што одделни фирми ги нудат за продажба, со нужни податоци: слики, цртежи, важни карактеристики на производот, со намена и начин на употреба на производот, цените и условите за продажба. Заинтересираните купувачи со посредство на каталогот се информираат и вршат порачки на саканите стоки, со плаќање однапред заедно со порачката или по преземањето на стоката (во зависност од поставените услови во каталогот). Каталогот има и карактер на реклама.

**Продажба преку организирани пазари** - е онаа продажба што се врши на пазари, т.е. на места на кои на посебно организиран начин, што не е карактеристичен за другите видови пазари, доаѓа до среќавање на продавачите и на купувачите. Најпознати такви пазари се: саемите, берзите и аукциите.

**Продажба преку автомати** - уреди кои по наредба на купувачот ја издаваат стоката. Освен издавањето стока, тие вршат и некои дополнителни работи: ладење на јадења и пијалаци, греење, правење јадења и пијалаци, издавање прибор за јадење (чаши и хартиени чинии). Автоматите вршат и некои манипулации со парите (враќање на кауција за вратената амбалажа, раситнување на пари), а и вршење на менувачки работи (менување на странски валути).

Во зависност од видот на производите што се продаваат, се прави разлика меѓу: автомати за продажба на цигари, на бонбони, на чоколада, на животни намирници и на пијалаци. Автоматите обично се лоцираат на прометни улици и раскрсници, во големи друштва и установи, во ресторани, кантини, на железнички станици, автобуски и на метро станици, по бензински пумпи и на други места.

## ■ ■ ■ Поим и значење на пропагирање на продажбата

Пропагандата претставува планско и систематско соопштување од страна на друштвата (производни, трговски и сл.) преку одредени средства за своите производи и услуги заради запознавање, влијание и придобивање на што повеќе купувачи.

Пропагирањето на продажбата се јавува како активност на друштвото преку која воспоставува контакт со корисниците на нејзините производи и услуги, со цел да се добијат соодветни сознанија за друштвото и за производите, односно услугите, што ги нуди на пазарот на продажбата.

Пропагандата треба да се заснива врз одредени принципи: вистинитост, објективност, лојалност и економичност. Целта на информирањето е кај корисниците да се создаде убедување за целисходноста од купување на производот или услугата што се предмет на пропагандата, и, врз основа на тоа, тие да донесат одлука за купување на пропагираниот производ, односно услуга. Значи, пропагирањето на продажбата има за задача не само да ги информира купувачите, односно потрошувачите туку и да ги убедува. Оваа убедувачка улога на пропагирањето најчесто се критикува, бидејќи таа, на извесен начин, ја ограничува слободата на купувачот, односно потрошувачот, по однос на донесување на одлука за да купи или да не купи соодветен производ, да користи или да не корист соодветна услуга. Меѓутоа, од друга страна, пропагирањето на продажбата е мошне поволно за купувачите, односно потрошувачите, бидејќи преку него тие се запознаваат што се им стои на располагање како производ или услуга со чие купување и трошење тие можат да задоволат свои определени потреби и под какви услови тие можат односниот производ или услуга да го купат.

Производството и потрошувачката се разделени. Тие се поврзуваат преку размената. Заради тоа се јавува потреба од информирање на потрошувачите за да се запознаат со се она што им стои на располагање и купување. Оттука се нужните трошоците за пропаганда на продажбата, како форма на информирање на потрошувачите.

Како една од формите за информирање на потрошувачите е промоцијата на производите.

Промоцијата произлегува од широката лепеза на облици кои опфаќаат од една страна убедување на потрошувачите, а од друга страна и вкупниот систем и процес на комуницирање меѓу производителот и потрошувачите и превземање на некои активности чија цел е да се создаде поволно мислење за производите за зголемена продажба.<sup>19</sup>



**Илустрација 12**  
Промоција на продажба  
(Sales promotion)

- Продажба преку организирани пазари е онаа продажба што се врши на места на кои на посебно организиран начин, што не е карактеристичен за другите видови пазари, доаѓа до среќавање на продавачите и на купувачите.
- Најпознати организирани видови пазари се:
  - саемите,
  - берзите и
  - аукциите.
- Автомати претставуваат уреди, кои по наредба на купувачот ја издаваат стоката.
- Продажба со помош на посредник се врши преку:
  - Трговски агенции и друштва,
  - Посреднички агенции и друштва и
  - Комисиони агенции и друштва.
- Пропагирањето на продажбата претставува планско и систематско соопштување од страна на друштвата, преку одредени средства за своите производи и услуги заради запознавање, влијание и придобивање на што повеќе купувачи.

<sup>19</sup> Јаќовски Б., Јовановски П., Јовановска С., Маркетинг и услужни дејности, Скопје, 2006.

- Пропагирањето на продажбата се јавува како активност на друштвото со помош на кое таа воспоставува контакт со корисниците на нејзините производи и услуги, со цел да се добијат соодветни сознанија за односот друштво и за производите, односно услугите, што таа ги нуди на пазарот на продажбата. Пропагандата треба да се заснова врз одредени принципи:
  - вистинитост,
  - објективност,
  - лојалност и
  - економичност.
- Целта на информирањето е кај корисниците да се создаде убедување за целисходноста од купување на производот или услугата што се предмет на пропагандата, и врз основа на тоа, да донесат одлука за купување на пропагираниот производ, односно услуга.
- Пропагирањето на продажбата има за задача не само да ги информира купувачите, односно потрошувачите туку и да ги убедува.

## ■ ■ ■ Средства на економската пропаганда

Средствата на економската пропаганда можат да се групираат на следниов начин:

- Огласи;
- Деловно - пропагандни средства;
- Директни пропагандни средства;
- Репрезентативни пропагандни средства; надворешни пропагандни средства;
- Акустични пропагандни средства и
- Останати

**Огласот е** еден од најчесто користените средства на економската пропаганда. Се смета дека од сите пропагандни средства, во поглед на трошоците, близу половината отпаѓаат на огласите (50-70% од трошоците). Како елементи на огласот се сметаат: насловот, илустрацијата, фотографијата и сл. Степенот на видливоста на огласот, зависи на кое место се наоѓа во весниците.

Во **деловно пропагандни средства** спаѓаат низа обрасци кои друштвото ги користи во контактите со други друштва, странки и сл. Во овие пропагандни средства спаѓаат :

- Деловни писма и меморандуми;
- Пликови;
- Заклучници
- Деловни карти (визит карти на друштвото);
- Ценовници и сл.

Основна намена на овие пропагандни средства е да се создаде повољно мислење за друштвото, со едновремено давање на определени информации (број на телефон, адреси и сл.)

**Директни пропагандни средства** - се оние средства со кои се настојува да се пропагира кај секој учесник во определен избран сегмент. Основни директни пропагандни средства се :

- Пропагандно писмо;
- Пропагандна дописница;
- Леток;
- Проспект;
- Каталог;
- Сопствено гласило (весник и друго).

Овие средства се користат за целосно информирање на потрошувачите во даден сегмент, но нивната примена е релативно ограничена бидејќи директното комуницирање бара познавање адреси, поголеми трошоци и сл.

**Репрезентативни пропагандни средства се** - оние кои се даваат бесплатно од страна на друштвото:

- Календари;
- Нотеси, телефонски именици;
- честитки и сл.

Во нашата практика споменатите пропагандни средства се мошне раширени, а често се подложни и на општествена критика. Тоа произлегува од фактот што како репрезентативни средства се употребуваат скапи предмети, кои немаат никаква причинска врска со производите на друштвото.

**Надворешни пропагандни средства** - се такви средства со кои се пропагира друштвото или некој негов производ, со поставување на видливи места за да го потсетуваат купувачот на некој производ, или пак на некоја негова особина. Овие средства се многубројни:

- плакати;
- пропагандни паноа;
- светлосни реклами и сл.

**Проекциони пропагандни средства** - се оние средства кои служат за проектирање во кината, на јавни места, во изложбите итн. Овие пропагандни средства доживуваат целосна афирмација во денешниве услови.

**Акустични пропагандни средства** - се оние кои служат за комуницирање преку радио и различни станици. Тука се вбројуваат специјални грамофонски плочи, ленти и др.

Додека **медиумите** се преносители на пропагандната порака. Медиум на економската пропаганда, всушност претставува средство за пренесување до аудиторумот.

**Весниците** - се сигурно најмногу користен медиум, заради тоа што покрива широко подрачје и територијално и во поголем број потрошувачи, со релативно пониски трошоци од другите масовни медиуми.

**Списанијата** - се различни медиуми кои се одликуваат со тоа што економско пропагандната порака, за разлика од весниците, има поголем век на траење.

**Радиото** - за разлика од весниците и списанијата, како масовен медиум не е поврзан со можноста и потребата пропагандната порака визуелно да се прими и да се прочита, туку само способност да се слушне.

**Телевизијата** - има посебно значење во економската пропаганда, бидејќи како специфичен медиум може да оствари силна импресија кај потрошувачите со комбинација на звук, слика, боја и др.



Илустрација 13 Репрезентативни пропагандни средства



## ЗА ОНИЕ КОИ САКААТ ДА ЗНААТ ПОВЕЌЕ

**Економската пропаганда и рекламата** - се поими кои најчесто се употребуваат за одбележување на пропагандната акција што ја презема друштвото. Рекламата, која историски претходи на економската пропаганда, по пат на извikuвање на вистинити и невистинити аргументи за квалитетот на производот или услугата што се пропагира, настојува да ја зголеми

продажбата. Економската пропаганда настојува да го постигне тоа со изнесување на вистинити аргументи за производот (услугата) што ја пропагира, како и со користење на побројни и поразновидни акустични, визуелни и др. средства и начини за доставување на пропагандна порака од оној субјект на кој му е таа наменета.

## ■ ■ ■ Начини на деловно комуницирање

### Понуда, прифаќање на понуда и порачка

**Понуда** претставува количество стоки и услуги што производителите ги нудат за продажба во одредено време, на одреден пазар и одредена цена.

Понудата на пазарот ја представува количината на производи и услуги кои производителите сакаат и можат да ја продадат за определен период под одредени услови.<sup>20</sup> Понудата ја претставува страната на производството. Меѓутоа, таа не е сосема идентична со него. Обемот на понудата го опфаќа само оној дел на производството што добива стокерна форма, т.е. што се продава.

Контактирањето на друштвото - продавач со друштвото - купувач, односно потрошувач, претставува активност со која практично започнува процесот на непосредно извршување на продажбата. Наведениот контакт се врши на начин сличен на набавното работење. Така, на пример, кога се работи за продажба, иницијатива за воспоставување на контактот најчесто потекнува од продавачот. Особено тоа е случај кога се врши продажба на големо, додека на продажбата на мало е можна и иницијатива од страна на купувачот.

Продавачот влегува во контакт со купувачот (потрошувачот) на директен начин, т.е. со испраќање на свои претставници до купувачот, на индиректен начин - со испраќање на понуда проследена со соодветен информативно - пропаганден материјал (ценовници, проспекти, каталози и сл.) и со среќавање на организирани пазарни манифестации (саеми и сл.). Продавачот најчесто се обраќа до купувачот, односно потрошувачот, со испраќање на понуда. Таков документ, по правило, се доставува и кога се работи за директно контактирање и за контактирање што е остварено на организирани пазари. Понуди за соодветна продажба треба да се испратат најмалку до три купувачи, односно потрошувачи.

Секоја понуда, по правило ги содржи следниве работи: количеството и квалитетот на стоката што се продава, цена на таа стока, рок на испорака и рок на плаќање на стоката, како и некои други посебни, услови неопходни за продажба на односната стока. Таа треба да биде стручно составена, да

<sup>20</sup> Темјановски Р., Применета Економија, Скопје, 2008, стр. 122.



Илустрација 14

Кога се работи за продажба, иницијатива за воспоставување на контактот најчесто потекнува од продавачот. Особено тоа е случај кога се врши продажба на големо, додека на продажбата на мало е можна и иницијатива од страна на купувачот.

Понуда, по правило, се доставува и кога се работи за директно контактирање и за контактирање што е остварено на организирани пазари. Понуди за соодветна продажба треба да се испратат најмалку до три купувачи, односно потрошувачи.

биде јасна, прецизна, едноставна, разбирлива, логична и сл.

Откако ќе се воспостави контакт помеѓу продавачот и купувачот, помеѓу нив започнува процесот на договарање, процес кој завршува со склучување на договор за продажба. Меѓутоа, треба да се одбележи дека секој контакт помеѓу продавачот и купувачот, не мора да се врши на ваков начин. Имено, контактот може да биде воспоставен и со испраќање на документот **порачка** од страна на купувачот до соодветен продавач. Тоа е случај кога купувачот веќе одржува определени деловни односи со соодветен продавач и кога тој има сознание дека односниот продавач располага со материјални добра што нему му се неопходни, продава во услови што за него се прифатливи.

**Порачката**, претставува активност на купувачот со која тој обезбедува набавка на некоја стока или услуга од определен производител или трговско друштво.

Порачката може да биде во усна или писмена форма. Обично таа содржи и определени услови на пример: за плаќање, начин на испорака, рок на испорака и слично.

Додека кај набавката процесот започнува со поттикнување на иницијативата за воспоставување на контакт помеѓу друштвото што набавува, односно купувач и друштвото што добавува, односно продава материјални добра или услуги. Од аспект на набавката, купувачот поттикнува иницијатива за воспоставување на контакт за започнување на преговори со продавачот, користејќи еден од следниве начини:

- испраќање на прашалник, порачка до продавачот;
- средби со продавачот на организирани пазари (саеми и сл.);
- други начини.

Најчест случај е купувачот да се обраќа до соодветен продавач по пат на испраќање на прашалник или по пат на порачка. Прашалник се испраќа на продавач, што не му е доволно познат на купувачот, а порачка на оној што е познат, кој веќе бил деловен партнер, за кој се знае со сигурност дека располага со она што купувачот сака да го купи и под услови што нему му одговараат. Како одговор на испратениот прашалник, продавачот испраќа понуда.

Понудата се јавува како мошне значаен документ, како документ со кој се воспоставуваат деловни односи помеѓу купувачите и продавачите. Со давање на понудата, понудувачот однапред дава своја согласност за условите што се содржани во неа, така што нејзиното евентуално прифаќање од страна на понуденото лице доведува до склучување на договор. Понудата и нејзиното прифаќање доведуваат до склучување на договори, така што може да се каже дека договорот претставува прифаќање на понуда.

**Прифаќање на понуда** - Прифаќањето на понудата претставува изјава на волјата на понудениот, со која тој целосно ја прифаќа понудата на понудувачот за склучување на договор. Прифаќањето на понудата уште се вика и прием, согласност, усвојување на понудата. Изјавата на едно лице што претставува одговор на понуденото лице на понудата на понудувачот, треба да ги исполнува следниве услови: да биде дадена од понудениот или од неговиот застапник; по својата содржина напълно да одговара на

- Секоја понуда, по правило ги содржи следниве елементи:
  - количеството и квалитетот на стоката што се продава,
  - цена на таа стока,
  - рок на испорака
  - рок на плаќање на стоката,
  - како и некои други посебни, услови неопходни за продажба на односната стока.

- Откако ќе се воспостави контакт помеѓу продавачот и купувачот, помеѓу нив започнува процесот на договарање, процес кој најчесто завршува со склучување на договор за продажба.

- Порачката претставува активност на купувачот

- Порачката може да биде во усна или писмена форма.

- Обично порачката содржи определени услови на пример:
  - за плаќање,
  - начин на испорака и
  - рок на испорака.



Илустрација 15 Деловни писма



**Илустрација 16**  
Договор

- Прифаќањето на понудата претставува изјава на волјата на понудениот, со која тој целосно ја прифаќа понудата.
- По прифаќањето на понудата следи склучување на купопродажен договор.
- Прифаќањето на понудата, треба да ги исполнува следниве услови :
  - треба да биде дадена од понудениот или од неговиот застапник;
  - по својата содржина напoлно да одговара на понудата;
  - да содржи јасно и сериозно изразена волја на понуденото лице дека сака да склучи договор според условите содржани во понудата;
  - прифаќањето на понудата навреме да пристигне кај понудувачот.
- Ако понудениот изјави дека ја прифаќа понудата и истовремено предложи таа да се измени или дополни во нешто, се смета дека понудата ја одбил.

понудата; да содржи јасно и сериозно изразена волја на понуденото лице дека сака да склучи договор, според условите содржани во понудата; прифаќањето на понудата навреме да пристигне кај понудувачот.

Прифаќањето на понудата од страна на понудениот треба да биде целосно, така како што е дадено во понудата. Ако понудениот, изјави дека ја прифаќа понудата и истовремено предложи таа да се измени или дополни во нешто, се смета дека понудата ја одбил и дека од своја страна му направил друга понуда на својот поранешен понудувач. Одговорот за прифаќање на понудата на понудениот треба да пристигне навреме. И прифаќањето на понуда претставува изјава на волја. Тоа може да се стори на разни начини:

- непосредни и
- посредни.

Во непосредни начини на прифаќање на понудата спаѓаат изјави на волја сторени со зборови, писмено, со употреба на други средства на комуницирање (телефон итн.), или со општо прифатени знаци (давање капар и сл.).

И со посредни начини може да се изрази прифаќање на понудата. За да се изрази прифаќањето на понудата на посреден начин, потребно е од однесувањето на понудениот со сигурност да се заклучи дека ја прифатил понудата, односно дека се согласил да склучи договор. Но, ако од поведението на понудениот би можело да се заклучи нешто друго, тогаш тоа не би претставувало прифаќање на понудата. Така, ако едно лице му предаде определен предмет в раце, за да го види нудејќи му го на продажба, тогаш од тоа не може со сигурност да се заклучи дека понудениот се согласил да го купи предметот. Но, ако понудениот по извршениот преглед го стави во торба, тогаш од ова негово дејствие може да се заклучи дека сака да го купи.

### ■ ■ ■ Купопродажен договор

Купопродажбата претставува однос помеѓу купувач и продавач што се регулира со договор, со кој продавачот се обврзува уредно да му предаде на купувачот стока, на него да го пренесе правото на сопственост, а од друга страна купувачот презема обврска да ја прими и да му ја плати на продавачот договорената цена. Договорот може да се склучи во писмена форма, усно, преку полномошници и слично.

Договорот за купопродажба се смета дека е склучен кога на писмениот образец на договорот, странките што се договараат ги ставиле своите потписи. Вообичаено е договорот за купопродажба да се смета дека е склучен, ако странките се спогодиле за битните елементи на договорот. Како битни елементи на договорот се сметаат следниве:

- количеството;
- видот и цената на стоката што е предмет на договорот;
- начинот на испораката на стоката;
- времето на испораката;
- начинот на пакувањето на стоката;

- начинот на плаќањето на договорената цена и слично.

**Количеството на стоката** се изразува: во број на парчиња, килограми, метар, во транспортни средства, со приближно определување (од - до, цирка) паушално (ѓутуре).

**Видот на стоката** - се определува: со употреба на вообичаени називи на стоките, со наведен асортиман, со назначен квалитет на стоката, и сл.

Квалитет на стоката - се определува:

- по пат на спецификација (детален опис на физичките и структуралните особености на стоката);
- по пат на примерок кој мора да биде репрезентативен);
- по пат на стандард;
- со користење на вообичаени изрази за квалитетот;
- со назначување на заштитен белег (знак, со кој се одбележува потеклото и оригиналноста на производот).

**Цената на стоката** - се определува како :

- цена која се плаќа во зависност од условите на пазарот каде се пласира стоката
- цена за стока без амбалажа, т.е. со бесплатна амбалажа;
- цена на стока со наплатива амбалажа;
- цена со транспортни клаузули и сл.

**Начин на испорака** - се определува со назначување на видот на превозното средство со кое ќе се транспортира стоката и со определување на патот на нејзиното транспортирање.

**Времето на испораката** - се определува како:

- промтно - кога испораката веднаш, брзо или итно треба да се изврши;
- терминско - кога испораката се извршува во рок подолг од осум денови.

**Местото на испораката** - се определува:

- со назначување на местото на испораката или
- со користење на транспортни клаузули.

**Плаќањето на куповната цена** - се определува со назначување на времето, местото и начинот на плаќање (готовинско или безготовинско плаќање).

Склучувањето на договорот за продажба на стока настанува со понуда и со прифаќање на понудата. За да се склучи договорот, важно е понудата како предлог за склучување на договорот за продажба на стока со определено лице да ги содржи сите битни, суштествени елементи на договорот и да е направена со намера да се склучи договорот за продажба на стоки.

Во врска со склучување на договорот за продажба на стока од посебна важност се правилата кои се однесуваат на моментот на склучување на договорот, местото на склучување на договорот, начин на склучување на договорот, како и формата.



**Илустрација 17**

Купопродажен договор

- Купопродажбата претставува однос помеѓу купувач и продавач.
- Со купопродажниот договор продавачот се обврзува:
  - на купувачот уредно да му предаде стока,
  - правото на сопственост да го пренесе на купувачот,
- Со купопродажниот договор купувачот презема обврска да:
  - ја прими и
  - да му ја плати на продавачот договорената цена.
- Договорот може да се склучи во:
  - писмена форма,
  - усно,
  - преку полномошници и слично.
- Договорот за купопродажба се смета дека е склучен кога на писмениот образец на договорот странките ги ставиле своите потписи.
- Битните елементи на КУПО-ПРОДАЖНИОТ договор се:
  - количеството;
  - видот и цената на стоката што е предмет на договорот;
  - начинот на испораката на стоката;
  - времето на испораката;
  - начинот на пакување на стоката;
  - начинот на плаќањето на договорената цена и слично.



**Илустрација 18**

Потпишување на купопродажен договор

- Продавачот најчесто има обврска стоката да му ја достави на купувачот или да му ја испрати во местото на определувањето.
- Испраќањето на стоката продавачот најчесто го врши, преку посебна испратна служба, обично организирана во состав на складиштата и главно опфаќа:
  - пакување на стоката за испраќање,
  - товарање,
  - превоз,
  - истоварување и
  - предавање на стоката на купувачот.
- Фактурата претставува сметка за продадена стока или извршена услуга,

Денеска е многу честа појавата, општите услови за заклучување на договорите однапред да се отпечатени на посебни формулари, така што обично продавачот однапред ги определува условите под кои се согласува да изврши продажба на своите производи.

Договор за продажба на стока, во современи услови, често се склучува со користење на современи средства за комуницирање: електронски, телефон, телеграма и слично.

Договорите склучени преку телефон се докажуваат со разни доказни средства: со писмено потврдување на разговорот, со сведочење итн.

Кога за договорот за продажба на стока е предвидена писмена форма, договорот се смета за склучен кога во писмениот состав на договорот се внесени неговите битни елементи односно стоката и нејзината цена и кога договорот во писмена форма е потпишан од продавачот и купувачот или од нивните полномошници.

### ■ ■ ■ Испратница, приемница и фактура

Доколку во договорот за купопродажба е предвидено или доколку тоа произлегува од трговските обичаи, продавачот има обврска стоката да му ја достави на купувачот или да му ја испрати во местото на определувањето. Испраќањето го врши, обично посебна испратна служба што обично е организирана во состав на складиштата и главно опфаќа: пакување на стоката за испраќање, товарање, превоз, истоварување и предавање на спакуваната стока на купувачот. Стоката се пакува, се превезува и се предава врз основа на **испратница** што ја издава продажната служба на друштвото. Во испратницата, обично се означува и начинот на испраќањето.

**Фактурата** - претставува сметка за продадена стока или извршена услуга, што продавачот му ја дава на купувачот, во која се назначени количеството и цената на продадената стока или извршената услуга, па и условите за плаќање.

Фактурата претставува документ (исправа) што продавачот му ја доставува на купувачот за продадената стока. Бидејќи, договорот за продажба на стока се склучува по правило усно, фактурата обично е првиот писмен акт за договорот што ги содржи условите под кои што е склучен договорот за продажба, а посебно условите за плаќањето.

Откако ќе ја испорача продадената стока, односно договорената услуга се испраќа фактура до купувачот. На купувачот му останува само обврската да ја плати фактурираната вредност за испорачаната стока т.е. за извршената услуга. Купувачот, од своја страна, треба да ја прифати испораката и доколку нема забелешки по однос на неа, по приемот на фактурата од продавачот, треба да изврши уплата на фактурираната сума. Доколку, пак, купувачот има извесни забелешки по однос на испораката или по однос на фактурираната вредност, тој ќе ја изврши исплатата на таа вредност дури по отстранувањето на пропустите што ги направил продавачот. За тие пропусти купувачот треба благовремено да го извести продавачот.

Купувачот врши исплата врз основа на пристигнатата фактура, бидејќи со овој документ се врши дефинитивна пресметка на сите трошоци што

настанале во врска со извршувањето на договорената продажна работа помеѓу продавачот и купувачот.

Фактурата содржи:

- ознака на друштвото или името на купувачот и на продавачот и нивната адреса;
- назив „фактура“ или „сметка“
- дата на издавањето;
- вид, име и количество на стоката;
- цена;
- место;
- начин и рок на испорака на стоката;
- рок и начин на плаќањето на цената;
- потпис на продавачот или на лицето овластено да потпишува.

Во фактурата можат да се внесат и некои други податоци и услови на договорот, особено оние што се однесуваат на плаќање на цената.

Доставувањето на фактурата има за цел, не само да му го соопшти конечниот износ на купувачот што тој треба да го плати, туку и елементите и факторите што довеле до конечниот износ, како на должникот би му дале можност да го провери конечниот износ.

## ■ ■ ■ Комисиски записник

Договореното количество и квалитет на стока (услуга) купувачот може да ја преземе од магацинот на продавачот или, пак, од друго место што е однапред договорено. Без оглед на кој начин купувачот ја презема договорената стока од продавачот, при нејзиното преземање мора да се изврши квантитативна и квалитативна, контрола на стоката, а евентуално, и контрола на некои други договорени услови за испорака.

Во помалите трговски и производни друштва, како и во случаите кога се набавуваат помали количества на стоки, контролата при преземањето на договорените и испорачаните стоки ја спроведува магационерот. Додека, во поголемите друштва се формира посебна служба за извршување на количествената контрола и на контрола на квалитетот. Најдобро е таа служба да биде самостојна, бидејќи нејзиното вклучување во набавната или во друга служба создава можности необјективно да се извршува контролата. Комисија се формира во оние случаи кога не постои посебна служба за контрола во друштвата, како и во оние случаи кога постои сомневање или кога се забележува дека пристигнатата испорака забележително отстапува од договореното.

Своите наоди комисијата ги изнесува во комисиски записник. Ваков комисиски записник се составува и во случај кога договорената стока се презема од магацинот на продавачот или во магацинот на купувачот без присуство на продавачот. Исто така ваков записник се прави и во случаи кога стоката треба да ја преземат превозникот или шпедитерот, а тие не дале потврда за утврденото количество.

- Продавачот фактурата му ја дава на купувачот.
- Во фактурата се назначени количеството и цената на продадената стока или извршената услуга, па и условите на плаќање.
- Договорот за продажба на стока по правило се склучува усно, фактурата обично е првиот писмен акт.
- Купувачот врши исплата врз основа на пристигнатата фактура.
- Со ФАКТУРАТА се врши дефинитивна пресметка на сите трошоци што настанале во врска со извршувањето на договорената продажна работа помеѓу продавачот и купувачот.

- Наодите од контролата на стоката, комисијата ги изнесува во комисиски записник.
- Комисиски записник се составува и во случај кога договорената стока се презема од магацинот на продавачот или во магацинот на купувачот без присуство на продавачот.
- Комисиски записник се составува и во случаи кога стоката треба да ја преземат превозникот или шпедитерот, а тие не дале потврда за утврденото количество.

## ■ ■ ■ Рекламации

Рекламацијата претставува приговор за неизвршени договорни обврски. Рекламацијата е приговор од купецот на продавачот во врска со квалитетот, количеството и други забелешки во однос на продажбата и испораката на стоката.

### Рекламации за количеството

По составувањето на комисискиот записник во кој е констатирано дека постои разлика помеѓу испорачаното и применото количество на стока, купувачот треба да поднесе рекламација до продавачот. Таа треба да се поднесе веднаш по приемот (до 8 дена). Рокот на рекламацијата може во договорот за купопродажба да биде договорен и поинаку.

Рекламацијата може да биде упатена на повеќе начини (усно, по телефон, писмено). Најсигурно е со препорачано писмо.

Доколку се констатира разлика помеѓу постигнатото и фактурираното количество, купувачот може да бара:

- да му се испорача дополнително разликата;
- да не се фактурира вредноста на тие стоки;
- да му се стави стоката на располагање на добавувачот. (Во практиката стоката му се остава на располагање кога таа претставува една целина. На пример, ако недостасува некој дел од гарнитура на сервис или елементи од стоката итн.)

Во случаи кога е испорачано поголемо количество стока од договореното, купувачот може да бира:

- да ја задржи разликата и таа да му биде фактурирана;
- да му ја стави стоката на располагање.

При решавањето на рекламациите во интерес на добри деловни односи, добавувачот и купувачот треба да изнајдат најпогодно решение, што ќе одговара на интересите на двете странки. Доколку пак дојде до спор, тој се решава од надлежниот суд определено во договорот за купопродажба.

### Рекламации за квалитет

Со поднесување на рекламацијата купувачот се здобива со право за надомест на претрпената штета. Рекламацијата се поднесува на ист начин како и рекламацијата за количеството на стоката. Со рекламацијата се поднесува комисиски записник.

Граф. 9 Видови рекламации



- Рекламацијата претставува приговор за неизвршени договорни обврски.
- Рекламацијата е приговор од купецот на продавачот во врска со:
  - квалитетот на стоката,
  - количеството на стоката,
  - други забелешки во однос на продажбата и испораката на стоката.
- По составувањето на комисискиот записник, купувачот треба да поднесе рекламација до продавачот.
- Рекламацијата треба да се поднесе веднаш по приемот (до 8 дена).
- Рекламацијата може да биде:
  - рекламација за квантитет и
  - рекламација за квалитет.
- Доколку се констатира разлика помеѓу постигнатото и фактурираното количество, купувачот може да бара:
  - разликата дополнително да му се испорача;
  - да не се фактурира вредноста на тие стоки;
  - стоката да му се стави на располагање на добавувачот.

При контролата на квалитетот, ако се констатира отстапување во однос на она што е договорено и се толерира (2-5%), купувачот може да пристапи на еден од следниве начини:

1. да побара дополнителна испорака на стока со договорен квалитет;
2. да ја преземе испорачаната стока под услов да му се одобри намалување на цената;
3. да бара од продавачот да ги отстрани констатираните недостатоци во квалитетот на испорачаната стока доколку такво нешто е можно.

Купувачот мора да води сметка за начинот на кој ја доставува рекламацијата и на роковите во рамките на кои треба да ја достави. Купувачот има право и на надомест на претрпената загуба. Во случај на раскинување на договорот, т.е. во случај кога стоката му се става на располагање на продавачот, купувачот е должен да ја чува од секакво оштетување и расипување.

### ■ ■ ■ Евиденција на продажбата

**Потсети се:**

Што представува евиденцијата на набавката?

Кои видови на евиденција се водат, при набавното работење?

Со цел да се обезбедат потребните податоци од областа на продажното работење, продажната служба на друштвото води различни видови евиденција. Во нив систематски се средуваат податоци во натурални и вредносни показатели. Со обработка на конечните податоци за продажното работење во една деловна година, во вид на разни анализи на истите, се даваат реални можности на органите на управувањето во друштвото правилно да ги постават правците и насоките на продажната политика во наредниот деловен период.

**Граф. 10** Видови евиденција на продажбата од страна на продажната служба



**Илустрација 19**

Утврдување на количество

- Во случаи кога е испорачано поголемо количество стока од договореното, купувачот може да бира:
  - да ја задржи разликата и таа да му биде фактурирана;
  - да му ја стави стоката на располагање.
- Купувачот мора да води сметка за:
  - начинот на кој ја доставува рекламацијата;
  - сроковите во кои треба да ја достави.

- Продажната служба на друштвото води различни видови евиденција.
- Со евиденцијата од страна на продажната служба систематски се средуваат податоците во натурални и вредносни показатели.
- Со евиденцијата се врши обработка на конечните податоци за продажното работење во една деловна година.
- Евиденцијата на продажбата може да се евидентира преку:
  - Евидентирање на продажбата според производи;
  - Според категорија на купувачи;
  - Според продажни реони;
  - Според облици и начини на продажба;
  - Според временски периоди

Во друштвото, во врска со продажбата на стоката, се водат следниве видови евиденција:

**1. Евиденција на движењето на продажбата** - основни извори на податоци за евидентирање на движењето на продажбата, во прометот на големо се излезните фактури, а во прометот на мало извештаите на продажните пунктови. Врз основа на нив реализираната продажба може да се евидентира преку:

- Евидентирање на продажбата според производи;
- Според категорија на купувачи;
- Според продажни реони;
- Според облици и начини на продажба;
- Според временски периоди.

**2. Евиденција на купувачите** - ја вршат претпријатијата кои се занимаваат со продажба на стоки на големо. Таа се води на картон на купувачот, кој ги содржи следниве податоци:

- Назив, место и адреса на купувачот;
- Забелешки од досегашниот контакт со купувачот;

**3. Евиденција на стоката** - се изразува со помош на:

- количество на стока на залиха,
- комерцијални карактеристики на стоката и сл.

**4. Евиденција на продажните цени** - обезбедува преглед на движењето на сопствените продажни цени, за да се споредат со движењата на пазарните цени на односните производи. Податоците се црпат од склучените договори со купувачите.

**5. Евиденција на рекламациите од купувачите** - хронолошки се евидентираат на начин кој ги обезбедува податоците:

- кој рекламира;
- на што се жали купувачот и кои се неговите аргументи
- кога е примена рекламацијата и како е решена.

**6. Евиденција на фактури и нивна наплата** - е еден вид на регистер на излезни фактури со податоци за нивна наплата. Служи во продажбата на големо како извор на податоци за дневно движење на продажбата, а во трговијата на мало се составуваат Дневни извештаи за извршениот пазар.

**7. Евиденција на порачката (договорот) и неговото извршување** - се води по продажни реферати во вид на хронолошки попис на примените порачки или заклучените договори за продажба, евиденцијата ги содржи следниве податоци:

- Каде и од кого е примена порачката, односно со кого е заклучен договорот;
- Каде, на кој начин, кој вид и количина стока е испратена.

**8. Евиденција на извршувањето на планот на продажба** - колку е основниот план на продажба подетално разработен, толку и оваа евиденција повеќе се компликува. Најчесто тоа е збирна евиденција на главни производи за продажба, која во однос на планот дава месечни прикази за заклучените и испорачани количества на стоки.

Таб. 2 Видови евиденција на продажното работење од страна на продажната служба

Евиденција на движење на продажба	Евиденција на купувачите	Евиденција на стоки	Евиденција на продажни цени	Евиденција на рекламации	Евиденција на фактури	Евиденција на порачки	Евиденција на извршување на планот на продажба
Излезни фактури	Назив, место и адреса на купувачот	Количина стоки на залиха	Движење на сопствените цени	Кој рекламира	Дневни движења на фактурите	Од кого е пратена порачката	Месечни прикази за заклучување на испорака
Извештаи на продажни пунктови	Забелешки од досегашни контакти	Комерцијални карактеристики на стоките	Споредба со пазарни цени	На што се жали	Месечни движења на фактурите	Каде и кој вид е испорачаната стоката	Месечен приказ за испорачани количества

Покрај наведените, можат да се водат и други видови евиденција на продажбата, како на пример, евиденција на трошоците при продажбата на дадените понуди, или извршувањето на планот на економската пропаганда.

Која од наведените евиденции и на кој начин ќе се води одлучуваат самите продажни служби во друштвото, во зависност од потребите и условите од работењето.



**Илустрација 20** Анализа на продажно работење

- Анализата на продажното работење претставува процес на расчленување на целината на продажното работење.
- Анализата на продажното работење претставува таква постапка, преку која може да се добие што подобра претстава за успешност, односно неуспешност, во извршувањето на задачите на продажбата.

## Анализа на продажното работење

Што претставува анализата на набавното работење?

Што се е потребно за вршење на анализа на набавното работење?

Анализата на продажното работење претставува процес на расчленување на целината на продажното работење, со цел преку таквата постапка да се добие што подобра претстава за успешност, односно неуспешност, во извршувањето на задачите на продажбата.

Еден од постојаните настојувања на трговското друштво е подобрување на работењето. Првиот чекор кон тоа е актуелната состојба и проценка на тенденцијата на движење, која од неа можат во блиска и далечна иднина да се очекуваат. Со овие проблеми се занимава анализата на работењето.

Задачата на анализата е да ги осознае (да дојде до заклучоци) за квантитативните и квалитативните резултати од работењето на друштвото, а потоа да ги утврди факторите чие дејство ја условило појавата на таквите состојби, како и да дава препораки кои ќе водат кон унапредување на работата. За вршење на анализата е потребно:

1. да се располага со добра евиденција на работењето;
2. да се располага со стручни кадри за овие работи;
3. правилно да се одбере методот на анализа што за дадени области од работењето ќе се примени и
4. точно да се определи целта на секоја конкретна анализа.

Во областа на продажното работење се користат следниве **позначајни анализи**:

- анализа на движењето на продажбата;
- анализа на купувачите;
- анализа на извршување на порачките;
- анализа на трошоците при продажба
- анализа на продуктивноста на трудот на продавачите;
- анализа на користење на продажниот простор;
- анализа на планирањето и извршувањето на планот на продажба.

Секое трговско друштво, во зависност од неговите конкретни потреби, одлучува кој од наведените видови на анализа на продажбата ќе се спроведува. Најчест е случајот да се **врши комбинирана примена**.

Како и секоја анализа, така и анализата на продажното работење може во рамките на процесот на анализата да ја опфати определената продажна работа или да го опфати целокупното продажно работење на друштвото. И во едниот и во другиот случај успешност на анализата ќе зависи од расположливоста на показателите врз кои се гради анализата.

ШИФРА	ИМЕ	КОЛИЧИ	ЦЕНА	ИЗНОС
4	БИНО СМЕДЕРСКА 1л	4,000	65.00	260.00
0 431 103 141	Филтер масло 141	2,000	310.00	620.00
4007	Депонира динара	2,000	140.00	420.00
1	ПМБО СКОПСКО Б.ЗД	2,000	25.00	165.00

Износ **1485.00** Примено **19** ФФ-Потек ФФ-Кусур

ШИФРА	ИМЕ	ЦЕНА	КОЛИЧИНА	ПРОМ
0 241 225 645	Скопје НР 7 ДТЦ	170	0	0.000100
0 241 229 619	Скопје НР 6 ДТЦ(0.6)	170	0	0.000101
0 241 229 090	Скопје НР 6 ДТЦ(1.0)	170	0	0.000102
0 241 225 326	Скопје НР 7 ДТЦ(0.6)	120	0	0.000103
0 241 225 311	Скопје НР 7 ДТЦ(0.7)	125	0	0.000104

**Илустрација 21** Електронска анализа

Граф. 11 Позначајни видови анализи во областа на продажното работење



Помеѓу многубројните показатели, кои можат да послужат за анализата на продажбата, како позначајни се јавуваат показателите со кои се добива претстава за остварената продуктивност (остварениот промет во однос на бројот на вработените во продажбата), за брзината на опслужувањето (прометот на еден купувач), за вештината на продавањето (промет по еден продавач), за интензитетот на продажбата (купувачи во однос на вработените во продажбата), за постигнатата економичност во продажбата, за квалитетот на продажбата (количината т.е. вредноста, на испратената стока во однос на остварениот промет) и др.



## ПРОВЕРЕТЕ ГО ВАШЕТО ЗНАЕЊЕ

1. Што претставува и кое е значењето на набавното работење?
2. Кои се задачите на набавната служба во производните друштва?
3. Каква може да биде организационата поставеност на набавната служба?
4. Што опфаќа политиката на набавката?
5. Што опфаќа евиденцијата на набавното работење?
6. Што опфаќа анализата на набавното работење?
7. Поим и задачи на продажното работење?
8. Од што е определена политиката на продажното работење?
9. Организација на продажбата - облици и начини на продажба?
10. Контрола на продажбата - значење и активности?



## ПРИМЕР 2

### ПРИМЕР ЗА ПРОДАЖНО РАБОТЕЊЕ

АД Рафинерија за нафта „Окта“ -Скопје тел. 6112-244, на ден 10.09.2008 година испраќа понуда до Министерство за здравство Фонд за здравствено осигурување, со која ги нуди следниве производи:

#### 1. Мазут

количина: 400 т месечно

цена: 6,9 ден/кг+ превоз по тарифи

рок на плаќање: 10 дена од денот на испораката

#### 2. Масло за горење ЕЛ

количина: 850 т месечно

цена: 15 ден/ л со вклучен превоз

испораката: со наши автоцистерни

рок на плаќање: 10 - дена од денот на испораката

Примената понуда Министерството за здравство ја прифаќа и на ден 15.09.2008 г. се склучува купопродажен договор број 57/08 за следниве производи:

1. мазут 200 т по цена од 6,9 денари/кг
2. масло за горење ЕЛ 500 тони по цена од 15 денари/л

Испораката е франко магацин на купувачот. Квалитетот на производите според утврден стандард.

Плаќањето е во рок од 10 дена од денот на испораката.

Доколку дојде до промена на структурата на цената на нафтени деривати со одлука на Владата, горенаведените цени ќе подлежат на промени.

Да се состават и пополнат следниве документи:

- Понуда
- Купопродажен договор
- Фактура
- Испратница
- Приемница
- Комисиски записник



## РЕЗИМЕ

Набавката претставува комерцијална дејност што се состои во купување заради снабдување со средства за производство за да може друштвото да обезбеди рамномерен тек на процесот на репродукција. Во купопродажните односи, набавката го сочинува првиот, односно почетниот акт – купувањето. Набавката опфаќа: подготовка за набавка, што се состои во проверка на залихите, избор на материјали, утврдување на техничките карактеристики, усогласување на техничкиот и комерцијалниот асортиман, групирање на порачките, определување рокови на порачките и избор на роковите за испорака, барање на понуди и сл.

Продажбата претставува реализација на стоката, нејзино претворање во пари. Продажбата ја претставува третата, последната фаза од кружното движење на капиталот (прва е набавката, купувањето на факторите за производството, а втора процесот на производството и создавањето на стоката). Со продажбата на стоката се враќаат вложените финансиски средства, а покрај тоа се остварува профит. Во услови на конкуренција и отворен пазар, продажбата претставува најтешка фаза во кружното движење. Продажбата може да биде директна (преку продажната мрежа на производителот) и индиректна, преку посредник, односно преку трговијата (на големо и мало). Постојат разни форми на продажба. Се разликуваат два основни начина на продажба: директна продажба и продажба со помош на посредници. **Директната продажба** може да

се врши во повеќе облици, во зависност од тоа кој е продавач на стоката, што е предмет на продажба и кои се купувачи на дадената стока. Така се разликува: продажба од складиште, продажба преку трговски деловни единици, продажба преку трговски патници, продажба преку организирани пазари, преку автомат.

По заклучената продажба се врши фактурирање на испораката на стоката на договорениот начин. По приемот на извештајот за преземање на стоката од страна на купувачот и наплатата на противвредноста на истата, формално се завршува продажбата на стоката.

Пропагирањето на продажбата се јавува како активност на друштвото со помош на кое таа воспоставува контакт со корисниците на нејзините производи и услуги со цел да се добијат соодветни сознанија за односното друштво и за производите, односно услугите, што таа ги нуди на пазарот на продажбата. Пропагирањето на продажбата има за задача не само да ги информира купувачите, односно потрошувачите туку и да ги убедува.

Во теоријата, не се прави разлика помеѓу средствата на економска пропаганда и медиумите (преносниците) на пропагандните пораки. Средствата би претставувале елементи кои преку медиумите, како преносници, служат за спроведување на пропагандната порака до потрошувачот. Така на пример, сигурно е дека огласот не е медиум, туку средство, како што и радиото не е средство туку медиум на економската пропаганда.



# ТРАНСПОРТНО И СКЛАДИШНО РАБОТЕЊЕ

Со внимателно изучување на содржините на оваа тема ќе можеш:

- да го разбереш поимот и значењето на транспортот;
- да ја објасниш организацијата на транспортната служба;
- да ги разликуваш ефектите од користењето на сопствен возен парк и користењето на туѓите транспортни услуги;
- да ги класифицираш видовите транспорт (железнички, патен, бродски, воздушен и пошта);
- да го разбереш осигурувањето на стоката во транспортот;
- да го сфатиш поимот, значењето и задачите на складишната служба;
- да ги разликуваш видовите на складиови;
- да ја опишеш организацијата на складишната служба;
- да го сфатиш значењето на стоковната резерва во склад;
- да ја разбереш потребата од квантитативен и квалитативен прием во склад и начинот на издавање на стоката од складот;
- да ја познаваш улогата и значењето на евиденцијата на складираната стока

## ■ ■ ■ Транспортно работење

### Поим и значење на транспортот и транспортното работење

*Транспортот* претставува стопанска дејност, сврзана со совладување на просторната оддалеченост. Со транспортот се пренесуваат луѓе (патнички транспорт), производи (товарен транспорт), вестии и енергија од едно место на друго со помош на посебни средства, патишта и сл.

**Транспортното работење** претставува продолжение на производствениот процес на производителот. Тоа претставува интегрален дел на производствениот процес, дел од репродукциониот циклус во работењето на едно друштво.



## ТЕМА



Илустрација 22: Користење транспортни средств



**Илустрација 23:**

Користење на современи технологии и средства во транспортот на стоки

Фактот што на производството му се дава предност е сосема доволен, веднаш до него по значење да го сместиме и транспортното работење. Неговото успешно функционирање обезбедува одвивање на целокупната стопанска дејност. Влијанието на внатрешниот транспорт е уште поизразено, не само што го условува вршењето на процесот на производството, туку и го диктира неговиот ритам и темпо. Транспортот влијае, речиси, врз сите **економски принципи**, особено врз принципите на: економичност и рентабилност. Со тоа директно се влијае врз формирањето на цената на чинење на стоката, а со тоа секако се зголемува и конкурентната предност на друштвата на пазарот.

Транспортното работење на друштвата се манифестира во извршувањето на задачите на внатрешниот транспорт и испорачувањето на стоките.

Под **преземање** се подразбира транспортот на набавената стока од местото на нејзиното преземање од добавувачот, па сè до складиштето на друштвото.

Внатрешниот транспорт го опфаќа движењето на стоката во рамките на одделните организациони единици, како и движењето на стоките меѓу нив во рамките на едно друштво. Во производните друштва внатрешниот транспорт се однесува на движење на материјалите внатре во складиште, пренос на материјалите од складиште до работното место, пренос меѓу работните места и погони, пренос на довршеното производство од работното место и погони, пренос на довршено производство од работното место до складиштето за готови производи, движење на готови производи, движење на машините, амбалажата, отпадоците и друго.

Во трговските друштва, внатрешен транспорт најчесто се нарекуваат движењата на стоките во рамките на складиштето, во продажните



**Илустрација 24:** Превземање на стока за транспорт

стоваришта, прирачните складишта, продавниците, како и во рамките на самите продавници.

**Испораката**, пак, претставува транспортот на продадената стока од местото на складирање до местото на нејзиното преземање од страна на купувачот.

Според тоа, преземањето и испораката претставуваат надворешен транспорт, затоа што се одвиваат на релација друштво - надворешен свет, додека внатрешниот транспорт е појава од интерен карактер, т.е. транспорт во рамките на друштвото.

**Функцијата на транспортот** е да се занимава со движење на стоките од еден до друг производствен процес, односно создавање на просторна корисност. Проблемот со транспортот, во глобала, се состои во одредувањето на кој начин да се снабди местото на прием на стоката од местото на испорака со назначеното количество стока. Имајќи го предвид значењето на транспортот, особено за поодделни групи производи, чувствителни на манипулација и со мала трајност треба да се опфатат следниве прашања:

- избор на транспортно средство;
- согледување на цените на транспортните услуги;
- намалување на транспортните трошоци и
- организација на транспортот.

Изборот на транспортното средство ќе се врши врз основа на карактеристиките на производот, должината на релацијата, висината на транспортните трошоци, цената на тон - километар и продажната цена во местото на транспортирање.

*Транспортните средства* за транспортирање на одделни групи производи, посебно за транспортирање на подолга релација, треба да поседуваат и технички решенија што ќе овозможат зачувување на производите.

*Цените на транспортот* се условени од повеќе фактори:

1. од товарните карактеристики на производот;
2. степенот на искористеноста на транспортното средство;
3. ризикот во транспортот зависно од видот и карактеристиките на производот;
4. должината на релацијата;
5. бројот на линиите во транспортот итн.
6. Цената на транспортот непосредно ги зголемува трошоците на производството, а тоа влијае и врз продажните цени на одделни производи, во кои транспортните трошоци учествуваат во рамките на другите трошоци на дистрибуција. Затоа со намалување на цената на транспортот ќе се намалат и трошоците на производството, а со тоа и продажните цени на одделни производи. Оттаму, прашањето за организацијата на транспортот е многу важно за одвивањето на вкупниот производствен процес. Лошо организиран транспорт може лошо да влијае на работењето, а исто така, може да доведе до губење на работно време, чекање, зголемување на производствените трошоци, а со тоа зголемување на продажните цени.

- Транспортното работење претставува продолжение на производствениот процес на производителот.
- Транспортното работење на друштвата се манифестира во:
  - извршувањето на задачите на внатрешниот транспорт и
  - испорачувањето на стоките.
- Во производните друштва внатрешниот транспорт се однесува на:
  - довршеното производство од работното место и погони,
  - пренос на довршено производство од работното место до складиштето за готови производи,
  - движење на готови производи,
  - движење на машините, амбалажата, отпадоците и друго.
- Во трговските друштва како внатрешен транспорт најчесто се нарекуваат:
  - движењата на стоките во рамките на складиштето,
  - во продажните стоваришта,
  - продавниците, како и во рамките на самите продавници.



**Илустрација 25:** Видови транспортни средства



**Илустрација 26:**  
Транспортна служба

- Изборот на транспортното средство ќе се врши врз основа на:
  - карактеристиките на производот,
  - должината на релацијата,
  - висината на транспортните трошоци,
  - цената на тон - километар и
  - продажната цена во местото на транспортирање.

**Значење на транспортот.** Транспортот со својата функција може да ги забрза сите текови на стопанството, но, исто така, тој може да ги запре, ако е неадекватно развиен.

Ваквата улога на транспортот доаѓа до израз доколку транспортот се јавува како учесник во процесот на репродукцијата, бидејќи тој е алка на сите фази во процесот на репродукцијата, од транспортирањето на примарните сировини и руда во првата фаза на производството, па сè до транспортирањето на готовите производи во местото потребни за нивно искористување и употреба.

Затоа со право може да се рече дека транспортот има далекусежни последици за нормално функционирање на стопанството, за неговата ефикасност, на вкупните производни трошоци и животните трошоци на населението во најширока смисла на зборот.

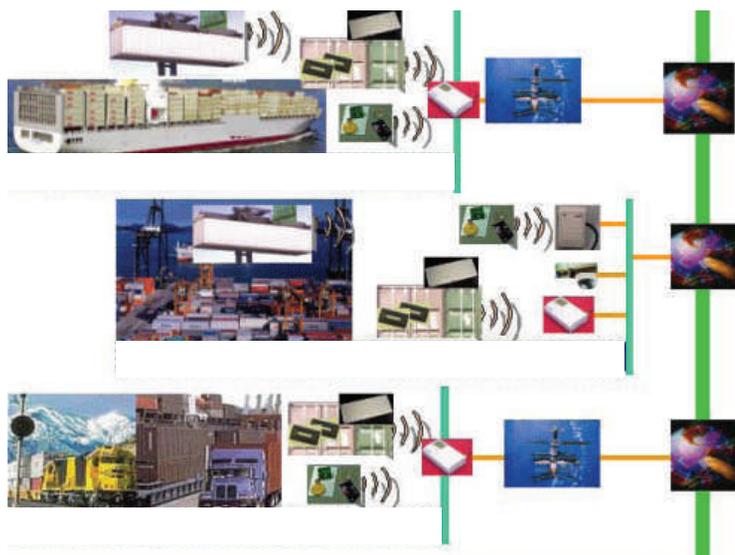
Нерамномерната распределба на природните богатства и различните услови за производство ја наметнале потребата стоките да се пренесуваат од едно на друго место, односно од местото на производството во местото на потрошувачите.

### ■ ■ ■ Организација на транспортната служба

Независно од тоа дали друштвото во надворешниот транспорт се служи со свои или, пак, со туѓи транспортни средства, тоа мора да има свој посебен орган кој ќе се грижи за транспортот на стоката. При разгледувањето на задачите на транспортната служба треба да се стави акцент не само на задачите сврзани со сопствениот возен парк, туку и на задачите сврзани со ангажирањето на туѓи транспортни средства.

Задачи на транспортната служба се:

1. изработка на годишен план за транспорт на стоката;
2. избор на пат и начин за транспортирање на стоката;



**Илустрација 27:**  
Обезбедување на транспортот- пат и начин на транспортирање на стоката

3. соработка со складишната служба на друштвото;
4. издавање налози за работа на сопствениот возен парк;
5. ангажирање на туѓи услуги во транспортот;
6. осигурување на стоките при транспортот;
7. закупување на складишен простор во јавните складишта;
8. доверување на целокупната грижа за транспорт на стоките на шпедитерските друштва;
9. составување на транспортни документи;
10. преземање на стоки од други превозници;
11. водење на евиденција за работа на сопствениот возен парк;
12. евиденција на податоци за користење на туѓи услуги;
13. контрола на транспортните документи и пресметка на патните трошоци;
14. и друго.

Основна **задача** на транспортната служба е обезбедување на евтин, брз, уреден и сигурен транспорт на стоката.

Настојувањето кон поевтин транспорт бара избор на најкус пат, најекономичен начин на транспорт, рационално користење на транспортните средства, како и заштеди кај сите други транспортни трошоци. По правило најкусиот пат е најекономичен. Но, од ова правило, понекогаш и се отстапува, пред сè, поради природата на стоката или поради други причини. Исто така, се отстапува и од економичноста, ако во даден момент се бара брза испорака или некои други специфични барања во врска со транспортното средство.

Калкулацијата за цената на превозот индиректно ќе зависи и од манипулациите што го следат транспортот, како што се: товарањето, растоварањето, соодветната амбалажа и друго. Брзината на транспортот се обезбедува со скратување на патот, со избор на брзината на транспортното средство, манипулациите со стоката и други причини, така што сето тоа бара добра организација за надминувањето на непотребните застои. Уредното одвивање на транспортното работење се обезбедува само со планско работење, кое исклучува секаква стихија. Притоа, треба да се води сметка и за сигурноста на стоката која се превезува, а тоа бара посебни мерки на обезбедување од разни кршења, растурања и загуби.

## ■■■ Користење на сопствен возен парк

За извршување на работите и работните задачи што се поставуваат во врска со транспортирањето на материјални добра, друштвата можат да формираат сопствен возен парк. Се работи за возен парк со кој се обезбедува извршувањето на работите и работните задачи што спаѓаат во доменот на надворешниот транспорт. За извршување на овие работи друштвата можат да користат и услуги од превознички и шпедитерски друштва. Одлуката за тоа дали да се формира сопствен возен парк или да се користат услуги од други друштва ја донесува секое друштво раководејќи се од тоа со кој начин на транспортирање на материјалните добра се обезбедува нивен

- Настојувањето кон поевтин транспорт бара:
  - избор на најкус пат,
  - најекономичен начин на транспорт,
  - рационално користење на транспортните средства, и
  - заштеди кај сите други транспортни трошоци.

## ДЕЛОВНО РАБОТЕЊЕ

- Одлука дали да се формира сопствен возен парк или да се користат услуги од други друштва донесува секое друштво раководејќи се од тоа:
  - со кој начин на транспортирање на материјалните добра се обезбедува нивен побрз, посигурен, помалку ризичен, поредовен и
  - што е особено значајно – поекономичен и поефикасен транспорт.



Илустрација 28: Сопствени транспортни средства

- ЖЕЛЕЗНИЧКИОТ транспорт се користи за превоз на:
  - масовни,
  - тешки товари (како на пример, руда, градежен материјал и др.)
- Железничкиот транспорт има значајно место по својот обем од другите превозни средства.
- Железничкиот транспорт има големи предности во однос на другите видови транспорт, а тоа се:
  - релативно поевтин превоз на стока;
  - уредност при вршење на превозот;
  - масовност при превозот;
  - постоење на превоз во текот на целата година.

побрз, посигурен, помалку ризичен, поредовен и што е особено значајно – поекономичен и поефикасен транспорт.

За вршење на надворешниот транспорт, друштвата можат да имаат сопствен возен парк. Како транспортни средства на прво место се наоѓаат камионите, затоа што тие најмногу одговараат на барањата на современиот транспорт за куси и средни релации.

### ■■■ Постапка при транспортот на стоката со сопствени возила

Бидејќи, надворешниот транспорт со сопствен возен парк на друштвата најчесто се одвива со возила-камиони, накусо ќе биде објаснето извршувањето на транспортот со овие превозни средства.

Преносот на материјални добра со камиони се извршува врз основа на налог, кој му се доставува на возачот. За пренос надвор од седиштето на друштвото се издава *патен налог за товарно возило*. Во овој налог се внесуваат податоци за возилото (име и ознаки), име на возачот, наложена релација за возење, податоци за товарот при тргнување и враќање (вид на стока, начин на пакување итн.), време на тргнување и враќање итн.

Кога возилото-камионот неколку пати се движи по иста релација, се издава само еден патен налог, а ако се менува релацијата се практикува посебен вид *дневен патен налог* за товарно возило што се издава при првото возење, со тоа што во определени колони се внесува возењето во текот на еден ден. Возачот на камионот, носи и придружни документи *доставници* или *отпремница* во најмалку два примерока.

### ■■■ Користење на туѓи транспортни услуги

#### Транспорт на стока со железница

Досегашните искуства покажаа дека железницата сè уште располага со поголеми превозни капацитети од друмскиот транспорт. Затоа нејзината употреба за превоз на масовни, тешки товари (како на пример, руда, градежен материјал и др.) зазема значајно место по својот обем од другите превозни средства. Железничкиот транспорт има многу предности во однос на другите видови транспорт, а тоа се:

1. релативно поевтин превоз на стока;
2. уредност при вршење на превозот;
3. масовност при превозот;
4. постоење на превоз во текот на целата година без оглед на климатските услови, за разлика од други видови транспорт врз кои имаат голема улога (како на пример: мраз, магла и др.)

И покрај големата конкуренција на камионскиот транспорт, транспортот на стоката со железница претставува основен вид на транспорт (надворешен транспорт). Овој вид транспорт особено одговара кога се работи за транспорт на стока на големи далечини, за превоз на кабата стока со релативно помала вредност итн.



## ЗА ОНИЕ КОИ САКААТ ДА ЗНААТ ПОВЕЌЕ

### Евиденција на работата во возниот парк

Евидентирањето на работата во возниот парк во себе вклучува податоци за возилото, возачот, погонското гориво и подмачкувањето, гумите на возилото и сл. како и сите информации кои ја прикажуваат состојбата на возниот парк, амортизираноста, превезената количина стока, исправноста итн.

### Анализа на користењето на носивоста на возилото

Анализата на користењето на носивоста на возилото е еден од показателите за работењето на возниот парк. Искажувањето на искористувањето на возилото во остварени тон - километри дава најреален преглед за ефектот од неговото работење. Еднонасочното возење под товар обезбедува искористеност од 50 % од неговиот капацитет. Се смета дека долна граница на економично користење на возилото е 60% од неговата носивост.

### Анализа за временска ангажираност на возилото

За оваа анализа се потребни податоци од минатиот период и тоа:

- број на работни денови во минатата година;
- број на денови на возилото во работа;
- број на работни часови во годината.

### Анализа на трошоците на возниот парк

Со анализата на трошоците на возниот парк, се прават анализи со цел да се согледа и да се оцени економичноста и рентабилноста на работењето на возниот парк. Во елементи на трошоци што можат да бидат предмет на анализа влегуваат: горивото, маслото и маслата за подмачкување, авто-гумите, таксите, регистрацијата на возилото, каматата на основните средства, осигурувањето, одржувањето на возилото, дневниците на возачот, амортизацијата, трошоците за погонска и управно-продажната режија, личните примања на работниците, фондовите и слично.

Железничкиот транспорт од своја страна мора да биде комбиниран со друмскиот транспорт, пред сè, поради врзаноста на определени правци на движење и места на престој.

### Железнички пратки

Железницата прима превоз на стока на парче и вагонска стока. Од железницата се закупува цел вагон за стока, чија тежина е над 5.000 кг, а во зависност од видот на стоката се определува и видот на вагонот.

Брзината на транспортот зависи од желбата на испраќачот на пратката. Се разбира дека за побрз превоз постојат и повисоки тарифи. Во зависност од брзината на транспортот, се разликуваат: споровозни, брзовозни, експресни пратки на стоки и сл.

### Требување на вагон

За колски пратки, заинтересираните друштва мора да се обратат на железничкото транспортно друштво за потребниот транспортен простор најмалку два дена пред товарање на стоките во вагон. За оваа намена постои специјален формулар *колска нарачка* на чиј исечок железницата ја прифаќа нарачката. Порачката ги содржи сите неопходни информации.

Извршувањето на нарачката мора да се планира и да се изврши однапред,



Илустрација 29: Железнички сообраќај



**Илустрација 30:** Транспорт на нафта со железница

бидејќи мошне лесно може да се случи стоката да не биде прифатена за транспорт, а тоа неминовно повлекува низа трошоци и проблеми. Од друга страна, пак, железницата е должна на друштвото да му ги надомести сите трошоци ако прифатила, а потоа да не е во можност да го изврши својот дел од работата. Значи, потребна е постојана комуникација и планирање на транспортните активности за да не дојде до несакани последици.

### Заклучување на договор за превоз

Железничката тарифа претставува основа при договорот за превоз. Тоа е збир на одредби со кои се определени цените и другите услови за превоз со железница. Важно е да се каже дека железничките тарифи се помалку подложни на измени од цените на другите транспорти на стока, а тоа е од големо значење, особено при планирањето на трошоците на транспортот.

Цената на превозот се состои од: возарина, споредни и други трошоци што настануваат при транспортот. Елементи за пресметување на возарината се: тежината на стоката или површината на заземениот простор, должината на релацијата за превоз, колската класа во која е распределена стоката и сл.

Возаринските ставки, меѓутоа, зависат и од други моменти како што се: видот на пратката, брзината на превозот на стоката и носивоста на користениот вагон. Исто така, различни се тарифите за споровозно, брзовозно и забрзано праќање на стоката.

Тарифата се врзува и за поминато растојание. Најмалата должинска единица изнесува 9 км, според која се наплатува превозот за сите растојанија. Но, бидејќи железницата, пред се, го преферира превозот на стока на подолги релации возарината е пониска. Тарифата, исто така, се определува и во зависност од тежината на стоката, а во случај на транспорт на добиток (животни) во зависност од површината што ја зафаќа.

**Товарниот лист** претставува пропишан образец во кој се наоѓа договорот за превоз со железница. Формално прифатениот товарен лист, автоматски значи согласност за делување на прописите кои се донесуваат од страна на договорените странки.

Карактеристики на товарниот лист се:

- а) товарниот лист го пополнуваат двете договорени страни;
- б) пополнувањето на товарниот лист е проследено со ригорозни прописи;
- в) постојат посебни формулари за бавновозни и брзовозни пратки на стока;
- г) товарниот лист претставува придружен стоковен документ и е потврда за платена возарина и други споредни трошоци;
- ѓ) во внатрешниот превоз товарниот лист се состои од четири дела. Тоа се всушност, четири еднакви делови. Првиот примерок (оригиналот) - товарен лист ја следи стоката, за да му биде предаден на примачот. Вториот примерок - трипликат ја следи стоката, а него го задржува растоварната станица. Третиот примерок - копија останува во товарната станица, а четвртиот примерок му се предава на испорачателот на стоката.

Товарниот лист мора да содржи: податоци за издавањето, податоци за

упатната станица, податоци за примачот на стоката, податоци за стоката и податоци за испраќачот. Покрај овие основни податоци, товарниот лист содржи и некои други податоци. Правило е дека мора да се пополни посебен товарен лист за секој вагон, освен во случај на составени вагони (стока со големи димензии).

За да не дојде до нејасни ситуации при плаќањето, потребно е во товарниот лист е потребно да се прецизира дали се однесува само на возарината или на сите споредни и други трошоци во врска со транспортот. Кога на приемната станица не може да се определи точниот износ на трошоците, а тие паѓаат на товар на испраќачот, од испраќачот се наплатува еден дел како аконтација, со тоа што со стоката се испраќа еден посебен образец, во кој до предавањето на стоката, на примачот му се запишуваат сите трошоци на превозот, врз чија основа се врши дефинитивна пресметка со испраќачот на стоката.

### Товарање и растоварање на стоката

Железницата е должна да му даде точни податоци на корисникот за тоа кога ќе му бидат ставени на располагање требуваните вагони, за да може да преземе навремени мерки за товарање на стоката.

Дотурот на стоката и нејзиното товарање е работа на испраќачот на стоката, но таа обврска, по договор, може да ја преземе и железницата, за што наплатува одреден надомест утврден со тарифата. Правилно товарање подразбира добро распоредување по подот на вагонот, внимателно манипулирање при товарањето, водење сметка за носивоста на вагонот и сл. Стоките треба да бидат рамномерно распоредени по подот на вагонот, добро прицврстени, и без претходно направени штети при товарањето.

### Транспорт на стоката со камион

Транспортот на стоки со камион добива сè поголемо значење. Овој вид транспорт може да се организира во сопствена режија, т.е. како сопствен транспорт или во вид на користење на услуги од други транспортни друштва. Во камионскиот превоз, исто така, се јавуваат два вида на пратки: на парче и колски пратки.<sup>21</sup>

Пратките на парче ги примаат транспортните друштва за превоз на линиите кои ги одржуваат како редовни. Овие линии може да бидат со фиксен ред за возење или во вид на условен прием на стоки, т.е. превозот ќе се организира ако има доволно стоки кои ќе обезбедат исплатливо користење на дадената релација.

Кај пратките на парче, превозот се организира определено време порано, со цел да се обезбеди превозно средства, определен простор и сл.

Договор за ангажирање на камион за колска пратка се организира усмено (преку телефон) или писмено. Обично, се практикува заклучување на договор преку камионски товарни листови, но тие немаат некоја задолжителна форма. Договорот за превоз треба да содржи: податоци за корисникот на услугата, податоци за стоката, за местото на преземање на стоката за испраќање, место за растоварување на стоката, начинот на плаќање и други податоци.

- Карактеристики на товарниот лист се:
  - го пополнуваат двете договорени страни;
  - проследено е со ригорозни прописи;
  - постојат посебни формулари за бавновозни и брзовозни пратки на стока;
  - претставува придружен стокоев документ и
  - претставува потврда за платена возарина и други споредни трошоци;
  - се состои од четири делови.

- Товарниот лист содржи:
  - податоци за издавањето,
  - податоци за упатната станица,
  - податоци за примачот на стоката,
  - податоци за стоката,
  - податоци за испраќачот. и
  - некои други податоци.



**Илустрација 31**

Камион - современ транспорт за куси и средни релации

<sup>21</sup> Јовановска-Ристевска С. И Јаковски Б.: Економика на внатрешната трговија, Економски факултет, Скопје, 2002, стр.253.



Илустрација 32: Колска пратка



Тилустрација 33: Поморски транспорт-танкер

- Превозот на стока по море може да се врши:
  - масовно,
  - во големи количини и
  - во непогодни димензии



Илустрација 34: Транспорт на стока со брод

Сите транспортни друштва имаат свои тарифи за превоз на стока, но тие не мора да се исти за секој комитент. Тарифите обично се определени по тон-километар, но се среќаваат и цени на закуп на возилата за денови и часови.

Конечната пресметка на трошоците се врши по завршувањето на превозот. Автотранспортните друштва за секое возење издаваат *патен налог* во кој задачите на возачот на камионот се внесуваат податоци кои служат за изготвување на фактури на камионот.

### Транспорт по вода

Транспортот по вода ги опфаќа следниве видови:

- транспорт на стока по море и
- транспорт на стока по река.

**Поморскиот превоз** се одвива преку мориња и океани. Тој спаѓа меѓу најзначајните видови превоз на стока. Транспортот на стока по море се ограничува на користење на услуги во превоз со бродови, на крајбрежна пловидба кои поврзуваат места на брегот, брегот со островите и самите острови меѓусебно. Превозот на стока по море може да се врши масовно, во големи количини и во непогодни димензии за разлика од другите видови транспорт. Од целосната светска трговија околу 80% се однесуваат на масовни товари (пример: нафта, нафтени деривати, руди, жита и сл.), а само околу 20% отпаѓа на стока во парчиња и пакувана стока.

Меѓутоа и поморскиот транспорт има определени свои недостатоци, како што се: релативно мала брзина, релативно поголеми транспортни ризици во однос на други видови на превоз, како и територијална ограниченост.

Друштвото, кое сака да ја испрати стоката со поморски брод, пополнува образец кој се нарекува „испратен лист“ и во кој се внесуваат податоците за стоката, испраќачот, примачот на стоката, одредба за тоа кој ги плаќа превозните трошоци и друго. Овој лист се предава на поморската агенција која во него ги внесува податоците за бродот и пресметка на трошоците за возарина. Оригиналот на испратниот лист го задржува за себе, една копија од *налогот за товарање* се предава на капетанот на бродот, а третиот примерок *потврда за товарената стока* се дава на испраќачот. Врз основа на овој примерок, испраќачот на стоката ја предава стоката на товарање, а капетанот на бродот по извршеното товарање го потврдува приемот за превоз. Со таа потврда за товарената стока, испраќачот повторно и се обраќа на бродската агенција и од неа добива *коносман*. Коносманот треба да содржи клаузули, со кои се регулираат меѓусебните права и обврски на испраќачот и бродската агенција. Испраќачот добива два примерока од товарницата. Оригиналот е наменет за примачот на стоката. Копијата од товарницата, испраќачот ја задржува за себе. Товарането и истоварувањето на стоката на бродот го врши исклучиво бродската агенција.

### Транспорт на стока по река

*Транспортот по река* е многу стар превоз на стока. Овој транспорт е можен само по реки кои се пловни и кои уредно се одржуваат за пловидба. Под

поимот речен воден транспорт спаѓаат сите видови транспортни патишта како што се: транспортот по пловни реки, езерски и каналски транспорт.

Речниот транспорт на стоки во одделни земји (како на пример: Франција, Германија, Швајцарија и др.) во многу голема мера ги искористуваат реките за разлика од другите земји.

Речниот транспорт има посебна економска оправданост бидејќи, тој е најевтин превоз на стока, многу поефтин од железничкиот и транспортот по патишта. Тој многу често се користи за превоз на т.н. масовни и евтини товари односно голема количина на стока чија вредност на товарот е мала, како и за превоз на товари кои имаат непогодни димензии. Тој може да се користи и во комбинација со други видови транспорт.

Транспортот на стока по река го вршат, бродските друштва. Нивното работење се одвива преку бродски агенции со седиште во поголеми речни пристаништа. И тука, се разликуваат, пратки на парче и пратки кои го ангажираат целото транспортно средство - шлепер.

Пратките на парче до 1000 кг тежина не мора претходно да се најавуваат, но ако е пратката потешка од 1000 кг, тогаш треба да се најави најмалку три дена порано. А, оние пратки кои го ангажираат целиот шлепер се пријавуваат најмалку осум дена порано, тоа се пратки од еден вид стока со тежина до 40 тони. Тежината на оваа стока може да биде и помала, доколку товарот го зазема целиот простор за складирање на шлеперот.

Договорот за превоз се нарекува *заклучница* а се склучува пред предавањето на стоката за превоз. Заклучницата се составува во два примерока, по еден за секоја страна. Таа содржи податоци за стоката, товарно и истоварно пристаниште, извршител на товарањето, рок на товарање, возарина и друго.

Кога стоката ќе се предаде за товарање, се пополнува *товарниот лист*, кој покрај податоците за заклучницата, содржи и податоци за примачот на стоката, начинот на пакување на стоката, како и износот на пресметаната возарина. При пополнувањето на товарниот лист треба да се води сметка за декларирањето на видот на стоката, затоа што возаринските ставки се определуваат според стоковната класификација.

Товарниот лист се издава во пет примероци, јасно пополнети, а сите дополнителни исправки испраќачот мора да ги завери со свој потпис. Штетата настаната како резултат на недоволно или неточно пополнет товарен лист ја сноси испраќачот на стоката. Во товарниот лист во рубриката напомена, мора да бидат означени и приложени, заедно со товарниот лист, сите документи кои се потребни за вршење на царински, санитарски и други формалности на кои стоката на својот пат подлегува.

### Транспорт на стока со авион

Овој транспорт претставува брз, ефикасен, скап и доста нередовен транспорт. Регулиран е со национални и со меѓународни прописи.

Со овој транспорт се пренесуваат стоки што се лесно расипливи (на пример: прехранбени производи), потоа стоки што треба бргу да пристигнат (на пример: лекови и сл.), стоки чија вредност е голема во однос на нивната маса и димензија (на пример: плин, метали и сл.).

Транспортот на стока со авион подразбира пакување на стоката според



**Илустрација 35:**

Транспортирање на стока по река

- Поморскиот транспорт има определени свои недостатоци, како што се:
  - релативно мала брзина,
  - релативно поголеми транспортни ризици во однос на други видови на превоз, како и
  - територијална ограниченост.
- Речниот транспорт:
  - е најевтин превоз на стока,
  - многу поефтин од железничкиот и
  - транспортот по патишта.
  - се користи за превоз на т.н. масовни и евтини товари
  - се користи и во комбинација со други видови на транспорт.
- Речниот транспорт има и определени недостатоци:
  - речната пловидба се одвива во еден определен правец, одреден од корито реката;
  - водосостојбата не е секогаш иста, што многу зависи од паѓањето на дождот;
  - зависи од климатските услови (појава на мраз, снег и слично).



**Илустрација 36:**  
транспорт со авион



**Илустрација 37:**  
Утовар на стока во авион



**Илустрација 38:** Комбиниран транспорт со камион и авион

посебни прописи кои ги регулираат димензиите и тежината на стоката, а возарината се плаќа однапред.

За превоз на стоката се користат патнички авиони на редовна линија, кои до определена тежина примаат и товарни пратки. Во зависност од економската оправданост, се воспоставуваат и сезонски карго товарни линии кои пренесуваат само стока, а може да се закупи авион само за товарни пратки, кој може да лета надвор од редовните линии.

Договорот за превоз на стока со авион се нарекува *воздухопловен товарен лист* кој испраќачот на стоката го предава пополнет заедно со стоката во три примероци. И тој товарен лист ги содржи вообичаените податоци.

### Користење на услуги по пошта

Се користи за транспорт на помали пратки - со маса до 20 килограми. Тоа се мали пратки со поголема вредност. Поштата се користи и при продажба преку каталог, како и за испраќање на стоковни примероци.

Тарифната услуга на поштата - поштарината, се утврдува во зависност од тежината на пакетот, декларираната вредност и од барањето за посебно ракување со пакетот (одделно ракување, ракување со откупнина, брзо ракување, испраќање со авион и сл.)

За испраќање на стоковни примероци постојат посебни прописи. Се користат многу ниски тарифни стапки, но и определени услови. За да се оствари поволна тарифа треба да се задоволат определени услови во поглед на тежината (до 500 гр.), димензиите, пакувањето и др. Со пратката се предава, пополнет образец *спроводница за пакет* и на него се потпишува примачот на пакетот. Во случај пакетот да не може да се предаде на означената адреса, постојат три солуции

- пакетот веднаш да се врати;
- пакетот да се предаде на друга адреса и
- пакетот да се предаде на ризик на испраќачот.

- Авионскиот транспорт претставува:

- брз,
- ефикасен,
- скап и
- доста нередовен транспорт.

- Со овој транспорт се пренесуваат стоки:

- што се лесно расипливи,
- стоки што треба бргу да пристигнат,
- стоки, чија вредност е голема во однос на нивната маса и димензија

## Користење на шпедитерски услуги

Доколку има заинтересирани ученици кои имаат можност да посетат самостојно шпедитерско друштво, зададете им задача да анкетираат шпедитер. Дајте инструкции за составување на прашања кои ќе му бидат упатени на шпедитерот. Учениците кои ќе го извршат анкетирањето на шпедитерот со поставување на прашања, ќе треба да одберат начин на илустрирање, евидентирање и обработка на податоците, донесување на соодветни заклучоци кои ќе ги приложат заедно со анкетниот лист.

Во практиката, честа е појавата грижата околу праќањето и примањето на стоката да им се довери на специјализирани друштва за шпедиција.

**Шпедицијата** е стопанска дејност која до денес многу се разви и доби многу поголемо значење од порано. За шпедицијата од голема важност е големиот развој на транспортното стопанство и меѓународната размена на стока. Денес, речиси не може да се замисли определен меѓународен транспорт на стока без стручна помош на шпедицијата.

Шпедитерското друштво се јавува како **посебен вид друштво** што врши услуги во прометот на стоки. Неговата **основна задача** е извршување на услуги во врска со транспортот на материјални добра. Тоа не е директен превозник, а тоа може да биде доколку располага со сопствени превозни средства. Шпедитерските друштва, ја преземаат грижата за сите манипулирања со стоката: товаране, истоваране, претоваране, пакување и препакување, квалитативен и квантитативен прием на стоката, складирање, царинење, осигурување на стоката и друго. **Основната цел** е што овие друштва се специјализирани за таа работа и ја вршат брзо, економично, сигурно и под најповолни услови за комитентот.

Шпедитерот добива налог - диспозиција од комитентот и се придржува на него. За секоја измена, шпедитерот е должен да се обрати и да го информира комитентот. Налогот содржи податоци за стоката и сл.

Во согласност со основната задача што треба да ја извршува, шпедитерот врши предавање на определено материјално добро што му го доверил определен комитент на определен превозник, односно го презема тоа добро од превозникот. По потреба, односно по налог на својот комитент, шпедитерот може да ги извршува работите во врска со: плаќање на возарина, плаќање на лежарина на стоките во јавните и во царинските складишта, сортирање и пакување на определени стоки и сл. Единствено не смее да извршува работи и работни задачи што значат купопродажба.

Со договорот за шпедиција - шпедитерот се обврзува поради превоз на определена стока да склучи во свое име, а за сметка на налогодавачот, договор за превоз и други договори потребни за вршење на превозот, а од друга страна, пак, налогодавачот се обврзува да му исплати определен надоместок.

**Обврски** на шпедитерот се :

- да ја прими стоката од комитентот;
- да постапува со внимание, како добар стопанственик;
- да ја чува стоката;
- да ја осигури стоката;
- да изврши пресметка со комитентот и сл.

Правата на шпедитерот се:



Илустрација 39:  
Поштенски пратки



Илустрација 40: шпедиција

## ДЕЛОВНО РАБОТЕЊЕ

- Шпедитерското друштво претставува посебен вид друштво што врши услуги во прометот на стоки.
- Основна задача на шпедитерското друштво е извршување на услуги во врска со транспортот на материјални добра.
- Шпедитерските друштва, не се директни превозници, а тоа може да бидат доколку располагаат со сопствени превозни средства.
- Шпедитерските друштва, ја преземаат грижата за сите манипулирања со стоката:
  - товаране,
  - истоваране,
  - претоваране,
  - пакување и
  - препакнување,
  - квалитативен и квантитативен прием на стоката,
  - складирање,
  - царинење,
  - осигурување на стоката и
  - друго.
- Диспозиција претставува налог добиен од комитентот.

- да наплати провизија;
- да наплати надоместок на трошоци и сл.

За услугите што ги извршува, шпедитерот или шпедитерското друштво, доставува сметка со сторените трошоци и **пресметка на провизијата** т.е. надоместокот за сторените услуги.

Шпедитерското друштво дејствува како во рамките на една земја така и надвор од неа. Меѓународните шпедитерски друштва, се занимаваат со покомплицирани задачи на транспортно посредување, од оние што дејствуваат во рамките на една земја.

За адекватно извршување на услугите што ги преземаат врз себе, шпедитерските друштва мора да обезбедат соодветен стручен кадар и средства.

### Осигурување на стоката во транспортот

Осигурувањето на транспортот претставува еден од видовите на осигурување воопшто.

Предмет на осигурувањето е секое материјално добро што се транспортира, односно превезува, и притоа е изложено на разновидни транспортни ризици, кои можат да предизвикаат настанување на определени штети кај односното добро.

При испраќање на стоката со железница постои правило на автоматизам, т.е. со самото предавање на стоката за превоз таа се осигурува - во цената на возарината е вклучена и премијата за осигурување. Но, тоа не е случај кај другите видови на транспорт, па затоа мора да се изврши осигурување на стоката кај осигурителните друштва.

При транспортот на стоката во сопствена режија покрај осигурувањето на стоката (карго осигурување), се врши и осигурување на превозните средства (карго осигурување). Со осигурителното друштво се склучуваат два вида договори за осигурување: *специјална полиса* која се употребува за одделни осигурувања (се плаќа однапред) и *генерална полиса*, со која се осигуруваат сите идни пратки на стоката, во однапред определен временски период (се плаќа според месечни пресметки).

Осигурителните друштва не го прифаќаат осигурувањето од сите видови можен ризик. Под транспортен ризик се подразбира можноста за појава на некој штетен настан во текот на превозот на стоката. Полисата за осигурување, како документ за склучениот договор, содржи три елементи на осигурување: ризик, премија и надоместок. Осигурителното друштво ја прифаќа одговорноста за надоместок на штетата, настаната од ризикот наведен во полисата. *Премијата* е сума која осигуреникот ја плаќа како цена на ризикот. Висината на премијата зависи од веројатноста на појавата на штетната случка, од сумата на осигурување, од должината на временскиот период итн. *Надоместок* претставува износот со кој осигурителното друштво го обештетува осигуреникот кој претрпел штета. Надоместокот се разликува од случај до случај и зависи од многу фактори.



## ПРОВЕРЕТЕ ГО ВАШЕТО ЗНАЕЊЕ

1. Што претставува транспортното работење?
2. Кои задачи ги извршува транспортната служба ?
3. Кои економски принципи ги применува транспортот?
4. Која е постапката при транспортот на стоката со сопствени возила?
5. Објасни го значењето на железничкиот транспорт.
6. Кои видови пратки ги прима железницата за превоз?
7. Како се склучува договор за превоз со железница?
8. Кои се карактеристиките на железничкиот товарен лист?
9. Објасни го значењето на транспортот на стока со камион.
10. Какви видови транспорт по вода разликуваш?
11. Објасни го транспортот на стока по река.
12. Објасни го транспортот на стока по море.
13. Кое е значењето на авионскиот транспорт и кои видови стока се транспортираат?
14. Објасни го начинот на користење на услугите на поштата.
15. Која е основната задача на друштвото за шпедиција?
16. Објасни ја работата на шпедитерското друштво.
17. На кој начин се осигурува железничкиот транспорт?
18. Што се подразбира под транспортен ризик?
19. Што е премија и од што зависи висината на премијата?



## РЕЗИМЕ

Фактот што на производството му се дава предност е сосема доволен, веднаш до него по значење да го сместиме и транспортното работење. Неговото успешно функционирање обезбедува одвивање на целокупната стопанска дејност. Влијанието на внатрешниот транспорт е уште поизразено, не само што го условува вршењето на процесот на производството, туку и ги диктира неговиот ритам и темпо. Транспортот влијае, речиси врз сите економски принципи, особено врз принципите на економичност и рентабилност. Со тоа директно се влијае врз формирањето на цената на чинење на стоката, а со тоа, секако се зголемува и конкурентната предност на друштвата на пазарот.

Транспортните трошоци се трошоци што се додаваат на трошоците на производство

на стоките што се превезуваат од едно на друго место, па се манифестираат како дополнителни трошоци на производството и претставуваат составен дел на вкупните трошоци на производството на стоките. Тоа доаѓа оттаму што транспортниот процес се јавува како продолжение на процесот на производство, што се врши во рамките на прометниот процес. Тоа претставува интегрален дел на производствениот процес, дел од репродукциониот циклус во работењето на едно друштво.

Транспортот може да се одвива со железница, со камион, транспорт по вода, кој ги опфаќа следниве видови: транспорт на стока по море и по река, авионски транспорт и други видови на транспорт во зависност од видот на



## РЕЗИМЕ продолжува

стоката што е предмет на транспортот.

Шпедитерското друштво се јавува како посебен вид друштво што врши услуги во прометот на стоки. Шпедитерот добива налог (диспозиција) од комитентот и се придржува на него. За секоја измена, шпедитерот е должен да се обрати и да го информира комитентот. Налогот содржи податоци за стоката и сл.

Обврски на шпедитерот се: да ја прими стоката од комитентот; да постапува со внимание, како добар стопанственик; да ја чува стоката; да ја осигури стоката; да изврши пресметка со комитентот и сл. А, правата на шпедитерот се: да наплати провизија и

надоместок на трошоци и сл.

Осигурувањето на транспортот претставува еден од видовите на осигурување воопшто. Предмет на осигурувањето е секое материјално добро што се транспортира, односно превезува, и притоа е изложено на разновидни транспортни ризици што можат да предизвикуваат настанување на определени штети кај односните добра. Под транспортен ризик се подразбира можноста за појава на некој штетен настан во текот на превозот на стоката. Полисата за осигурување, како документ за склучениот договор, содржи три елементи на осигурување: ризик, премија и надоместок.



## КВИЗ

1. Движењето на стоката во рамките на одделни организациони единици, како и движењето на стоките меѓу нив, во рамките на една фирма, претставува:
  - а) внатрешен транспорт
  - б) надворешен транспорт
  - в) товарен транспорт
2. Преземањето на стоката и испораката претставуваат:
  - а) надворешен транспорт
  - б) внатрешен транспорт
  - в) функција на транспорт
3. За транспорт на стоката, за куси и средни релации најчесто се користи:
  - а) камион
  - б) воз
  - в) авион
4. За превоз на масовни и тешки товари, најчесто се користи:
  - а) транспорт на стока со железница
  - б) транспорт на стока со авион
5. Посебен вид на друштво кое врши услуга во транспортот на стоки е:
  - а) шпедитерско друштво
  - б) производно друштво



## КВИЗ продолжува

- в) трговско друштво.
6. Препознај ги и поврзи ги одделните права и обврски на шпедитерот:
- |         |                                    |
|---------|------------------------------------|
| Обврски | да ја прими стоката                |
|         | да наплати провизија               |
| Права   | да ја чува стоката                 |
|         | да наплати надоместок на трошоците |
|         | да ја осигури стоката              |
7. Полиса со која се осигуруваат сите идни пратки на стоката, во определен период е:
- генерална полиса
  - специјална полиса
  - каска полиса
8. Дали е точно тврдењето дека транспортот директно влијае врз економичноста во работењето:
- да
  - не
9. Налог што шпедитерот го добива од комитентот и се придржува кон него, се нарекува:
- диспозиција
  - Единствен царински документ шпедитерска фактура.
10. Надоместокот на шпедитерските услуги претставува:
- провизија
  - камата
  - интерес



## ■ ■ ■ Складишно работење

Потребата стоката да се смести на сигурно место и нејзиното чување да се довери на трговски складишта е позната уште во стариот и средниот век. Сепак, поголемо стопанско значење складиштата добиваат дури кон крајот на 18 и почетокот на 19 век кога се јавуваат трговци кои се специјализирале за складишни работи. Складиштата најпрво се развивале во поморските пристаништа на Англија како водечка поморска сила во светот. Стоката сместена во складиштата била обезбедена од кражби и расипување. Подоцна јавни складишта се основаат не само на територијата на поморските пристаништа, туку и во внатрешноста на земјите. Складишната работа денес е прифатена како неопходност на современиот стоков промет.

Поради временското, територијалното, квантитативното и квалитативното несоваѓање на производството и потрошувачката, како неопходност се наметнува потребата за складирање на стоките. Токму, поради тоа, на складирањето на стоката треба да се посвети посебно внимание, зошто значењето на складирањето довело до создавање на посебни организации и институции за складирање, како јавни складишта, царински, консигнациски, железнички, сопствени итн.

Во рамките на работењето на стопанските субјекти, складишното работење зазема посебно место и улога во вкупното работење. Со неговото успешно водење, не само што се овозможува непрекинат тек на производството и прометот, туку се овозможува и рационализација воопшто, бидејќи успешното складишно работење значи одржување на залихите на стока на оптимално ниво, а со тоа се прават и оптимални трошоци. Воедно, се синхронизира и работењето на набавката и на продажбата да се одвиваат без никакви застои, од аспект на недостиг или пренатрупаност на стоките.



Илустрација 41: Складирана стока

- Под складишно работење се подразбира збир на активности кои се однесуваат на:
  - прифаќање,
  - чување и
  - издавање на набавената, односно произведената стока.
  
- Активностите за складирање на стоката во стопанските друштва, најчесто ги врши, посебна организациона единица, наречена складишна служба на друштвото. Под поимот складиште се подразбира специјална просторија за чување материјали, посебно уредена просторија во која се врши прием, сместување и чување на суровини, полупроизводи, готови производи и нивно подготвување за испорака според дадениот налог.
  
- Складишните работи имаат големо економско значење.
  
- Благодарение на трговските складишта трговците (стопанственици):
  - се ослободуваат од грижи за складишен простор;
  - им се овозможува поекономично чување на стоката со специјализираните трговски складишта.

### Поим, значење и задачи на складишното работење

Под **складишно работење** се подразбира такво работење кое опфаќа збир на активности кои се однесуваат на прифаќање, чување и издавање на набавената, односно произведената стока. Овие работи во стопанските друштва, најчесто ги врши, посебна организациска единица, наречена *складишна служба на друштвото*. А, под поимот *складиште* се подразбира специјална просторија за чување материјали, посебно уредена просторија во која се врши прием, сместување и чување на суровини, полупроизводи, готови производи и нивно подготвување за испорака според дадениот налог.

*Складишните работи* претставуваат голем економски фактор за секоја земја. Благодарение на трговските складишта трговците (стопанственици) се ослободуваат од грижи за складишен простор и им се овозможува поекономично чување на стоката.

Овие складишта стоката ја чуваат и осигуруваат многу поевтино и постручно, отколку што би можеле тоа да го постигнат сопствениците на стоката. Доколку не би постоеле складишта, друштвата од областа на производството и прометот би морале да градат сопствени складишта кои не само што не би биле постојано искористувани, туку и не би можеле во толкава мера да постигнат стручно чување и одржување на стоката. Вака основани складишта би чинеле скапо и би ја зголемиле цената на стоката. Поради тоа во современи услови се јавуваат специјализирани складишта за чување на точно одредена стока, како на пример: ладилници за лесно расиплива стока, силоси за чување на житарици и сл.

Стока која подолго време се наоѓа во ваквите складишта, во истите честопати се преработува, доработува, амбалажира и сл.

Постојаниот развој на техниката овозможува се подобро и постручно одржување на стоката. Големите складишта имаат посебно значење во сообраќајните центри. Нивното значење се состои во овозможување на постојана понуда и побарувачка на слободен простор. Со помош на јавните складишта превозниците можат во целост да ги користат сопствените капацитети на транспортните средства, а исто така брзо и лесно да се ослободуваат од стоката.

Современите складишта како сопствена споредна дејност вршат и низа други работи на пример: товарање и истовар на стоката, стручно редење на стоката во превозните средства и сл.

Складиштата преку издавање на *складишница*, овозможуваат и промет на стоката без да се изврши и фактичко предавање на истата. Таа стока може да се продава, купува, да се добива кредит за неа и сл., иако за сето тоа време се наоѓа во склад.

*Складишницата* е хартија од вредност што ја издаваат складиштата за стоката што се чува. Служи за располагање со стоката, а може да се пренесува на друго лице, без да се пренесе стоката.

Задачите на складирањето произлегуваат од неговото значење. Во современите услови на стопанисување складирањето има за задача:

1. да овозможи сместување на набавените и произведените материјални добра во моментот на нивно вложување во процесот на производство, односно во продажбата.

2. да дејствува како продолжена производна дејност за преработка, односно доработка на складираните добра;
3. да дејствува како составен дел на дистрибутивната дејност, т.е. да обезбедува и спроведува продажба на складираните добра.

### Значење, задачи и организација на складишната служба

Основни задачи на складишната служба се:

1. да обезбеди непречено одвивање на работењето на друштвото т.е. кружењето на средствата;
2. да ја зачува вредноста на стоката што и е доверена на чување;
3. да оствари минимални трошоци при складирање.

Граф. 12 Посебни задачи на складишната служба



Во зависност од тоа дали се работи за складишна служба на производствено или на трговско друштво, произлегуваат и посебни задачи на складишната служба.

Така, во производствените друштва складишното работење е врзано или за складирање на средства за производство, или за складирање на готови производи.

а) **Складирањето на средствата за производство опфаќа:** прием на набавени средства за работа (основен и помошен материјал, погонско гориво, стоки и др.), нивно сместување и чување сè до моментот на нивно издавање во производствениот процес. Истото се однесува и на привременото прифаќање на полупроизводите и недовршените производи до нивното издавање за натамошна преработка.

б) **Складирањето на готови производи** опфаќа работи околу приемот на сопствените производи, наменети за продажба, нивно сместување и чување, како и работи околу подготовката за издавање (мерење или кроење на пакувањето) и отпрема на продадената стока на купувачите.

**Организационата поставеност на складишната служба** може да биде најразлично поставена. Во практиката, се среќаваат следниве организациони решенија на складишната служба:

- складишна служба во состав на набавната служба;
- складишна служба во состав на продажната служба;
- складишна служба како посебна организациона единица во состав на комерцијалниот сектор;

- Складишницата претставува хартија од вредност што ја издаваат складиштата за стоката што се чува.
- Складишницата се користи за располагање со стоката, а може да се пренесува на друго лице, без да се пренесе стоката.
- Задачите на складирањето се:
  - овозможува сместување на набавените и произведените материјални добра;
  - дејствува како продолжена производна дејност за преработка, односно доработка на складираните добра;
  - дејствува како составен дел на продажбата на складираните добра.

- Како ќе биде организирана складишната служба зависи од:
  - дејноста што ја врши друштвото,
  - обемот на работа и
  - примената на новите научни достигнувања во работењето.

- складишна служба во состав на маркетинг секторот;
- складишна служба во состав на производствениот сектор;
- складишна служба како самостојна служба.

Секоје друштво го решава ова прашање на начин, кој најдобро му одговара на неговите специфични услови на работење. Како ќе биде организирана складишната служба, зависи од дејноста што ја врши друштвото, обемот на работење и примената на новите научни достигнувања во работењето, пред сè, во општата организациона поставеност. Сите овие решенија имаат свои предности и недостатоци, но секако дека друштвото кое се занимава со производство или со промет на стока и чиј обем на работење е поголем ќе има потреба од постоење на посебна складишна служба, отколку друштво чија дејност е на пример транспорт или туризам, каде што складишното работење може да биде во составот на некоја друга служба или сектор.

Кога станува збор за организација на складишна служба треба да се укаже на фактот дека таа може да биде организирана како централизирана и како децентрализирана. Кога потребите не диктираат друго решение, централизацијата на складиштата е систем, кој на друштвото му обезбедува порационално и поекономично работење со залихите на стока. Меѓутоа, постојат многубројни причини кои наведуваат на децентрализација на складиштата. Тие се:

- потреба од постоење на погонски складишта за материјали, е како поради просторната оддалеченост на погоните од централното складиште, така и поради специфичноста на материјалите со кои што тие се снабдуваат;
- потреба од постоење на меѓуфазни складишта за привремено прифаќање на производството во тек;
- потреба од постоење на посебни складишта за одделни поголеми продавници или групи помали трговски продавници итн.

Предностите на децентрализацијата се во приближување на скла-

**Граф. 13** Видови склади според: видот на градбата и според специфичноста на дејствување



диштата, таа во помала или во поголема мера обезбедува и специјализација на складиштата, која особено позитивно се одразува на создавањето подобри услови за сместување на стоката и нејзин постручен третман. Меѓутоа, децентрализацијата има бројни недостатоци:

- можности на затрупување на залихи од иста стока на повеќе места;
- потешко спроведување на единствена складишна политика на друштвото во целина;
- релативно зголемување на вкупните трошоци на складирање и сл.

### Видови на складиови

Складиштата се јавуваат во многубројни и разновидни видови. Со примена на определени критериуми, сите тие можат да се групираат во определени групи.

Според видот на градбата се јавуваат како: **покриени и непокриени**. **Покриените складиови** (дрвени бараки, хангари, зидани приземни складиови, складиови со подруми, приземје и катови и сл.) служат за сместување на материјални добра (прехранбени производи, лесно запаливи и лесно испарливи стоки и сл.), што се чувствителни на временските, како и на некои други влијанија.

**Полупокриените** складиови служат за сместување на материјални добра како што се: дрвена граѓа, јаглен, вар и сл.

**Непокриените складиови** се, всушност, складишни простори во кои се складира: песок, керамички стоки, стоки за одводна санитариа и сл.

Според видот на материјалното добро што се складира, се разликуваат: складиови за суровини, за полупроизводи, за готови производи, односно складиови за индустриски производи, за земјоделски производи и сл. Според специфичноста на материјалното добро што се складира, се разликуваат: складиови за универзални стоки и специјални складиови.

Според припадноста кон определени друштва, се разликуваат: складиови на производните друштва, складиови на трговски друштва.

Според специфичноста на дејствувањето се разликуваат: *јавни складишта, консигнациски складишта и царински складишта*.

**Јавните складишта** складираат материјални добра на различни друштва. Покрај складирањето вршат и определени услуги, чија основна цел е одржување на вредноста на складираните добра (чистење, сортирање, класирање, осигурување и сл.). Со сопственикот на складираните добра склучуваат договор. За својата работа добиваат надомест (провизија).

Водат евиденција за примените и издадените добра од складот. На сопственикот на складираното добро му издаваат документ - складишница. Складишницата има својство на хартија од вредност и може да се пренесува, а со тоа се пренесува и сопственоста на стоката.

**Консигнациски складишта** отвораат трговските друштва што застапуваат странски фирми, производните друштва што произведуваат производи со лиценци на странски фирми и друштва за надворешна трговија. Се лоцираат во близина на царинарниците. Во нив се сместува стока што и припаѓа на странска фирма (консигнатор). На оваа стока не се плаќа царина сè додека таа не биде продадена и не се изнесе од складот. За својата услуга складот си наплатува провизија.



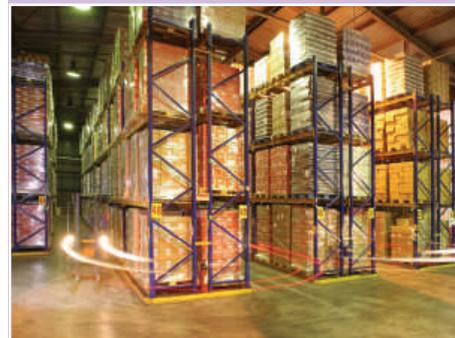
Илустрација 42:  
Покриени складиови



Илустрација 43:  
Полупокриени складиови



Илустрација 44:  
Непокриени складиови



Илустрација 45: Јавен склад

**Царински складишта** служат за складирање на материјални добра, т.е. стоки од увоз и извоз. Тие се лоцираат во близина на гранични премини, во близина на железничките станици на големите градови, во близина на пристаништа и аеродромите и сл. Овие складишта им припаѓаат на царинските управи. Царината се наплатува при преземањето на стоката од складот.<sup>22</sup>

## Постапка при прием на набавените материјали

### Прием на стока во складиштето

Поголемите складишта имаат посебна приемна служба. Нејзината задача се состои во:

- прифаќање на пристигнатиот материјал и стоконите документи што ги следат;
- вршење на квалитативен и квантитативен прием на материјалот;
- издавање на приемница за материјалот.<sup>23</sup>

**Приемницата**, обично, ги содржи следниве податоци: датум на приемот, реден број на приемницата, име на добавувачот, вид на стоката, количество и квалитет на стоката, цената на стоката, вид и број на парчиња според амбалажата, потпис на раководителот на складиштето и др.

Препорачливо е во случаите кога трошоците за превоз на материјалот паѓаат на товар на купувачот, приемната служба да изврши препис на товарниот лист и него да го приложи кон стоконите документи.

На тој начин се ослободува оригиналниот товарен лист, со цел да се избегнат обврските за плаќање на железницата, доколку превозот се врши преку неа. Преписот обично се врши со внесување на битните елементи од товарниот лист на еден посебен образец за таа цел.

Квалитативната и квантитативната контрола на пристигнатиот материјал ја врши посебна комисија на друштвото, која обично ја сочинуваат претставници на службата за квалитативна контрола, службата за подготовка на трудот и складишната служба.<sup>24</sup>

Доколку при контролата се утврди отстапување од договорениот квантитет и квалитет, тоа се констатира комисијски. **Комисијскиот записник** се доставува до добавувачот, со барање да постапи во согласност со договорот за купопродажба, односно прописите за промет на стока.

### Постапка за прием на готови производи

Освен во случаите кога се работи за непосредна отпрема на производите, по завршеното производство, како што се: производство по порачка, однапред продадена партија производи, испорака на производи на деловни единици или на консигнациски складишта, готовите производи се сместуваат во соодветни складишта на производните друштва.

22 Петковски Д.: Комерцијално работење, за I година економска и трговска струка, Скопје, 1997, стр. 48.

23 Јовановска-Ристевска С. и Јаковски Б.: Економика на внатрешната трговија, Економски факултет, Скопје, 2002, стр. 211.

24 Јовановска-Ристевска С. и Јаковски Б.: Економика на внатрешната трговија, Економски факултет, Скопје, 2002, стр. 211.

#### Илустрација 46:

Прием на стока во склад

Запроизводите, кои со оценка на техничка контрола не се квалификувани како „шкарт производи“ или производи со грешка, соодветната производна единица на друштвото доставува документ, познат како испратница на готови производи, врз основа на кои складиштето им врши прием.

Испратницата обично ги содржи следните податоци: име на производната единица на друштвото во кое е изработен производот, реден број на испратницата, датум на издавање на испратницата, единица мера, количество, цена и вредност. Испратницата ја потпишуваат: раководителот на производната единица на друштвото, лицето кое го предало производот и лицето кое го прокнижило овој документ.

Врз основа на еден примерок од испратницата, производното одделение го евидентира извршениот обем на производство, а вториот примерок, пак, се доставува во сметководството на друштвото. Ако не е предвидено складишната служба да издаде посебен документ за прием на готови производи, тогаш третиот примерок на испратницата служи како единствен документ за евидентирање на влезот на стоката во складиштето.

Во некои друштва се практикува сметководството, врз основа прометните испратници да издаде Збирен налог за прием на готови производи. Овој налог може да се издаде дневно или периодично, а ги опфаќа сите издадени испратници во текот на еден ден или во текот на определен период.

### Издавање на стока од склад

#### Постапка при издавање на материјали во производството

Производните единици на друштвото, требаат материјал од складот врз основа на документ кој се нарекува *требување на материјал*, а кој обично ги содржи следниве податоци: ознака на производното одделение, реден број на потребувањето, датум, реден број на налогот за чие извршување се троши материјалот, ознака на складот од кој се требава материјалот, име, количество и вредност на материјалот и др.

Кога на едно потребување се наоѓаат повеќе видови материјали, подготовката на материјалите за издавање, според таков документ, може да се изврши на два начина и тоа:

- со симултано комплетирање, според кое потребувањето се расчленува на „x“ одделенија на складиштето, од кои материјалот ќе биде издаден. Истовремено (симултано), материјалот се подготвува во сите овие одделенија, со тоа што ќе биде доставен на едно место во складот, т.н. простор на експедиција. На ова место посебно лице, т.н. препаратор ќе изврши комплетирање на ваквите збирни потребувања.
- Со sukcesивно комплетирање, според кое транспортното средство во придружба на препараторот, оди од одделение до одделение во складот, дополнувајќи материјал по секое потребување.

Овој начин на комплетирање на потребувањето се применува особено во складовите каде што стоката е распоредена според системот на постојани места, бидејќи во нив лесно може да се утврди редоследот на движење од одделение во одделение.

Во случаите кога е требувано повеќе материјал отколку што е потребно, или кога е земен материјал што не е потребен, производната единица е



Илустрација 47:

Прием на стока во склад

- Испратницата ги содржи следните податоци:
  - име на производната единица на друштвото во кое е изработен производот,
  - реден број на испратницата,
  - датум на издавање на испратницата,
  - единица мера,
  - количество,
  - цена и
  - вредност.



Илустрација 48: Стока на пат



Илустрација 49: Утовар на стока

должна да го врати во складот. Тогаш како документ со кој се врши враќање на материјалот се доставува *повратница на материјалот*.

### Постапка при издавање на готови производи (стоки) на купувачите

Готовите производи од складот, на купувачите им се издаваат со документот *налог за издавање на стока*, кој го издава продажната служба на друштвото. Врз основа на овој налог, складишната служба издава *испратница*.

Во некои друштва работата околу издавањето на документите во врска со отпремата на стоката се поедноставува на следниов начин. Заклучницата, како документ за продажба на стока, се издава копирно во 10 примероци. Првите три носат име заклучница, а другите налог за издавање на стока, испратница, извештај за извршената отпрема и сл.

Издавањето на стока од складовите на трговските друштва се врши на ист начин, како и кај издавањето на готови производи од складовите на производните друштва.

### Распоред на стока во склад

Распоредот на стоката во складиштето зазема посебно место во политиката на складишното работење. Пред сè, распоредот треба да биде рационален, и како таков ќе овозможи:<sup>25</sup>

- скратување на патиштата за пренос на стоката и
- олеснување и забрзување на манипулацијата со стоката.

Класичното правило за распоредот на стоката во складот гласи: „Едно место за еден вид стока и секој вид стока на своето место“. Примената на ова правило подразбира дека секоја стока има свое постојано место во складот, а привременото или случајното место треба строго да се избегнува. Применувајќи го ова правило, стоките во складиштето најчесто се распоредуваат по следниве редоследи:<sup>26</sup>

- Азбучен редослед, според кој почнувајќи од влезот на складиштето се одржуваат места за стоката, при што се води сметка за нејзиното име. Така, првото место ќе биде резервирано за стока, чие име почнува со буквата А, потоа со Б, со В, итн.
- Номенклатурен редослед, според кој распоредот на стоката се врши по официјална или интерна номенклатура на друштвото. Како и кај азбучниот редослед, предностите на овој систем се гледаат во голема прегледност и лесното снаоѓање во складот. Меѓутоа кај овие системи тешко може да се постигне голема економичност на просторот, бидејќи при распоредот не се води сметка за коефициентот на обртот на одделни производи, новите димензии, тежината, обликот, физичките и хемиските својства.
- Распоред според стоковните карактеристики, според кој се води сметка за специфичностите на определени видови на стоки, а воедно се постигнува оптимална економија на просторот, транспортот,

25 Јовановска-Ристевска С. и Јаќовски Б.: Економика на внатрешната трговија, Економски факултет, Скопје, 2002, стр. 199.

26 Јовановска-Ристевска С. и Јаќовски Б.: Економика на внатрешната трговија, Економски факултет, Скопје, 2002, стр. 199.



Илустрација 50: Издавање на стока од склад со помош на внатрешен транспорт - вилушкар

манипулацијата и другите трошоци во складот. При распоредот на стоката по овој систем, се постапува на следниов начин:

- стока со големи димензии, кабаста стока и стока со голема тежина се сместува при влезот во складиштето и на приземје;
- кога се сместува стока на полици, во фиоки или на други начини, се настојува во близина да се складираат стоки со сродни карактеристики;
- стока со штетни дејствија се настојува да биде што подалеку од другите на кои таквите дејствија негативно би влијаеле, како на пример, отровна стока, експлозивна и друга стока.
- стока со поголема зачестеност во прометот, исто така, треба да биде сместена блиску до влезот, излезот на складиштето, поради поедноставна манипулација.

За полесно снаоѓање кај ваквиот распоред, потребно е обележување на складишните одделенија, а во поголемите складишта и обележување на сообраќајниците.

Меѓутоа, без оглед кој распоред ќе се применува, правилно е при влезот на складот да се истакне план на распоред на стоконите производи. Исто така, за што послободно да се располага со складишниот простор, се избегнуваат фиксни прегради, кои трајно го делат складот на одделенија, освен во случај, кога тоа не го диктираат посебни причини. Затоа, современите складишта се градат како големи хали во кои само со ознаки на подвижните прегради се обележува поделбата на одделенија.

### Одржување и уредување на складовите

Под одржување и уредување на складовите се подразбира придржување и примена на принципите на ред и заштита на складираните добра во складишниот простор.

Одржувањето на хигиената и редот во складишниот простор е од големо значење за успешно извршување на работите и работните задачи во складот. Со претходното се создаваат подобри услови за здравјето на вработените, за одржувањето на квалитетот и квантитетот на складираните добра, т.е. се одбегнуваат евентуални нивна загуби, поради лошите хигиенски услови во складот. Чистењето на складот треба да се извршува секој ден, со цел да не се дозволи појава на инсекти, бактерии, глувци и сл. Значи, санитарно - хигиенските услови треба да одговараат на современите услови.

Уредувањето на складот има за цел тој да располага со простор и со соодветна опрема што ќе одговара на специфичностите на добрата сместени во нив. Тоа создава поволни услови за чување на добрата и го намалува нивното оштетување и расипување.

Во складовите најчесто од **опрема** се користат: рафтови, штендери, маси скали, технички уреди за замрзнување и ладење (фрижидери, ладилници и сл.)

**Рафтовите** во складот служат за распоредување и чување на добрата. Тие можат да бидат еднострани и двострани. Едностраните рафтови се поставуваат до сидовите на складот, а двостраните рафтови - во средината на складишниот простор, со дозволена оддалеченост еден од друг, што



Илустрација 51: распоред на стка во склад според номенклатура



Илустрација 52: Распоред на стока во склад по големина на стоката



Илустрација 53: рафтови



Илустрација 54:

Опрема во склад - скали



Илустрација 55:

Уреди за ладење во склад

овозможува полесно манипулирање на стоките низ целиот простор во складот.

**Штендерите** служат за закачување на закачалки на горна облека, закачување на килими и сл.

**Скалите** служат за манипулација со материјалните добра што се складирани на повисоките прегради од рафтовите за закачување .

**Уредите за замрзнување** служат за трајно конзервирање на определени видови добра, со што се продолжува нивниот век на траење. Овие уреди уште се викаат и ладилник комори.

**Уреди за ладење** служат за разладување на прехранбени и други складирани добра што се лесно расипливи.

**Техничка опрема** служи за непосредно чување и одржување на складираните добра. Така, на пример, се поставуваат вентилатори, клима уреди, се врши проветрување на складишниот простор, се вградуваат алармни, противпожарни и други уреди.

*Уреди за внатрешен транспорт* служат за пренесување и распоредување на складираните добра и на опремата во складот. Тие можат да бидат најразлични, што зависи од видот на добрата и опремата, нивната форма, димензии и сл. Во некои складови се употребуваат бесконечни ленти, што се движат со помош на електромотор. Во складовите каде што се користат повеќе катови се употребуваат лифтови, во некои вилушкани, дигалки и сл.

Покрај наведените видови опрема може да се сретнат и други видови, кои ќе одговараат на видот на стоката и ќе овозможат полесно, подобро и поефикасно манипулирање со стоките во складот.



### ПРОВЕРЕТЕ ГО ВАШЕТО ЗНАЕЊЕ

1. Што подразбираш под поимот складишно работење?
2. Какви можат да бидат организационите решенија на складишната служба?
3. Кои видови на складови ги разликуваш?
4. Објасни ја постапката за прием на набавените материјали во складот.
5. Објасни ја постапката за прием на готови производи во склад.
6. Објасни ја постапката за издавање на стока од склад.
7. Што се подразбира под одржување и уредување на складот?



## КВИЗ

1. Збир на активности кои се однесуваат на: прифаќање, чување и издавање на набавката, односно продадената стока, најчесто ги врши:
  - а) продажна служба
  - б) набавна служба
  - в) складишна служба
2. Поврзете ги складовите со видовите на производи што се чуваат во нив:
 

Покриени	песок
Полупокриени	прехранбени производи
Непокриени	дрвена граѓа
	керамички стоки
	лесно запаливи стоки
3. Поврзете ги видовите стоки со соодветните складови:
 

	стоки за увоз и извоз
јавни складови	производи со лиценца на странски фирми
Консигнациски складови	стока што припаѓа на странска фирма
Царински складови	покрај складирање вршат и други услуги (осигурување)
4. Нарој дел од опрема која ја користат складиштата за да го задржат квалитетот на производот \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_.
5. Поврзи ги карактеристиките на видовите распореди на стока во склад:
 

	голема прегледност
азбучен редослед	чие име почнува со А, потоа со Б
номенклатурен распоред	нема голема економичност
распоред според стоковни карактеристики	оптимална економичност
6. Според припадноста кон одредено друштво се разликуваат:
  - а) складови на производни и трговски друштва
  - б) царински складови
  - в) јавни складишта
7. Според видот на материјалното добро што се складира, се разликуваат:
  - а) складови за сировини, земјоделски и индустриски производи
  - б) универзални и специјални складови
8. Складишната служба може да биде организирана како:
  - а) централизирана и децентрализирана
  - б) административна и централизирана
  - в) административна и децентрализирана
9. Организационата поставеност на складишната служба може да биде:
  - а) најразлично поставена во различни друштва
  - б) исто поставена во различни друштва
  - в) според строго утврдени правила



# КОНТРОЛА НА КВАЛИТЕТОТ



По внимателно изучување на содржините на оваа тема ќе можеш:

- да го разбереш поимот квалитет и контрола на квалитетот;
- да ги објасниш предметот и значењето на контролата на квалитетот;
- да ги разликуваш принципите на контролата на квалитетот;
- да ги објасниш методите на контрола на квалитетот;
- да ја осознаеш постапката со неисправните производи;
- да ги запознаеш стандардите за квалитет.

## ■ ■ Поим за квалитет и потреба од контрола на квалитетот

Објасни ја квантитативната квалитативната контрола при реализирање на набавното и продажното работење?  
Кој ја врши квантитативната и квалитативната контрола?  
Што е атест?

Под **квалитет** се подразбираат такви особини кои можат да задоволат определена потреба. Притоа сеедно е за какви потреби се работи, и како ги задоволува определениот производ, дали непосредно како предмет на уживање, или посредно како средство за производство.

Поимот за квалитетни особини на производот е сложен, бидејќи пред сè опфаќа:

1. материјали од кои што е изработен;
2. обликот (формата);

- Поимот за квалитет пред се опфаќа:
  - материјали од кои што е изработен;
  - обликот (формата);
  - составот;
  - бојата;
  - белези во поглед на вкусот и сл.
- Оценката за квалитетот на производот и пристапот во практиката, се мошне различни

3. составот;
4. бојата;
5. белези во поглед на вкусот и сл.

Оценката за квалитетните особини на производот и пристапот во практиката се мошне различни. Имено, често квалитетот на производите се набљудува од аспект на употребниот материјал и нивото на технологија на производниот процес. Меѓутоа, она што е значајно за друштвата е што во последниве години со објавување на бројни статии и книги се објаснува новиот приод познат како револуција на квалитетот. Основачите на револуцијата на квалитетот инсистираат на тоа дека треба да престане производството на производи со слаб квалитет, отколку подоцна да се коригира грешката во процесот на производството.

### Зошто се прави контрола на квалитетот?

Контролата на квалитетот треба да обезбеди секој производ што ја напушта фабриката да го има потребниот квалитет утврден со стандардите и спецификациите. Меѓутоа, задачата на контролата не треба да се сфати само како проверка на финалните производи, со цел да се отстранат (одделат) производите што не одговараат на условите што се утврдени со стандардите. Контролата треба да биде превентивна мерка, која треба да спречи да се јават грешки кај финалните производи и на таков начин да го сведе во најмала мера уништувањето на материјалите и непотребното трошење на човековиот труд.

Препорачливо е контролата да биде *поретка*, а тоа значи да се контролираат евентуално само готовите производи. Меѓутоа, низа случаи укажуваат дека контролата ќе може да ја оствари својата задача ако се врши почесто, пред или по секоја извршена операција, со цел да се спречи натамошно излегување на неисправни производи.

### Колкав дел од производството би требало да се контролира?

Одговорот на ова прашање, во најопшта форма би можел да гласи: Што е можно помало количество, а притоа да се постигне соодветен резултат (репрезентативен примерок, случаен избор). Но, сепак неизбежна е и визуелната контрола на готовите производи, со која би требало да се откријат сите видливи дефекти, контрола на димензиите, функционирање и др.



## ЗА ОНИЕ КОИ САКААТ ДА ЗНААТ ПОВЕЌЕ

Маркетингориентираните друштва отсекогаш се окупирани со квалитетот на производот - услугата, TQM - претставува менаџмент филозофија на континуирано подобрување на квалитетот водено од менаџментот, со цел да се задоволат потребите на потрошувачите. Реакциите на потрошувачите се најдобра

мерка и индикатор за квалитетот на производот - услугата. Се верува дека задоволството на потрошувачот е најважното барање за долгорочниот успех на друштвото и дека ова задоволство бара друштвото да го фокусира работењето кон потребите на потрошувачот.

Контролата на квалитетот зазема дел од времето на производството и условува создавање значителен дел на трошоци на производството. Контролата на квалитетот влијае врз целината на процесот на работата. Поголемите недостатоци доведуваат до пораст на рекламациите од страна на купувачите, а ова пак има негативен одраз врз угледот на фирмата имајќи предвид дека успехот во работењето зависи од квалитетот. А, квалитетот создава потрошувачи.

## ■ ■ Предмет и значење на контролата на квалитет

**Контрола на квалитетот** треба да обезбеди секој производ што ја напушта фабриката, да го има предвидениот квалитет утврден со стандардите и спецификациите. Контролата треба да биде превентивна мерка, која треба да спречи да се јават грешки кај финалните производи и на таков начин да го сведе во најмала мера уништувањето на материјалите и излишното трошење на човечкиот труд. Поради тоа контролата на квалитетот е **насочена** кон проверка:

- на суровините и материјалите за да се обезбеди потребен квалитетен состав и димензии;
- на производство во тек, за да се оцени исправноста на операциите;
- на произведени делови, на финалните производи;
- на алатите што се користат во производството.

Контролата на квалитетот на производството главно е насочена кон проверка на следниве карактеристики:

- функционални,
- изглед,
- трајност и
- димензии.

Контролата на квалитетот како што споменавме зазема дел од времето на производството и условува создавање на значителен дел од трошоците на производството.

**Економското значење на контролата** на квалитетот доаѓа до израз кога:

1. Контролата на квалитетот влијае врз целината на процесот на производството. Поголемите недостатоци кај производите доведуваат до пораст на рекламациите од страна на купувачите, а ова пак има негативен одраз врз угледот на фирмата во стопанството.
2. Контролата на квалитетот може да го спречи непотребното трошење на труд и средства, преку благовремено одделување на неисправните производи.



**Илустрација 56** Лабораториска контрола на квалитет



**Илустрација 57:** Лабораторија

- Контролата на квалитет треба да обезбеди секој производ што ја напушта фабриката, да го има предвидениот квалитет утврден со стандардите и спецификациите.
- Контролата на квалитетот е насочена кон проверка:
  - на суровините и материјалите;
  - на производство во тек;
  - на произведени делови, на финалните производи;
  - на алатите што се користат во производството.
- Контролата на квалитетот на производството главно е насочена кон проверка на следниве карактеристики:
  - функционални карактеристики,
  - изглед;
  - трајност и
  - димензии.

## ■ ■ ■ Принципи и методи на контрола на квалитетот

Основен **принцип** за извршување на контролата на квалитетот е да се обезбеди квалитетот на производот да одговара на оној што е предвиден во стандардите и спецификациите, а притоа трошоците што ги условува контролата да бидат што помали. За остварување на овој принцип потребно е да се води сметка :

1. За моментот во кој ќе се врши контролата на квалитетот;
2. За опфатноста на контролата;
3. За местото на кое ќе се врши контролата и
4. За методите на контролата.

1. Од стојалиште на **економичноста** препорачливо е контролата да се врши поретко, а тоа значи да се контролираат само готовите производи. Меѓутоа, низа случаи покажуваат дека контролата ќе може да ја оствари својата задача ако се врши почесто, пред секоја или по секоја извршена операција. Така на пример, контролата да се врши по секоја операција со цел да се спречи натамошното излегување на неисправни производи од односните операции. Контролата треба да се врши пред започнување на операциите (на пример, пред бојадисување на производот). Во оние случаи кога постои опасност со следната операција да се покријат недостатоците кај производите, настанати во претходните операции, или во случаите кога неисправните производи од претходните операции можат да предизвикаат оштетување на опремата во наредните операции. Кога се во прашање готови производи треба да се внимава тие да не го напуштат друштвото без да бидат подложни на контрола, зошто неисправните производи што би се нашле кај купувачот му штетат на угледот на друштвото и можат да предизвикаат дополнителни трошоци.

2. Според **опфатноста на количеството** на производите, контролата може да биде *целосна* или *делумна*. Контролата како што беше истакнато предизвикува трошоци, кои не се непосредно продуктивни во смисла да ја зголемат вредноста на производите. За да се определи опфатноста на контролата треба да се има предвид природата на производните процеси. Производите со помала вредност, обично не поднесуваат целосна контрола, која предизвикува високи трошоци. Исто така не поднесуваат целосна контрола ни производите што се јавуваат во големи количества на еднородна маса составена од сите делови (шеќер, цемент, жито, шајки и др.).

3. Контролата на квалитетот на производите може да се врши на разни места и тоа: на местото каде што се извршува операцијата, на специјално место за контрола, кај добавувачот на материјалите и деловите и кај купувачот на готовите производи. Секое од наведените места има свои предности и недостатоци и соодветни реперкусии врз економичноста на контролата.

4. За контрола на квалитетот се користат разни **методи**, кои би можеле да се групираат во неколку групи и тоа:

1. Визуелни методи;

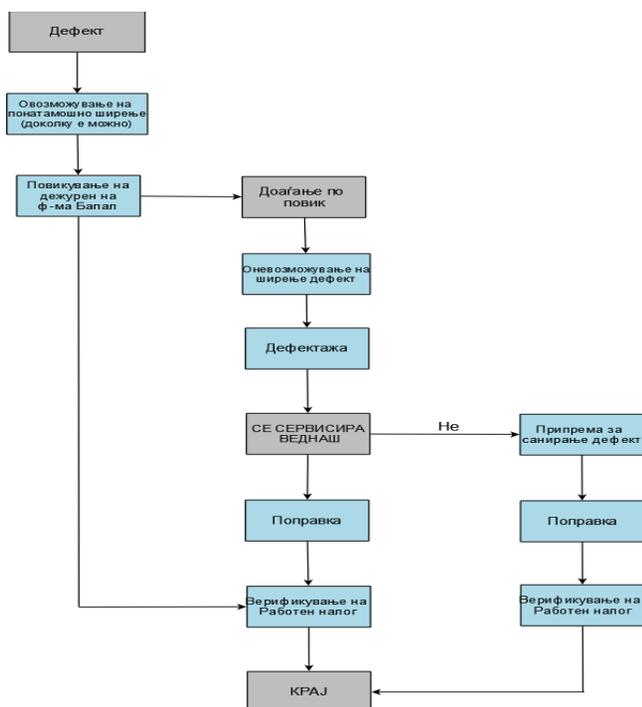
2. Методи за мерење на димензиите;
3. Тестирање (испитување) на функционирањето на производите;
4. Испитување на хемискиот состав и физичките својства на производите.

Изборот на методите за контрола е диктиран од специфичностите на производот и од видот и карактеристиките на производите што треба да се контролираат. Често, за контрола на еден вид на производ може да се јави потреба од комбинирано користење на повеќе методи за контрола, при што визуелната контрола се јавува речиси без исклучок. Секоја од методите бара определено време за извршување, ангажира луѓе и средства. Трошоците за контрола на производите би можело значително да се намалат со упростување на нејзината постапка и со скратување на времето за контрола.

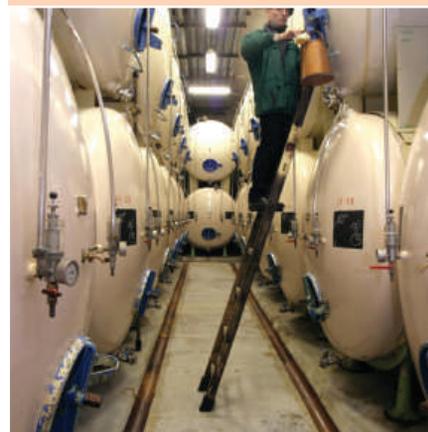
### ■ ■ ■ Постапка со одделни неисправни производи

Задача на контролата на квалитетот, како што веќе беше истакнато е да се обезбеди создавање производи со пропишани карактеристики. Меѓутоа, и при најуспешно организирање на контролата се случува некое количество од производите да се оддели од масата на производи како неквалитетно и ваквата ситуација би можело да се смета како подобра, отколку неисправните производи да го напуштат друштвото и да се најдат во рацете на купувачите и потрошувачите.

Но, грижата за контролата за вака одделени неквалитетни производи не престанува. Секоја единица од одделеното количество неисправни производи треба да се класира, како производ што би можел да се поправи



Илустрација 59: Шематски приказ на постапка со неисправен производ



Илустрација 58: Контрола на квалитет на стока со репрезентативен примерок

- За контрола на квалитетот се користат разни методи:
  - Визуелни методи;
  - Методи за мерење на димензиите;
  - Тестирање (испитување) на функционирањето на производите;
  - Испитување на хемискиот состав и физичките својства на производите

## Агрохемиска лабораторија



или како производ што би требало да се отфрли како непоправлив. Производите од првата група би требало да се вратат во производството, за да се отстранат неисправните и потоа како исправни да се вклучат во количеството на исправните производи. Судбината на овие производи што не можат да бидат поправени може да биде различна. Тие би требало да бидат користени во друштвото за некоја друга намена или, пак, да бидат продадени како отпаден материјал.

Поголемите количества неисправни производи ја влошуваат економичноста на производството, независно од тоа дали постои можност тие да бидат поправени или да се најде купувач за нив. Поправката на ваквите производи бара дополнително вложување труд и средства, а со продажбата на неисправните производи како отпадни материјали никогаш нема да се добие цена, со која би можело да се покријат направените трошоци.

## ■ ■ ■ Стандарди на квалитет

Не може да има контрола без стандарди. Стандардите го претставуваат резултатот кој е посакуван. Стандардите претставуваат нивоа на извршување. Тие се критериуми со кои се мери резултатот. Во планирањето се формулираат цели, политики и планови кои друштвото очекува да ги оствари, а токму тие цели, политики и планови стануваат стандарди на контролата. Понекогаш стандардите се многу конкретни, изразени во трошоци, приход, работни часови. Друг пат тие се квалитативни по својата природа изразени како зголемување на моралот меѓу вработените, успехот на една пропаганда, унапредување на односите со јавноста и сл.

Стандарди – ниво на очекувани резултати од секој вработен во друштвото и критериум со кој се мери резултатот.

Постојат неколку начини според кои се определуваат стандардите. Тие ги одразуваат планските производи на друштвото и на неговите организациони единици. Потешкотии се јавуваат кај мерењето на квалитативните стандарди, кои се посебно важни за успехот на секое современо друштво.

Изразот **стандардизација** во својата основа го има англискиот збор стандард, кој означува нешто нормално, што служи како примерок или мерило со кое ќе се мерат или ќе се споредуваат својствата или вредностите на одделни предмети или појави. Под **стандард** се подразбира утврден критериум што треба да го задоволат одделни својства на производот - квалитет, форма, димензии или постапките на чување, пакување и транспорт.<sup>27</sup>

Основните цели на стандардизацијата се состојат во унапредување на:

- квалитетот на производите, постапките и услугите преку дефинирање на нивните карактеристики кои ја определуваат нивната способност да задоволат определени барања;
- квалитетот на животот и здравјето на луѓето, безбедноста на имотот и заштита на животната средина и природата;

Илустрација 60: ISO – производство



<sup>27</sup> Спасов С., Талеска В., и Марков Т., Економика и организација на претпријатијата, за II година, економска струка, Скопје, 1992, стр.

- економичноста и рационалноста во користење на човечка работна сила, материјали и енергија во процесот на производство и размена на стоки;
- меѓународната трговија со стоки и услуги со отстранување на пречките во трговијата<sup>28</sup>

Постигнувањето на висок степен на квалитет сè повеќе добива на значење, заради сè поголемата конкурентност на светскиот пазар. За влез на светскиот пазар не е доволен само квалитет туку и меѓународно познат доказ во вид на сертификат.

**ISO – стандард** претставува единствен стандард, кој може да се користи за сертификација на менаџментот. Тој ги има предвид:

- обезбедување на што поголем број задоволни купувачи;
- задоволување на потребите на купувачите;
- оценување на способноста на организацијата на друштвото.

Предности од имплементација на ISO-стандардот:

- поголема одговорност и свест на вработените;
- подобро искористување на работното време и ресурсите;
- зголемен степен на задоволни купувачи;
- зголемени можности за пласман;
- помали загуби;
- поголем профит;
- континуирано унапредување на квалитетот и ефикасноста во работењето.

**Што е HACCP-стандард?** За разлика од контрола на готовите производи на крајот од производниот процес, HACCP претставува превентивен систем, кој ја осигурува безбедноста на храната во секој чекор на процесот на производство. Се развива посебно за секој производ, група производи или производствен процес, и треба да се дефинира и воспостави така што ќе одговара на специфичните услови на секој производ одделно.

Каде се треба да се воведат HACCP-систем?

- производство, преработка и пакување,
- складирање транспорт и дистрибуција,
- трговија, малопродажба и угостителство,
- прехранбена индустрија,
- подготовка и дистрибуција на храна за потребите на болници, хотели, ресторани, авионски и други компании.

Кои се предностите на HACCP-систем?

- редуцира појава на болести предизвикани со храна,
- поефикасен инспекциски надзор,
- зголемена конкурентност на друштвата на светскиот пазар,
- овозможува ефикасно воведување на нови технологии и производи,
- го зголемува профитот.

- Изразот стандардизација означува нешто нормално, што служи како примерок или мерило, со кое ќе се мерат или ќе се споредуваат својствата или вредностите на одделни предмети или појави.

- Под стандард се подразбира утврден критериум што треба да го задоволат одделни својства на производот:
  - квалитет,
  - форма,
  - димензии
  - постапки за чување,
  - пакување,
  - транспорт.



28 Сл.весник на Р. Македонија, број 54, 2002, Закон за стандардизација, член 4, Скопје.



## ПРОВЕРЕТЕ ГО ВАШЕТО ЗНАЕЊЕ

1. Што подразбираш под поимот квалитет?
2. Што подразбираш под поимот контрола на квалитетот?
3. Зошто се јавува потреба од водење контрола?
4. Кое е значењето на контролата?
5. Колкав дел од производството би требало да се контролира?
6. Кои се основни принципи за извршување на контролата на квалитетот?
7. На кои места може да се врши контролата на квалитетот?
8. Кои се методите за контрола на квалитет на производите?
9. Која е постапката со неисправните производи?
10. Што претставува стандардизација?



## КВИЗ

1. Колкав дел од производството треба да се контролира?
  - а) помал дел
  - б) поголем дел
  - в) целокупното производство
2. Контролата треба да биде:
  - а) казнена мерка
  - б) укажувачка мерка
  - в) превентивна мерка
3. Поголемите недостатоци во квалитетот на трудот доведуваат до пораст на:
  - а) понуди од купувачите
  - б) барање на понуди од купувачите
  - в) рекламации од купувачите
4. Според опфатноста контролата може да биде:
  - а) општа или посебна
  - б) целосна или делумна
  - в) сопствена или туѓа
5. Утврден критериум кој треба да го задоволат одделни својства на производот-квалитет, форма, димензии, постапки за чување, пакување, транспорт, претставува:
  - а) истражување
  - б) стандард
  - в) тестирање.



## РЕЗИМЕ

Својства или особини што ги поседува еден производ во сообразност со барањата на потрошувачот и пазарот. Квалитетот на производот е синоним на употребната вредност или корисност на стоката.

Од аспект на пазарното производство, квалитетот е основно мерило, но не и единствен услов за освојување на купувачите. Тука во предвид доаѓаат уште и дизајнот, пакувањето и начинот на лансирање и продажба на производот.

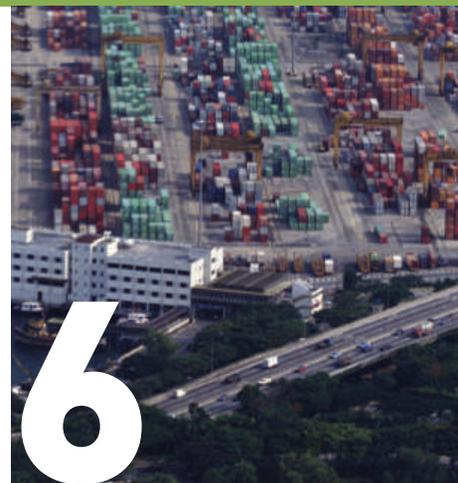
Основен принцип за извршување на контролата на квалитетот е да се обезбеди квалитетот

на производот да одговара на оној што е предвиден во стандардите и спецификациите, а притоа трошоците што ги условува контролата да бидат што помали. За остварување на овој принцип потребно е да се води сметка: за моментот во кој ќе се врши контролата на квалитетот; за опфатноста на контролата; за местото на кое ќе се врши контролата и за методите на контролата.

Под стандард се подразбира утврден критериум што треба да го задоволат одделни својства на производот - квалитет, форма, димензии или постапките чување, пакување, транспорт.



# НАДВОРЕШНО ТРГОВСКО РАБОТЕЊЕ



# 6

## ТЕМА

По внимателно изучување на содржините на оваа тема ќе можеш:

- Да ги објасниш карактеристиките на надворешниот стоковен промет;
- Да ги разликуваш видовите надворешно - трговско работење;
- Да го објасниш значењето и специфичностите на надворешно-трговското работење.

## ■ ■ ■ Надворешен стоковен промет и надворешно трговско работење

### Суштина и карактеристики на надворешниот стоковен промет

Потсети се:

Што представува внатрешниот стоковен промет?  
Кои видови на стоковен промет ги разликуваш?

На патот по кој се движи стоката од производителите до потрошувачите се одвиваат една или повеќе купопродажби, односно размена на стоки за пари, и обратно.

*Стоковниот промет* ги опфаќа сите дејности, кои што учествуваат во купувањето и продавањето на стоката. Во областа на стоковниот промет се врши промена на обликот на парите во стока.

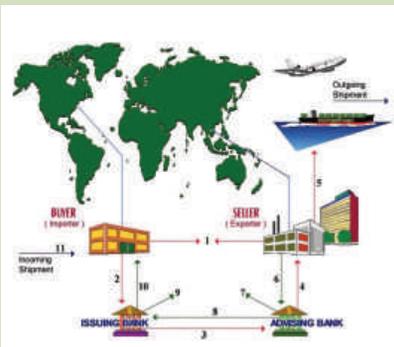
Стоковниот промет претставува сублимат на сите операции од производството до процесот на размена преку пазарот, при што се врши промена на вредноста од стоковна во парична форма и обратно, на одредено подрачје и време.

Стоковниот промет се врши преку купопродажба во трговијата, но се применуваат и други форми, како меѓусебно пребивање, посредништво, застапништво, комисиони операции. Во стоковниот промет се вршат





- Стоковниот промет, ги опфаќа сите дејности кои учествуваат во купувањето и продавањето на стоката.
- Во областа на стоковниот промет се врши промена на обликот на парите во стока.
- Стоковниот промет претставува субимат на сите операции од производството до процесот на размена преку пазарот, при што се врши промена на вредноста од стоковна во парична форма и обратно, на одредено подрачје и време.
- Стоковниот промет се врши преку купопродажба во трговијата, но се применуваат и други форми, како меѓусебно пребивање, посредништво, застапништво, комисиони операции.



**Илустрација 61:** Извршување на надворешно-трговско работење

и разни технички операции: сортирање, дотерување, обележување, конзервирање, складирање, пакување, транспортирање и друго.

Трговијата претставува посебна стопанска дејност, посебна стопанска област во целокупното стопанство, која се занимава со купопродажба на стоки (со стоковен промет) и со тоа го овозможува нивното движење од сферата на производството во сферата на потрошувачката. Таа врши посредничка улога, ги поврзува производството и потрошувачката, ги презема стоките од производството, и ги доставува до потрошувачката. Трговијата е непроизводна дејност. Со купување и продавање не се создава нова вредност.

Во зависност од тоа од кој аспект се набљудува стоковниот промет, се разликуваат повеќе видови:

Според обемот на прометот се разликуваат:

- стоковен промет на големо и
- стоковен промет на мало.

Стоковниот промет на големо се одвива помеѓу производителите, како продавачи и трговската мрежа како купувач, односно помеѓу гросистичките трговски друштва (што во големи количества им ја продава стоката на малопродажните друштва, на индустријата или на големи потрошувачи) како продавачи и деталистичките трговски друштва (вршат продажба на мало по цена на стоките на малопродажбата) како купувачи.

Стоковниот промет на мало првенствено се јавува помеѓу деталистичките трговски друштва и индивидуалните потрошувачи. Овој промет главно се однесува на производи за широката потрошувачка, што купувачите ги користат за задоволување на своите потреби.

Според потеклото на стоката што е предмет на договорот:

- промет на индустриска стока и
- промет на земјоделски производи.

Додека, пак, вкупниот промет на стоки и услуги што се врши на подрачјето на една држава се вика внатрешен стоковен промет, додека прометот на стоки надвор од земјата, со други држави, претставува надворешен стоковен промет, а прометот на стоки и услуги меѓу сите земји се вика светски промет, односно светски увоз и извоз.

Видови надворешно-трговски работи

Различно ниво на развој на производните сили на земјите во светот, како и разликите во видовите и количините на природните богатства во нив, како неопходна ја наложуваат потребата на одржување на меѓународни трговски односи.

**Надворешната трговија** претставува размена на стоки и услуги меѓу одделни земји.

Како видови надворешно-трговски работи може да се наведат следниве:

- извоз на стока;
- увоз на стока;
- транзитна трговија;
- услуги на прометот на стоката со странство;
- други.

**Извозот или експортот** претставува продажба на домашна стока или капитал на странските пазари.

**Увозот или импорто** претставува купување на стока во странство, со цел продажба и потрошувачка во истата земја.

**Транзитна трговија** - претставува посредништво на една земја во стоковниот промет на други земји, додека транзитна стока е стоката, која што во текот на транспортот од земјата извозник во земјата увозник се превезува преку територијата на некоја трета земја.

Транзитната трговија се јавува во два вида:

- посредничка трговија - се врши кога наше надворешно-трговско друштво купува стока од еден странски партнер со цел да продаде на друг, исто така странски партнер, а притоа стоката да не ја премине нашата граница. На пример, купеното кафе во Бразил се упатува непосредно на извесен купувач во Австрија.
- реекспорт претставува извоз на веќе увезена стока. Реекспортот се врши од разни причини, поради преработка и доработка на увезената стока, поради препродажба на увезената стока од една земја во друга. Реекспортот претставува вид на транзитна трговија, а значењето на транзитната трговија се огледа во тоа што се обезбедува прилив на девизни средства без ангажирање на сопствена стока.

Застапување на странски фирми, заедно со меѓународниот транспорт на стоката, шпедицијата и складирање на стоката претставува една од услугите во прометот на стоката со странство. Друштвата што се запишани во надворешно-трговскиот регистар, за вршење на работи за застапување на странски фирми вршат работи од големо меѓународно значење:

- ги поврзуваат интересите на странските продавачи и домашните купувачи;
- при директно застапување на производителите ги исклучуваат непотребните посредници;
- од девизните цени на стоката се одбива застапничката провизија која останува во нашата земја.

**Транзит** - претставува превоз на стоки од една во друга преку земја (држава) што се наоѓа меѓу нив. А, додека транзитна трговија претставува посредништво на една земја во стоковниот промет на други земји. При извршувањето на транзитот било да се користат само наши сообраќајни уреди или наши транспортни средства, задача на трговските друштва е примената стока на превоз да ја достават до местото на испорака брзо, сигурно, евтино, без оштетување на квалитетот или во количината на стоката.

Во извршувањето на меѓународниот транспорт на стоката учествуваат патниот, железничкиот, речниот, поморскиот и воздушниот транспорт. Тука најзначајната улога ја одигруваат шпедитерските друштва. Овие друштва како организатори на превозот на стоката преку државните граници имаат широк опсег на дејности:

1. учествуваат во заклучување на купопродажните договори како советодавачи во врска со превозот на стоката;

- Во стоковниот промет се вршат и разни технички операции:
  - сортирање,
  - дотерување,
  - обележување,
  - конзервирање,
  - складирање,
  - пакување,
  - транспортирање и
  - друго.



**Илустрација 62:**

Извоз во земјите на ЕУ

\* Извор.

[www.politika.rs:/8080/uploads](http://www.politika.rs:/8080/uploads)

- Видови надворешно-трговски работи се следниве:
  - извоз на стока;
  - увоз на стока;
  - транзитна трговија;
  - услуги на прометот на стоката со странство;
  - други.





**Илустрација 63:** Надворешно - трговско работење

2. избираат најпогодно транспортно средство и најкратки патишта на транспорт, обезбедувајќи економичен и брз превоз на стоката;
3. вршат осигурување, царинење, складирање на стоката и др.

Во прометот на стоката со странство, значајна улога имаат јавните складови. Јавен склад се нарекува оној склад, кај кој стоката се складира на определено време.

## Надворешно-трговско работење

### Суштина, значење и специфичности на надворешно-трговското работење

Стратешка цел на секоја земја е развојот на нејзиното стопанство, за да се оствари побрз развој на стопанството, неопходен е развојот на пазарот и интензивно економско поврзување на земјата со светот.

Надворешно-економските односи се насочени кон развојот на пазарот преку поврзување на стопанско-економските текови во светот.

Системот на надворешно-економските односи мора да обезбеди остварување на целите, кои според определени карактеристики дури, меѓусебно се спротиставени:

1. (неопходна) заштита на домашната индустрија во развојот на нерамноправната конкуренција на поразвиените и попродуктивните економии;
2. вклучување на домашното стопанство во меѓународната поделба на трудот;
3. ликвидноста на земјата во меѓународните плаќања;

Меѓународната размена на стоки и услуги се извршува меѓу лица (правни и физички) од различни економски, политички и правни системи и различни валутни подрачја. За работите да се извршуваат потребно е да

се решаваат низа правни и комерцијално-технички проблеми кои ги нема во внатрешната трговија. Затоа е разбирливо што надворешно-трговската размена е опкружена со сложени системи на национални и меѓународни организации и регулативи.

Со терминот надворешно-трговско работење се одбележува сложен процес со кој се реализира меѓународната купопродажба на стоки и услуги.

Надворешно-трговското работење ги опфаќа надворешно-трговскиот промет и вршењето на стопански дејности во странство.

Значењето на надворешно-трговското работење е мошне големо. На меѓународен план преку ова работење се ублажува нерамномерноста на природните богатства на различни земји, нерамномерноста во достигнатиот степен на развото на одделните земји итн. Имено, набљудуваното работење ги активира производните капацитети во земјата, го шири домашниот пазар, создава позадоволувачки односи во билансот на плаќањата и трговскиот биланс во земјата, овозможува увоз и извоз на современо научни достигнувања.

Со терминот надворешно-трговско работење се одбележува сложен процес, со кој се реализира меѓународната купопродажба на стоки и услуги.

Во современи услови надворешно-трговското работење се јавува како составен дел на меѓународниот маркетинг, во рамките на неговото успешно извршување мора да биде застапен и принципот на маркетинг.

Надворешно-трговското работење се одликува со одредени специфичности. Тие специфичности се условени од разликите на надворешниот однос на внатрешниот стоковен промет, така, надворешно-трговското работење се одвива на:

- територијално поширок и структурално непознат пазар;
- се реализира помеѓу партнери што егзистираат на подрачја на кои, по правило, постојат различни климатски услови, различни општествено-економски системи и сл.

Од сево ова се забележува поголемата сложеност на надворешно-трговското работење во однос на работењето на внатрешниот стоковен промет, поради што се јавува потреба од познавање на низа фактори, кои со своето влијание го компликуваат, отежнуваат прометот на меѓународен план. Затоа во меѓународната размена се наложува познавањето на влијанието на тие фактори, познавање на природните и општествено-економските услови што се карактеристични за партнерските земји, познавање на стопанската и правната регулатива, важечките мерки и инструменти на системот на меѓународните економски односи во сопствената земја и земјата - партнер.

Ризиците, т.е. неизвесните настани што можат да настанат и да предизвикаат штети, се честа појава во рамките на надворешно-трговското работење. Секој неизвесен факт во разни форми на економска активност претставува ризик. Постојат две основни компоненти на ризикот на земјата економска и политичка. Економските ризици произлегуваат од стопанските движења, стопанскиот развој, условите на работење и инвестирање во определена земја и нејзината надворешна ликвидност. Политичките ризици претставуваат веројатност од промена на владата или владината политика, политички немири или војни кои би можеле да се одразат на сервисирањето на долговите.

■ Надворешно-трговското работење ги опфаќа:

- надворешно-трговскиот промет и
- вршењето на стопански дејности во странство.

■ Значењето на надворешно-трговското работење е во тоа што ја:

- ублажува нерамномерноста на природните богатства на различни земји,
- нерамномерноста во достигнатиот степен на развото на одделните земји. Надворешно-трговското работење:
- ги активира производните капацитети во земјата,
- го шири домашниот пазар,
- Создава задоволувачки односи во билансот на плаќањата и трговскиот биланс во земјата,
- овозможува увоз и извоз на современо научни достигнувања.



## ЗА ОНИЕ КОИ САКААТ ДА ЗНААТ ПОВЕЌЕ

Меѓународната трговија претставува промет (извоз и увоз) на стоки и услуги меѓу суверени држави, размена што се одвива преку државните граници, меѓународната поделба на трудот ја обусловува меѓународната размена. Преку размената националните стопанства се дополнуваат. Затоа меѓународната размена претставува нужност. Низ меѓународната размена се формира светскиот пазар. Карактерот на современата меѓународна трговија го одредуваат економски најразвиените земји и тоа како од гледиште на уделот во вкупната светска размена, така

од гледиште на најсовремените технолошки решенија (извоз на производи од висок степен на обработка и извоз на знаења). Покрај економските, постојат и вонекономски мотиви за учество во меѓународната трговија, со цел да се постигнат ефекти на економска доминација, со кои би се олеснило постигањето на одредени политички и стратегиски цели. Затоа, меѓународната трговија претставува подрачје не само на економската конкуренција, туку и еден вид на силите во светот.



## ПРОВЕРЕТЕ ГО ВАШЕТО ЗНАЕЊЕ

1. Кои дејности ги опфаќа стоковниот промет?
2. Кои дејности можат да се наведат како видови надворешно-трговски работи?
3. Што подразбираш под поимот надворешно-трговско работење?
4. Кои се специфичностите на надворешно-трговското работење?
5. Што е ризик?
6. Кое е значењето на надворешно-трговското работење?
7. Што ја сочинува содржината на надворешно-трговското работење?
8. Кои работи се третираат како надворешно-трговски работи?



## КВИЗ

1. Стоковниот промет ги опфаќа сите дејности кои учествуваат во:
  - а) купувањето и продавањето на стоката
  - б) купувањето на стоката
  - в) продавањето на стоката
2. Трговијата претставува посебна стопанска дејност, во целокупното стопанство која се занимава со:
  - а) сортирање и обележување на стоките
  - б) купопродажба на стоки
  - в) складирање и транспортирање на стоки
3. Кои видови надворешно-трговски работи можат да се наведат:
  - а) увоз и извоз
  - б) набавка и продажба
  - в) складирање и транспорт
4. Наведи ги специфичностите на надворешно-трговското работење \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_.
5. Неизвесни настани што може да се случат и да предизвикаат штети во надворешно-трговско работење се:
  - а) инвестиции
  - б) меѓународен маркетинг
  - в) ризици



## РЕЗИМЕ

Меѓународна трговија претставува промет на стоки и услуги меѓу суверени држави. Преку размената националните стопанства се дополнуваат. Затоа, меѓународната размена претставува нужност. Низ меѓународната поделба на трудот и меѓународната размена се формира светскиот пазар, што претставува интегрална заедница на национални стопанства. Преку меѓународната размена се остварува поврзување на различни делови од светот.

Значењето на надворешно-трговското работење е мошне големо. На меѓународен план преку ова работење се ублажува нерамномерноста на природните богатства на различни земји, нерамномерноста во достигнатиот степен на развој на одделните земји итн. Имено, набљудуваното работење ги активира

производните капацитети во земјата, го шири домашниот пазар, создава позадоволувачки односи во билансот на плаќањата и трговскиот биланс во земјата, овозможува увоз и извоз на современо научни достигнувања.

Надворешно-трговското работење се одликува со одредени специфичности. Тие специфичности се условени од разликите на надворешниот однос на внатрешниот стоковен промет, така надворешно-трговското работење се одвива на територијално поширок и структурално непознат пазар; се реализира помеѓу партнери што егзистираат на подрачја на кои, по правило постојат различни климатски услови, различни општествено-економски системи и сл.



# ИЗВОЗНО РАБОТЕЊЕ



## ТЕМА

Со изучување на темата Извозно работење ученикот треба:

- да ја сфаќа суштината и значењето на извозното работење;
- да ги разбира подготвителните извозни работи;
- да го сфаќа значењето на истражувањето на пазарот на земјите – увознички;
- да го идентификува начинот на воспоставување контакт со соодветен увозник;
- да ја сфаќа потребата од водење на трговските преговори;
- да го определи извозниот статус на стоката;
- да го опишува начинот на пријавување на извозната работа;
- да ги разликува стоконите, транспортните и документите за осигурување на стоката;
- да ги класифицира видовите уверенија и гаранции;
- да го познава издавањето на диспозицијата за стоката што е наменета за извоз;
- да го познава осигурувањето на стоката што се извезува;
- да го опишува начинот на споредување на контролата на извозната работа;
- да ја сфаќа потребата од извозното царинење на стоката;
- да го истакне значењето на пакувањето на стоката во надворешниот трговски промет
- да ги елаборира активностите на завршните извозни работи.

## ■ ■ ■ Извозно работење

### Суштина и значење на извозното работење

#### Потсети се:

Што представува продажното работење?

Кое е значењето на продажното работење?

#### ■ Поконкретно, под извоз се подразбира:

- преминување на домашната стока преку царинската граница на домашната земја;
- преминување на домашната стока од домашната земја во странство;
- пренос на стоката од внатрешниот стоквен промет во странство.

Извозното работење претставува дел од надворешно-трговското работење, односно дел од надворешно-трговската размена, т.е. купопродажба во рамките на меѓународниот трговски промет.

Во најширока и во најопшта смисла, под **извоз** се подразбира продажба на стоки од една во други земји. Обично таа продажба се јавува како резултат на потребите што се манифестираат во земјите каде што се извезува соодветна стока.

**Извозот во потесна смисла на зборот** – ако предмет на продажба помеѓу две земји е определена стока се зборува за таканаречен извоз на стоки што се гледа. **Извозот во поширока смисла на зборот** - ако предмет е определена услуга (туристичка, сообраќајна и сл.) се зборува за невидлив извоз, т.е. за извоз што не се гледа.<sup>29</sup>

**Посреден извоз** – извозот може да се врши самостојно од страна на сопственикот на стоката, во тој случај се работи за извоз кој се врши за сопствена сметка. Непосреден извоз, извозот на определена стока може да биде доверен на определен посредник. Посредниот извоз може да го вршат посредници.<sup>30</sup>

**Значење на извозното работење.** Во текот на развитокот на човековото општество, а и денес, извозот се јавува како една од примарните задачи за обезбедување на што поповолна положба на меѓународниот пазар, како еден од значајните фактори за развитокот на домашното стопанство. Потребата за извозот се манифестира и кај стопански развиените и кај стопански неразвиените земји. Дури кај последниве акцент се става на проширувањето на меѓународниот пазар, со што на нивните производи им се овозможува поголем, но и обезбедување на извори на суровини.

Граф. 13 Производство, извоз и увоз во 2005 год. во Р. Македонија



\* Извор: Public enterprise for commodity exchange, agro-berza

29 Петковски Д., Марков Т., Комерцијално работење за II година средно стручно образование

30 Исто, цит.

Додека, пак, неразвиените земји преку извозот обезбедуваат можности да се снабдат со оние стоки кои им се неопходни за нивниот стопански развој, како и за покривање на разновидните тековни потреби на населението.

**Унапредување на извозот на стоки и услуги.** Извозот на стоки и услуги и остварување на девизни приливи, давање на услуги на домашни и странски лица во меѓународниот сообраќај се поттикнуваат со:

- политика на реален курс на денарот;
- развојна политика;
- кредитно - монетарна политика;
- другите мерки на економската политика

Развојот на стоковното производство во светот, неговата спецификација зависно од постојните природно-економски услови, нараснатите потреби за одделни видови стоки, перментно водат кон сè поголема меѓународна размена. Во таквите движења на светската економија непосредно е влијанието на меѓународниот пазар, каде постои силна конкуренција, врз развојот на стопанството на одделни земји.

Нашата земја, секако не е имуна на ваквите влијанија. Сè поголемиот обем на домашното производство за некои производи ги надминува локалните рамки. Затоа интензивирањето на меѓународната размена за нашата земја има несомнено огромно значење.

**Потсети се:**

За истражување на пазарот на набавка.

## ■ ■ ■ Подготвителни извозни работи

**Потсети се:**

Што представува истражувањето на пазарот на продажба?  
Кои се сознанија треба да ги добиеш со истражување на пазарот на продажба?

Граф. 14 Видови подготвителни извозни работи



■ Под извоз се подразбира продажба на стоки од една во други земји.

■ Под извоз се подразбира:

- преминување на домашната стока преку царинската граница на домашната земја;
- преминување на домашната стока од домашната земја во странство;
- пренос на стоката од внатрешниот стоковен промет во странство.
- Ако предмет на продажба помеѓу две земји е определена стока се зборува за таканаречен извоз на стоки што се гледа.

■ Ако предмет е определена услуга (туристичка, сообраќајна и сл.) се зборува за невидлив извоз, т.е. за извоз што не се гледа.



Илустрација 64: Истражување на можностите за извоз





## Истражување на пазарот на земји – увознички

Во економската теорија истражувањето, со цел да се добијат информации, се смета како основен предуслов за водење квалитетна деловна политика. Тоа е разбирливо, ако се има предвид дека стопанските субјекти делуваат во мошне сложени услови.

Една од основните информации што треба да се добие со истражувањето е утврдувањето на **можностите за извоз**. За таа цел неопходно е да се утврди извозниот потенцијал за секој конкурентен производ, како и предвидување на движењето на извозот.

Истражувањето на пазарот на земји - увознички претставува еден од аспектите на истражување на странскиот пазар, ова истражување ги содржи сите белези и проблеми што се карактеристични за истражувањето на странскиот пазар воопшто.

Поради конјуктурните варирања на пазарот, рестриктивните мерки што ги преземаат одделните земји - увознички (увозни квоти, девизни ограничувања и слично), придружна појава на секој извоз е определен ризик. Со цел да се отстрани или барем намали тој ризик, извозниците треба да се ориентираат кон истражување на пазарот на повеќе земји увознички и тоа истражување да го вршат континуирано и систематски.

Истражувањето на странскиот пазар, се реализира преку **две фази**:

- фаза на прелиминарно истражување
- фаза на истражување на конкретен пазар<sup>31</sup>

Граф. 14 Фази преку кои се реализира истражувањето на пазарот на земјите увознички



**Прелиминарното истражување** претставува макроистражување на стопанскиот пазар, и обезбедување базни сознанија за тој пазар. Основна цел на ова истражување е добивање сознанија, односно претстава за тоа каде постои можност за соодветен извоз. Врз основа на добиените податоци ги елиминираат земјите каде што не постои можност за пласман на нејзините стоки.

**Истражување на конкретен пазар.** Со ова истражување се врши натамошна обработка и анализа на добиените податоци, истражувањето може да се организира на терен, поради тешкотиите при неговото извршување се доверува на специјализирани институции. За да на крајот овозможи донесување на соодветна одлука за влегување или невлегување на соодветен странски пазар.

Една од основните информации што треба да се добие со истражувањето е утврдувањето на можностите за извоз. За таа цел неопходно е да се утврди

- Една од основните информации што треба да се добие со истражувањето е утврдувањето на можностите за извоз.

- Пред да се изврши извозот неопходно е да се утврди извозниот потенцијал за секој конкурентен производ, како и предвидување на движењето на извозот.

31 Петковски Д., Марков Т., Комерцијално работење за II година средно стручно образование

извозниот потенцијал за секој конкретен производ, како и предвидување на движењето на извозот. За тоа може да се користат бројни методи и модели.

Таб. 3 Фази на истражување на светскиот пазар според нивните карактеристики

Прелиминарно истражување	Истражување на конкретен пазар
Макроистражување	Анализа на добиени податоци
Можност за извоз	Истражување на терен
Елиминирање на земјите каде не може да се пласираат стоките	Донесување соодветна одлука за влегување или невлегување на соодветен пазар

### Воспоставување контакт со соодветен увозник

**Потсети се:**

Кој може да покрене иницијатива за воспоставување контакт со соодветен купувач?

На кој начин може да се воспостави контакт со соодветен купувач?

Врз основа на сознанијата добиени по пат на истражувањето на пазарот на земјите увознички, извозникот се ориентира кон воспоставување контакт со соодветни интересенти во земјите - увознички.

Во теоријата на истражувањето на пазарот како основни **техники во комуницирањето** со испитаникот се сметаат:

- техника на непосредно комуницирање меѓу испитувачот и испитаникот;
- посреден начин на комуницирање со увозникот.



Илустрација 65: Начини на деловно комуницирање

**Техниката на непосредно комуницирање се реализира:**

- со непосредно испраќање на овластени лица од страна на извозникот (агенти, претставници и слично) до соодветниот увозник
- со испраќање на писма (понуди) до увозникот.

Непосредното комуницирање, односно разговор или интервју може да биде непосреден разговор (односно со лично комуницирање) или, пак, со разговор кој се одвива по телефон.

При личното комуницирање и двете заинтересирани страни се физички присутни во моментот на прибирањето на податоците, односно одговорите. Ова комуницирање може да трае подолго со што ќе се добијат поголем број податоци, се овозможува да се види личноста со која се разговара и да се оцени сериозноста на нејзините намери.

Комуницирањето по телефон е таков начин на комуницирање при што испитаникот се повикува по телефон и му поставуваат прашања според однапред подготвен прашалник. Ваквото комуницирање во денешни услови има широка примена бидејќи релативно брзо, евтино, на релативно полесен начин можат да се добијат низа податоци кои служат за анализа на определени појави на пазарот. Меѓутоа, ваквото комуницирање може да се примени само во услови на развиена телефонска мрежа, со релативно помал број прашања и со голема доза на несигурност во поглед на идентитетот на испитаникот. Затоа ваквиот начин на комуницирање најчесто се користи во комбинација со другите методи.

**Посредниот начин на комуницирање со соодветниот увозник се практикува на следниот начин:**

- преку пропагандна акција
- преку контакти кои се воспоставуваат на организираните пазари (саеми и сл.);
- преку користење на услуги од институции за посредување
- во практиката, комбинирано најчесто се спроведуваат двата начина. Контакттирањето започнува со испраќање на понуда до соодветниот увозник.



**Илустрација 66:** Комуницирање по телефон

**Граф. 15** Начини на воспоставување контакт и комуницирање со соодветен увозник



Иницијатива може да преземе и извозникот и увозникот. Доколку иницијативата ја покрене увозникот се разликуваат две фази:

1. фаза на обработка на **прашалникот** што е испратен од странскиот купувач. Суштинската анализа на содржината на прашалникот треба да открие, која е целта на неговото испраќање и може ли да се одговори на барањата што се содржани во него. Извозникот е должен примениот прашалник уредно да го евидентира. Независно од тоа дали содржината на прашалникот за извозникот е интересна или не, мора да се одговори. Извозникот кој е заинтересиран за содржината пристапува кон обработка. Изработката на извозничката понуда претставува сложена и одговорна задача. Од формата и содржината на овој документ зависи дали ќе дојде до соодветен деловен однос помеѓу увозникот и извозникот.
2. фаза на **изработка на извозничката понуда**. По форма и по содржина понудата треба да биде изработена така што ќе одговара на купопродажниот договор што ќе биде склучен врз основа на неа. На понудата треба да биде означена целосната фирма на извозникот, редниот број на понудата, потпис на овластените лица од страна на извозникот (најчесто два потписа) и печат. Исто така на понудата треба да биде назначено како ќе се врши испораката на стоката, со кое превозно средство, на каков начин и сл. Понудата треба да ги содржи сите елементи и услови што се неопходни за склучување на купопродажен договор, така што во неа ќе бидат наведени: количината на стоката што се нуди, со опис на нејзините карактеристики и евентуални прилози (каталози, проспекти и сл.), цената на стоката искажана во единица мера, начинот на испораката, рокот на испорака, начинот на плаќање итн.

**Карактеристиките на стоката** во понудата треба да бидат дадени на начин кој ќе влијае врз определувањето на купувачот за донесување на позитивна одлука во врска со испораката.

Прашањето на **цената** е посебно значајно, висината на цената на понудената стока не треба да биде повисока од тековните цени на стоките на меѓународниот пазар. Цената треба да биде изразена во валута што не го оштетува ниту увозникот ниту извозникот.

**Рокот на испораката** треба да биде реален одраз на вистинските можности и на извозникот и на увозникот. Тој рок се изразува во време, имајќи го предвид датумот што увозникот и извозникот спогодбено го определуваат. Така, испораката може временски да се мери од денот на потпишувањето на купопродажниот договор помеѓу извозникот и увозникот итн.

**Начинот на плаќање** може да биде утврден на различни начини: плаќање на аванс, плаќање со дознака, плаќање по пат на акредитив итн.

- ПОС терминал претставува електронски уред инсталиран на продажни места или банкарски шалтери, кој служи за електронско спроведување на трансакциите.
- Банкомат претставува електронски уред кој овозможува исплата на пари во готово, но и други услуги, без присуство на вработени од банката.
- Трендот на платежните картички е дефиниран пред сè, поради големата достапност и единствена употреба на новите платни инструменти и погодностите кои тие ги нудат: заштеда на време, трошоци и сл.

Граф. 16 Елементи на извозничка понуда



### Водење на трговски преговори

Потсети се:

За водење трговски преговори во внатрешниот стоковен промет.

**Прифаќањето на понудата** е изјава на волја на понудениот, со која тој целосно ја прифаќа понудата за склучување на купопродажен договор. Прифаќањето на понудата уште се нарекува и согласност, усвојување на понудата.

По прифаќањето на испратената понуда од страна на увозникот, настапува **фаза во купопродажната работа**, која е позната како фаза на водење на трговски преговори. Овие преговори се водат помеѓу извозникот и увозникот, со цел да се усогласат гледиштата на двете страни и да се внесат во купопродажниот договор.

Водењето на трговските преговори е навистина посебна вештина и затоа е многу значајно, кои лица ќе ги водат преговорите. Пред да почнат преговорите треба да се извршат определени подготовки за преговорите, кои некогаш се навистина обемни. Подготовките треба да ги изврши секоја страна за себе, но има подготовки кои помеѓу себе треба да ги извршат двете преговарачки страни. Подготовките кои ги вршат преговарачките страни помеѓу себе, се однесуваат на определување на местото на преговорите. По правило двете страни настојуваат преговорите да се вршат во нивното место. Со тоа се овозможуваат повеќе погодности како што се: познавањето на условите во кои се вршат преговорите, можностите во секое време да се консултираат стручни лица по определени прашања, користење на разни извори на податоци, не губење средства по однос патување и сл.

Трговските преговори обично се водат во определена просторија



Илустрација 67: Прифаќање на купопродажба



Илустрација 68: Водење трговски преговори во одредена просторија

што ја определува домаќинот на преговорите. Должност на домаќинот е да ги обезбеди сите потребни услови (технички и др.) за непречено водење на преговорите. Преговорите ги отвора и води домаќинот, потоа се разгледуваат сите прашања во врска со купопродажната работа. Преговорите можат да се водат непречено и ефикасно доколку сите прашања што се разгледуваат во текот на тие преговори се претходно анализирани и по нив се заземени одредени ставови.

Завршувањето на преговорите би требало да вроди со потпишување на купопродажен договор. Договорот би требало да го потпише овластено лице прво на домаќинот, а потоа лицето на екипата гостин, со тоа што ќе го приложи писменото овластување за потпишување на договорот.

### Определување на извозен статус на стоката

Уште пред склучувањето на купопродажниот договор треба да се утврди **режимот под кој паѓа стоката**, што е предмет на тој купопродажен договор и адекватно да се разреши до влегување на купопродажниот договор на сила.

Со исклучок на мал број производи, извозот на стоки и услуги е слободен (ЛБ)

Стоката што е предмет на купопродажниот договор што го склучуваат извозникот и увозникот може да биде:

- под режим на слободен извоз, односно увоз;
- под режим на контингент;

- По прифаќањето на испратената понуда од страна на увозникот, настапува фаза во купопродажната работа, која е позната како фаза на водење на трговски преговори.

- Завршувањето на преговорите би требало да вроди со потпишување на купопродажен договор

- под режим на дозвола, согласност за извоз, односно увоз.

При **режимот на слободен извоз**, односно увоз се подразбира дека стоката може слободно и неограничено да се извезува, односно да се увезува, без никакви ограничувања и забрани.

Заради заштита на домашното производство и остварување на планираниот развој, односно заштитната и развојната политика, извозот на стоки и услуги може да се регулира со воведување на контингенти (к). **Режим на контингент** значи определување одредено количество, односно квота или вредност на одделна стока што се одобрува од надлежен орган да се извезе во странство или увезе од странство во земјата за утврдено време.

Контингентите или квотите представуваат одредено количество или вредност на поединечна стока утврдена од страна на државата, којашто може да се увезе или извезе за одреден временски период. Според ова разликуваме два основни видови контингенти кои најчесто се применуваат:

- стоковни контингенти и
- царински контингенти.

Со стоковниот контингент, државата го утврдува количеството на одреден вид стока што смее да се увезе во одреден временски период. Доколку дојде до целосно искористување на контингентот пред истекот на рокот за кој тој е пропишан, не смее да се вршат никакви надворешно трговски трансакции со тој вид стока пред истекот на пропишаниот рок.\*)

Царинските контингенти се посебен вид контингенти со кои се овозможува увоз на одредено количество или вредност на стока без плаќање царина или со плаќање пониска царина.

Постојат повеќе видови класификации кај контингентите:

Според насоката на движење на стоките постојат:

- увозни (ограничување на количеството или вредноста на стоките што може да се увезат);
- извозни (ограничување на извозот на стока до определена вредност/ количество).

Според начинот на пропишување контингентите се разликуваат:

- автономни контингенти што државата ги пропишувасамата, врз основа на сопствениот суверенитет;
- договорни контингенти, воведени врз основа на потпишана спогодба, тие се резултат на договор меѓу земјите.

Според насоченоста на контингентите имаме:

- глобални или недискриминаторски контингенти се оние контингенти со кои се ограничува увоз/извоз на одредена стока или услуга на една земја со светот;
- селективни (дискриминаторски) контингенти се оние, со кои се ограничува трговијата на одредена стока или услуга на една земја со друга<sup>32</sup>

— **Дозволи за извоз, односно увоз** - определени стоки можат да се  
32 Темјановски Р., Применета економија, Европски универзитет, Скопје, 2008, стр. 240

- Стоката што е предмет на купопродажниот договор што го склучуваат извозникот и увозникот може да биде:
  - под режим на слободен извоз, односно увоз;
  - под режим на контингент
  - под режим на дозвола, согласност за извоз, односно увоз.





**Илустрација 70:**  
Царинска граница



**Илустрација 71:**  
Извозни документи

Царинската управа може да одобри печатењето на ЕЦД да се изврши на бела хартија.

Кон образецот ЕЦД за извоз се приложуваат сите документи за правилно определување на извозните давачки и други мерки на надворешно-трговскиот промет.

Појдовниот царински орган, кај кого започнува царинската постапка, заради проверување на декларираниите податоци може да бара кон декларацијата да се приложат:

- документи за превоз на стоката;
- фактура и останати комерцијални документи;
- листа за пакување на стоката или други соодветни документи доколку препознавањето на стоката е отежнато.

### Обезбедување на потребна документација за извоз

Во надворешното - трговско работење се користат многубројни **документи, уверенија и гаранции.**

Во зависност од тоа за што се однесуваат **документите** се диференцираат на:

- стоковни документи
- транспортни документи
- документи за осигурување на стоката
- царински документи

**Уверенијата** се диференцираат на:

- санитарно уверение
- фитопаталогско уверение
- ветеринарно уверение

**Гаранциите** се јавуваат:

- гаранција по кредитна работа
- гаранција за плаќање на испорачаната стока и други.

### ■ ■ ■ Стоковни документи

Под стоковни документи се подразбираат такви акти, кои што на оној кој ги поседува му даваат право да располага со стоката што е означена во документите.

Со преземање на документите од продавачот, купувачот фактички ја презема и стоката. Со цел да обезбеди наплата на преземената стока, продавачот стоковните документи му ги предава на купувачот, обично со посредство на банка, т.е. по пат на документарен акредитив.

#### а) Фактура

**Фактурата** е еден од најважните документи. Таа претставува пресметка на продавачот за испорачаната стока до купувачот.

	A	B	C	D	E
1	Send Payment To:				
2	Company Name				
3	1234 West Street				
4	Citytown, CA 90210				
5	555-1212				
6					
7	Invoice Number				
8	Invoice Date	12/26/2014			
9	Due Date	12/26/2015			
10					
11	Invoice For:				
12	John Doe				
13	Address, USA				
14					
15	Item Name	Item Category	Price	Quantity	Total
16	Test	Test Category	\$100.00	3	\$300.00
17	DBL	Test Category	\$120.00	1	\$120.00
18					
19	Total				\$420.00
20					
21	Invoice Notes				
22	If you pay within 10 days, 5% discount will apply.				
23					

**Илустрација 72:**  
Извозна електронска фактура

Со точниот опис на стоката во фактурата, која треба да одговара на описот предвиден во акредитивните услови, продавачот потврдува дека испораката ја извршил во согласност со договорените диспозиции и ја наведува цената - противвредноста на испорачаната стока која треба да му се наплати.

Вообичаени **елементи** содржани во фактурата се:

- место и датум на издавање;
- име на издавачот;
- име и адреса на купувачот;
- опис на стоката;
- количество (број на единици, тежина и сл.);
- договорената единечна цена и вкупна вредност;
- начин на испораката (ЦИФ, FOB итн.);
- услови и начин на плаќање, пресметка за евентуално однапред платени износи;
- разни трошоци на товар на купувачот;
- други клаузули или податоци како услови и карактеристики на стоката.



## ЗА ОНИЕ КОИ САКААТ ДА ЗНААТ ПОВЕЌЕ

### FOB (FREE ON BOARD) – ФРАНКО БРОД (назначено испратно пристаниште)

FOB значи дека продавачот ја исполнил својата обврска кога ја испорачал стоката преку оградата на бродот во назначеното испратно пристаниште. Тоа значи дека купувачот мора да ги плати сите трошоци и целокупниот ризик од губење односно оштетување на стоката. Одредбата FOB од продавачот бара да ги изврши извозните формалности (на свој ризик и на свој трошок да набави извозна дозвола или друго

официјално одобрение и да ги изврши сите царински формалности потребни за извоз на стоката).

### CIF (COST, INSURANCE AND FREIGHT) Цена со осигурување и со возарина (договорено определено пристаниште)

CIF значи дека продавачот е должен да ги платитрошоците, возарината и осигурувањето потребни за донесување на стоката до назначеното определено пристаниште. Продавачот договара осигурување и плаќа премија за осигурување.

Фактурата не е документ врз основа на кој може да се располага со стоката ниту да се стекнува право на сопственост над неа. Затоа често се бараат само копии од фактурата, а оригиналот продавачот го испраќа до купувачот.

### б) Спецификација

**Спецификацијата** е детален технички попис и опис на испорачаната стока. Ја издава извозникот, таа е составен дел на купопродажниот договор. Кога е



## ЗА ОНИЕ КОИ САКААТ ДА ЗНААТ ПОВЕЌЕ

Покрај комерцијалната фактура постојат и:

- Проформа фактура - која служи како концепт за идна дефинитивна фактура;
- Провизорна фактура – која се издава за стока која при транспортот го менува својот квантитет и квалитет и дефинитивната фактура која може да се издаде само врз основа на дополнителни мерења и анализи кои се вршат по преземање на стоката од страна на купувачот;
- Конзуларна фактура – која се издава на

специјални формулари и се заверува во конзуларно претставништво во земјата во која се врши извозот. Со заверка на фактурата, конзулот потврдува дека цените во фактурата одговараат на пазарните цени во земјата од која се врши увозот;

- Царинска фактура – која се издава на специјални обрасци пропишани во некои земји како задолжителни обрасци, врз основа на кои може да се врши царинење.

премногу опширна (може да се состои од многу страници) не може да биде содржана во фактурата, туку се бара и се издава како посебен документ.

### в) Паковна листа

**Паковната листа** содржи попис на амбалажата на испорачаната стока, по броеви и знаци на пакети со нивната содржина, тежина и други детали.

Ја издава извозникот, во состав на фактурата, или ако е многу опширна, како посебен документ. Корисна е за идентификација на деловите на испорачаната стока, а во некои земји е пропишана со царински прописи.

### г) Тежинска листа

**Тежинската листа** ја издава извозникот и е наменета да го потврди квантитетот, односно тежината на испорачаната стока, специфицирана по единици на пакување, но со акцент на тежината и со помалку детали во врска со пакувањето отколку кај паковната листа.

### д) Сертификат за потекло

**Сертификатот за потекло** е документ, со кој се потврдува дека определена стока потекнува од односната земја, односно дека е произведена или преработена во односната земја.

Сертификатот за потекло се бара кога се работи за специфична стока за која важат посебни прописи во поглед на увозот или извозот, царински повластици или ограничувања, контингенти и сл.

При царинење на стоката, која не ја придружува сертификатот за потекло речиси секогаш се применува максимална царинска стапка.

### ѓ) Сертификат за квалитет

**Сертификатот за квалитет** го издава овластена контрола на институција,

Илустрација 73: Паковна листа

која професионално се занимава со квалитетен преглед на стоката наменета за испорака и ужива углед во деловниот свет.

Контролата на квалитетот се врши со делумен или целосен преглед, споредување со приложени мостри или услови од купопродажниот договор, лабораториски преглед и сл.

Граф. 18 Видови стоковни документи



### е) Сертификат за извршена контрола

**Сертификат за извршена контрола** е документ издаден од специјализиран орган ги набројува констатираните податоци при извршениот преглед на стока во рамките на добиените инструкции за преглед (контрола на квалитетот, квантитетот, лабораториски испитувања, контрола на пакувањето, на бродските товари, на складишниот простор и сл.).

Разгледајте ги документите дадени во прилог: Паковна листа, Сертификат за квалитет, Сертификат за потекло. Развијте дискусија, анализирајте ги елементите кои во себе ги содржат стоковните документи.

## ■ ■ ■ Транспортни документи

Како единствен доказ на купувачот дека издавачот му испратил некоја стока, што ја купил, служат транспортните документи. Од тие документи произлегува каква стока и во каква положба и количина е предадена за превоз.<sup>34</sup>

### а) Документи за поморски транспорт

#### Поморски коносман

Поради размерите на светскиот промет, кој се одвива по море, далечината и ризиците на кои е изложена стоката во поморскиот превоз, коносманот

<sup>34</sup> Николовски А., Меѓународна шпедиција, стр. 277, Скопје, 2002.

- Поморскиот коносман е документ со кој превозникот, неговиот агент или капетанот на бродот, потврдува дека на бродот примил стока за која се обврзува:
  - да ја превезе под определени услови до определено пристаниште и
  - да ја предаде на лицето кое е овластено да ја прими, односно на сопственикот на коносманот.
- Поморскиот коносман го издаваат поморски друштва или компании
- Коносманот треба да содржи:
  - Име на бродот;
  - Име и адреса на испраќачот;
  - Име и адреса на примачот;
  - Пристаниште на товарање;
  - Пристаниште на истоварување;
  - Податоци за стоката (број на пакети, опис на стоката, тежина);
  - Забелешка дека стоката е товарена на брод и датум;
  - Забелешка за возарина;
  - Број на оригинали;
  - Име на издавачот;
  - Датум на издавањето;
- Потпис на издавачот (превозникот, капетанот на бродот или агентот).

ги придобил тие карактеристики и станал најважен транспортен документ во светската размена на стоката.

Поморскиот коносман е документ со кој превозникот, неговиот агент или капетанот на бродот, потврдува дека на бродот примил стока, за која се обврзува да ја превезе под определени услови до определено пристаниште и да ја предаде на лицето кое е овластено да ја прими, односно на сопственикот на коносманот.

Поморскиот коносман го издаваат поморски друштва или компании според свои правила и прописи и на свои формулари, на кои однапред се отпечатени разни одредби за условите под кои се прима стоката за превоз, за овластувања на капетанот на бродот, за времето на пловење, за одговорноста за евентуално настанатата штета и сл.

Секој коносман треба да содржи:

- Име на бродот;
- Име и адреса на испраќачот;
- Име и адреса на примачот;
- Пристаниште на товарање;
- Пристаниште на истоварување;
- Податоци за стоката (број на пакети, опис на стоката, тежина);
- Забелешка дека стоката е товарена на брод и датум;
- Забелешка за возарина;
- Број на оригинали;
- Име на издавачот;
- Датум на издавањето;
- Потпис на издавачот (превозникот, капетанот на бродот или агентот).

Секоја измена на коносманот мора да биде посебно потпишана од превозникот или капетанот.

Поморскиот коносман мора да содржи податок, во колку оригинали е издаден, а сите оригинали заедно прават полн сет на коносман (кој може да се состои најмалку од 1 оригинал)

Коносманот е хартија од вредност со која се добива право на сопственост на стоката.

Поради неговиот состав со кој ги утврдува односите меѓу странките-учесници во поморскиот превоз, тој воедно е и најкомплициран-најсложен транспортен документ. Затоа коносманот дури и денес е предмет на теориско разгледување кај најважните светски стручни економски и правни организации за негово дотерување.<sup>35</sup>

### б) Документи за воздушен транспорт

#### Авионски товарен лист

Авионскиот товарен лист е договор за превоз по воздушен пат кој покажува дека стоката е прифатена за превоз.

Превозот по воздушен пат обично се врши кога се во прашање мали но

35 Николовски А., Меѓународна шпедиција, стр. 277, Скопје, 2002.

вредни пратки (благородни метали), ретка и подложена на расипување стока (зоолошки експонати) и друга вредна стока која може да поднесе високи транспортни трошоци.

Го издава авионска компанија, која го врши превозот како непренослив документ и по пристигнувањето на стоката на одредената дестинација се предава на примачот, по проверувањето на неговиот идентитет.

Авионскиот товарен лист се издава во 3 оригинали и копии според потребите. На пример, товарните листови на ЈАТ се издаваат во 3 оригинали и 9 копии. Трите оригинали се наменети за превозникот (издавачот), за испорачателот и за примачот на стоката.

Како документ по акредитивот во банката се презентира третиот оригинал, во предвидениот рок односно не подоцна од 21 ден од датумот на испораката на стоката.

Авионскиот товарен лист содржи :

- име на превозникот (неговиот агент);
- аеродром на поаѓање;
- име и адреса на испраќачот и на примачот;
- име и адреса на странката која треба да се извести;
- податоци за товарот (број на пакети, опис на стоката, тежина);
- забелешка за плаќањето за возарината;
- датум на издавањето;
- потпис на издавачот и сл.

## б) Документи за железнички транспорт

### Железнички товарен лист

Железничкиот товарен лист е најчест транспортиран документ во акредитивното работење. Тој претставува договор за превоз што го склучува испраќачот на стоката со железницата. Се издава на посебен пропишан образец. Го пополнува делумно испраќачот, а делумно железничката станица која ја прима стоката за превоз. По приемот на стоката железницата на товарниот лист го става својот жиг со датумот на приемот и со тоа договорот за превоз е склучен.

Превозот на стока со железницата е регулиран со меѓународни конвенции.

Меѓународниот товарен лист се издава во 6 примероци:

- оригинал на товарен лист кој ја следи стоката;
- примерок кој треба да остане кај упатната станица;
- дупликат кој останува кај испраќачот, како доказ дека на железницата ѝ ја предал стоката заради превоз;
- други.

## г) Документи за друмски транспорт

### Меѓународен камионски товарен лист

Меѓународниот камионски товарен лист (ЦМР) е документ кој покажува

- Авионскиот товарен лист е договор за превоз по воздушен пат кој покажува дека стоката е прифатена за превоз.
- Авионскиот товарен лист содржи:
  - име на превозникот (неговиот агент);
  - аеродром на поаѓање;
  - име и адреса на испраќачот и на примачот;
  - име и адреса на странката која треба да се извести;
  - податоци за товарот (број на пакети, опис на стоката, тежина);
  - забелешка за плаќањето за возарината;
  - датум на издавањето;
  - потпис на издавачот и сл.

- Железничкиот товарен лист претставува договор за превоз што го склучува испраќачот на стоката со железницата.

- Железничкиот товарен лист се издава на посебен пропишан образец. Го пополнува делумно испраќачот, а делумно железничката станица која ја прима стоката за превоз. По приемот на стоката железницата на товарниот лист го става својот жиг со датумот на приемот и со тоа договорот за превоз со неа е склучен



**Илустрација 74:**  
Меѓународен камионски  
товарен лист

дека стоката е преземена за превоз во друмски сообраќај. Бидејќи е само договор не е пренослив и не претставува хартија од вредност. Меѓународниот товарен лист се издава во 4 примероци:

- за испраќачот;
- примерок што ја следи стоката и се предава на превозникот;
- примерок што служи за презентирање пред контролните органи (царина и др.)

Меѓународниот камионски товарен лист содржи:

- место на товарање;
- место на дестинација;
- име и адреса на испраќачот и на примачот;
- податоци за товарот (број на пакети, опис на стоката, тежината);
- место и датум на издавање;
- потписи од испраќачот и превозникот.

## д) Транспортни документи издадени од шпедитер

### Шпедитерска потврда

Шпедитерската потврда е документ, кој го издава шпедитерското друштво и тоа во два вида:

- потврда од која се гледа дека шпедитерот ја примил стоката со обврска за понатамошна испорака на определена адреса (ФЦР) и
- потврда од која се гледа дека шпедитерот ја примил стоката и неотповикливо ја испорачал (ФЦТ)

Шпедитерска потврда е потпишана од шпедитерот во својство на превозник или оператор во транспортот.

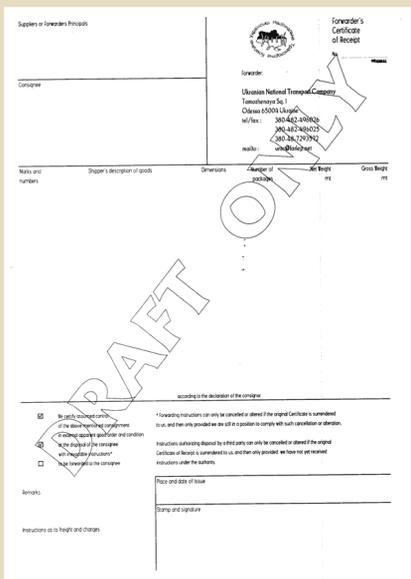
Шпедитерска потврда најчесто се користи кога помали пратки од повеќе испорачатели се испраќаат групно заради намалувањето на транспортните трошоци.

Шпедитерската потврда не се издава во пропишана форма, туку секое шпедитерско друштво издавањето го врши на свои формулари.

Таквиот вид на потврда ги содржи следниве:

- име на издавачот (во својство на превозник, оператор или агент);
- датум на издавање;
- име и адреса на испраќачот и примачот;
- начин на транспорт и патна линија забелешка за возарината и
- други.

Со издавањето на потврдата, шпедитерот презема одговорност за евентуална штета која може да настане при манипулирањето со стоката, а за обезбедување на своите побарувања во врска со испораката, се здобива со заложно право над стоката.



**Илустрација 75:**  
Шпедитерска потврда

Граф. 19 Видови на транспортни документи



## ■ ■ ■ Документи за осигурување на стоката

### Полиса за осигурување и сертификат за осигурување

**Полисата за осигурување и сертификатот за осигурување** се документи, со кои се потврдува извршеното осигурување на стоката.

Осигурувањето на стоката во транспортот може да го изврши продавачот или купувачот, зависно од купопродажниот договор.

Лицето, кое ја осигурува стоката (осигуреник) склучува договор со осигурителната компанија (осигурувач), со кој осигурувачот се обврзува на осигуреникот да му ја надополни штетата, која би настанала за време на транспортот на стоката, а осигуреникот за тоа на осигурувачот му плаќа определена премија чија висина зависи од природата на осигурената стока, од траењето на осигурувањето и од видот на ризиците против кои се врши осигурувањето.

Договорот за осигурување се потврдува со полиса за осигурување. Полисата за осигурување ја издава осигурителната компанија или нејзиниот агент, на сопствен формулар и ја потпишува во својство на издавач или агент.

Транспортното осигурување ги покрива ризиците на стоката во поморскиот, речник, копнениот и воздушниот сообраќај.

Важно прашање врзано за осигурителниот документ е и датумот.

Полисата за осигурување може да содржи три датуми:

- датум на склучување на договорот меѓу осигурувачот и осигуреникот;
- датум на издавање на полисата;
- датум од кога почнува да тече осигурувањето.

Осигурителниот документ не смее да биде издаден подоцна од датумот на испораката на стока во транспортниот документ.

- Договорот за осигурување се потврдува со полиса за осигурување.
- Полисата за осигурување ја издава осигурителната компанија или нејзиниот агент, на сопствен формулар и ја потпишува во својство на издавач или агент.

- Транспортното осигурување ги покрива ризиците на стоката во:
  - поморскиот,
  - речниот,
  - копнениот и
  - воздушниот сообраќај.
- Важно прашање врзано за осигурителниот документ е датумот.
- Полиста за осигурување може да содржи три датуми:
  - датум на склучување на договорот меѓу осигурувачот и осигуреникот;
  - датум на издавање на полисата;
  - датум од кога почнува да тече осигурувањето.

Во осигурителниот договор може да биде предвидена и франшиза за определен минимум под кој штетата ќе се надоместува.

Минимален износ за кој осигурителниот документ мора да покажува обезбедено покритие е ЦИФ (цена, осигурување и превоз до назначеното пристаниште на дестинација) или ЦИП (превоз и осигурување платени до назначеното пристаниште на дестинација) предноста на стоката, зависно од случајот, плус 10%, но само ако ЦИФ или ЦИП вредностите можат да се утврдат од документите. Во спротивно банката ќе прифати како минимален износ 110% од износот на плаќањето од бруто износот на фактурата.

## Царинска декларација

**Царинската декларација** претставува документ, кој задолжително се поднесува на царинските органи. При извозот или увозот на стоката во секоја земја се пропишуваат обрасци на декларации што се користат при увозот на стоката.

Царинска декларација е дејство во пропишана форма и начин со кој лицето искажува волја за ставање на стоката во одредена царинска постапка.

Царинска декларација се поднесува:

- во писмена форма;
- во електронска форма;
- усмено.

Сега при спроведување на одредена царинска постапка се поднесува царинска декларација во писмена форма, а според одредбите на законот постои и можност за поднесување на електронска декларација доколку царинскиот орга е подготвен за реализација на истата и врз основа на негово одобрение.<sup>36</sup>

Царинска декларација пред царинскиот орган може да поднесе само шпедитерска фирма која има добиено одобрение за вршење на работи за застапување на царинските постапки. Царинската декларација мора да биде изготвена само од вработен кој има добиено лиценца за застапување и тоа почнувајќи од 01.05.2006 година.

Со поднесување на царинската декларација и нејзино прифаќање започнуваат законските обврски на декларантот. (Декларант е лице кое поднесува царинска декларација во свое име или лице во чие име се поднесува царинска декларација.)

Откако ќе биде поднесена царинската декларација царинскиот орган одлучува дали ќе врши преглед на документите и на странската стока.

Врз одредени критериуми и профили на ризик, царинскиот орган одлучува која декларација односно која стока ќе ја контролира. Со компјутерска поддршка преку дефинирани канали: зелен, жолт и црвен се одредува видот на контролата. Зелен канал значи дека декларацијата воопшто не се контролира, жолт, значи дека само документирано се контролира царинската декларација и црвен, значи дека се контролира документарно декларацијата и се врши целосен преглед на стоката.

Целта е постепено да се намалува контролата на стоката по терминалите

**Илустрација 76:**  
Царинска декларација

36 Службен весник на РМ број 39/05.

преку користење на анализа за можни ризици, подигање одговорноста на шпедитерите и користење на поедноставените постапки а да се зголемат контролите во фирмите. Повеќе од 80% од стоките што се увезуваат и извезуваат нема директно да се контролираат, туку ќе се врши и ќе се зголемува контролата на фирмите. Целта на новите законски одредби е да се зголеми протоколот на стоките без задржување на царинските терминали за оние фирми кои ги пимемуваат законските прописи и навремено ги извршуваат сите обврски кои произлегуваат од царинските прописи. Преглед на стоките по терминалите ќе се врши и поманатаму за фирми кои не ги почитуваат царинските прописи.

По пуштање на стоката, а со цел да се увери во точноста на податоците од царинската декларација, царинскиот орган може да изврши дополнителна контрола. Контролата се врши во просториите на декларантот (шпедитерот, увозникот, извозникот,).

### Единствен царински документ

Доколку со други прописи не е поинаку определено, образецот Единствен царински документ (ECD) се употребува за сите царински постапки и за секоја царински дозволена употреба или користење на стоката.

Комплетот на обрасците Единствен царински документ се состои од осум листови.

Рубриките на образецот ЕЦД се пополнуваат со машина за пишување или печатар. Во образецот не смее да бидат содржани бришани податоци или допишувања.

Поднесувањето на декларацијата потпишана од декларантот ќе укажува дека соодветното лице кое ги декларира соодветните стоки за некоја избрана постапка, ќе одговара во согласност на одредбите што се на сила:

- точноста на податоците дадени во декларација;
- веродостојноста на приложените документи;
- преземање на сите обврски, кои произлегуваат од ставање на некоја стока во некоја постапка.

Елементи од кои е содржан ЕЦД:

- испраќач-извозник-се запишува назив и адреса на царинскиот обврзник;
- обврзник;
- обрасци;
- товарни листови - се запишува вкупниот број на превозни документи кои се приложени кон светот за извоз;
- број на колети - во оваа рубрика се запишува вкупниот број на колети (картони, сандаци, вреќи, омоти, бали итн.), во зависност од тоа како е купувана стоката;
- референтен број се запишува само редниот број, составен од нумерички ознаки на декларантот;
- примач - се запишува назив и адреса на фирмата или лицето, што ја купува стоката наведена во фактурата;

- Царинската декларација претставува документ, кој задолжително се поднесува на царинските органи при извозот или увозот на стоката
- Во секоја земја се пропишуваат обрасци на декларации што се користат при увозот на стоката.
- Единствен царински документ претставува документ што извозниците, односно увозниците или лицата што ги пополнуваат, ги поднесуваат на надлежните царински органи при извозот, односно при увозот на стоката.
- Најчесто ЕЦД го поднесува шпедитерот.
- Царинскиот орган со свој печат и потпис на ЕЦД потврдува дека стоката ја преминала царинската линија.

- финансово одговорно лице - назив и адреса на царинскиот должник.
- Земја на прием - се запишува шифрата на државата за земјата каде што стоката е наменета;
- Земја со која се тргува;
  - податок за вредноста-вкупната вредност на трошоците (превозот, амбалажа и други трошоци), изразена во денари;
  - назив и адреса на декларантот;
  - земја на потекло - називот на земјата во која стоките се произведени и исправите со кои се докажува потеклото на стоките;
- земја на намена - име на земјата во која се наоѓа конечната дестинација на стоката;
- регистрација и држава на транспортно средство при поаѓање;
- услов на испорака;
- валута и вкупен износ на фактурата;
- пакување, тарифа и опис на стоката, ознаки и броеви, контејнер, број и вид;
- бруто - маса изразена во килограми, бруто - масата е збирната маса на стоката со нејзината амбалажа, исклучувајќи ги контејнерите и др. транспортни средства;
- нето - маса изразена во килограми, стоката без нејзината амбалажа;
- количина во единица мера;
- други рубрики.

**Единствен царински документ** претставува документ кој извозниците, односно увозниците или лицата што ги пополнуваат, ги поднесуваат на надлежните царински органи при извозот, односно при увозот на стоката. Најчесто овој документ *го поднесува шпедитерот*. Царинскиот орган со свој печат и потпис на ЕЦД потврдува дека *стоката ја преминала царинската линија*.

### Царинска фактура

**Царинска фактура** претставува документ кој мора да се поднесе на царинските органи на земјата - увозничка во форма што ја бараат царинските прописи на таа земја. Фактурата е основниот документ, кој служи за утврдување на царинска вредност. Вредноста на стоката што е наведена во фактурата на продавачот се зема како царинска вредност, ако ги исполнува условите за прифаќање како договорна цена и ако ги содржи основните елементи за идентификација на стоката. Фактурата треба да биде издадена од овластено лице.

Како што споменавме во претходниот текст, фактурата, како основен документ за формирање на царинската вредност, може да биде дефинитивна, привремена, проформа, конзуларна, царинска и сл. По своја форма и содржина, царинската фактура ги содржи следниве податоци:

- датум на издавање на фактурата;
- назив на извозникот (во горниот лев агол), адреса и телефон;
- назив на увозникот (на десната страна);

- вид на стоката;
- единица мера;
- цена на стоката по единица мера;
- вкупен износ;
- начин на транспортирање (ако е со камион се запишува регистрацијата, името и презимето на шоферот, број на пасошот);
- паритет;
- место на опрема.

Poz	Koda	Naziv	Kolicina	EM	Cena v valuti	Kupna cena	R%	DDV	Vrednost	Kon.str.	Oddelek	Obrac.cena	Koli
1	ART1	artikel 1	1,00		12,50	2.500,00	0,00	B9	2.500,00	417		2.500,00	
2	ART1	artikel 1	-1,00		12,50	2.500,00	0,00	NN	-2.500,00	417		-2.500,00	

Valuta: USD	Dni: 30	Dostava:	Način nabave:	Skupaj: 0,00
Tečaj BS: 200,000000	Zapadost: 25.05.2000	Plačilo:	<input type="radio"/> Domaći - zavezanci	DDV: 475,00
Paritet:	Referent: AD		<input type="radio"/> Domaći - dr. osebe	Za plačilo: 0,00
Kraj:			<input checked="" type="radio"/> Uvoz	V valuti: 0,00
			<input type="radio"/> Nerezident	

Илустрација 77: Царинска фактура во електронска форма

## Уверенија

Уверенијата се документи што се јавуваат во најразлични видови. Посебна група претставуваат оние уверенија што се издаваат со цел да се заштити увезувањето на производи и животни што можат да го загрозат здравјето на населението на определена земја. Сите тие уверенија се издаваат по барање на извозникот како гаранција за нештетноста на стоката што се извезува во земјата увозничка. Како такви ќе ги споменеме санитарното, ветеринарното и фитопатолошкото уверение

**САНИТАРНО УВЕРЕНИЕ** - ова уверение претставува документ со кој соодветен стручен орган на земјата на извозникот потврдува, дека определена стока што му е поднесена на увид е погодна за човековата исхрана и дека е произведена под санитарни услови што одговараат на современите барања.

**ВЕТЕРИНАРНО УВЕРЕНИЕ** - го издава соодветна ветеринарна институција во земјата на извозникот. Се издава за извоз на добиток, месо, месни производи и други сточарски производи што се наменети за човековата исхрана. Со ова уверение се потврдува дека на подрачјето каде што е произведена односната стока, во определен период немало појава на никаква епидемија, зарази и слично.

**ФИТОПАТОЛОШКО УВЕРЕНИЕ** - се издава најчесто за семенска стока. Со него се потврдува дека на подрачјето од каде што е семенската стока во определен период не постоеле болести или други непогодности, кои што би можеле штетно да влијаат врз квалитетот на семенскиот материјал.

**УВЕРЕНИЕ ЗА ПОТЕКЛОТО НА СТОКАТА** - служи за докажување на потеклото на стоката. Него обично го издаваат трговските комори. Во некои земји се бара уверението да биде потврдено и од конзулот на земјата - купувач.

- Царинска фактура претставува документ, кој мора да се поднесе на царинските органи.
- Фактурата е основниот документ, кој служи за утврдување на царинска вредност. Вредноста на стоката што е наведена во фактурата на продавачот се зема како царинска вредност.
- Уверенија се издаваат по барање на извозникот, како гаранција за нештетноста на стоката што ја извезува во земјата увозничка.
- Видови уверенија:
  - санитарно,
  - ветеринарното и
  - фитопатолошкото уверение.



Илустрација 78: Фитосанитарно уверение

**Граф. 20** Посебна група уверенија што се издаваат за заштита на увозот од производи кои можат да го загрозат здравјето на населението



## ■ ■ ■ Гаранции

**Гаранциите** претставуваат документи со кои се гарантираат определени обврски на странките во меѓународната купопродажба.

**Гаранцијата** како инструмент за обезбедување се јавува во извршувањето на меѓудржавни кредитни спогодби, финансиски аранжмани, компензациони работи, реекспортни работи итн.

Воопшто, **под гаранција** може да се подразбере правната работа со која едно лице-гарантот - на барање на друго лице и според негови инструкции - презема самостојна и неотповиклива обврска на трето лице -корисникот на гаранцијата да му го исплати износот наведен во гаранцијата, ако ги исполни условите наведени во неа.

За **битни елементи** на гаранцијата можат да се сметаат:

- името на корисникот на гаранцијата;
- условите под кои гаранцијата може да се реализира;
- рок на траење на гаранцијата;
- предмет и обем на гаранцијата;

Гаранциите се јавуваат во повеќе **видови**.

- **Гаранции за плаќање на испорачаната стока** - продавачот ја испорачува стоката веднаш по приемот на гаранцијата од банката дека плаќањето на стоката ќе се изврши на уреден начин. Таква гаранција од банката бара купувачот, а продавачот кога ќе ја добие банковната гаранција, му ја испорачува стоката на купувачот.
- **Гаранции по кредитна работа** - оваа гаранција ја бара продавачот - кредиторот. Со тоа банката го гарантира кредитираниот износ на договорен начин. Оваа гаранција вообичаено се приклучува кон купопродажниот договор.
- **Гаранција за квалитетот на стоката** - таа служи како потврда дека квалитетот на соодветната стока одговара, по однос на видот на употребниот материјал, начинот на изработка и сл., на оној што е предвиден во купопродажниот договор. Оваа гаранција се издава во вид на а-тест на производителот. А-тестот претставува потврда, уверение, документ за потеклото, својствата и квалитетот на стоката. Тој ја придружува испорачаната стока сè до нејзиниот краен корисник.



**Илустрација 84:**

Гаранција со фискална сметка

- За консигнации, со кои на странскиот сопственик на стоката му се гарантира дека стоката што се наоѓа во складиштето ќе му биде вратена, ако се раскине договорот за држење на консигнациско складиште, односно ако истече рокот на важење на договорот.
- За враќање на изнајмени машини, со кои се гарантира дека налагодавачот ќе му ги врати на странскиот сопственик изнајмената машина или опрема, по извршувањето на работите во земја, односно по истекот на важноста на договорот.
- За стоката увезена заради благодарумање, со што се гарантира дека стоката, ќе му се врати на нарачателот на услугата во преработена, односно, доработена состојба.

Граф. 21 Видови на гаранции со кои се гарантираат определени обврски на странките во меѓународната купопродажба



### ■ ■ ■ Контрола на извозната работа

Под **контрола на извозната работа** се подразбира збир на работи со чие спроведување, се проверува дали стоката што е наменета за извоз по количина и квалитет одговарна онаа што е договорено. Со посебна клауза во купопродажниот договор се утврдува времето, местото, постапката и методите што ќе се применат при контрола на стоката.

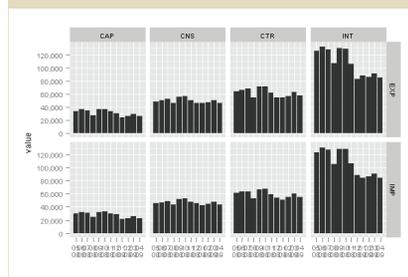
Контролата ја вршат надлежните инспекциски органи, Народната банка на Република Македонија, како и царинските органи во рамките на овластувањата утврдени со закон.

Царинските органи, при царинење на стоката воедно вршат контрола дали вистинската состојба на стоката што се увезува или извезува одговара на пропишаната форма на извоз или увоз и дали постои а-тест за стоката, која подлегува на задолжително а-тестирање. При вршењето на таа контрола се применуваат прописи, со кои се уредува вршењето на контролата при царинењето на стоките.

### ■ ■ ■ Извозно царинење на стоката

Под **царинење** се подразбира акт на наплата на еден вид данок, поради што соодветната стока ја минува царинската линија. Со **царинењето** во современиот свет се настојува да се спроведе определена политика на заштита на домашното производство, односно да се спречи увозот на определени стоки. Воведувањето на извозни царини како инструмент на економската политика на една земја претставува многу ризичен потег без

- Гаранциите претставуваат документи со кој се гарантираат определени обврски на странките во меѓународната купопродажба.
- Гаранциите се јавуваат во повеќе видови.
  - Гаранции за плаќање на испорачаната стока
  - Гаранции по кредитна работа
  - Гаранција за квалитетот на стоката
  - За консигнации,
  - За враќање на изнајмени машини,
  - За стоката увезена заради благодарумање,



Илустрација 79: Шематски приказ на постапка за царинење на стоката



**Илустрација 80:**  
царински терминал

оглед на оправданоста што на изглед ја диктира моменталната состојба во земјата. На подолг временски период формирањето на внатрешните вредности на домашниот пазар, прелевањето на профитот и капиталот од една стопанска гранка во друга, формирањето на курсот на домашната валута кои се предизвикани со воведувањето на извозните царини неминовно доведува до пат на продуктивноста на производството на производите кај кои е воведена извозна царина и стагнација која се проширува и врз останатите стопански гранки. Овие се причините, поради кои што многу ретки се земјите кои воведуваат извозни царински тарифи. А, извозни царински тарифи се оние според кои се наплата извозна царина, т.е. царина на стоките кои се извезуваат од царинското подрачје на една земја. Овие царински тарифи се многу ретки и ги применуваат некои земји, со цел да го спречат извозот на некои производи кои се стратешки неопходни и кај кои на домашниот пазар се јавува недостиг од тие производи.

**Тарифата** - поимот е од арапско потекло и значи ценовник што асоцира на одреден список на стоки или услуги и со соодветни цени за секој вид стоки или услуги. Царинската тарифа е систематизиран преглед на стоки со назначени царински стапки, според кои се врши наплата на царината.

**Царинската стапка** претставува нумерички израз на висината на царината, дадена во процент со кој се одредува вредноста на стоката.

### Пакување на стоката во меѓународен трговски промет

Пакувањето на стоката во меѓународниот трговски промет, добива посебно значење со оглед на оддалеченоста на пазарите на кои со помош на меѓународниот предмет се продава определена стока.

Под **пакување** се подразбира определен процес во кој се разликуваат следниве работи: производ или предмет што се пакува; материјал во кој се пакува, самата постапка на пакување.

За означување на процесот на пакување се употребува поимот амбалажирање.

Амбалажата се јавува како комерцијална и транспортна. Комерцијалната обезбедува користење на стоката што е во неа амбалажирана (паста за заби, паста за бричење и сл.), а транспортната го обезбедува транспортирањето на стоката, на пример: шишиња во кои кока-колата се полни, со цел да се консумира, претставуваат комерцијална амбалажа, а сандаците во кои тие шишиња се пакуваат за транспортирање - транспортна амбалажа.

Од амбалажата што се употребува во надворешно трговскиот промет се бара:

- со сигурност да ја штити од различни непожелни влијанија и оштетувања содржината и форматот на стоката што е во неа спакувана;
- по облик, тежина, зафатнина да биде погодна за лесно манипулирање и да обезбедува постигнување на најниска тарифна ставка во земјата на увозот;
- да одговара на прописите за амбалажирање во земјата за која е наменета;
- да е хигиенска;



**Илустрација 81:**  
Картонски кутии - најчесто користени за пакување

- да е економична (употреблива повеќепати и сл.);
- да е естетска и сл.

За амбалажата можат да се користат различни материјали. Така од дрво се изработуваат: сандаци, буриња и сл.; од картон се изработуваат: кеси, кутии, вреќи и сл.; од метал: лименки и сл.; од текстил се изработуваат: вреќи, бали и сл. Видот на материјалот што се користи за амбалажата зависи и од видот на стоката што се амбалажира, од условите во кои се транспортира стоката и слично. Амбалажата се јавува како средство преку кое се врши определено пропагирање на амбалажираната стока. Поради тоа на амбалажирањето на стоката во меѓународниот промет треба да се обрне особено внимание (треба да се внимава на бојата на амбалажата), исто така треба да се внимава и при етикетање на амбалажата, навиките на одредено подрачја треба да бидат услов за определување на видот, формата, бојата, етикетањето на амбалажата.

Треба да се одбележи дека со оглед на амбалажата во меѓународниот трговски предмет, на национален план се основаат низа институции со задача да ги истражуваат и решаваат проблемите во врска со користењето на амбалажата во современиот свет.

## ■ ■ Завршни извозни работи

### Формирање на цената

Цената, како продажната така и куповната претставува паричен израз на вредноста на стоката, и е еден од најзначајните фактори на дејствувањето на друштвата воопшто, па и на оние кои дејствуваат во надворешна трговија. Цената го означува количеството при што се бара да се плати при продажба на стоката.

Цената, количината и квалитетот на стоките се јавуваат како битни елементи при склучувањето на купопродажните договори како во внатрешниот така и во надворешниот стоковен промет.

Во постапката на договарањето, зависно од начинот на формирањето на цената, треба да се подреди нејзината висина, валута во која ќе се исплаќа и за која единица мерка се однесува. Обврските на продавачот, купувачот, во врска со трошоците на транспортирањето и со ризикот се определуваат на цената на соодветна, т.н. “транспортна клаузула“. Се работи за ИНКОТЕРМС клаузула. Со транспортните клаузули се регулираат:

- моментот и начинот на испорака;
- моментот на преминување на ризикот;
- момент на преминување на трошоците од продавачот на купувачот;
- прибавување на дозволи за извоз;
- контрола на стоката и амбалажата и сл.

Правилата од транспортите важат само во односите помеѓу купувачот и продавачот, а не се регулираат односите помеѓу една договорна страна и транспортерот.

Подуслови на плаќање се подразбира бројот на деновите на кој кредитот се дава на странски купувач, потоа дали купувачот ги носи трошоците за транспорт, осигурување и сл. Ова и други прашања кои се релевантни

за утврдување на условите за плаќање се регулирани во ИНКОТЕРМС на Меѓународната трговска комора во Париз.

Во случај кога цената не може прецизно да се определи, во моментот на склучувањето на купопродажниот договор, обично се остава тоа подоцна да се направи. Во тој случај се употребува **клаузулата цирка**.

Во зависност од количината на стоката или услугата за која се однесува, при договарањето може да се утврди една од следниве **цени**: *единечна, бруто-цена, ориентациона цена, просечна цена итн.*

За да се утврди **цената** на определена стока или услуга **што е предмет на купопродажба во надворешниот-трговски промет**, потребно е да се пресметаат сите оние трошоци што ја сочинуваат нејзината содржина во дадени услови. Таа пресметка се нарекува калкулација. За успешно изготвување на калкулацијата, во извозно-увозно работење потребно е нејзино стручно составување. Имено, потребно е да се располага со техничка документација на стоката, надворешно-трговскиот режим и сл., но со исто така и добро познавање на теоријата на трошоците од страна на калкулантот, неговите анализаторски способности и сл.



## ЗА ОНИЕ КОИ САКААТ ДА ЗНААТ ПОВЕЌЕ

### ЗА ОНИЕ КОИ САКААТ ДА ЗНААТ ПОВЕЌЕ

INCOTERMS е збир на меѓународни правила за толкување на трговски термини, кои се користат во меѓународната трговија. Со транспортните клаузули се регулираат:

1. моментот и начинот на испорака
2. моментот на преминување на ризикот

3. моментот на преминување на трошоците од продавачот на купувачот
4. прибавување на дозволи за извоз
5. контрола на стоката и амбалажата
6. прибавување на транспортни исправи, уверенија за потекло на стоката

Група Е ТРГНУВАЊЕ	EXW	Франко фабрика
ГРУПА F Главниот превоз не е платен	FCA	Франко превозник
	FAS	Франко до брод
	FOB	
Група С Главниот превоз е платен	CFR	Цена со возарина
	CIF	Цена со осигурување и возарина
	CPT	Возарина платена до
	CIP	
Група D Пристигнување	DAF	Испорачано до граница
	DES	Испорачано франко брод
	DEQ	Испорачано франко брег
	DDU	Испорачано и неоцаринето
	DDP	Испорачано и оцаринето

### Доставување на фактура и наплата на цената на стоката-услугата што е извезена

Со испораката на стоката, за да може да се реализира наплатата на нејзината вредност од страна на купувачот-увозник, **продавачот мора да му ја достави фактурата.**

Наплатата на стоката што е предмет на извозот ја претставува едната страна од плаќањето што се врши во меѓународниот платен промет и како таква претставува една од најзначајните централни работи. Поради тоа предметот, начинот, местото, и рокот на плаќањето мораат да бидат договорени на начин на кој на продавачот-извозот му обезбедува брза и непречена наплата на вредноста што ја испорачал.

**Наплата во готово** - кога се работи за помал обем и еднократна испорака;

**Наплата по кредитна работа** - претставува наплата на подолгорочни испораки, најчесто се применува при наплата на продадени инвестициони добра, односно извршени инвестициони услуги. Во зависност од природата на кредитната работа може да се разликува наплата по краткорочен кредит и наплата по долгорочен кредит. Должината на рокот на отплата на на кредитот, влијае врз висината на каматата што се плаќа за него, врз висината на осигурување на кредитот и др.

При плаќањата во надворешно работење посебно значење добива употребата на **документарен акредитив**. Овој инструмент подеднакво ги штити интересите на купувачот и на продавачот. Документарните акредитиви, од аспект на управување на кредитниот ризик имаат две карактеристики - неотповиклив акредитив. Кај обата акредитиви се истакнува дека плаќањето ќе биде извршено само ако презентираниите документи во целост одговараат на условите од акредитивот. Ова значи дека мораат да бидат презентирани во рок од определен број денови од испраќањето или 21 ден од денот на издавање на транспортниот документ.

### Ликвидирање на обврските кон другите учесници во извозот

Во текот на изворната работа покрај извозникот од една страна и увозникот од друга страна, учествуваат и повеќе други субјекти, кои за своето учество побаруваат определен надомест.

Како **учесници во извозната работа** се јавуваат:

- **деловните банки** - се занимаваат со сите банкарски работи освен емисија на банкноти. Трошоците што настануваат со учеството на деловните банки се пресметуваат и фактурираат во домашната деловна банка, која го врши платниот промет за сметка на извозникот. Со пресметката се приложува и спецификација на направените трошоци. Во најново време, најголемите светски банки се од Јапонија и Европа и нивната концепција се огледа во тоа што тежнеат, со непосредно присуство да остварат што поголемо учество во обртот расположиви капитал и пари на тие пазари.

Челните групи на тие банки се водечки светски извозници.

- **странски посредници** – агенти, застапници во извозната работа, им се пресметува посредничка, односно застапничка провизија.



**Илустрација 82:**

Работи околу извозната процедура

- **Услуги на шпедитерот** - се фактурираат посебно. Шпедитерот на извозникот мора прецизно да му ги образложи направените трошоци.
- **Трошоци за превоз и доопрема** - се подразбираат трошоците за товарање, претоварање, складирање како и манипулативните трошоци. Превозните трошоци се утврдуваат врз основа на товарен лист или договорот за превоз.
- **Трошоци на осигурување** - се пресметуваат врз основа на полисата за осигурување или договорот за осигурување на стоката. Во одредени случаи, трошоците за осигурување се вклучени во фактурната цена на стоката, а тоа се утврдува врз основа на транспортната клаузула за паритетот на испораката на стоката.

Кога ќе ги изврши сите напред наведени пресметки извозникот е во можност да направи **конечна извозна калкулација**, да ги опфати сите операции од моментот кога стоката го напуштила производителот до моментот кога била испорачана во земјата - увозничка.

### Ликвидирање и чување на предметот во врска со извозната работа

Извозната работа се смета за извршена, ликвидирана кога на предметот ќе се означи **извршено** и тоа ќе се потпише. Откако ќе се комплетира предметот се доставува во архивата на чување. Предметот во архивата се чува во време што е пропишано за чување на соодветен вид предмети.

Граф. 22 Завршни увозни работи





## ПРОВЕРЕТЕ ГО ВАШЕТО ЗНАЕЊЕ

1. Што претставува извозното работење?
2. Кое е значењето на извозното работење?
3. Што претставува истражувањето на пазарот на земјите - увознички, и која е основната цел која треба да се постигне со овој вид истражување?
4. На кои начини може да се воспостави контактот помеѓу извозникот и увозникот?
5. Во што се состои фазата на обработка на прашалникот добиен од странскиот купувач - увозник?
6. Како ја разбираш постапката за изработка на извозничката понуда?
7. Какво е значењето на цената при стапување на извозникот во деловен однос со увозникот?
8. Како се водат трговските преговори помеѓу извозникот и увозникот?
9. Под кои режими може да биде стоката што е предмет на купопродажен договор?
10. Каква е постапката на пријавување на извозот?
11. Кои документи се користат во надворешно трговско работење?
12. Што се подразбира под осигурување?
13. Кои се основните елементи на осигурувањето?
14. Што се подразбира под контрола на стоката?
15. Каков акт претставува царинењето на стоката?
16. Што претставува наплатата на стоката?
17. Какво е значењето на документарниот акредитив во плаќањето во надворешната трговија?
18. На кој начин се ликвидираат обврските кон другите учесници на извозната работа?
19. Кои работи спаѓаат во завршни изворни работи?
20. Објасни ја постапката за ликвидирање и чување на предметот на набавка?



## КВИЗ

### КВИЗ

1. Извозот може да биде:
  - а) општ и посебен
  - б) индивидуален и групен
  - в) посреден и непосреден
2. Потреба од извоз се манифестира кај:
  - а) стопански развиените земји
  - б) стопански развиени и неразвиени земји
  - в) стопански неразвиени земји
3. Наведи ги фазите на истражување на странскиот пазар при извозното работење: \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_.
4. Иницијатива за извоз може да преземе:
  - а) увозникот и извозникот
  - б) само увозникот
  - в) само извозникот
5. Стоката што е предмет на купопродажен договор може да биде под режим на \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_.



## КВИЗ продолжува

6. Заради заштита на домашното производство и остварување на развојна политика извозот на стоки може да се води со:
- режим на контингент
  - слободен извоз
  - режим на дозвола
7. Определување на одредено количество или вредност на одделна стока што се одобрува од надлежен орган да се извезе во странство, значи:
- контингент
  - дозвола
  - слободен извоз
8. Пријавувањето на извозната работа се врши со доставување на документ, наречен:
- Единствен царински документ
  - царинска фактура
  - шпедитерска потврда
9. Фактура е:
- стоковен документ
  - царински документ
  - документ за осигурување на стока

10. Поврзи ги документите според припадност:

Стоковни документи

Транспортни документи

Документи за осигурување

Царински документи

Сертификат за потекло

Авионски товарен лист

Фактура

Паковна листа

Полиса за осигурување

Спецификација

Коносман

11. Битни елементи на купопродажен договор се:
- цена, транспорт, начин на испорака
  - цена, количина и квалитет
  - цена, амбалажирање и начин на плаќање

12. Со испорака на стоката, за да може да се реализира нејзината вредност од страна на увозникот, продавачот мора да му достави:
- царинска фактура
  - фактура
  - гаранција



## РЕЗИМЕ

Надворешно - економските односи се насочени кон развојот на пазарот преку поврзување на стопанско - економските текови во светот. Меѓународната размена на стоки и услуги се извршува меѓу лица (физички и правни) од различни економски, политички и правни системи и различни валутни подрачја. За да се извршуваат работите потребно е да се решаваат низа правни и комерцијално - технички проблеми кои ги нема во внатрешната трговија. Затоа е разбирливо што надворешно-трговската размена е опкружена со сложени системи на национални и меѓународни организации и регулативи, како и организации за унапредување на меѓународната трговија.

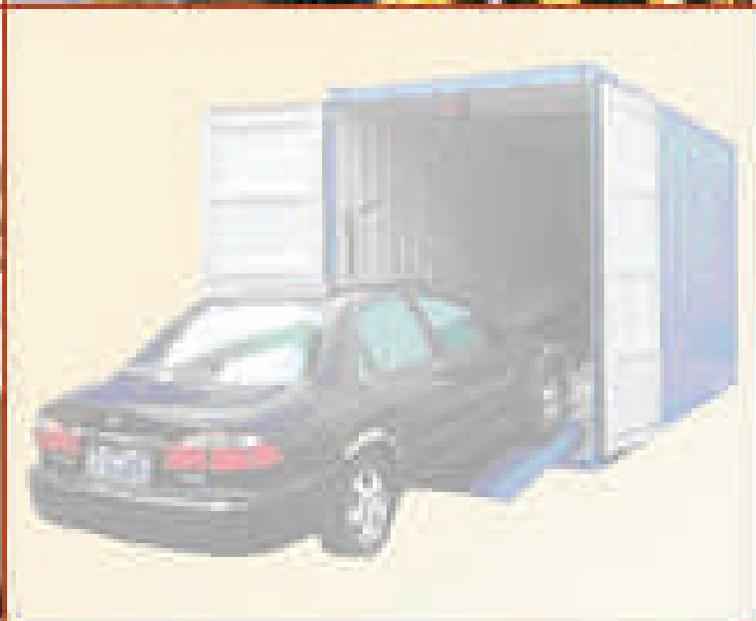
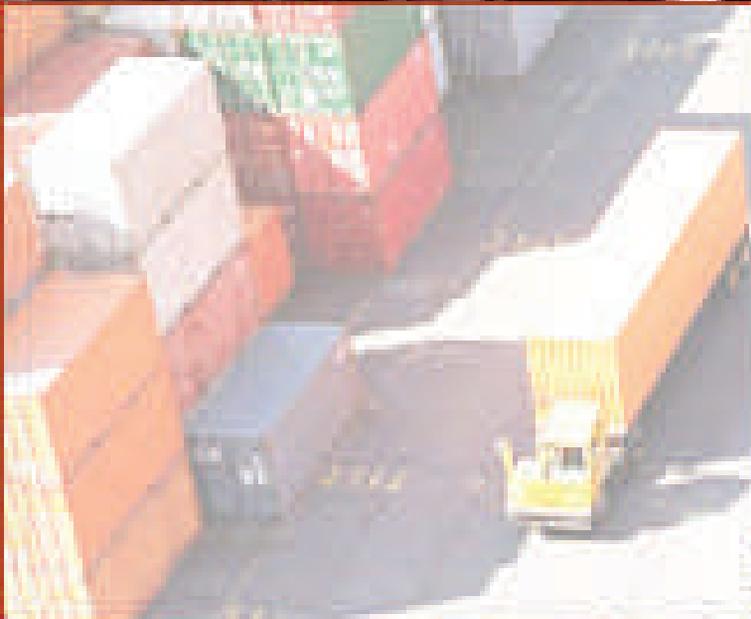
Извозот на стоки и услуги и остварувањето на девизни приливи се од особено значење за секоја национална економија, токму од тие причини се стимулира и унапредува извозното работење.

Во надворешното трговско работење се користат многубројни документи, уверенија

и гаранции. Во зависност од тоа за што се однесуваат документите се диференцираат на: стокovní документи, транспортни документи, документи за осигурување на стоката, царински документи. Уверенијата се диференцираат на: санитарно уверение, ветеринарно и фитопаталоско уверение. Гаранциите се јавуваат: гаранција по кредитна работа, гаранција за плаќање на испорачаната стока и други.

Откако ќе бидат извршени сите неопходни работи за реализација на купопродажниот договор, се пријавува извозната работа. Пријавувањето на извозната работа се врши со доставување на еден документ наречен Единствен царински документ (ЕЦД) за извоз. Поднесувањето на ЕЦД треба да се изврши непосредно пред извршувањето, односно во текот на извршувањето на извозното работење.

Контролата на надворешното – трговско работење е неопходна, неа ја вршат надлежните инспекциски органи во рамките на овластувањата утврдени со закон.



# УВОЗНО РАБОТЕЊЕ



# 8

## ТЕМА

Со изучувањето на темата Увозно работење ученикот ќе може:

- да ја сфаќа суштината и значењето на увозното работење;
- да ги разбира подготвителните увозни работи;
- да го сфаќа значењето од истражувањето на пазарот на земјите - увознички;
- да го опишува начинот на воспоставување контакт со соодветен извозник и водењето на трговските преговори;
- да ја сфаќа потребата за определување на увозен статус на стоката;
- да го познава начинот на издавање на диспозиција на шпедитерот;
- да ја разбере потребата од контрола на увозната работа;
- да ја објаснува постапката на увозното царинење на стоката;

## ■ ■ ■ Увозно работење

### Суштина и значење на увозното работење

Што представува набавното работење?

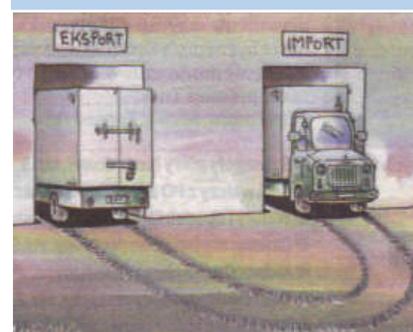
Зошто е од особено значење набавното работење?

Увозното работење претставува составен дел на надворешно трговското работење, односно дел од купопродажбата што се одвива во рамките на меѓународниот трговски промет.

Под **увозно работење или импорт** се подразбира внесување набавка, т.е. внесување на стоки од странство во определена земја.

Под **увоз** може да се смета, преминот на странската стока преку границата на домашната земја, меѓутоа како увоз не се смета набавената странска стока што не е оцаринета, независно од тоа што таа стока се наоѓа во царинско складиште и во слободна царинска зона на земјата што ја набавила соодветната стока.

Како **увоз** може да се смета: стоката што е купена во странство, стоката





**Илустрација 83:** Илустриран начин на движење на стоката наменета за извоз

што е привремено внесена во земјата за презентирање на некој саем или изложба, увозот на благородните метали, оружјето и опремата за војската и сл.

Под **увоз** може да се смета преминот на стоката од странскиот стоковен промет во стоковниот промет на домашната земја врз основа на стоковни трансакции помеѓу странските и домашните резиденти.

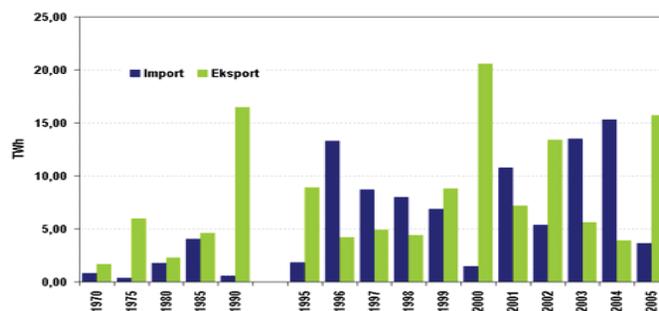
Увозно работење можеме да го диференцираме како:

- видлив и невидлив увоз;
- посреден и непосреден увоз.

Во случај на **видлив увоз** се работи само за набавка на стоки, а ако се работи за набавка на услуги станува збор за **невидлив увоз**.

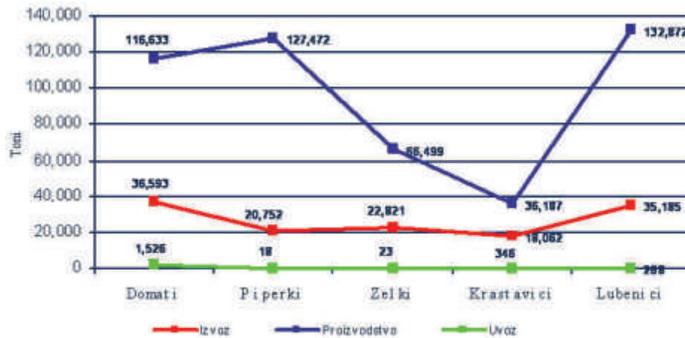
И, увозот може да се врши со **директна трансакција** помеѓу резидентите од две или повеќе земји (непосреден увоз) или со учество на одреден **посредник** (посреден увоз).

Увозното работење има големо **значење** за секоја земја, тој е составен дел на размената што земјата ја врши со странство, со што доаѓа до развој на меѓународните економски односи. Преку увозот се внесуваат добра и услуги за задоволување на потребите на репродукцијата и потребите на



**Илустрација 84:** Графикон на движењето на увозот и извозот во 2005 година

Граф. 23 Производство, извоз и увоз во 2005 год. во Р. Македонија



\* Извор: Public enterprise for commodity exchange, agro-berza

широката потрошувачка, се внесуваат најсовремените странски искуства и достигнувања во техниката и технологијата итн.

**Техниката на увозното работење** опфаќа извршување на бројни и разновидни работи. Аналогно на систематизацијата што е презентирана кај извозното работење, и кај увозот споменатите **работи можат да се систематизираат** на следниов начин:

- работи што му претходат на склучувањето на купопродажниот договор;
- склучување на купопродажен договор;
- работи што треба да се извршат пред стапување на купопродажниот договор на сила;
- оперативни увозни работи и
- завршни увозни работи.

Во наредните излагања се преминува наведената систематизација на увозни работи.

Увозот во нашата земја е нечиј друг извоз. Луѓето од една нација заработуваат пари за да увезат (и имаат полза од размената) само затоа што луѓето во другите земји го купуваат она што тие го извезуваат.

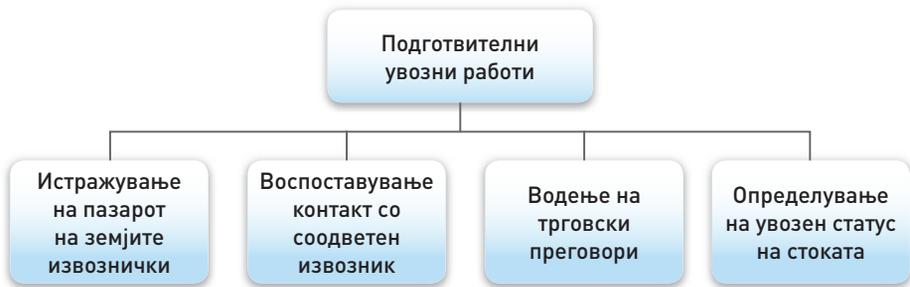
Ова не значи дека увозот мора секогаш да е еднаков на извозот. Тоа значи дека трговијата е двонасочна, поради тоа што увозот и извозот генерално зависат еден од друг.

- Под увозно работење или импорт се подразбира внесување набавка, т.е. внесување на стоки од странство во определена земја.
- Како увоз може да се смета:
  - стоката што е купена во странство,
  - стоката што е привремено внесена во земјата за презентирање на некој саем или изложба,
  - увозот на благородните метали,
  - оружјето и опремата за војската и сл.
- Под увоз може да се смета преминот на стоката од странскиот стоковен промет во стоковниот промет на домашната земја врз основа на стоковни трансакции помеѓу странските и домашните резиденти.
- Увозното работење можеме да го диференцираме како:
  - видлив и невидлив увоз;
  - посреден и непосреден увоз.
- Во случај на видлив увоз се работи само за набавка на стоки, а ако се работи за набавка на услуги станува збор за невидлив увоз.
- Увозното работење има големо значење за секоја земја.
- Увозот е составен дел на размената што земјата ја врши со странство, со што доаѓа до развиток на меѓународните економски односи.

- Во постапката на истражувањето на пазарот на извозникот, увозникот што го спроведува истражувањето мора:
  - да тргне од истражувањето на домашниот пазар;
    - најпрвин треба да ги утврди потребите што на овој пазар се манифестираат по однос на стоки за производствена и по однос на стоки за широка потрошувачка
    - потоа треба да се утврди во кој обем констатираните потреби можат да се задоволат од производството во земјата и
    - на крајот да се утврдат колку и какви стоки уште би требало да се увезат за задоволување на констатираните потреби.
- Спроведувајќи го истражувањето на пазарот на земјите-извознички, увозникот добива определени сознанија за тоа кои извозници од односните земји би можеле да се јават како партнери.
- Увозникот треба да воспостави контакт со соодветен извозник или извозници, а потоа да го испита нивниот бонитет.

## Подготвителни увозни работи

Граф. 24 Видови подготвителни увозни работи



### Значење на истражување на пазарот на земјите – увознички

#### Потсети се:

Кои се подготвителни продажни работи?

Што представува истражувањето на пазарот на набавка?

Што представува истражувањето на пазарот на земјите увознички?

Истражувањето на пазарот на земјите од кои определен купувач-увозник има намера да набави определена стока (услуга) претставува појдовна активност при вршење на каква и да е увозна работа. Не треба посебно да се нагласува дека истражувањето на странскиот пазар и концепциски и методолошко гледано, се разликува од истражувањето на домашниот пазар. Таа разлика е условена од разликите што постојат помеѓу овие два вида пазари.

Со оглед на значењето што увозот го поседува во рамките на надворешно-трговското работење, со оглед на влијанието што увозот може да го изврши врз развитокот на домашното производство во позитивна или негативна смисла, во истражувањето на пазарот што го спроведува увозникот, се реализира една мошне значајна економска задача.

Во постапката на истражувањето на пазарот на извозникот, увозникот што го спроведува истражувањето мора да тргне од истражувањето на домашниот пазар. Спроведувајќи го истражувањето на последниов, увозникот најпрвин треба да ги утврди потребите што на овој пазар се манифестираат по однос на стоки за производствена и по однос на стоки за широка потрошувачка, потоа треба да се утврди во кој обем констатираните потреби можат да се задоволат од производството во земјата и, на крајот да се утврдат колку и какви стоки уште би требало да се увезат за задоволување на констатираните потреби. Од големо значење е во текот на истражувањето што го спроведува увозникот утврдувањето на апсорционите способности на домашниот пазар по однос на определени стоки. Секоја погрешна проценка на тој план може да има мошне негативни ефекти.

Спроведувајќи го истражувањето на пазарот на земјите-извознички, купувачот-увозникот добива определени **сознанија**, за тоа кои извозници од односните земји би можеле да се јават како партнери што би одговарале за една поволна соработка. Наведените сознанија се од глобално значење и за добивање на поконкретна претстава Потребно е купувачот-увозник

да преземе понатамошни активности. Најпрвин да **воспостави контакт** со соодветен извозник или извозници, а потоа да го испита **нивниот бонитет**. Дури, откако последново истражување ќе укаже на поволност од стапување во деловен однос со определен извозник, доаѓа до потесен **деловен контакт** помеѓу увозникот и односниот извозник.

### Воспоставување контакт со соодветен извозник и водење на трговски преговори

Врз основа на анализата на сознанијата добиени по пат на истражување на пазарот, на соодветните земји - извознички, увозникот што го спровел истражувањето се ориентира кон **воспоставување на контакт** со соодветните интересенти во земјите - извознички, т.е. кон воспоставување контакт со соодветен извозник.

Увозникот контактот со извозникот може да го воспостави на **два начина**:

- **директно или непосредно** - контактот најчесто се воспоставува на тој начин што увозникот директно по пат на испраќање на *прашалник*, се обраќа до странските производители со барање да му достават понуди.
- **индиректно или посредно** по пат на користење на услуги од застапништва на странски фирми, само во исклучителни случаи кога не постојат застапништва на странски фирми може да се воспостават директни контакти со странски фирми, се користат и услуги на странски посреднички друштва.

По доставувањето на прашалникот, директно или преку посредништво на домашно застапничко друштво, увозникот очекува да добие **понуди од извозниците** на кои им го упатил прашалникот. Кога ќе ги добие спомнатите понуди, тој пристапува кон нивна **обработка** со цел да утврди, која од нив за него е **најповолна**. Изработката на прашалникот и неговото доставување, како и обработката на понудите што му ги доставува извозникот претставуваат појдовни активности за воспоставување на деловен однос помеѓу увозникот и соодветен извозник. Овие активности се толкуваат како **неопходни подготвителни активности** за вршење на извозната работа.

**Прашалникот** што определен увозник го изработува претставува писмено средство или инструмент, со кое увозникот настојува да добие најразлично известување по однос на прашањата што се формулирани во прашалникот.

Формата и содржината на прашалникот го откриваат идентитетот на неговиот испраќач. Затоа, при изработката на прашалникот треба да се обрне големо внимание како на формата, содржината, така и на начинот на кој ќе биде доставен на извозникот.

Како што е укажано кај извозното работење, извозникот може да биде заинтересиран за стапување во деловен однос со увозникот, а понудата за таков однос може да ја префрли на друга фирма од својата земја која е повеќе заинтересирана за односната купопродажна работа или едноставно да го одбие увозникот, од причина што не е заинтересиран за односната работа.

- Увозникот, контактот со извозникот може да го воспостави на два начина:
  - директно или непосредно
  - индиректно или посредно
  
- Прашалникот што определен увозник го изработува претставува инструмент, со кој увозникот настојува да добие најразлично известување по однос на прашањата што се формулирани во прашалникот.
  
- Формата и содржината на прашалникот го откриваат идентитетот на неговиот испраќач.
  
- При изработката на прашалникот треба да се обрне големо внимание на:
  - формата,
  - содржината,
  - и начинот на кој ќе биде доставен на извозникот.
  
- Доколку добие позитивен одговор од извозникот, т.е. добие негова понуда како одговор на своето барање доставено во испратениот прашалник, увозникот пристапува кон обврска и анализа на секоја таква добиена понуда од извозникот.

Доколку добие позитивен одговор од извозникот, т.е. добие негова **понуда** како одговор на своето барање доставено во испратениот прашалник, увозник пристапува кон обврска и анализа на секоја таква добиена понуда од извозникот.

Откако по пат на обработка и селективна анализа, увозникот ќе изврши соодветен избор на извозниците со кои понатаму ќе контактира, се преминува кон натамошна фаза во увозната работа: **водење на трговски преговори**. Водањето на трговските преговори претставува мошне значајна етапа во вршењето на определена надворешно-трговска работа. Поради големото значење што го добива оваа фаза се јавува потреба од претходни подготовки, како кај извозникот така и кај увозникот.

Што се однесува до времето, местото и другите аспекти за водањето на преговорите, за нов се однесува сето она што е речено при разгледувањето на овие преговори кај извозната работа.

### Определување на увозен статус на стоката

За да се определи видот на плаќање и на платежните средства, како и некои други моменти, потребно е, да се **утврди статусот на стоката** што е предмет на увозот. Како што претходно појаснивме, тој статус може да биде различен, т.е. определена стока може да се увезува, под еден од следниве режими: **режим на слободен увоз, режим на контингент и режим на увозна дозвола**. Сите тие се применуваат со цел да се заштити домашното производство, да се делува врз стабилизацијата на односите на единствен пазар.

Издавањето на дозвола за увоз на определена стока може во извесни случаи да биде условена со обврска на извоз на домашна стока во определени количини или вредност.

Определувањето на увозниот статус на стоката е од значење и од аспект на тоа што определена странска стока може во земјата каде што е увезена, да го задржи својот странски статус или тој статус да го промени во статус на домашна стока.

Определувањето на увозниот статус на стоката е многу значајно во некои земји, а меѓу нив спаѓа и Република Македонија, бидејќи надворешно – трговската и девизната регулатива, со која се заштитува стопанството на земјата и се регулира девизниот прилив и одлив, поради потребите на стопанството предвидуваат определени форми на увоз. И покрај желбата да се изврши што е можно поголема либерализација на надворешно-трговската размена, сепак интерните и екстерните фактори условуваат посебен статус на определена стока. Определбата на пазарно стопанисување и за слободно учество на сите субјекти во надворешно-трговскиот промет како и учество во меѓународниот пазар, се одрази така што најголем дел на стоките што се увезуваат се под форма на слободен увоз и извоз на стоки и услуги.<sup>37</sup>

Дозволата за увоз и извоз на стоки за извршување на меѓународни договори за увоз и извоз на одделни благородни метали и согласноста ја издава Министерството за економија. Дозвола за увоз и извоз на вооружување и воена опрема ја издава Министерството за одбрана

<sup>37</sup> Николовски А., Плавшиќ С., Чакмакова К., Теменугова О., Како најбргу да ги решите дилемите во надворешно-трговското работење, Скопје, 1993.

т.е. Министерството за внатрешни работи, а дозволата на историски и уметнички дела ја издава Министерството за култура.<sup>38</sup>

## ■ ■ ■ Извршни увозни работи

Граф. 25 Видови извршни увозни работи



### Издавање на диспозиција на шпедитерот

Како извозните, така и увозните работи во надворешно-трговскиот промет се вршат преку **шпедитерот**. За таа цел, шпедитерот добива налог од извозникот, односно увозникот.

Доколку се работи за увозна работа, увозниот референт му издава на шпедитерот налог, односно **диспозиција** за прифаќање, отпрема и транспорт на стоката. Во општите услови за работа на меѓународните шпедитери наведени се и следниве **шпедитерски работи**: давање стручни совети и учествување во преговори поради склучување на договор, пронаоѓање на најповолни превозни патишта и транспортни средства. Според нашите прописи шпедитерот настапува во свое име, а за туѓа сметка.

Врз основа на транспортната диспозиција, шпедитерот разработува свој план за најекономично извршување на задачата, која му е доверена од увозникот. Шпедитерот во текот на реализација на својата задача не смее да прави никакви измени, отстапувања без претходна писмена согласност од страна на увозникот.

Од кадрите кои работат во меѓународната шпедиција се бара поголема стручна подготовка и стручно знаење, поголемо работно искуство и задолжително познавање на странски јазици. Бидејќи, за реализацијата на својата задача, домашниот шпедитер (на увозникот во нашиот случај) стапува во контакт со шпедитерот на извозникот и со него ги прецизира условите за шпедитерската работа. Исто така, шпедитерот како на увозникот така и на извозникот, мора да врши осигурување на стоката што му е доверена.

### Контрола и рекламации во врска со стоката што се увезува

**Контролата на стоката** што се увезува претставува збир на работи што се вршат со цел да се утврди дали стоката по квантитетот и квалитетот одговара на условите кои се назначени во купопродажниот договор. Во споменатиот договор, со посебна клаузула се определува местото, времето

<sup>38</sup> Службен весник на Р.Македонија, број 45/02 Указ за прогласување на законот за надворешно трговско работење, член 5, Форми на увоз и извоз.

и методите, односно постапката што ќе се примени за спроведување на контролата. По правило, продавач-извозникот мора да го извести купувачот-увозникот за тоа дека стоката стигнала на определено место, што е однапред утврдено и дека е подготвена за контрола.

Контролата може да ја изврши самиот продавач-извозник доколку ужива таква доверба кај купувач -увозник, односно доколку испорачува стандардизирана стока.

Купувачот-увозник должен е да најави кое лице, односно кое специјализирано друштво, врз основа на негов налог ќе ја изврши контролата на стоката.

При **поголеми испораки** и во услови кога се работи за испорака на стока со поголема вредност, контролата на стоката почнува со тоа што на комисијски начин се утврдува дали има некакви оштетувања на амбалажата. Доколку оваа е оштетена, во зависност од карактерот на стоката, може да се претпостави дека и содржината што во неа се наоѓа е оштетена. По проверката на амбалажата, се врши стручно споредување на вистинската состојба на стоката (по количина и квалитет) со онаа состојба што е забележана во документите што ја следат. Во врска со извршената постапка се составува **комисијски записник**, што го потпишува трочлената комисија. Записникот е основа на купувачот-увозник за испраќање на соодветна **рекламација до продавачот**-извозник, доколку се констатира дека последниот не се придржувал кон договорените услови. Воедно, наведениот записник е основа за известување на надлежните царинарници за констатираната состојба на стоката што се увезува. Во текот на реализацијата на увозот на определена стока може да настанат извесни отстапувања во однос на условите што се предвидени во договорот со кој е регулиран увозот. Тие отстапувања можат да се јават на планот на количината и квалитетот на стоката, превозот на стоката, осигурувањето на стоката и сл. Доколку споменативе отстапувања се од таков карактер што не можат да бидат толерирани, купувачот се обраќа до продавачот со барање неговите побарувања да бидат подмирени, во согласност со она што е договорено. Тоа обраќање во кое купувачот, покрај образложението за направените отстапувања, и бенификации намалувањето на цената, ставање на стоката на располагање на продавачот и др. попусти од продавачот е познато како рекламација.

**Рекламација**, по правило се доставува по писмен пат и препорачано поради итност, може да биде соопштена и по телефон, но во секој случај треба и писмено да биде потврдена.

**Постапката на рекламацијата** и нејзината содржина се разликуваат од случај до случај. Со оглед на тоа, не може да се даде единствен урнек за тоа како би требало да се врши рекламација и што се би требало да биде опфатено во неа. Сепак, може да се каже дека е основен принцип купувачот да пристапи кон рекламација, само во случај ако разликите навистина значат забележително отстапување во однос на договорените услови по однос на количината, квалитетот и други услови на испорака на определена стока. Од своја страна, продавачот секогаш треба да тргне од принципот дека **купувачот секогаш има право** и во духот на тој принцип да одговори на барањата на доставувачот на рекламацијата. Натамошен принцип во врска со рекламациите е неопходноста на секоја доставена рекламација да биде евидентирана, таа евиденција има големо значење по однос на

■ Во врска со извршената постапка се составува комисијски записник, што го потпишува трочлената комисија.

■ Записникот е основа на купувачот-увозник за испраќање на соодветна рекламација до продавачот-извозник, доколку се констатира дека последниот не се придржувал кон договорените услови.

анализирањето на сопствената работа, како и по однос на анализирањето на односите на продавачот со другите учесници во стоковниот промет.

## ■ ■ ■ Увозно царинење на стоката

Националните власти со цел да го заштитат домашното стопанство во рамки на надворешнотрговските релации што таа земја ги има воспоставено, применува најразлични инструменти на надворешнотрговската политика. На располагање се многу мерки и инструменти кои можат да се применат.<sup>39</sup>

Под **увозно царинење** на стоката се подразбираат работите што мораат да ги извршат субјектите, што ја увезуваат стоката кај царинските органи, за да можат слободно да располагаат со оцаринетата стока.

Постапката што ја спроведуваат царинските органи, врз стоката кога таа ќе ја премине царинската граница се нарекува **царинска постапка**.

Наведената постапка се состои од следниве **фази**:

- поднесување на ЕЦД (Единствен царински документ) за увоз;
- преглед на стоката што се увезува;
- пресметување и наплата на царина;

Царинењето на стоката може да биде на граничните царински премини или во царинаниците во земјата. Местото на царинењето мора задолжително да биде наведено во диспозицијата на шпедитерот.<sup>40</sup>

Царините представуваат инструмент на заштитната политика со кој се влијае на цените на увозните добра и услуги.<sup>41</sup>

Царините се еден вид на данок кој се плаќа на увезените производи, при што царината се пресметува како процент од цената на увозниот или пак представува данок во апсолутен износ на цената на увозниот производ. Според тоа, со царините се влијае врз цената на увозните производи кои за износот на царината стануваат поскапи во однос на домашните производи. На тој начин, странските производи се дискриминираат т.е. се ставаат во неповолна положба во однос на домашните производи.<sup>42</sup>

Царинските инструменти се основниот и најчесто употребуван инструмент за заштита на домашните производства. Царините се дефинирани како јавни давачки што државата ги наплаќа при увоз на стоки во земјата заради заштита на домашното производство, а со тоа и поттикнување на домашниот економски раст и развој.<sup>43</sup>

Увозни царини се царини што се наплаќаат при увоз на стоките во царинското подрачје.<sup>44</sup>

**Тарифи.** Царинска тарифа е определен износ на давачка по едеинечна мерка<sup>45</sup>. Тарифа е царина или данок на увозот. **Увозни царински тарифи** се оние според кои се наплатува увозната царина, т.е. царина на стоките

■ Постапката што ја спроведуваат царинските органи врз стоката кога таа ќе премине царинската граница се нарекува царинска постапка.

■ Царинска постапка се состои од следниве фази:

- поднесување на ЕЦД (Единствен царински документ) за увоз;
- преглед на стоката што се увезува;
- пресметување и наплата на царина.

39 Темјановски Р., Применета економија, Европски универзитет, Скопје, 2008, стр. 230.

40 Николовски А., Плавшиќ С., Чакмакова К., Теменугова О., Како најбргу да ги решите дилемите во надворешно-трговското работење, Скопје, 1993.

41 Различни автори, Меѓународна трговија, Скопје, 2003, стр. 7 и 8.

42 Различни автори, Меѓународна трговија, Скопје, 2003, стр. 7 и 8.

43 Темјановски Р., Применета економија, Европски универзитет, Скопје, 2008, стр. 230.

44 Кикеркова И.: Надворешна трговија, Економски факултет, Скопје, 2000, стр. 116.

45 Службен весник на Република Македонија, број 39, 2005.



## ЗА ОНИЕ КОИ САКААТ ДА ЗНААТ ПОВЕЌЕ

Има два основни вида тарифи. Приходни тарифи се како начин да се соберат пари. Како и данокот на промет, така и тие се ниски и не се во зависност од цената на еден производ. Ако приходните тарифи се поставени премногу високо, тие ги обесхрабруваат купувачите и не собираат приход за државата. До 1910 год. Приходните тарифи беа главниот

извор на приход за владата на САД. Заштитните тарифи се наплаќаат, за да ја заштитат домашната индустрија од странска конкуренција, повеќе отколку за да се соберат пари. Тие ги обесхрабруваат купувачите, со тоа што странскиот производ го прават поскап од сличен производ произведен во домашната земја.

- Увозни царински тарифи се оние, според кои се наплатува увозната царина.
- Рестрикциите на бројот на одредени стоки од странство што можат да влезат во земјата се нарекуваат квоти.
- Извозни субвенции - плаќањето од страна на една земја на нејзините извозници со што им овозможува да ги продадат своите производи во други земји по пониска цена отколку што би можеле да ги продадат дома.

кои се увезуваат во определено царинско подрачје на некоја земја. Денес, во светот се речиси единствен вид на царински тарифи кој практично постои и се применува и кога се зборува за поимот царински тарифи се мисли на увозните. Најчесто овие тарифи се општи што значи по нив се врши наплата на целокупната стока која се увезува во одредено царинско подрачје и од сите увозници.

**Квоти.** Рестрикциите на бројот на одредени стоки од странство што можат да влезат во земјата се нарекуваат квоти. Како и заштитните тарифи, така и квотите го ограничуваат износот на странските конкуренција, со која мора да се соочи една индустрија. Со рестриктирање на увозот, квотите ја намалуваат понудата на одредени производи на домашните пазари и предизвикуваат пораст на нивните цени.

**Извозни субвенции** - плаќањето од страна на една земја на нејзините извозници, со што им овозможува да ги продадат своите производи во други земји по пониска цена отколку што би можеле да ги продадат дома. Додека извозните субвенции се законски, дампингот често е нелегален. Тој настанува кога извозниците ќе одлучат индивидуално да ги продаваат производите во странство за пониска цена.

Таб. 4 Вредност на извозот, увозот и надворешно-трговското учество на Р. М. со Косово во период 2005/2006

ТРГОВСКА РАЗМЕНА				
РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА - КОСОВО				
година	2005 година		2006 година	
	износ	% учество во размена	Износ	% учество во размена
Извоз на Р Македонија	220.148	18	257.754	19,7
Увоз на Р Македонија	10.828	19,2	9.734	8,8
Вкупно	230.976		267.488	
Суфицит/ Дефицит	+209.320		+248.020	
Вкупно Косовски увоз	56.283		110.774	

\* Извор: Државен Завод за статистика на Р.М.



## ЗА ОНИЕ КОИ САКААТ ДА ЗНААТ ПОВЕЌЕ

### АКЦИЗИ

#### ПОИМ ЗА АКЦИЗИТЕ

Акцизите претставуваат посебен вид на данок на промет, кои се наплатуваат од прометот на определени специфични производи како што се: нафтените деривати, алкохолните пијалоци, тутунските производи, некои луксузни производи, патнички автомобили, кафе и др.

Како специфичен и доста значаен буџетски приход, акцизите се составен дел на современите даночни системи и нивната висина за поединечни производи е различна во зависност од тоа дали некој производ во одредена земја се произведува или не, односно дали неговото производство е од витално значење за таа земја. Така, на пример, во земјите каде што виното е значаен производ кој се извезува, акцизата на виното е минимална или воопшто не постои.

Во секој случај како и данокот на промет или

данокот на додадена вредност, акцизата се наплатува и при увоз на производите, што во содејство со останатите инструменти, царината пред сè, делува ограничувачки на увозот.

Меѓутоа, основната функција на акцизите останува чисто фискална и затоа нивните стапки обично се многу високи, што на долг временски период можат да имаат негативни реперкусии кои се манифестираат преку обидите на нелегален начин да се избегне плаќањето на акцизите, криумчарење и шверц на акцизните производи и сл.

Од тие причини чест е случајот за определени производи да се намали вистината на стапката по која се наплатува акцизата за определен производ, со цел да се нормализира прометот со тој производ, да се елиминира шверцот и во крајна линија да се зголемат буџетските приходи на државата.



## ЗА ОНИЕ КОИ САКААТ ДА ЗНААТ ПОВЕЌЕ

### Промовирање на економската соработка

Специјализацијата и трговијата им овозможуваат на земјите да имаат повеќе стоки и услуги отколку што произведуваат сами. Тарифите и другите трговски бариери ја ограничуваат користа од специјализацијата и размената. Согледувајќи ги овие два фактора, повеќето нации се обидуваат меѓународната трговија да ја промовираат преку создавање **асоцијации за слободна царина и царински униии.**

Асоцијација на слободна царина (АСЦ) е договор меѓу земјите заради отстранување на трговските бариери меѓу нив. Земјите-членки остануваат слободни во тоа да задржат, кои било од бариерите што ќе ги одберат спрема

земјите што не се членки. Најпозната од нив е Европската асоцијација за слободна трговија (ЕФТА), чии членки ги вклучуваат: Австрија, Финска, Исланд, Норвешка, Швајцарија и Шведска. Поради тоа, американските стоки се предмет на различни тарифи, кога се извезуваат во земјите на ЕФТА.

Царинската унија, исто така, промовира слободна трговија меѓу нејзините членки, но наметнува заедничка тарифа за земјите што не се членки. Така за американските стоки се наплаќаат идентични тарифи кога се доставуваат во Франција, Белгија или Германија. Овие земји и припаѓаат на Европската заедница (ЕЗ) или заеднички пазар, најпознат меѓу царинските униии во светот.

продолжува>>>



## ЗА ОНИЕ КОИ САКААТ ДА ЗНААТ ПОВЕЌЕ

### Завршни увозни работи

#### Ликвидирање на обврските кон извозникот и кон другите учесници во увозната работа

Обврските кон извозникот и кон другите учесници во извозната работа увозникот ги ликвидира со тоа што на сите нив им исплатува соодветен износ во пари. Се работи за надомест за испорака на стока од страна на извозникот, како и за надомест за извршени услуги од други учесници во односната извозна работа.

**Исплатата на извозникот** се врши по приемот на **фактурата**. Иста е постапката на исплата и кон другите учесници во увозната работа.

Од своја страна, за да има увид во направените трошоци, и самиот увозник мора да направи своја **калкулација** на трошоците што ги имал во врска со увозната работа. Таквата калкулација му овозможува да оцени дали бараниот износ од страна на извозникот, како и од другите учесници во увозната работа е

реален или не. **Калкулацијата на увозната работа** во себе да ги содржи: општите податоци за увозна работа, трошоците направени во странство (возарина, осигурување на стоката, трошоци за посебно пакување на стоката и сл.) трошоци направени во земјата (царински трошоци, шпедитерски трошоци, % провизија на увозникот и сл.)

#### Ликвидирање и чување на предметот во врска со увозот

По извршувањето на сите активности во врска со односната увозна работа се пристапува кон ликвидирање на предметот во врска со односната работа. Ликвидираниот предмет се доставува до архивата за регистрација и чување. Целата постапка на ликвидација се врши на начин кој е идентичен на постапката што се применува при ликвидација и чување на предметот што се однесува за соодветна увозна работа.



## ПРОВЕРЕТЕ ГО ВАШЕТО ЗНАЕЊЕ

1. Што се подразбира под увозно работење?
2. Кои видови на увозно работење ги разликуваш?
3. Која е неопходна појдовна активност при вршењето на каква било увозна работа?
4. На кои начини може да се воспостави контакт со соодветниот извозник?
5. Зошто се јавува потреба од определување на увозен статус на стоката?
6. Која е улогата на шпедитерот во текот на вршењето на увозните работи?
7. Зошто се јавува потреба од контрола на увозната работа?
8. Што е рекламација?
9. Што се подразбира под увозно царинење на стоката?
10. Што е тарифа?



## КВИЗ

1. Набавка или внесување на стока од странство во определена земја, претставува:
  - а) извоз
  - б) увоз
  - в) транзит
2. Кога се работи за увоз на услуги станува збор за:
  - а) видлив увоз
  - б) невидлив увоз
3. Истражувањето на пазарот на земјите од кои определен купувач-увозник има намера да набави определена стока (услуга), претставува:
  - а) завршна увозна работа
  - б) подготвителна увозна работа
4. Врз основа на анализата на сознанијата добиени по пат на истражување на пазарот на земјите извознички, увозникот се ориентира кон:
  - а) воспоставување контакт со соодветен извозник
  - б) воспоставување контакт со соодветен увозник
5. Наброј ги видовите режими на стока која се увезува:
  - а) \_\_\_\_\_
  - б) \_\_\_\_\_
  - в) \_\_\_\_\_
6. Со пишување на соодветниот број пред увозните работи подредете ги редоследно подготвителните извозни работи:
  - \_\_\_\_\_ Воспоставување контакт со соодветен извозник
  - \_\_\_\_\_ Определување на увозен статус на стоката
  - \_\_\_\_\_ Водење трговски преговори
  - \_\_\_\_\_ Истражување на пазарот на земјите извознички.
7. Налогот што шпедитерот го добива од извозникот т.е. увозникот, се нарекува:
  - а) Единствен царински документ
  - б) диспозиција
8. При споредување на вистинската состојба на стоката со онаа состојба што е забележана во документите што ја следат, се составува:
  - а) комисииски записник
  - б) рекламација
9. Наброј ги фазите на царинската постапка:
  - а) \_\_\_\_\_
  - б) \_\_\_\_\_
  - в) \_\_\_\_\_
10. Царина или данок на увозот претставува:
  - а) тарифа
  - б) квота
  - в) субвенција
11. Рестрикции на бројот на одредени стоки од странство што можат да влезат во земјата се нарекуваат:
  - а) квоти
  - б) тарифи
  - в) дампинг
12. Плаќањето од страна на една земја на нејзините извозници, со што им се овозможува да ги продадат своите производи во други земји по пониска цена, отколку би можеле да се продадат дома:
  - а) извозна субвенција
  - б) квота
13. Кога извозниците индивидуално ги продаваат своите производи во странство за пониска цена е:
  - а) дампинг
  - б) квота



## КВИЗ продолжува

---

14. Исплатата на извозникот се врши по прием на:
- а) фактура
  - б) диспозиција
  - в) царинска фактура
15. Наведи ги завршните увозни работи:
- а) \_\_\_\_\_
  - б) \_\_\_\_\_



## РЕЗИМЕ

Под увозно работење се подразбира набавка, т.е. внесување на стоки од странство во определена земја.

Под увоз може да се смета преминот на стоката од странскиот стоквен промет во стоквениот промет на домашната земја врз основа на стоквени трансакции помеѓу странските и домашните резиденти.

Увозното работење можеме да го дефинираме како: видлив и невидлив увоз, посреден и непосреден увоз. Во случај на видлив увоз се работи само за набавка на стоки, а ако се работи за набавка на услуги станува збор за невидлив увоз. Увозот може да се врши со директна трансакција помеѓу резидентите од две или повеќе земји (непосреден увоз) или со учество на одреден посредник (посреден увоз).

Увозното работење има големо значење за секоја земја, тој е составен дел на размената што земјата ја врши со странство, со што доаѓа до развиток на меѓународните економски односи. Преку увозот се внесуваат добра и услуги за задоволување на потребите на репродукцијата и потребите на широката потрошувачка, се внесуваат најсовремените странски искуства и достигнувања во техниката и технологијата итн.

Техниката на увозното работење опфаќа извршување на бројни и разновидни работи. Аналогно на систематизацијата што е презентирана кај извозното работење и кај увозот, споменатите работи можат да се систематизираат на следниов начин: работи што му претходат на склучувањето на купопродажниот договор; склучување на купопродажен договор, работи што треба да се извршат пред

стапување на купопродажниот договор на сила; оперативни увозни работи и завршни увозни работи.

Увозот во нашата земја е нечиј друг извоз. Луѓето од една нација заработуваат пари за да увезат (и имаат полза од размената) само затоа што луѓето во другите земји го купуваат она што тие го извезуваат.

Ова не значи дека увозот секогаш мора да е еднаков на извозот. Тоа значи дека трговијата е двонасочна, поради тоа што увозот и извозот генерално зависат еден од друг.

Контролата на стоката што се увезува претставува збир на работи што се вршат со цел да се утврди дали стоката по квантитетот и квалитетот одговара на условите кои се назначени во купопродажниот договор. Во споменатиот договор, со посебна клаузула се определува местото, времето и методите, односно постапката што ќе се примени за спроведување на контролата. По правило, продавачот-извозникот мора да го извести купувачот-увозник за тоа дека стоката стигнала на определено место, што е однапред утврдено и дека е подготвена за контрола.

Специјализацијата и трговијата им овозможуваат на земјите да имаат повеќе стоки и услуги отколку што произведуваат сами. Тарифите и другите трговски бариери ја ограничуваат користа од специјализацијата и размената. Согледувајќи ги овие два фактора, повеќето нации се обидуваат меѓународната трговија да ја промовираат преку создавање асоцијации за слободна царина и царински уни.



# РАБОТЕЊЕ НА МЕЃУНАРОДНИ ОРГАНИЗИРАНИ ПАЗАРИ



## ТЕМА

Со изучување на темата „Работење на меѓународни организирани пазари“ учениците ќе се здобијат со потребните знаења:

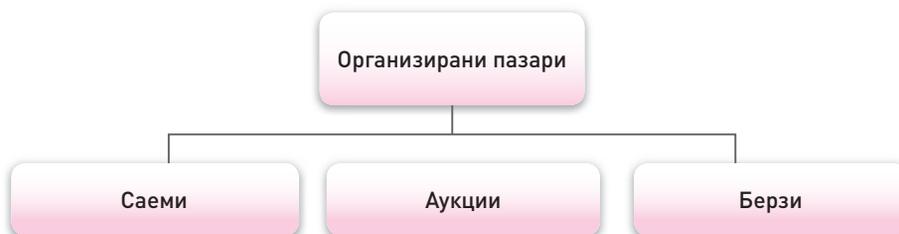
- да го објаснува значењето на саемите;
- да ги разликува видовите саеми;
- да ја опишува организацијата на работењето на саемите;
- да го објаснува значењето на аукциите;
- да ги разликува видовите аукции;
- да ја опишува организацијата на работењето на аукциите;
- да го објаснува значењето на берзите;
- да ги разликува видовите берзи;
- да ја опишува организацијата на работењето на берзите;

**Потсети се:**

Видови на продажба.

Продажба преку видови организирани пазари.

Граф. 26 Посебни форми на трговија- видови организирани пазари



## ■ ■ ■ Саеми - суштина, значење и видови

Трговијата се разликува од другите стопански дејности со многу особености, кои произлегуваат од карактерот на нејзината функција во стопанството. Тие особено доаѓаат до израз во начинот, средствата и организационите форми на вршење трговска дејност, па развојот на трговијата е проследен и со соодветен трговски апарат и трговска техника.

**Пазарот** може да се дефинира како место каде се среќаваат понудата и побарувачката на стоките од одредено пошироко или потесно подрачје. Посебни форми на трговија се **саеми, аукциите и берзите**.

**Саемскиот начин на продажба** потекнува од дамнина. Денешните саеми водат потекло од оние саеми кои веќе во раниот среден век се одржувале во време на религиозни празници, главно на простори околу религиозни објекти (на пример околу манастирите). За времетраењето на саеми трговците уживале црковна заштита (црквата прогласувала таканаречен „мир Божји“). Подоцна саеми се организирале и во



Илустрација 83: Саем



## ЗА ОНИЕ КОИ САКААТ ДА ЗНААТ ПОВЕЌЕ

Со создавањето на националните држави и со други измени што настануваат на општествен и стопански план во текот на 18. век, доаѓа до слабеење на дотогашниот саемски начин на тргување и до појава на други, посовремени, форми на организација на стоковните токови. Така трговијата почнува да се одвива преку дуќани и уредени градски пазари, а трговијата на големо преку берзи и аукции. Како последица на наведената состојба, поголем дел од поранешните класични саеми се трансформирале во пазари од локално значење.

Со развитокот на масовното стоковно производство, со подобрување на квалитетот на стоките, со развојот на транспортот и кому-

никациите и со сите други измени, кои што настанале во 19. век станува и непотребно физичкото присуство на стоката во моментот на нејзината купопродажба. Затоа, наместо целата стока да се достави на околото на купувачот, се наложила идејата за доставување на примерок од таа стока на заинтересираниот корисник. Со тоа е направен чекор од купопродажба врз основа на присутна стока во купопродажба на односната стока. Прв саем со таков начин на купопродажба на стоката врз основа на примерок е одржан во 1894 година во Лајпциг. Оттогаш наваму сите саеми што се одржуваат во современиот свет, се организираат како саеми на примероци.

познатите трговски градови, како и прометните патишта. Саемите што се организирале во овој период се разликувале од обичните градски пазари по тоа што се одржувале само еднаш годишно и што на нив доаѓале продавачи и купувачи од оддалечени краишта. Во текот на 15. и 16. век како позначајни се јавуваат саемите што се одржани во градовите Женева, Лион, Франфуркт, Милано и др. места.

**Современите саеми** претставуваат организирани пазари на кои во определено време и со определена организација на работењето, се врши **продажба** на стоки **по примерок**. Во определени дефиниции **саемите се дефинираат** како приредби на кои производителите или продавачите на производи од поголем број на стопански дејности (општи саеми) или производи врзани за една стопанска дејност (специјализирани саеми), периодично (еднаш или двапати годишно) ги нудат своите производи на продажба по пат на примерок во определено време (7, 14 до 21 ден) на специјално утврден простор (саемски простор).

Денешните саеми на примероци добиваат многу поголемо **значење**. Тие се јавуваат како приредби на достигнувања, како своевиден медиум за пропагирање на најновите остварувања во одделни стопански дејности. На саемите се прикажува ефектот, изгледот и сите други битни карактеристики на стоките што се презентирани преку примероците. Така, на современите саеми предмет на тргување се претежно индустриски производи, како и некои финални производи на земјоделството и шумарството. Тргувањето со суровини и прехранбени производи сега се одвива во рамките на аукциите и берзите.

## Видови саеми

Современите саеми можеме да ги **диференцираме** според различни **критериуми**.

Според **предметот на купопродажбата**, саемите се диференцираат на:

- општи меѓународни саеми на примероци;
- специјализирани саеми на примероци;
- салони и изложби.<sup>46</sup>

**Општи меѓународни саеми на примероци** - на овие саеми се изложуваат примероци од **најразлични видови стоки**. Кај овие саеми од учесниците не се бара да се придржуваат кон определена листа на артикли што на саемот можат да бидат изложени.

**Специјализирани саеми на примероци** - кај овој вид саеми предмет на изложување и тргување е **определена стока**, т.е. нејзин примерок. Такви се на пример, саемите за текстил, вино, книги, мебел, и сл. Посебен вид специјализирани саеми претставуваат саемите на техника и технички достигнувања.

**Изложбите и салоните** се јавуваат како посебен вид современи саеми. На овие саеми поретко се врши продажба на изложените предмети. **Целта** на овие видови саеми е систематско прикажување на **нови асортимани и квалитети на стоки**. Значи, овие саеми имаат повеќе *пропаганден карактер*. Во определени случаи, изложбите се организираат како колективни

- Посебни форми на трговија се саемите, аукциите и берзите.

- Саеми претставуваат организирани пазари на кои во определено време и со определена организација на работењето, се врши продажба на стоки по примерок.



Илустрација 84: Саемски штандови



Илустрација 85: Саем на книга

<sup>46</sup> Петковски Д.: Комерцијално работење, за И година економска и трговска струка, Скопје, 1997, стр. 90.



**Илустрација 86:**  
Изложбен саем на автомобили

изложби. Што се однесува до салоните, во современиот меѓународен пазар познати се салоните за автомобили во Париз, Торино, Њујорк, Брисел и сл.

Гледано од аспект на тоа **кога се одржуваат** саемите, тие може да се диференцираат на:

- 1. постојани** - кои се одржуваат секоја година, во определено време и на определено место. Измени на времето и местото на одржување на саемот ретко се вршат.
- 2. повремени** саеми - се главно специјализирани саеми, на времето на нивното одржување можат да влијаат различни фактори.

Според природата на учесниците и **обемот на саемските трансакции**, саемите се диференцираат на:

- саеми и
- велесаеми.

Саемите кои се организираат на меѓународен план, односно што имаат *меѓународно значење, се организираат како велесаеми. Овие велесаеми се одржуваат од 14 до 21 ден.*

**Таб. 5** Видови саеми според различни критериуми

Според предметот на купопродажба	Од аспект кога се одржуваат саемите	Според природата на учесници и обем на саемски трансакции
Општи и специјализирани саеми	Постојани саеми	Саеми
Салони и изложби	Повремени саеми	Велесаеми



**Илустрација 87:**  
Обезбедување на паркинг простор на саем

### Организација на работењето на саемите

Работењето на саемите се одвива врз основа на определена организација. Најчесто оваа организација ја спроведуваат посебни **специјализирани друштва** кои се основани за оваа цел. Овие друштва мораат да добијат согласност од државните и од градските власти за организирање на саемот.

**Организацијата на саемот** и неговата работа се регулирани со посебни правилници и статuti за саемски организации, и овие акти, исто така мораат да бидат одобрени од страна на државните власти.

На чело на саемот се наоѓа **управа**, која се грижи за целата работа и организација на саемот. Оваа управа се грижи за изградба и изнајмување на саемски простор, за уредување на просторот за излагање, кореспондира, односно поканува трговски и производни друштва да земат учество на саемот и сл.

Секој учесник на саемот навреме мора да **изнајми простор** за излагање на примероците од стоките што ги нуди за продажба. Управата на саемот е должна да обезбеди се што му е потребно на учесникот на саемот од техничка или организациска природа, да се грижи за безбедноста на имотот на тој учесник и да ги внесе во каталог на саемот основните податоци за тој учесник.

Организацијата и одржувањето на саемот се **финансира од сопствените приходи**. Тие приходи се од наемнината за изнајмениот простор од рекламите што управата на саемот ги организира за учесниците, од други



**Илустрација 88:** Саемска хала

услуги кои ги врши со учесниците, од влезните билети на посетителите на саеот и сл.

Граф. 27 Видови на саеми според: предмет на купопродажба, време на одржување и обем на трансакции



## ■ ■ ■ Аукции-суштина и значење

**Аукцијата** претставува организиран начин на продажба по пат на јавно наддавање.<sup>47</sup> Ако предмет по пат на јавно наддавање е определена стока, се зборува за аукција на трговски стоки или едноставно за аукција. Покрај овој вид аукција, постои и аукција на ретки предмети (уметнички слики, нумизматички предмети, стари, ракописи и сл.) кои немаат трговска цена и сл.

Аукциите, работат со индивидуално одредени партии стока, кои на купувачите им се ставени на увид, но за разлика од саемскиот начин на работење, на аукциите продажбата се врши по пат на јавно наддавање на купувачите. Ваквиот начин на продажба се практикува за масовна распродажба на одредени стоки во сезоната, како на пример: риби, овошје, волна, крзна...

Првиот вид аукција, вид што е интересен од аспект на трговското работење е организиран пазар на кој се продаваат лесно расипливи стоки и стоки со лош квалитет. Се применува кога сопственикот на извесна стока не може, поради различни причини, на стоката да ѝ осигури најповолна и правремена продажба. Исто така, оваа аукција се применува и кога стоката се продава независно од волјата на нејзиниот сопственик. Таков е случајот со продажба на заложени предмети, со продажба на стоката врз основа на судска одлука, со продажба на запленета стока од царинарницата и сл.

47 Петковски Д.: Комерцијално работење, за И година економска и трговска струка, Скопје, 1997, стр. 91.

- На чело на саемот се наоѓа управа.
- Организацијата и одржувањето на саемот се финансира од сопствените приходи. Тие приходи се од:
  - наемнината за изнајмениот простор
  - од рекламите што управата на саемот ги организира за учесниците,
  - од други услуги кои ги врши со учесниците,
  - од влезните билети на посетителите на саемот и сл.



Илустрација 89: Јавно наддавање на аукција

- Аукцијата претставува организиран начин на продажба по пат на јавно наддавање.
- Ако предмет по пат на јавно наддавање е определена стока, се зборува за аукција на трговски стоки или едноставно за аукција.
- Аукција на ретки предмети (уметнички слики, нумизматички предмети, стари, ракописи и сл.) кои немаат трговска цена и сл.



## ЗА ОНИЕ КОИ САКААТ ДА ЗНААТ ПОВЕЌЕ

Аукцијата на трговски стоки најпрвин се развила како идеалистичка аукција, а подоцна како grosистичка аукција.

Grosистичката аукција се развила со развитокот на прекуморската трговија. Првата ваква аукција е одржана во 17. век. Ја организираше холандска компанија во Амстердам. Првите grosистички аукции се одржувани двапати годишно во време што однапред се објавувало. На пролетната аукција се продавале различни зачини, колонијална стока, кафе, и сл. На есенската аукција се продава текстил, главно свилени и памучни ткаенини.

Развитокот на аукциите бележи подем во 18. и 19. век, кога и вакви форми на организиран

пазар се формираат во сите поголеми поморски пристаништа. Во втората половина од минатиот век, поради можноста соодветни стоки што биле предмет на продажба на аукциите да се продаваат на берзите, доаѓа до релативно опаѓање на значењето на аукциите. Меѓутоа, за определени стоки тие и понатаму го задржуваат своето значење. Така, во меѓународната трговија во современиот свет мошне големо е значењето на аукциите за волна. Поради неможноста да се изедначи квалитетот на волната, таа не може да се продава на друг вид пазари (на пример на берзите) освен на аукциите. Слична е продажбата со аукциите за крзна и некои други стоки.

Денес, главно се јавуваат два вида аукции:

- аукции на недоволно индивидуализирана стока и стока со различен квалитет;
- аукции на прехранбени, лесно расипливи производи.

На првите аукции се продава стока што не може да се продава по мостра или белег (марка), додека на другиот вид аукции се продава стока чиј квалитет зависи од времето (риба, зеленчук, овошје).

Попознати аукции во современата меѓународна трговија се:

1. за колонијална стока: Лондон, Амстердам и др.
2. за крзна: Лондон, Париз и др.
3. за морска риба: Њујорк.



**Илустрација 90:** Стока наменета за аукциска продажба

### Организација на работењето на аукцијата

**Организацијата** на работењето на аукциите обично се доделува на **специјализирани приватни друштва**. Поголемите аукции се организираат од страна на трговски или акционерски друштва (компанији). Компаниите што ја организираат аукцијата вршат продажба на стока во име и за сметка на своите комитенти - сопственици на стоката. Овие друштва се грижат за благовремено известување (со огласи во стручни списанија, билтени и јавни гласила), на сите заинтересирани фирми за времето на одржување и за предметот на продажба на аукцијата и го организираат целокупниот процес на аукција врз основа на определени правила, кои мораат да бидат одобрени од владата. Што се однесува до стоката што е предмет на продажба на аукцијата, таа стока мора од страна на организаторите на аукцијата да биде сортирана по квалитет во една голема пратка. Потоа, таа пратка се

раздвојува во помали делови за да се добие поизедначен квалитет (лот). За секој лот се прави записник, лотот се нумерира и се наведуваат неговите основни белези.

Со стоката што се продава на аукцијата непосредно ракуваат аукциски посредници - **сензали**. Овие сензали, бидејќи треба да ја познаваат стоката што се продава, се специјализираат по одделни видови стоки. Сензалите непосредно **раководат** со продажбата на стоката на аукцијата. За таа цел, тие на присутните интересенти им објавуваат која партија и кој вид стока се продава и под кои услови.

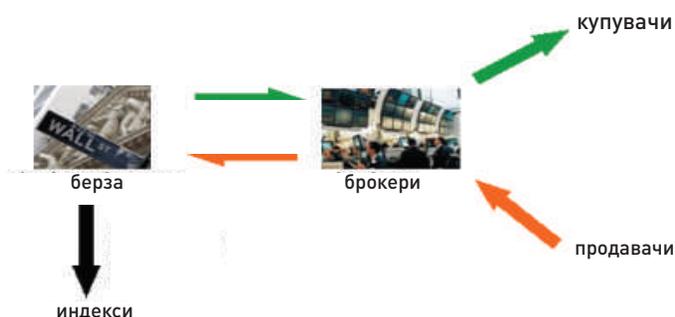
Потоа, следува јавното наддавање, при кое сензалот постојано објавува која највисока цена ја нудат интересентите. Понудувачот на највисоката цена станува купувач на стоката. За купената стока купувачот добива **заклучница**. Купената стока треба да се подигне веднаш или според узансите од аукцијата.

### ■ ■ ■ Берзи-суштина и значење

Берзите и тргувањето со хартии од вредност, традиционално гледано, луѓето го поистоветуваат со големи турканици на берзанскиот паркет, неразбирливи знаци кои што се специфичен начин на комуникацијата помеѓу брокерите, големи екрани насекаде со светлечки бројки и букви што постојано се менуваат. Станува збор за првична перцепција на берзите, но всушност, берзата работи по строго утврдени правила на тргување со хартии од вредност.

Системот за тргување на берзата представува механизам преку кој на едно место (физички или електронски) се поврзуваат купувачите и продавачите на хартии од вредност. Притоа, трансакциите се извршуваат со посредство на брокерите, кои преку преговарање и нагодување, ги утврдуваат цените на хартиите од вредност, усогласувајќи ги спротивставените цели на индивидуално максимирање на добивката-купувачот да купи поевтино, продавачот да продаде поскапо.<sup>48</sup>

Зборот берза потекнува од латинскиот збор "**bursa**" што значи кесе и ја симболизира правилната функција на берзата како пазар на пари. Берзата во список на пазар се употребува уште од **XVII** век кога берзанските работи, покрај парите, ги опфатиле и ефектите.



Илустрација 92: Маркет дијаграм



Илустрација 91:

Непосредно водење со аукцијата

- Со стоката што се продава на аукцијата непосредно ракуваат аукциски посредници-сензали.
- Сензалите, бидејќи треба да ја познаваат стоката што се продава, се специјализираат во одделни видови стоки.
- Сензалите раководат непосредно со продажбата на стоката на аукцијата. За таа цел, тие на присутните интересенти им објавуваат која партија и кој вид на стока се продава и под кои услови.
- Потоа, следува јавното наддавање, при кое сензалот постојано објавува која највисока цена ја нудат интересентите.
- Понудувачот на највисоката цена станува купувач на стоката. За купената стока купувачот добива заклучница.
- Купената стока треба да се подигне веднаш или според узансите од аукцијата.

48 Ивановски З., Хартии од вредност и портфолио менаџмент, Скопје, 2007, стр.371.

## ДЕЛОВНО РАБОТЕЊЕ

- Берза претставува посебно организиран пазар, лоциран во одредена зграда, каде што според одредени правила, редовно се тргува, обично преку посредници, со определени типизирани стоки, хартии од вредност, пари и услуги.
- Берзите се организирани пазари на кои се тргува со заменливи (фунгибилни) стоки со стандардизирани ознаки.
- Берзата претставува нераздвоен дел од пазарот и пазарното стопанство. Со оглед на специфичноста на организацијата и начинот на работење претставува еден значаен сегмент од чие работење и успешност зависи и успешноста на вкупниот пазар, односно пазарното стопанство.



Илустрација 93: Брокер



Илустрација 94: Берза

**Берза** - претставува посебно организиран пазар, лоциран во одредена зграда, каде што според одредени правила, редовно се тргува, обично преку посредници, со определени типизирани стоки, хартии од вредност, пари и услуги.

Берзите се организирани пазари на кои се тргува со заменливи (фунгибилни) стоки со стандардизирани ознаки. Предмет на берзанската трговија се само одредени видови масовни стоки, кои на берзата се регистрирани под одредени ознаки за квалитет, така што купувачите и продавачите можат, повикувајќи се на дадената ознака, да склучуваат зделки и без опис на квалитетот и без поднесување на примерокот.

Ваквиот начин на трговија овозможува понуда на стоки од најодалечените краишта и остварување на масовни зделки за кусо време, на многу мал простор.

Берзата е постојано место на тргување, според строго определени правила и узанси и со истородна стока која не е присутна. Честопати берзата ја означува и зградата во која се вршат берзанските работи. Берзата е посебно организиран пазар на кого според посебни узанси и правила редовно се тргува со пари, типизирани стоки и услуги и хартии од вредност. Берзата претставува организирана установа која претставува постојано место за склучување на договори за продавање и тргување, купување на типизирани стоки, услуги, пари, девизи и хартии од вредност, под режим на посебни правила и узанси и со учество на овластени посредници како што се агенти, сензори, брокери и др.

Во трудовите на поголем број автори берзата различно се интерпретира.

**Берзата** претставува нераздвоен дел од пазарот и пазарното стопанство воопшто. Со оглед на специфичноста на организацијата и начинот на работење претставува еден значаен сегмент од чие работење и успешност зависи и успешноста на вкупниот пазар, односно пазарното стопанство.

Понекогаш, во пошироката јавност се смета дека берзите претставуваат места каде што се вршат шпекулации, а правата вистина се состои во тоа што берзите имаат задача да делуваат на стабилноста на пазарот, односно колку што е можно повеќе да ги држат цените во граница не само на понудата и побарувачката, туку и во границите на реалната вредност. Па оттука би рекле дека берзата е организирано и постојано место на пазарење и тргување кое е под контрола на државата, посебно заради постоење и можност за манипулација во вршењето на берзанските трансакции.

Кога се зборува за **значењето** на берзите секогаш се има предвид дека тие упатуваат на преглед на понудата и побарувачката, имено купувачите и продавачите се наоѓаат едни спрема други и упатуваат на своите цени кои, одговараат на вистинската состојба на понудата и побарувачката.

Ако се додаде и фактот дека берзите се модерни пазари снабдени со сите можности за лесно комуницирање со странство, па оттука може да се рече дека цените формирани на една берза скоро во истиот момент се пренесуваат на останатите берзи.

Да заклучиме, берзата претставува организиран, официјален и добро регулиран пазар на долгорочни хартии од вредност, со дефинирани процедури за извршување на трансакциите. Трговијата е централизирана, се одвива на една просторна локација. На берзите можат да тргуваат само членките на берзата. Брокерските фирми што држат седишта во берзата,

своите услуги им ги продаваат на поединците наполаќајќи од нив провизија за извршената зделка.<sup>49</sup>

### Видови берзи

Во развиените пазарни економии среќаваме повеќе видови берзи, сите тие берзи би можеле да ги групираме во неколку групи според определени критериуми:

- а) Според начинот на организирање
- б) Според предметот на работењето
- в) Според временската специјализација во вршењето на работите
- г) Според технологијата и начинот на работење
- д) Според начинот на остварување контрола на државата врз работата на берзите
- ѓ) Според физичката локација<sup>50</sup>

Граф. 28 Видови на берзи според определени критериуми



#### а) Видови берзи според начинот на организирање

Според овој критериум можат да се разликуваат 3 видови берзи:

**Англиски берзи** - во потполност претставуваат приватна институција во облик на акционерско друштво, која се потпира врз акционерски капитал на јаки акционери. Бројот на членовите во овој вид берзи е ограничен, и се пропишани доста строги правила за прием на нови членови. Нов член на берзата може да биде примен само во случај на исклучување или смрт на некој поранешен член на берзата. Секој член што е примен во берзата е

<sup>49</sup> Ивановски З., Хартии од вредност и портфолио менаџмент, Скопје, 2007, стр.21.

<sup>50</sup> Повеќе кај: Јовановски П.: Финансиски пазари и институции, Европски универзитет, Скопје, 2006, стр. 226-230.

должен да уплати определена сума пари во вид на уписнина. Државата има определена контролна функција во работењето на овој вид на берза.

**Француски вид берза** - овој вид берзи се карактеризираат со тоа што е значајно учеството на државата и државните органи во раководењето и управувањето со берзата. Државата ги именува членовите на берзата и воедно го утврдува вкупниот број на членови. Во овој вид на берза можат да бидат членови банките и банкарите.<sup>51</sup>

**Мешан вид берзи** - станува збор за берзи кои во своите карактеристики имаат по нешто и од англискиот и од францускиот вид берзи. Берзата ја основа државата која го организира управувањето, раководењето и контролата на работењето. Членки се само банките, а бројот на членовите не е ограничен.

### б) Видови берзи според предметот на работењето

Тргувајќи од тоа со што се занимаваат, со што тргуваат, и кој предмет на работа го имаат берзите би можеле да ги групираме во две поголеми групи:

**Не финансиски берзи** - се оние берзи, во кои предмет на тргување не се финансиски средства или хартии од вредност. Со овој вид берзи се тргува, со определен вид на стока или услуги. Според видот на работата во оваа група спаѓаат продуктни берзи и берзи на услуги. На продуктните берзи се среќава понуда и побарувачка на фунгибилни стоки од минерално, земјоделско или индустриско потекло, без физичко присуство на стоката. А додека кај берзите на услуги предмет на работа може да биде осигурување на стоки во промет, осигурување на транспортни средства и туристички берзи.

**Финансиски берзи** - според предметот на нивното работење можат да бидат организирани како парични, девизни берзи, берзи на хартии од вредност. Овој вид се специјализирани берзи.

### в) Видови берзи според временската специјализација на вршење на работите

Според овој критериум, берзите се класификуваат на: промптни и термински берзи.<sup>52</sup>

**Промптни берзи** - кај овој вид берзи правата и обврските на партнерите од договорот за купопродажба се реализираат веднаш по неговото заклучување но најдоцна од три, односно пет работни денови од склучувањето на договорот. Со оглед на кусиот рок во кој продавачот и купувачот мораат да ги извршат своите обврски, може да се рече дека кај промптните берзи нема ризик за продавачот и купувачот.

**Термински берзи** - кај овој вид берзи обврската на продавачот и купувачот не се извршува промптно по заклучување на договорот, туку во некој однапред утврден рок.

### г) Видови берзи според технологијата и начинот на работење.

Од аспект на тоа како работат, со каква технологија располагаат, на кој

51 Класификацијата на видовите берзи според нивните карактеристики превземена е од: Јовановски П.: Финансиски пазари и институции, Европски универзитет, Скопје, 2006

52 Јовановски П., Финансиски пазари и институции, Скопје, 2006, стр. 227.

степен на технолошка опременост се наоѓаат би можеле да ги групираме во две групи:

**Класични берзи** - кај овој вид берзи карактеристични се методот на аукција и извикување.

**Електронски берзи** - потполно компјутеризирани и тргувањето се врши потполно автоматизирано и во целосна тишина (нема штимунг на натпревар и надмудрување).

#### д) Видови берзи според начинот на остварување на контрола на државата врз нивното работење

**Официјални берзи** - се признати берзи од државата, се основаат со посебен закон и со одобрение на државата. Овие берзи имаат многу строги принципи за работа.

**Неофицијални берзи** - се места најчесто во близина на официјалните берзи, тука се тргува со хартии од вредност кои не се под контрола над нивната вистинска вредност.

#### ѓ) Видови берзи според физичката локација

**Аукциски вид на пазари** - трговијата се врши на определено место на берзата (ринг арена), а се врши преку трето лице (агент) на берзата. Пред да почне работењето во берзата сите пристигнати понуди за купување се рангираат од највисоката понудена цена надолу. Двете страни (понудата и побарувачката) се среќаваат и се пронаоѓа оптимална цена.

**Дилерски вид на пазари** - претставува комплексна комуникациска мрежа на брокери, дилери, членови на брокерски куќи.

Таб. 6 Класификација на видови берзи според нивните карактеристики

Според начинот на организирање	Според предметот на работење	Според временска специјализација	Според технологијата на работење	Според начинот на остварување на контрола од страна на државата	Според физичката локација
Англиски берзи	Нефинансиски берзи	Промптни	Класични берзи	Официјални берзи	Аукциски вид на пазари
Француски берзи	Финансиски берзи	Термински	Електронски берзи	Неофицијални берзи	Дилерски вид на пазари

- Ефектните берзи, односно берзите на хартии од вредност, претставуваат службени пазари на капитал.
- Предмет на тргување на ефектните берзи може да биде само стандардизиран капитал, капитал во определен облик (обврзници, благајнички записи хартии од вредност во фиксна камата) и во облик на акции.
- За основни карактеристики на ефектните берзи се сметаат следниве:
  - Се работи по строги и однапред утврдени правила;
  - Се работи на состаноци кои се држат во точно определено време;
  - Берзанските работи се вршат со посредство на посредници;
  - Берзанските работи се вршат под контрола на берзанските органи на управата и под надзор на државата и нејзините органи;
  - Работите се вршат на најбрз можен начин по пат на аукции со користење на голем број берзански кратенки, знаци или со користење на модерна електроника

#### Ефектни берзи

Ефектните берзи, односно берзите на хартии од вредност, претставуваат службени пазари на капитал. Предмет на тргување на ефектните берзи може да биде само стандардизиран капитал, капитал во определен облик (обврзници, благајнички записи хартии од вредност во фиксна камата) и во облик на акции.

**Ефектните берзи** претставуваат деловни згради, во кои е организирано



**Илустрација 95:** Њујорк стоковна берза (New York Stock Exchange)

купувањето и продавањето на ефекти, во кои на точно определено место (ринг) се врши продавање и купување на долгорочни хартии од вредност (ефектни)

За основни карактеристики на ефектните берзи се сметаат следниве:

1. Се работи по строги и однапред утврдени правила;
2. Се работи на состаноци кои се држат во точно определено време;
3. Берзанските работи се вршат со посредство на посредници;
4. Берзанските работи се вршат под контрола на берзанските органи на управата и под надзор на државата и нејзините органи;
5. Работите се вршат на најбрз можен начин по пат на аукции со користење на голем број берзански кратенки, знаци или со користење на модерна електроника

На ефектните берзи, учествуваат три основни групи на учесници, професионални лица кои се занимаваат со трговија и ефекти.

- Берзански посредници, ја сочинуваат групата на интерни учесници на ефектните берзи
- Берзански трговци (во САД-дилери, во Англија-Брокери), тие ја сочинуваат втората група на екстерни учесници.

Тоа се во принцип претставници на банките и на сите други учесници на пазарот на капитал.

- Останатите учесници ја сочинуваат третата група на ефектните берзи, меѓу нив се банкарските и другите посредници, учесници кои немаат овластување за тргување со ефекти. Види слика бр.4

### Организација на берзите

Со оглед на разликите во видот, карактерот, големината на одделните берзи, не може да се даде една типизирана организација, но сепак постојат одредени организациони елементи кои се карактеристични за сите видови берзи.

Со берзата раководи управен одбор, кој го пропишува деловниот ред, узансите, поставува берзански комитети: контролен, извршен, финансиски, за узанси, за промптни и термински котации, информации, статистичка стандардизација и арбитражен совет (за решавање спорови настанати во берзанското работење). Составен дел на берзата е пресметковната каса која врши ликвидација на берзанските заклучоци-долгувања и побарувања на своите членови-така што само разликите се исплатуваат и уплатуваат, односно им се признаваат на сметките на членовите.

Работењето на берзите најчесто се врши во сала со т.н. круг (ринг). Во салите каде се работи со повеќе производи поставени се повеќе рингови, секој посебно за одделен производ. Работењето на берзата не ја вршат само членовите на односната берза туку и берзанските агенти, брокери, дилери, кои исто така се членови на берзата.

Основни органи на управување на берзата се:

**Собранието, Управниот одбор, Надзорниот одбор и Директорот.**

**Собранието** е највисок орган на управување на берзата, го сочинуваат

акционерите на берзата (секој акционер по еден претставник).

Собранието ги има следниве функции:

- Ја донесува одлуката за основање на берзата;
- Ја утврдува деловната политика на берзата;
- Го донесува Статутот и Деловникот за работа на берзата;
- Одлучува за зголемување на основачкиот капитал;
- Одлучува за Статутни промени и престанок со работа на берзата;
- Ги именува и разрешува членовите на Управниот одбор, Надзорниот одбор;

**Управниот одбор** брои девет членови, кои ги избира и именува Собранието на берзата од редовите на основачите и од реномирани експерти од областа на финансите - независни експерти. Мандатот на членовите е две години, со можност за повторен избор.

Управниот одбор ги има следниве надлежности:

- Ги спроведува одлуките на Собранието на берзата;
- Предлага деловна политика на берзата;
- Донесува општи акти што го регулираат работењето на берзата;
- Го именува и разрешува директорот и членовите на комисиите и другите тела на берзата;

**Надзорниот одбор** брои пет членови кои ги избира Собранието на берзата за време од две години. Надзорниот одбор врши надзор врз работата на берзата, а особено врз:

- Законитоста во работењето на берзата
- Врши контрола врз работните книги, исправноста на сметките и годишната пресметка на берзата.

**Директорот** - ја раководи и застапува берзата. Управниот одбор на берзата го избира, именува и разрешува директорот. Тој ги има следниве надлежности:

- Раководи и ја организира работата на берзата;
- Ги спроведува одлуките на Собранието на берзата и Одборот;
- Ја предлага внатрешната организациона поставеност.

За извршување на основните функции, берзата формира комисиски и други тела.

**Комисијата за регистрација** (котација) на хартии од вредност врши проверка на пазарните карактеристики и хартијата од вредност, исклучување на хартии од вредност од тргување и други прашања, согласно законските прописи.

**Арбитражата** има пет членови, со мандат од две години и ги избира Собранието на берзата. Членови на Управен одбор и директорот на берзата не можат да бидат членови на арбитражата. Арбитражата ги решава споровите меѓу учесниците во берзата, кои настануваат од извршување на берзански трансакции и договори.

Целокупната **организација** и работењето на берзата се регулирани со берзански правила. Работењето на берзите се одвива на таканаречени



- Основни органи на управување на берзата се:
  - Собранието,
  - Управниот одбор,
  - Надзорниот одбор и
  - Директорот.

- Целокупната организација и работењето на берзата се регулирани со берзански правила.

- Работењето на берзите се одвива на таканаречени берзански состаноци, кои обично се одржуваат во зградата на берзата.

- Присутните берзански посредници (купувачи и продавачи) со извikuвање “купувам” и “продавам” или со давање однапред определени знаци ги изразуваат своите желби.

- Јазикот на берзата е специфичен, составен од кратенки или гестови што се неразбирливи за обичните луѓе.

берзански состаноци, кои обично се одржуваат во зградата на берзата. Присутните берзански посредници (купувачи и продавачи) со извикување “купувам” и “продавам” или со давање однапред определени знаци ги изразуваат своите желби. Јазикот на берзата е специфичен, составен од кратенки или гестови што се неразбирливи за обичните луѓе. Утврдувањето на цените најчесто се врши по ценкање.



## ЗА ОНИЕ КОИ САКААТ ДА ЗНААТ ПОВЕЌЕ

### Берзански работи

Терминот **берзански работи** ги опфаќа сите работи што се вршат на берзите без оглед на тоа за кој вид берза станува збор. Берзанските работи ги опфаќаат купопродажните трансакции што се вршат на берзите, а чиј предмет на тргување се Фунгибилни (заменливи) стоки, хартии од вредност, девизи, валути и пари.

Берзанските работи ги склучуваат посетителите на берзите и тоа во свое име и за своја сметка, или во име и за сметка на други лица.

Овие берзански работи се склучуваат преку берзански посредници. Берзанските работи во почетокот се склучуваат усно на берзанскиот состанок, а дури потоа се склучува договор. Берзанските работи се засноваат врз цена што одговорно ја утврдуваат странките учесници на берзата.

Берзанските работи во литературата и практиката се групираат според рокот на извршувањето на договорената купопродажба. Оттука може да се групираат во две поголеми групи без оглед на предметот на купопродажбата:

- а) Промптни                      б) Термински работи

**Промптните работи** претставуваат ефективна

купопродажба на стока (која реално постои) во склад или на пат. За доказ на стварното постоење на стоката, при промптна продажба на берзата, служи складишницата, товарен лист или коносман, од кои според датата, може да се види дека таа стока во тој момент реално постои. Рокот за извршувањето на промптната зделка (предавање на стоката на купувачот) го регулира секоја берза одделно.

Кај **терминските берзански работи** склучениот купопродажен договор се извршува дури подоцна. Оној што склучува терминска зделка за купување на стока се надева дека нејзината цена, до рокот на извршувањето на договорот, или ќе порасне или барем ќе остане иста. На тој начин, купувачот однапред си го обезбедува засега потребното количество стоки по поволна цена

Основна разлика меѓу овие два вида берзански работи е во тоа што кај промптните работи се продава стока која реално постои (ја има), а кај терминските работи тоа не мора да биде така. Втората разлика се состои во тоа што склучувањето на промптната зделка претставува реално предавање на стоката на купувачот, што не е таков случајот кај терминските берзански работи.



## ПРОВЕРЕТЕ ГО ВАШЕТО ЗНАЕЊЕ

1. Што претставуваат саемите?
2. Какво е значењето на денешните саеми на примероци?
3. Во кои видови се јавуваат современите саеми?
4. Објасни ја организацијата на работењето на саемите?
5. Што претставуваат аукциите?
6. Кои два вида аукции се јавуваат денес?
7. Каква е организацијата на работењето на аукциите ?
8. Што претставуваат берзите?
9. На кој начин може да се диференцираат берзите и според кои критериуми?
10. Кои организациони елементи се карактеристични за сите видови берзи?



## КВИЗ

1. Организиран пазар на кои се врши продажба на стоки по примерок, претставуваат:
  - а) аукции
  - б) саеми
  - в) берзи
2. За целокупната организација на саемот се грижи:
  - а) управата на саемот
  - б) собранието
3. Организацијата и одржувањето на саемот се финансира од:
  - а) сопствени приходи
  - б) го финансира државата.
4. Организиран начин на продажба по пат на јавно наддавање, претставува:
  - а) берза
  - б) саем
  - в) аукција
5. Со стоката што се продава на аукцијата непосредно ракуваат аукциски посредници, наречени:
  - а) сензали
  - б) посредници
6. Наведи некој критериум според кои ќе може да се диференцираат берзите:
  - а) \_\_\_\_\_
  - б) \_\_\_\_\_
  - в) \_\_\_\_\_
  - г) \_\_\_\_\_
7. Организиран пазар, каде редовно се тргува според одредени правила, обично преку посредници, со определени типизирани стоки, хартии од вредност, пари и услуги, претставуваат:
  - а) аукции
  - б) берзи
  - в) саеми
8. Наведи ги органите на управување со берза: \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_.
9. Највисок орган на управување во берзата е:
  - а) Собранието
  - б) Директорот.
10. Берзите на хартии од вредност претставуваат:
  - а) ефектни берзи
  - б) термински берзи



## РЕЗИМЕ

Пазарот може да се дефинира како место каде се среќаваат понудата и побарувачката на стоките од одредено пошироко или потесно подрачје. Посебни форми на трговија се саемите, аукциите и берзите.

Современите саеми претставуваат организирани пазари на кои во определено време и со определена организација на работењето, се врши продажба на стоки. Во определени дефиниции саемите се дефинираат како приредби на кои производителите или продавачите на производи од поголем број стопански дејности (општи саеми) или производи врзани за една стопанска дејност (специјализирани саеми), периодично (еднаш или двапати годишно) ги нудат своите производи на продажба по пат на примерок во определено време (7, 14 до 21 ден) на специјално утврден простор (саемски простор). Според предметот на купопродажбата, саемите се диференцираат на: општи меѓународни саеми на примероци; специјализирани саеми на примероци; и салони и изложби.

Аукцијата претставува организиран начин на продажба по пат на јавно наддавање. Ако предмет по пат на јавно наддавање е определена стока, се зборува за аукција на трговски стоки или едноставно за аукција. Покрај овој вид на аукција, постои и аукција на ретки предмети (уметнички слики, нумизматички предмети, стари, ракописи и сл.) кои немаат трговска цена и сл. Денес, главно се јавуваат два вида на аукции: аукции на недоволно индивидуализирана стока и стока со различен квалитет и аукции на прехранбени, лесно расипливи производи. Со стоката што се продава на аукцијата непосредно ракуваат аукциски посредници-сензали. Овие сензали, бидејќи треба да ја познаваат стоката што се продава, се специјализираат по одделни видови стоки. Сензалите непосредно раководат со продажбата на стоката на аукцијата. За таа цел, тие на присутните интересенти објавуваат која партија и кој вид на стока се продава и под кои

услови. Потоа, следува јавното наддавање, при кое сензалот постојано објавува, која највисока цена ја нудат интересентите. Понудувачот на највисоката цена станува купувач на стоката. За купената стока купувачот добива заклучница. Купената стока треба да се подигне веднаш или според узансите од аукцијата.

Берза претставува посебно организиран пазар, лоциран во одредена зграда, каде што според одредени правила, редовно се тргува, обично преку посредници, со определени типизирани стоки, хартии од вредност, пари и услуги. Берзите се организирани пазари на кои се тргува со заменливи (fungibilni) стоки со стандардизирани ознаки. Предмет на берзанската трговија се само одредени видови масовни стоки, кои на берзата се регистрирани под одредени ознаки за квалитет, така што купувачите и продавачите можат, повикувајќи се на дадената ознака, да склучуваат зделки и без опис на квалитетот и без поднесување на примерокот. Во развиените пазарни економии среќаваме повеќе видови берзи, сите тие берзи би можеле да ги групираме во неколку групи според определени критериуми: според начинот на организирање, според предметот на работење, според временската специјализација во вршењето на работите, според технологијата и начинот на работење, според начинот на остварување контрола на државата врз работата на берзите и според физичката локација. Со оглед на разликите во видот, карактерот, големината на одделните берзи, не може да се даде една типизирана организација, но сепак постојат одредени организациони елементи кои се карактеристични за сите видови берзи. Со берзата раководи управен одбор, кој го пропишува деловниот ред, узансите, поставува берзански комитети: контролен, извршен, финансиски, за узанси, за промптни и термински котации, информации, статистичка стандардизација и арбитражен совет (за решавање спорови настанати во берзанското работење). Составен дел на берзата е пресметковната каса, која врши ликвидација



## РЕЗИМЕ продолжува

на берзанските заклучоци - долгувања и побарувања на своите членови, така што само разликите се исплатуваат и уплатуваат, односно им се признаваат на сметките на членовите.

Основни органи на управување на берзата се: Собранието, Управниот одбор, Надзорниот одбор и директорот.



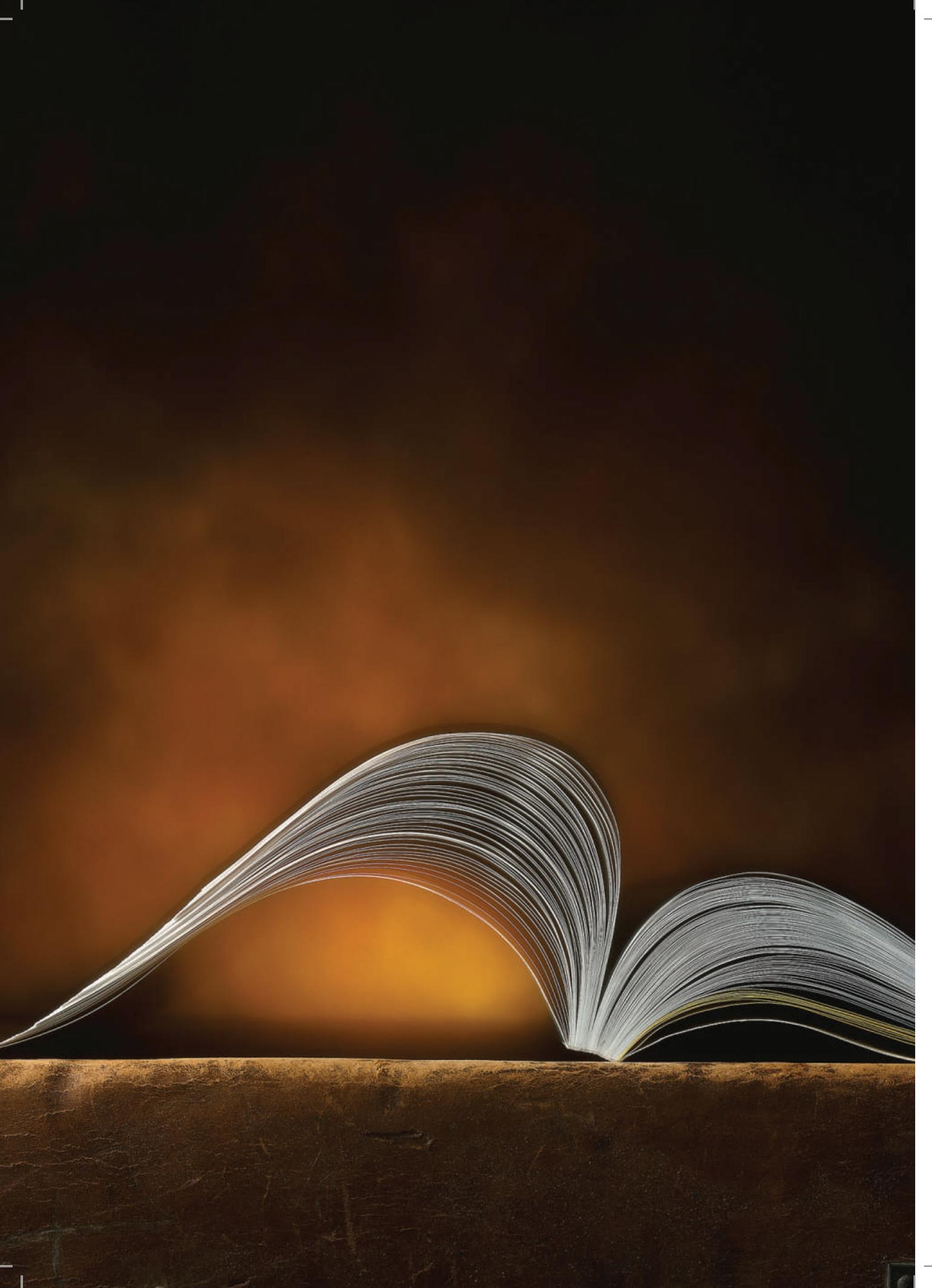
## ЗА ОНИЕ КОИ САКААТ ДА ЗНААТ ПОВЕЌЕ

Агентите, брокерите можат да извршуваат три видови налози од своите комитенти (за купување или продавање):

- Market order - пазарен налог, брокерот врши купување или продавање на стоката, веднаш по приемот и по најдобра цена.
- Limited order - ограничен налог, брокерот може да ја купи или продаде стоката само по одредена, од својот комитент

ограничена, цена.

- Stop loss order - налог за ограничување на загубата, брокерот може да изврши купувачка или продажба, од својот комитент по ограничена цена и тоа само во случај ако изврши ликвидација на некоја терминска работа со нова купувачка, односно продажба во моментот кога цената ќе достигне одреден лимит.



# ПРИЛОГ

1. Решение на пример број 1 од тема Набавно работење
  - а) Барање на понуда
  - б) Понуда
  - в) Купопродажен договор
  - г) Рекламација
  - д) Одговор на рекламација
  - ѓ) Испратница и Приемница
2. Пример за извозно работење
3. Увозна диспозиција
4. Извозна диспозиција
5. Фактура
6. Увозна царинска декларација
7. Проформа фактура
8. ЦМР
9. Увозна царинска декларација
10. Сертификат за квалитет – бланко
11. Фитосанитарно уверение
12. Паковна листа
13. Извозна фактура
14. Гаранција за квалитет
15. Транспортен товарен лист
16. Бродски транспортен документ
17. Авионски транспортен документ
18. Извод од протокол за анализа



## ПРИЛОГ

РЕШЕНИЕ НА ЗАДАЧА БРОЈ 1

Веледрогерија „Витан“  
Скопје  
ул., Лондонска “ бб.

10 мај 2008 година  
Скопје

**Предмет: Барање на понуда**

Врз основа на спроведеното истражување на домашниот пазар, имаме информации дека располагате со производи за кои сме заинтересирани. Ве молиме да ни испратите понуда за сапуни и детергенти со сите услови со кои ја вршите продажбата.

Се надеваме дека позитивно ќе одговорите на ова барање, за што однапред Ви благодариме.

„Витан“  
Спасовски Митко

---

ППТУ „Липац“ - Скопје  
ул. „Ѓорче Петров“ бр. 71  
тел. 324-715  
жиро - сметка 200000000033

15 мај 1998 година  
Скопје

Веледрогерија „Витан“  
ул. „Лондонска“ бб. – Скопје  
жиро - сметка 400000000015

### **Предмет: Понуда**

Ве известуваме дека го примивме Вашето барање, кое со задоволство го прифативме. Во моментот располагаме со квалитетни сапуни и детергенти, со кои Ви ја испраќаме следната понуда:

- Глицерински сапун 120 гр. по цена од 30 ден. за парче;
- Медицински сапун 100 гр. по цена 25 ден. за парче;
- Детски медицински сапун по цена од 28 ден. за парче;
- Пега - детски сапун 100 гр. по цена за 30 ден. за парче;
- Пега - детски шампон 250 мл. по цена од 42 ден.;
- Пега - детска крема 200 мл. по цена од 150 ден.;
- Пега - детски талк 100 гр. по цена од 55 ден. за парче;

Сакаме да ве информираме дека понудените производи се од наше производство за кое се користени домашни суровини.

Квалитетот на производите е според приложената спецификација.

Цената се подразбира франко магацин на купувачот.

Во цената не е пресметан данок на промет од 5%.

Пакувањето на производите го вршиме во соодветна амбалажа, која обезбедува услови за зачувување на квалитетот.

За испорака на количина поголема од 200 парчиња на секој производ одобруваме рабат 10%.

Доколку понудените услови одговараат на Вашите потреби, подготвени сме испораката да ја извршиме веднаш.

Ве молиме да се изјасните по понудата во најкус рок.

ППТУ „Липац“  
Василевски Трајко

## **КУПОПРОДАЖЕН ДОГОВОР БР.82/08**

Склучен на ден 20 мај 2008 година помеѓу Веледрогеријата Витан од Скопје ул. Лондонска бб. купувач, и ППТУ -Липац – Скопје ул. Ѓорче Петров бр. 71 како продавач.

1. Предмет на договорот:
2. Глицерински сапун 120 гр.;
3. Медицински сапун 100 гр.;
4. Пега - детски сапун 100 гр.;
5. Пега - шампон 250 мл.;

### **Цена и количина на производите:**

1. Глицерински сапун 120гр. -30 ден. парче / 1.200 парчиња;
2. Медицински сапун 100 гр. – 25 ден. парче / 800 парчиња
3. Пега – детски сапун 100 гр.- 30 ден. парче / 600 парчиња
4. Пега – детски шампон 250 мл. – 42 ден. парче / 1.000 парчиња

### **Квалитет:**

- Квалитетот на договорените производи е според спецификација.

### **Паритет:**

- Франко магацин на купувачот.

### **Начин и рок на плаќање:**

- Вирмански во рок од 8 дена од приемот на фактурата.

### **Рок и начин на испорака:**

- Со камион на добавувачот веднаш по склучување на купопродажниот договор.

### **Пакување:**

- Пакувањето да се изврши во картонски кутии, по 20 парчиња во секоја кутија.

### **Арбитража:**

- Во случај на спор надлежен е Основен суд во Скопје.

**Веледрогерија Витан**  
**Спасовски Митко**

---

**ППТУ Липац**  
**Василевски Трајко**

---

Веледрогерија Витан  
Скопје  
ул. Лондонска бб.

21 мај 1998 година  
Скопје

ППТУ Липац - Скопје  
ул. Ѓорче Петров бр. 71

**Предмет: Рекламација**

Ве информираме дека на ден 21 мај 2008 година ја примивме Вашата стока, истиот ден извршивме квалитативна и квантитативна контрола на истата.

По спроведената квантитативна контрола констатиравме недостиг.

Имено, наместо договорената количина од производот

“Пега” –детски шампон од 250 мл. примен е производ “Детска купка “ од 250 мл.

Ве молиме да извршите замена на производот во рок од 2 дена, бидејќи сме врзани со наш купувач на тој производ.

Доколку во наведениот рок не го сторите тоа, принудени сме да ја прекинеме соработката и да бараме надомест на штета.

Се надеваме дека во иднина нема да дојде до вакви пропусти.

Во прилог на рекламацијата Ви испраќаме примерок од комисиски записник.

Веледрогерија “Витан”

---

ППТУ Липац  
ул. Ѓорче Петров бр. 71  
Скопје

22 мај 1998 година  
Скопје

Веледрогерија Витан  
ул. Лондонска бб.  
Скопје

**Предмет: Одговор на рекламација**

Се извинуваме за настанатата грешка во испораката на производот “Пега”- детски шампон од 250 мл.

Ве известуваме дека грешката е настаната по наша вина и уште во текот на денешниот ден ќе извршиме замена на производот.

Се надеваме дека овој пропуст нема да наштети на нашата идна соработка.

ППТУ “ Липац “

---

ПРТУ „Пипац“ ВЕЛЕДРОГЕРИЈА 21.05 1998 год.  
**СКОПЈЕ**

**ИСПРАТНИЦА - Бр. 50/98**

До ВЕЛЕДРОГЕРИЈА „ВИТАН“ СКОПЈЕ денес Ви доставивме  
 по \_\_\_\_\_ тов. лист бр. \_\_\_\_\_ пошт. пратка бр. \_\_\_\_\_ следните материјали.

Ред. број	Картот. број	ИМЕ НА МАТЕРИЈАЛОТ	Един. мера	Количина	Цена во денари	ИЗНОС
1.		Глицерински сапун	парче	1200	30,00	36 000
2.		Медицински сапун	-  -	800	25,00	20 000
3.		„ПЕГА“ - ДЕТСКИ САПУН	-  -	600	30,00	18 000
4.		„ПЕГА“ - ДЕТСКИ ШАМПОН	-  -	1000	42,00	42 000
						116 000,00

Издао: 

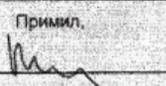
Примил: 

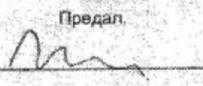
ВЕЛЕДРОГЕРИЈА „ВИТАН“ 21.05 1998 г.  
**СКОПЈЕ**

**ПРИЕМНИЦА бр. 102/98**

Од ПРТУ „Пипац“ - СКОПЈЕ денес ги примивме  
 по \_\_\_\_\_ тов. лист бр. \_\_\_\_\_ пошт. пратка бр. \_\_\_\_\_ следните материјали

Ред. бр.	Шифра	Налог број	Назив на стоката - материјалите	мера	Количество	Цена	Износ
1.			Глицерински сапун	парче	1200	30	36 000
2.			Медицински сапун	-  -	800	25	20 000
3.			„ПЕГА“ - ДЕТСКИ САПУН	-  -	600	30	18 000
4.			„ПЕГА“ - ДЕТСКА КУПКА	-  -	1000	42	42 000

Примил: 

Предал: 

СКОПЈЕ 21.05 1998 год.  
место и датум

Продавач: ППТУ „ЛИДАН“  
СКОПЈЕ

Жиро-сметка: 40100-601-33768  
Кај ЕОН филијала: СКОПЈЕ  
ЗПП

Купувач:  
ВЕЛЕДРОГЕРИЈА „ВИТАН“  
СКОПЈЕ  
ЖИРО-СМЕТКА: 40120-601-153268

**ФАКТУРА Бр. 50/98**

Врз основа на Вашето барање со писмо (заклучница) бр. \_\_\_\_\_ од \_\_\_\_\_ Ви се испорачани  
доложувачките материјали:

Ред. број	НАЗИВ НА СТОКАТА	Един. мера	Колчество	Цена	Износ
1.	ГЛИЦЕРИНСКИ САПУН	парче	1200	30,00	36.000
2.	МЕДИЦИНСКИ САПУН	-"-	800	25,00	20.000
3.	„ПЕГА“ - ДЕТСКИ САПУН	-"-	600	30,00	18.000
4.	„ПЕГА“ - ДЕТСКИ ШАМПОН	-"-	1000	42,00	42.000
					11600,00
10% РАБАТ					1160,00
ВКУПНО					10440,00
5% ДАНОК НА ПРОМЕТ					522,00
					10.962,00
Со зборови: ДЕСЕТ ИЛЈАДИ ДЕВЕТСО ШЕСЕТЦИЛА				Вкупно:	
Примил	Издад	Фактурирал	Директор		
<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>		

Рок за плаќање на фактурата е 8 дена, во случај на задоцнување ќе Ви пресметаме \_\_\_\_\_ % камата.  
Резолвациони се примаат во рок од 8 дена. Во случај на спор надлежен е Општоиниот стопански суд во СКОПЈЕ

## КОМИСИНСКИ ЗАПИСНИК ВЕЛЕДРОГЕРИЈА "ВИТАН"

Составен на ден 21.05. 19 98 год по  
 приемот на стоката - материјалот, испорачана од претпријатие ППТУ "Липац" од СКОПЈЕ  
 по сметка бр. 50/98 од \_\_\_\_\_ 19 \_\_\_\_ год.

која пристигна на ден 21.05. 19 98 год. со товарен лист бр. \_\_\_\_\_

При приемот на овој материјал - стока утврдени се следните кусоци - вишоци:

Реден број	Номен-клатурен број	Налог број	НАЗИВ НА МАТЕРИЈАЛОТ	Ед. мера	КОЛИЧИНА		кусок	вишок	-вредност-	
					отпре-мена	примена			по-едини-ци	Вкупно отпремено
1.			ГЛИЦЕРИНСКИ САПУН	ПАР-ЧЕ	1200	1200				
2.			МЕДИЦИНСКИ САПУН	-  -	800	800				
3.			"ПЕРА"-ДЕТСКИ САПУН	-  -	600	600				
4.			"ПЕРА"-ДЕТСКА КУПКА	-  -	1000	1000		1000	42	42000
5.			"ПЕРА"-ДЕТСКИ ШАМПОН	-  -			1000		42	42000

Магациониот извештај за пристигната количина на материјал - стока издаден е под бр. \_\_\_\_\_  
 од \_\_\_\_\_ 19 \_\_\_\_ год. и приложен со сметка бр. \_\_\_\_\_ од \_\_\_\_\_ 19 \_\_\_\_ год.

За точноста на наводите во овој записник тердат:

Магационер  
**ПЕТРЕВСКИ МИТРЕ**

Членови на комисијата

1. **ТРАЈКОВСКИ КИРИЛ**
2. **МИТРЕВСКИ ПЕЦО**
3. **СТОЈАНОВСКИ АЦО**

### Задача за извозно работење:

Германското претпријатие “Дојче Козметикс” Франкфурт, познавајќи ја производната програма на АД “Алкалоид” Скопје на ул. “Христо Батев” бр.76 упатува до него барање за понуда за производите “Бекутан”Детска крема и “Бекутан”Детски сапуни на 21.11.2009 година. АД “Алкалоид”го прима барањето и на 01.12.2009 година, испраќа понуда до “Дојче Козметикс” во кој ги наведува условите:

- Цена на една кутија за Бекутан крема 50мл е: *60 денари*
- Цена на парче Бекутан сапун : *90 денари*

Плаќањето врз основа на понудата на 15.12.2009 во Скопје, се склучува купопродажен договор за Бекутан крем -10.000 кутии, и Бекутан сапун 15.000 парчиња. Фактурната вредност на стоката 1 050 000 денари. Превозот на стоката е со камион на купувачот. Стоките се упатуваат на царинска испостава Табановце. Место на превземање на стоката е Франкфурт-Германија. Надлежна банка е Комерцијалната Банка во Скопје. На 22.12.2009 примена е стоката со посредство на Макоштед-Скопје,на што му е наложено да изврси царинење и осигурување на стоката.При приемот на стоката е утврдено дека неколку производи се со послаб квалитет за што се испраќа рекламација во која се бара извозникот да одобри бенификација. На 26.12.2009 година се добива позитивен одговор на рекламацијата.

Да се состават и пополнат документите:

- Барање за понуда
- Понуда
- Купопродажен договор
- Фактура
- ЕЦД
- Извозна диспозиција
- Рекламација
- Комисиски записник
- Одговор за рекламација

## Решение на задача 2 од Извозно работење

“Дојче Козметикс”  
Ул. Петра Рега  
Франкфурт, Германија

21.11.2009 година  
Франкфурт

АД”Алкалоид”  
Ул.Христо Батев бр.76  
Скопје, Македонија

### Предмет: Барање на понуда

Познавајќи ја Вашата производна програма и Вашите деловни активности, со цел да се доближиме до производителите кои се дел од нашиот делокруг, си земавме слобода да ви се обратиме.

Имаме сознанија дека располагате со производи кои ни се потребни за застапување на нашата продажна палета.

Многу ќе ни биде мило доколку ни испратите каталог од Вашите производи, детски сапуни и детски креми заедно со ценовник. Истовремено доколку сте во можност наведете ги условите за плаќање и начинот на испорака

Доколку сме задоволни од квалитетот на Вашите производи, ние ќе бидеме Ваши постојани потрошувачки.

Очекуваме позитивен одговор на нашето писмо за што сме ви однапред благодарни.

“Дојче козметикс”

---

АД “Алкалоид”  
ул.Христо Батев бр.76  
Скопје, Македонија

01.12.2009 година  
Скопје

“Дојче Козметикс”  
21.11.2009 година  
Ул. Петра Регал  
Франкфурт. Германија

**Предмет: Понуда**

Со ова го потврдувам приемот на Вашето писмо до 21.11.2009 година и Ви испраќаме понуда за следните производи и нивните цени:

1. Детски крем Бекутан-50 мл /2 EUR
2. Детски сапун Бекутан 1 EUR/ 90 gr.

За потврдување на квалитетот Ви испраќаме мостриза понудените производи.

Доколку сте заинтересирани за понудените производи ќе стапиме во контакт за да склучиме договор.

Однапред Ви благодариме и се надеваме на идна соработка.

АД “Алкалоид”

---

## Купопродажен договор бр.76

Склучен на ден 15.12.2009 година помеѓу АД “Алкалоид” Скопје, ул ул.Христо Батев бр.76, Скопје тел.127354 со жиро сметка број: 40100-601-2130, како продавач и “Дојче Козметикс” 21.11.2009 година Ул. Петра Регал, Франкфурт.Германија. тел: 993076542, факс: 22058 со жиро сметка број. 81237654 како купувач.

Предмет на договорот: Купопродажба на детски козметички производи

Количина на стоката: Детски крем Бекутан 10.000 кутии/50мл Детски сапун Бекутан 15.000 парчиња/90 грама

Цената на стоката:

Детски крем Бекутан 2 EUR/ 50 ml,

Детски сапун Бекутан 1 EUR/ 90 gr.

Квалитетот е според приложените мостри.

Плаќањето е со документиран акредитив, отворен во Комерцијална Банка во Скопје.

Земја на потекло-Македонија

Пакувањето на кремот е во кутии, а сапуните во хартиена амбалажа

Стоката се испорачува со камион на увозникот

“Дојче Козметикс”

АД”Алкалоид”

---

---

### Комисиски записник бр.49

На ден 22.12.2009 година, примена е испорачаната стока од АД “Алкалоид” Скопје, Македонија ул.Христо Батев бр.76. Во присуство на тричлена комисија констатирано е дека 500 парчиња Бекутан се со послаб квалитет од договореното за што ќе побараме банкфикација од добавувачот

Магационер:

\_\_\_\_\_

Членови на комисијата:

1. Франц Герштајн
2. Ерик Фишер
3. Кристин Шпрес

-----  
“Дојче Козметикс”  
Ул Петра Регал  
Франкфурт. Германија

24.12.2009 година  
Франкфурт.

АД “Алкалоид”  
ул.Христо Батев бр.76  
Скопје, Македонија

### Рекламација

На ден 22.12.2009 г. ја примивме Вашата стока и во присуство на тричлена комисија извршен е квантитативен и квалитативен прием на стоката.

За жал, мораме да Ве информираме дека при квалитативната контрола констатирана е послаб квалитет од договореното кај 500 парчиња детски сапун Бекутан.

Поради тоа принудени сме да бараме попуст и намалување на фактурната вредност на 500 парчиња детски сапун за 50%.

Ве молиме да ги откриете причините за овој недостаток и се надеваме дека во иднина нема да дојде до вакви пропусти.

А“Дојче Козметикс”

\_\_\_\_\_

АД “Алкалоид”  
ул.Христо Батев бр.76  
Скопје, Македонија

26.12.2009 год.  
Скопје

“Дојче Козметикс”  
Ул. Петра Регал  
Франкфурт. Германија

### **Одговор на рекламација**

Примете големо извинување за недостатокот. Ние утврдивме дека тој настанал поради наша вина и затоа сме спремни со ова писмо да Ви испратиме нова фактура со намалена фактурна вредност.

Ние ќе бидеме многу повнимателни во иднина и мислиме дека ова грешка не е причина да ја прекинеме нашата соработка.

АД “Алкалоид”

---

УВОЗНИК: \_\_\_\_\_ -

Лице за контакт \_\_\_\_\_

Сектор \_\_\_\_\_

УВОЗНА ДИСПОЗИЦИЈА БР. \_\_\_\_\_

Договор бр. \_\_\_\_\_ датум \_\_\_\_\_

Вид на стока \_\_\_\_\_

и тарифен број \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Фирма на купувачот \_\_\_\_\_

Вид на увозот \_\_\_\_\_

Земја на наплата \_\_\_\_\_

Земја на намена \_\_\_\_\_

Начин на отпрема \_\_\_\_\_

Паритет \_\_\_\_\_ -

Примач \_\_\_\_\_

Производител на стоката \_\_\_\_\_

Стопанска дејност на производителот \_\_\_\_\_

Количина и пакување	Тежина	Вредност

Граничен премин \_\_\_\_\_

**Податоци за шоферот:**

**Презиме и име** \_\_\_\_\_

**Датум и место на раѓање** \_\_\_\_\_

**Адреса** \_\_\_\_\_ **Бр. На пасош** \_\_\_\_\_

Потпис на налогодавачот \_\_\_\_\_

ИЗВОЗНИК: \_\_\_\_\_ -

Лице за контакт \_\_\_\_\_

Сектор \_\_\_\_\_

ИЗВОЗНА ДИСПОЗИЦИЈА БР. \_\_\_\_\_

Договор бр. \_\_\_\_\_ датум \_\_\_\_\_

Вид на стока \_\_\_\_\_

и тарифен број \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Фирма на купувачот \_\_\_\_\_

Вид на извозот \_\_\_\_\_

Земја на наплата \_\_\_\_\_

Земја на намена \_\_\_\_\_

Начин на отпрема \_\_\_\_\_

Паритет \_\_\_\_\_ -

Примач \_\_\_\_\_

Производител на стоката \_\_\_\_\_

Стопанска дејност на производителот \_\_\_\_\_

Количина и пакување	Тежина	Вредност

Граничен премин \_\_\_\_\_

Податоци за шоферот:

Презиме и име \_\_\_\_\_

Датум и место на раѓање \_\_\_\_\_

Адреса \_\_\_\_\_ Бр. На пасош \_\_\_\_\_

Потпис на налогодавачот \_\_\_\_\_

Suppliers or Forwarders Principals



Forwarder's Certificate of Receipt

Consignee

forwarder:

Ukrainian National Transport Company

Tamozhenaya Sq. 1

Odessa 65004 Ukraine

tel/fax : 380-482-496826

380-482-496025

380-48-7293592

mailto: [unic@tarlep.net](mailto:unic@tarlep.net)

Marks and numbers

Shipper's description of goods

Dimensions

Number of packages

Net Weight mt

Gross Weight mt

according to the declaration of the consignor

- We certify assumed control of the above mentioned consignment in external apparent good order and condition
- at the disposal of the consignee with irrevocable instructions\*
- to be forwarded to the consignee

\* Forwarding instructions can only be cancelled or altered if the original Certificate is surrendered to us, and then only provided we are still in a position to comply with such cancellation or alteration.

Instructions authorizing disposal by a third party can only be cancelled or altered if the original Certificate of Receipt is surrendered to us, and then only provided we have not yet received instructions under the authority.

Remarks

Place and date of issue

Stamp and signature

Instructions as to freight and charges





# Jedinstvena carinska deklaracija

A CARINARNICA OTPREME/IZVOZA

4 Primjerak za odredišnu	2 Pošiljatelj/izvoznik Br: REINHARD ANGERT AUTOMOBILE ST MARTIN STRASSE 88 D-81541 MUNCHEN NJEMAČKA		1 Deklaracija 0		CI Dubrava Križovljanska 46124/420/ 15.01.2008 / 20:04h	
	5 Primateelj Br: IVAN HORVAT AVENIJA DUBROVNIK 44 10 000 ZAGREB HR		3 Obrasci 1 1	4 Tov. listovi 1 1		
	11 Deklarant/zastupnik Br:		5 Stavke 1		6 Broj koleta 1	
	15 Zemlja otpreme/izvoza DEU		276		191	
13 Identitet i nacionalnost prijevoznog sredstva u odlasku M4121C		19 KTR 276	0		17 Zemlja odredišta HRV	
21 Identitet i nacionalnost prijevoznog sredstva koje prelazi granicu M4121C		276				
25 Vrsta prometa 35 na granici		27 Mjesto utovara				
31 Pakiranje i opis robe 1. (1 / KOMAD)  2. OS. MOTORNO VOZILO DAIMLERCHRYSLER 211 ŠAS: WDB2110000000000, 110 KW, -2148 CCM, GOD: 04.07.2007.		32 Broj stavaka 1		33 Šifra robe 0400		35 Bruto masa (kg) 1640,00 36 Neto masa (kg)
44 Posebne primjedbe/priloženi dokumenti/svjerenja i dozvole 1. (IVAN HORVAT, ZAGREB, AVENIJA DUBROVNIK 44, HR, PUT: 000005000) 2. (RN / 10782, KOP.TEH.KNJŽICE / CN176263)		40 Isprava/prethodni dokument				
55 Protovar Mjesto i datum: Identitet i nacionalnost novih sredstava: KTR 77 (1) Identitet novog kontejnera: 88178, 71 35,00 30862,55 (1) Identitet novog kontejnera: (1) Upisati 1 za DA ili 0 za NE		Mjesto i datum: Identitet i nacionalnost novih sredstava: (1) Identitet novog kontejnera: (1) Upisati 1 za DA ili 0 za NE				
7 Ovjera nadležnih tijela Nove plombe: Broj: Identitet: Pečat: Potpis:		Nove plombe: Broj: Identitet: Pečat: Potpis:				
50 Glavni obveznik Br: ŠPEDITER d.o.o ZAGREB, ZAGREBAČKA 1		Potpis:		C CARINARNICA OTPREME		
51 Područna cararnica provizija (i zemlja) Zastupan po: Tomislav Jurić Mjesto i datum: Dubrava K. 15.01.2008						
52 Održavanje ne vrijedi za 11002 / 2007 / 1307 / 0 / 03040500		Pečat:		53 Odredišna carinarnica (i zemlja) 41106 / CI Velesajam Za		
0 KONTROLA OTPREMNE CARINARNICE Rezultat: Stavljene plombe: Broj: Oznaka: Rek (datum): Potpis:		Pečat:		54 Mjesto i datum:  Potpis, ime i prezime podnosioca:		



РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА  
МИНИСТЕРСТВО ЗА ЗЕМЈОДЕЛСТВО  
ШУМАРСТВО И ВОДОСТОПАНСТВО

ФИТОСАНИТАРНА УПРАВА  
ЛЕШИНОВА Бр. 2  
СКОПЈЕ

**У В Е Р Е Н И Е** Бр.000003

За службена верификација на планот за посебна доработка на дрвен  
материал за пакетирање

Со ова уверение потврдуваме дека, преработувачот АНГРОВАРДАР  
ДООЕЛ - Ул. Антон Шурков бб, Велес, ги исполнува условите за посебна  
обработка и пакетирање на дрвен материал за пакетирање во согласност со  
праксите на Република Македонија, кои ги уредуваат фитосанитарните  
барани за дрвен материал за пакетирање во меѓународниот промет (ISPM - 15)  
стандарт.

Дата на издавање:

12-01-2006



ДИРЕКТОР

Чедан Богдановски

Ветеринарен факултет

Број на лабораториски протокол: 6063-6064

Скопје, 18.08.2009

### Извод од протокол на анализа

Испраќач на примерок: Агенција за Сертифицирање HALAL КВАЛИТЕТ. Турарибегова бб, Тузла

По барање- записник бр: лично

Сопственик на производот: АГЕНЦИЈА ЗА СЕРТИФИЦИРАЊЕ ХАЛАЛ КВАЛИТЕТ

Вид на производ, количина на примерок и производител:

ПИЛЕШКА ПАШТЕТА а 95 гр „Аргета„ датум на производство 30.04.2009

ПИЛЕШКА ПАШТЕТА „ЈУНИОР„ а 95 датум на производство 30.04.2009

Каква анализа се бара: Присуство на протеини од свинско потекло

Примено на анализа: 17.08.2009 Завршена анализа: 18.08.2009

### РЕЗУЛТАТ НА АНАЛИЗАТА

Реден број	Лабораториски број	Вид на производ	Истражување на присуство на протеини од свинско потекло
1	6063	Пилешка паштета	НЕГАТИВНА
2	6064	Пилешка јуниор	НЕГАТИВНА

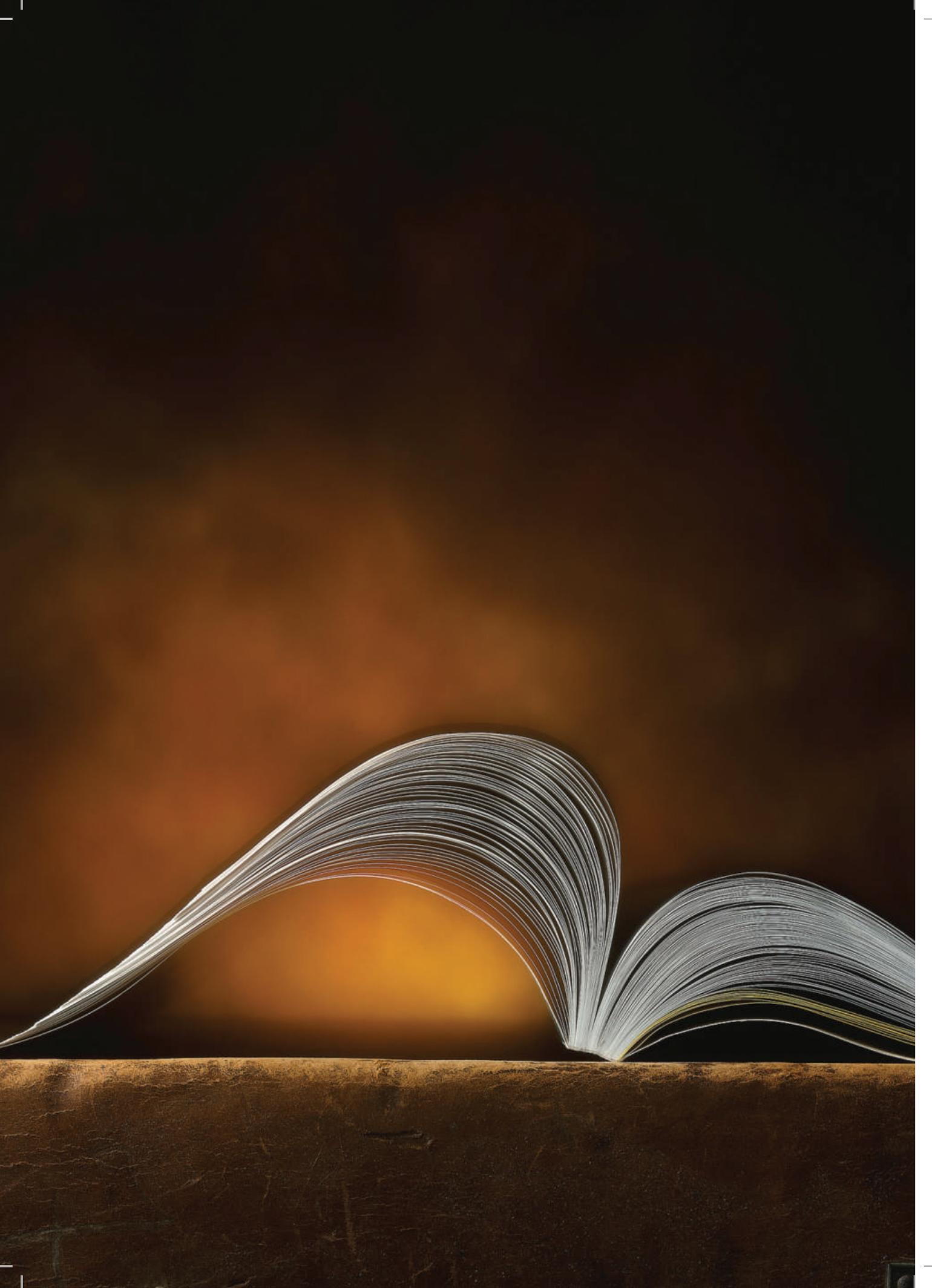
Мислење:

Во испитуваните примероци бр. 1-6063 и 2-6064 не е потврдено присуство на протеини од свинско потекло.

Шеф на лабораторија

\_\_\_\_\_

потпис



# РЕЧНИК НА ПОИМИ



## ПРИЛОГ

### А

**АДМИНИСТРАТИВНО УПРАВУВАЊЕ НА СТОПАНСТВОТО** - управување, раководење и планирање на стопанството од државниот апарат.

**АКЦИЈА (SHARE)** - документ за учество во акционерски тактики, односно за учество во акционерско друштво. Долгорочна хартија од вредност која котира на берзите.

**АКЦИОНЕР** - правен сопственик на акции.

**АКЦИОНЕРСКО ДРУШТВО (STOCK COMPANS)** - претпријатие засновано на здружен акционерски капитал. Основна цел му е прибирање на мали солидни капитали.

**АКЦИОНЕРСКИ КАПИТАЛ (EQVITS)** - Претставува основачки капитал на акционерското друштво. Капитал што е создаден по пат на прибирање на слободен капитал групирани во мали износи.

**АЛОКАЦИЈА** - доделување или распределба на сировини и други економски добра, увозни или извозни квоти, девизи и сл. На одделни учесници во распределбата. Сместување, разместување или распределба на факторите за производство меѓу стопанските гранки и подрачја.

**АНАЛИЗА** - расчленување, разделување.

**АРБИТРАЖА (ARBITRGE)** - Симулантно купување и продавање на слични финансиски инструменти на различни пазари поради остварување на заработка на диспаритетот на нивните условни односи.

**АРТИКЛ** - одреден вид производ што служи за некоја намена,

**АРХИВА** - просторија во која се чуваат службени акти

**АСИГНАТ** - примач на налог

**АСИГНАТОР** - примач на парична сума од дознаката

**АСИГНАЦИЈА** - дозначување, налог за исплата, дознака,

**АСОРТИМАН** - разновидност на производи што се произведуваат по квалитет, облик и разни други својства

**АТЕСТ** - потврда, документ за потекло, својства и квалитет на производот

**АТЕСТИРАЊЕ** - постапка за утврдување на квалитетот на производот

**АУКЦИЈА** - јавна продажба, наддавање, лицитација

## Б

**БЕРЗА** - посебно организиран пазар,

**БЕРЗАНСКА ВРЕДНОСТ** - цена што за некоја стока или хартија од вредност е постигната на берзата.

**БЕРЗАНСКИ РАБОТИ** - работи сврзани со купопродажба на производи и хартии од вредност, чии што цени се формираат на берзите.

**БЕРЗАНСКИ УЗАНСИ** - збир на ненапишани правила на однесување, односно, однесување врз основа на посебни трговски обичаи кои се прикажуваат во работењето на некоја берза. Берзанските узанси во писмена форма ги донесува советот на берзата. Тие узанси се задолжителни за сите учесници на берзата.

**БРОКЕР** - посредник во купопродажба, берзански посредник

## В

**ВИШОК НА ПРОИЗВОД** - дел од чистиот (нето) што преостанува над потребниот производ

**ВИШОК НА ТРУД** - количеството труд што производителите го вложуваат за создавање на вишокот на производ

## Г

**ГАРАНЦИЈА** - облик на обезбедување исплата на долг

**ГАРАНТЕН ЛИСТ** - исправа за исправноста на индустриски производ

**ГАРАНТ** - лицето кое гарантира

**ГОТОВИ ПРОИЗВОДИ** - тоа се оние производи што се произведени, завршени и оспособени да се достават на пазарот

**ГРАДЕЖНИШТВО** - една од петте основни области, земјоделство, рударство, индустрија, градежништво и сообраќај, произведува градежни објекти што можат да служат за стопански и нестопански намени.

## Д

**ДЕЈНОСТ** - означува вид на производство или услуга, вид занимање, професија, воведена е номенклатура на дејностите по области, гранки и подгранки

**ДЕКЛАРАЦИЈА** - општо значење, официјален документ за запишување на определени податоци,

**ДЕТАЛИСТИЧКА ТРГОВИЈА** - трговија на мало

**ДЕТАЛИСТИЧКА ЦЕНА** - малопродажна цена

**ДИНАМИКА НА ПРОИЗВОДСТВО** - движење, развој на производството во текот на времето

**ДОБИВКА** - од гледиште на стопанисувањето, остаток од приходот по одбивање на сите трошоци на друштвото

**ДОБРО** - употребна вредност што задоволува некоја потреба

**ДОВЕРИТЕЛ** - физичко или правно лице што дава заем, односно отстапување право на располагање на некоја сума пари

**ДОВРШЕНО ПРОИЗВОДСТВО** - производство што минало низ техничко-технолошкиот процес, ги добило со планот предвидените белези и е готово за испорачување на пазарот, односно на купувачите

**ДОГОВОР** - двострана или повеќестрана правна операција што претставува согласност на странките да засноваат некој правен однос

**ДОЛЖНИК** - правно или физичко лице што има обврска да подмири одредена вредност, во одредено време и место

**ДОЛЖНИЧКО ДОВЕРИТЕЛНИ ОДНОСИ** - односи што настануваат со отстапување право на располагање на некоја сума пари, стока или некој друг предмет од доверителот на должникот

**ДИВИДЕНДА (DIVIDEND)** - добивка остварена врз основа на уделот во акционерскиот капитал, односно имање на акции. Дивидендата се наплатува по истекот на фискалната година по пат на презентирање на акцијата. Дивидендата е променлив приход кој зависи од висината на приходот на акционерското друштво.

## Е

**ЕДИНИЦА ПРОИЗВОД** - мерна единица со чија помош се искажува количество на некое производство, на пр. килограм, метар итн.

**ЕКОНОМИЧНОСТ** - однос меѓу вредноста на произведениот производ во одредено време и вкупните трошоци на факторите за производство

**ЕКОНОМСКА АКТИВНОСТ** - дејност што се одвива во областа на стопанството

**ЕКОНОМСКА АНАЛИЗА** - стручно или научно истражување со методот на расчленување на некоја економска состојба и економски промени во покус или подолг период

**ЕКОНОМСКА РАЗВИЕНОСТ** - степен на развиеност на производните сили и задоволување на општествените потреби

**ЕКОНОМСКА СТРУКТУРА** - состав на стопанството од определен број делови, области, гранки

**ЕФЕКТИ (EFFECTS)** - хартии од вредност, а тоа се: акции и обврзници коишто на сопствениците им донесуваат приходи во вид на дивиденда или интерес; со нив се тргува на ефектните берзи

## Ж

**ЖИВОТЕН СТАНДАРД** - степен на задоволување на материјалните, работните и општествени потреби на населението

## З

**ЗАЛИХИ** - извесни количества на нужни материјални добра што се наоѓаат складиштата и служат за обезбедување континуитет на производство и потрошувачка

**ЗАСТАПНИШТВО** - овластена фирма во земјата што застапува странски фирми врз основа на склучен договор и под одредени услови

## И

**ИЗВОЗНИ ИНСТРУМЕНТИ** - трговски, финансиски, царински и даночни мерки со кои се регулира извозот на една земја

**ИМПОРТ** - увоз на стоки од странство

**ИНВЕНТАР** - список на средства со кои располага едно друштво изразени во количество и во вредност

**ИСПОРАКА НА СТОКА** - ги опфаќа сите операции што продавачот е должен да ги стори за да може купувачот да ја прими стоката

**ИСТРАЖУВАЊЕ НА ПАЗАРОТ** - системско собирање и анализирање на податоци за обемот на побарувачката, односно потрошувачката на одредени производи и услуги на одредено подрачје

## К

**КАПАЦИТЕТ** - техничка способност на средствата на трудот што се изразува во количество производи за единица време кои се користат под одредени услови.

**КАПИТАЛ (CAPITAL)** - вредност изразена во пари и стоки што се употребуваат во некоја работа (бизнис), со цел да се заработи, да се оствари профит.

**КАСКО ОСИГУРУВАЊЕ** - осигурување на сообраќајно средство од ризик на сообраќајна незгода, пожар или некоја друга елементарна непогода.

**КАТАЛОГ** - список и преглед на производи од една фирма со основни податоци (својства на производите, цените условите за продажба, односно, набавка, на производите и др.).

**КЛАУЗУЛА** - прецизен услов со кој се определуваат меѓусебни односи меѓу договарачите, односно се определуваат одредени права и одредени обврски меѓу нив.

**КОМПЕНЗАЦИЈА** - пребивање, односно израмнување на меѓусебните должења и побарувања, со плаќање на евентуален остаток.

**КОНКУРЕНЦИЈА** - натпревар, борба меѓу учесниците во размената како од страна на понудата меѓу продавачите, така и од страна на побарувачката меѓу купувачите.

**КОНОСМАН** - е товарен лист во поморскиот превоз.

**КОНСИГНАЦИЈА** - странска стока складирана кај домашен застапник на странска фирма заради продажба на домашен пазар.

**КОНСИГНАЦИСКО СКЛАДИШТЕ** - склад на стока од странски фирми, што ја продаваат нивните домашни застапници на домашниот пазар, врз одредени царински услови и плаќања на царински давачки.

**КОНТИНГЕНТ** - вредност на одделна стока што се одобрува од надлежен орган да се извезе во странство или увезе од странство за утврдено време.

**КОНТРОЛА** - преглед, надзор, проверување.

**КРУЖНО ДВИЖЕЊЕ НА КАПИТАЛОТ** - движење на капиталот низ фазите: промет, производство, промет, од паричен преку производниот и стоковниот, пак во форма на паричен капитал.

**КУПОПРОДАЖБА** - однос меѓу купувач и продавач што се регулира со договор.

## Л

**ЛИЦЕНЦА** - дозвола со која сопственикот на некое право му го дава, обично со наплатување, на друг, да може да го користи тоа право.

**ЛИЦИТАЦИЈА** - начин на продажба со јавно наддавање, да може да постигне поволна цена.

**ЛИЧНА ПОТРОШУВАЧКА** - задоволување на разни потреби на луѓето со трошење разновидни добра и услуги, заради одржување на живот.

**ЛИЗИНГ (LEASE)** - се употребува најшироко за давање под наем, т.е. закуп - опрема, машини и др. врз договорен надомест.

## М

**МАНИПУЛАЦИЈА** - ракување, постапка, товарање, претовар на стока, редување во склад и воопшто ракување со стоката.

**МЕЃУНАРОДНА ТРГОВИЈА** - промет (увоз и извоз) на стоки и услуги меѓу суверени држави.

**МОНОПОЛ** - исклучива можност само на еден да произведува и продава.

**МОСТРА** - репрезентативен примерок за квалитет на една стока.

## Н

**НАБАВКА** - дејност што се состои во купување заради снабдување со средства за производство за да може друштвото да обезбеди рамномерен тек на производството.

**НАДВОРЕШНА ТРГОВИЈА** - размена на стоки и услуги меѓу одделни земји, што се врши врз основа на меѓудржавни договори.

**НОМЕНКЛАТУРА** - класификација на називи на одделни предмети.

## О

**ОБРТ НА КАПИТАЛОТ** - кружно движење, во кое капиталот минува низ областа на производството и прометот, при што

наизменично добива облик на паричен, произведен и стоковен капитал.

**ОБРТНИ СРЕДСТВА** - дел од деловните средства што во еден процес на производство во целина се троши и сета своја вредност ја пренесува на новиот производ.

**ОГЛАС** - службен или приватен текст, со кој се објавува на јавноста, а се истакнува во печатот.

**ОБВРЗНИЦИ (OBLIGATIONS)** - спаѓаат во категоријата на хартии од вредност. Одредуваат кредитни, односно долгорочно-доверителен.

**ОСИГУРУВАЊЕ** - се склучува писмен договор за осигурување, а писмената исправа се вика полиса.

## П

**ПАЗАР** - редовна размена на стоки и услуги со посредство на парите.

**ПАЗАРЕН МЕХАНИЗАМ** - го претставува целокупниот однос меѓу понудата, побарувачката и цените.

**ПАЗАРНА ЦЕНА** - израз на пазарната вредност на стоката, што се формира на пазарот, во зависност од квантитативните односи меѓу понуда и побарувачка.

**ПЛАСМАН** - продажба на стоки и хартии од вредност.

**ПЛАЌАЊЕ** - намирување на некоја обврска со давање пари.

**ПОЛИСА** - сметка што служи како документ за осигурување.

**ПОНУДА** - количество стоки и услуги што производителите ги нудат на продажба во одредено време, на одреден пазар и одредена цена.

**ПОРАЧКА** - активност на купувачот со која тој обезбедува набавка на некоја стока или услуга од определен производител или трговска фирма.

**ПОТРОШУВАЧИ** - поединци, домаќинства, стопански и нестопански субјекти што по пат на купување ги задоволуваат своите потреби.

**ПОТРОШУВАЧКА** - процес на користење материјални добра и услуги за задоволување човечки или производни потреби.

**ПРОВИЗИЈА** - надомест за извршена посредничка услуга.

**ПРОДАЖБА** - реализација на стоката, нејзино претворање во пари.

**ПРОДАЖБА ПРЕКУ КАТАЛОГ** - продажба што се врши преку специјално уредени книги, во кои по ред се наведени стоките што одделни фирми ги нудат за продажба.

**ПРОИЗВОДЕН ПОТЕНЦИЈАЛ** - максимална можност за производство во дадени услови што се одредени од дадените технички, општествени и организациони фактори.

**ПРОИЗВОДНА ЛЕНТА** - подвижна бескрајна лента што служи за континуирана изработка или монтажа на определени видови производи на меѓусебно поврзани и зависни работни места.

## Р

**РЕКЛАМА** - смислено и организирано огласување на производи и услуги за да се предизвика вниманието на луѓето и да се привлечат на купување на огласената стока.

**РЕКЛАМАЦИЈА** - приговор за неизвршени договорни обврски.

**РЕПРЕЗЕНТАТИВЕН МЕТОД** - избор на одреден број примероци што претставуваат некоја целина и со нивното истражување се донесуваат заклучоци што би требало да ја одразат законитоста или однесувањето на целината.

**РЕПРЕЗЕНТАЦИЈА** - се означуваат финансиски средства што се издвојуваат од доходот и се наменети за разновидни облици на честење и дарување на деловни соработници, служи како средство за реклама.

**РЕПРОДУКЦИЈА** - е процес на создавање производи што според својата материјална содржина и форма, можат да служат како (средство за производство и средства за живот, односно средства за потрошувачка.

**РИЗИК** - изложување на опасност.

# С

**САЕМ** - јавно организиран пазар во вид на изложба со одредени производи, што се одржува повремено на определено место.

**СВЕТСКИ ПАЗАР** - настанува со поврзување на националните стопанства, преку меѓународна размена.

**СЕРТИФИКАТ** - писмена исправа со која се потврдува квалитетот на некој производ, за потекло на стоката и сл.

**СКЛАД** - посебно уредена просторија во која се врши прием, сместување и чување на суровини, стоки и сл. и нивно подготвување за испорака.

**СКЛАДИШНИЦА** - хартија од вредност што ја издаваат складовите за стоката што се чува.

**СЛОБОДНА ТРГОВИЈА** - означува непостоење административни ограничувања во движењето на стоките и капиталот на националниот или светскиот пазар.

**СТАНДАРД** - пропишување на квантитативните и квалитативните својства што еден материјал, производ или услуга треба да ги поседува за да задоволи некоја потреба.

**СТОКОВЕН ПРОМЕТ** - вкупност на сите операции на движењето на стоките од производство до потрошувачка во процесот на размената преку пазарот, при што се врши промена на вредноста од стоковна во парична форма и обратно.

**СТОПАНСТВО** - целокупноста на производни и непроизводни дејности во сферата на материјалното производство.

**СТОПАНСКА ГРАНКА** - специјализиран дел од една стопанска област, како на пример во областа на земјоделието: полјоделство, сточарство, овоштарство и сл.

**СТОПАНСКА РЕФОРМА** - промена на стопанскиот систем на една општествена заедница, прилагодување на стопанскиот систем кон барањата што се поставуваат на повисоката етапа од развојот.

**СТОПАНСКИ ДЕЈНОСТИ** - стопански области што го сочинуваат целокупното стопанство на една заедница.

**СТОПАНСКИ РАЗВОЈ** - пораст на материјалното производство и националниот доход што се остварува во една земја од година во година.

**СТРУКТУРА** - состав на една целина од делови.

**СУБВЕНЦИЈА** - парична или друга материјална помош, која обично ја дава некој државен орган на стопански и нестопански друштва.

# Т

**ТАРИФА** - список на цени за разни услуги, такси и царини.

**ТРАНЗИТ** - превоз на стоки или патници од една во друга земја преку држава која се наоѓа помеѓу нив.

**ТРАНЗИТНА СТОКА** - стока која во текот на транспортот од земјата извозник во земјата увозник се превезува преку територијата на некоја трета земја.

**ТРАНЗИТНА ТРГОВИЈА** - посредништво на една земја во стоковниот промет на други земји.

**ТРАНСАКЦИЈА** - пренос на некоја вредност, стока, пари, од едно на друго лице.

**ТРАНСПОРТ** - стопанска дејност сврзана со совладување на просторна оддалеченост.

**ТРАНСПОРТНИ ТРОШОЦИ** - трошоци што се додаваат на трошоците за производство на стоки што се пренесуваат од едно на друго место.

**ТРГОВИЈА** - посебна стопанска дејност која се занимава со купопродажба на стоки.

**ТРГОВСКИ ПАТНИК** - овластено лице од некоја фирма, кое патува во разни места, со цел да нуди и склучува договори со нив за продажба на стоки од својата фирма.

# У

**УВОЗ** - купување и донесување стоки од странство заради продажба и потрошувачка во земјата увозничка.

**УЗАНСИ** - пишани правила настанати врз основа на озаконети трговски обичаи што служат за регулирање на прометот со стоки и услуги.

## Ф

**ФАКТУРА** - сметка за продадена стока.

**ФИНАЛЕН ПРОИЗВОД** - готов производ, завршен производ.

## Ц

**ЦАРИНА** - вид давачка што ја определува и ја наплатува државата за производот што ја минува царинската граница.

**ЦАРИНСКА ГРАНИЦА** - царинска линија со која е одбележано царинското подрачје на една држава.

**ЦАРИНСКА СТОКА** - стока што се увезува од странство, од моментот на увозот до извршеното увозно царинење и подигнување на стоката од царинарницата.

**ЦАРИНСКА ТАРИФА** - по одреден систем изложен преглед на производи, по име со пропишани царински стапки.

**ЦЕДЕНТ** - лице што му го отстапува своето побарување, на друго лице на цесионерот.

**ЦЕНА НА МАЛО** - по која стоките се продаваат во трговијата на мало.

**ЦЕСИЈА** - отстапување, пренос на право на некое друго лице.

**ЦЕСИОНЕР** - оној на кого се отстапува нешто или некое право.

**ЦЕСУС** - тоа е лицето должник, што е должно да ја подмири обврската спрема новиот доверител.

**ЦИРКА** - приближна вредност.

**ЦИРКУЛАЦИЈА** - кружно движење, оптек, промет.

## Ш

**ШПЕДИЦИЈА** - друштво што се занимава со превоз на стоки.

**ШТАНД** - место за излагање на експонати на саем.



## ПРИЛОГ

# ЛИТЕРАТУРА

1. Биљановска, Ј., Надворешно-трговско работење, Скопје,
2. Бојчева, Т., Менаџмент и бизнис, Скопје
3. Вељковиќ Д., Царинска политика, Скопје.
4. Група автори - Економика и организација на претпријатија
5. Група автори, Меѓународна трговија.
6. Група автори: Царински прирачник, Царинска управа, 2006, Скопје
7. Закон за јавни претпријатија, Сл. Весник на Република Македонија, бр 38. Јуни 1996, Скопје
8. Закон за надворешно-трговско работење, Сл. Весник на Република Македонија, бр. 13. март, 1999 година
9. Закон за трговски друштва, Сл. Весник на Република Македонија бр. 28, јуни, 1996 год, Скопје
10. Збирка задачи во надворешниот стоковен промет, за 4 година средно образование, Скопје, 1998 година.
11. Ивановски З., Хартии од вредност и портфолио менаџмент, Скопје, 2007.
12. Јаќовски Б., Јовановски П., Јовановска С., Маркетинг и услужни дејности, Скопје, 2006.
13. Јовановски П., Финансиски пазари и институции, Скопје 2006.
14. Како најбргу да ги решите проблемите на надворешно-трговско работење, Завод за унапредување на стопанството, Република Македонија, Скопје, 1993
15. Кикеркова И.: Надворешна трговија, Економски факултет, Скопје, 2000,
16. Кожухаров С., Менаџерска економија, Скопје, 2006.
17. Комерцијално работење во надворешен стоков промет, помошен наставен материјал, за 4 година средно образование, септември, 1998 год.

18. Николовски А., Меѓународна шпедиција, Скопје, 2000
19. Николовски, А., Меѓународна шпедиција, Скопје, 1985
20. Николовски, А., Осигурување на стока во транспорт, Скопје 1989.
21. Петковски, Д., Марков, Т., Комерцијално работење во надворешен стоковен промет, учебник за II година, Скопје, 1991
22. Петковски, Д., Марков,Т., Комерцијално работење во внатрешен стоковен промет, учебник за II година, Скопје, 1998
23. Репрезент, јули/август, 7-8/2005.
24. Ристевска С., и Јаќовски Б., Економика на внатрешната трговија, Скопје, 2002.
25. Ристевска, С., Економија на внатрешна трговија, Скопје, 2002.
26. Службен весник на Република Македонија, број 39, 2005.
27. Службен весник на Република Македонија, број 54, Закон за стандардизација, Скопје.
28. Темјановски Р., Применета економија, Скопје, 2008.