POSTUPAK IZVOZA I UVOZA NA PRIMJERU PODUZEĆA CRIMPPI ISTRA D.O.O.

DIPLOMSKI RAD

Rijeka, 2015
POSTUPAK IZVOZA I UVOZA NA PRIMJERU PODUZEĆA CRIMPPI ISTRA D.O.O.

DIPLOMSKI RAD

Kolegij: Međunarodno poslovanje
Mentor: Prof. dr. sc. Heri Bezić
Studentica: Marina Benčić
Smjer: Međunarodno poslovanje
Jmbag: 0081134543

Rijeka, 2015
SADRŽAJ:

1. UVOD ........................................................................................................................... 1
   1.1. Problem i predmet istraživanja .......................................................................... 1
   1.2. Hipoteza i pomoćne hipoteze ............................................................................. 2
   1.3. Ciljevi i svrha istraživanja ................................................................................. 2
   1.4. Znanstvene metode ............................................................................................ 2
   1.5. Struktura rada ..................................................................................................... 3

2. SPECIFIČNOSTI MEĐUNARODNOG POSLOVANJA ................................... 5
   2.1. Temeljne značajke izvoza ...................................................................................... 5
   2.1.1. Motivi, ciljevi i strategije međunarodnog poslovanja ..................................... 5
   2.1.2. Osnovni oblici nastupa na inozemnom tržištu ................................................ 6
       2.1.2.1. Izravan nastup ........................................................................................... 6
       2.1.2.2. Neizravan nastup ...................................................................................... 8
   2.1.3. Odabir inozemnog tržišta .............................................................................. 10
   2.1.4. Ugovaranje međunarodnih poslova ................................................................ 11
   2.1.5. Međunarodni marketing miks ....................................................................... 12
   2.2. Temeljne značajke uvoza ..................................................................................... 14
   2.2.1. Osnovni oblici uvoza ..................................................................................... 14
       2.2.1.1. Izravni uvoz ............................................................................................ 14
       2.2.1.2. Neizravni uvoz ........................................................................................ 15
   2.2.2. Motivi i cljevi uvoza ..................................................................................... 15

3. Osnivanje i razvoj poduzeća CRIMPF ISTRA D.O.O. ............................. 17
   3.1. Djelatnost ......................................................................................................... 18
   3.2. Proizvodni pogoni ............................................................................................ 19
   3.3. Paleta proizvoda .................................................................................................. 20
   3.4. Mjerenje uspješnosti poslovanja ..................................................................... 23
       3.4.1. Produktivnost ............................................................................................ 23
3.4.2. Reklamacije kupaca....................................................................................... 24
3.4.3. Isporuka na vrijeme ....................................................................................... 25
3.5. Primjena Iso standarda 14001 i 9001............................................................... 25
3.5.1. Politika zaštite okoliša.............................................................................. 26
3.5.2. Sustav upravljanja kvalitetom ..................................................................... 26

4. ANALITIČKI OKVIRI POSLOVANJA NA PRIMJERU PODUZEĆA CRIMPPPI ISTRA D.O.O. ............................................................................................ 28
4.2. Trend kretanja rashoda od 2010. do 2014. godine........................................... 29
4.3. Profit ................................................................................................................ 30

5. IZVOZ I UVOZ NA PRIMJERU PODUZEĆA CRIMPPPI ISTRA D.O.O.... 31
5.1. Izvoz................................................................................................................. 33
5.1.1. Tehnika izvršenja izvoznog posla............................................................. 33
5.1.2. Poslovni subjekti koji sudjeluju u izvozu................................................. 36
5.1.3. Proces izvoza na primjeru proizvoda „3AUA0000102773“ .................... 37
5.2. Uvoz................................................................................................................. 38
5.2.1. Tehnika izvršenja uvoznog posla ............................................................. 38
5.2.2. Poslovni subjekti vezani uz uvoz ............................................................. 40
5.2.3. Proces uvoza na primjeru proizvoda „3AUA0002773“ ......................... 42

6. PREPORUKE I PRIJEDLOZI ZA NASTAVAK RAZVOJA MEĐUNARODNOG POSLOVANJA ............................................................................................ 44
6.1. Predviđanje razvoja poslovanja od strane poduzeća...................................... 44
6.2. Preporuke i prijedlozi za daljnji razvoj poduzeća......................................... 45

6. ZAKLJUČAK........................................................................................................ 46
LITERATURA ............................................................................................................. 48
Popis slika.................................................................................................................. 49
Popis tablica.............................................................................................................. 49
Popis priloga.............................................................................................................. 49
1. UVOD

Uvoz i izvoz su oblici vanjske trgovine koji obuhvaćaju razmjenu dobara i usluga između poslovnih subjekata različitih zemalja. Međunarodna trgovina povezuje međusobno ovisne jedinice - pojedince, poduzeća i države u procesu proizvodnje i zadovoljenja potreba. Izvoz se javlja u funkciji širenja poduzeća na inozemno tržište kako bi se ostvario profit koji je zbog nedostatne potražnje, konkurencije ili previsoke cijene proizvoda nemoguće ostvariti na domaćem tržištu. S druge strane uvozom se podmiruju potrebe domaćeg gospodarstva za robom i uslugama koje ne postoje ne domaćem tržištu ili ih nema u dovoljnim količinama za proizvodnju. Danas međunarodna trgovina ima značajan interes znanstvenika i poduzetnika usmjeren prema sudjelovanju poduzeća u procesima međunarodnog poslovanja, kako radi vlastitog opstanka tako i za blagostanje nacionalne ekonomije.

1.1. Problem i predmet istraživanja

1.2. Hipoteza i pomoćne hipoteze

Iz problema i predmeta istraživanja izvedena je temeljna radna hipoteza: Spoznaje o temeljnim značajkama uvoza i izvoza za poduzeće Crimppi Istra d.o.o, primjena Iso standarda kvalitete i očuvanje okoliša i ostvarivanje profit doprinose važnosti i značaju ostvarivanja međunarodnog poslovanja u gospodarski promjenjivom i tehnološki razvijenom okruženju. Istraživanjem temeljnih zakonitosti međunarodnog poslovanja moguće je izvesti pomoćnu hipotezu: Izvoz i uvoz poduzeća Crimppi Istra d.o.o najznačajniji su za poslovanje tog poduzeća.

1.3. Ciljevi i svrha istraživanja

Svrha istraživanja je istražiti temeljna obilježja međunarodnog poslovanja, pronaći odgovore na pitanja:

- Koji su načini nastupa na inozemnom tržištu?
- Koji su motivi i ciljevi uvoza i izvoza?
- Koji su načini ostvarivanja uvoza i izvoza?
- Kako su tehnički izvršenja izvoznog i uvoznog posla?

Vezano uz poduzeće cilj je istražiti funkcioniranje cjelokupnog izvoznog i uvoznog postupka na primjeru poduzeća Crimppi Istra.

1.4. Znanstvene metode

Pri izradi znanstvenog rada korištene je dostupna literatura koja obuhvaća knjige i interne podatke poduzeća Crimppi Istra. U teorijskom dijelu koristi se metoda prikupljanja informacija na temelju sekundarnih podataka pritom se koristi deskriptivna metoda. Analitički dio podrazumijeva prikupljanje primarnih podataka odnosno
istraživanje na temelju datih internih podataka poduzeća, koristeći deskirptivnu metodu, statističku metodu i metodu komparacije.

1.5. Struktura rada

Diplomski rad se sastoji od sedam međusobno povezanih djelova. U prvom dijelu, uvodu, definirani su predmet i problem istraživanja, svrha i ciljevi istraživanja te radne hipoteze, znanstvene metode i struktura rada.

Drugi dio nosi naziv „Specifičnosti međunarodnog poslovanja“ budući je rad više orijentiran na izvoz najprije se istražuju temeljne značajke izvoza: motivi ciljevi i strategije, osnovni oblici nastupa na inozemnom tržištu, način odabira inozemnih tržišta i načine ugovaranja međunarodnog poslova kao i ulogu međunarodnog marketinškog miksa.

Zatim se istražuju opsiju temeljne značajke uvoza: osnovni oblici uvoza te motivi i ciljevi uvoza.

„Osnivanje i razvoj poduzeća Crimpipi Istra d.o.o“ naslov je trećeg dijela koji govori o značajkama, paleti proizvoda, djelatnosti, proizvodnim pogonima, načinima mjerenja uspješnosti poslovanja kao i primjeni Iso standarda.

U četvrtom dijelu analizira se „Analitički okvir poslovanja na primjeru poduzeća Crimpipi Istra d.o.o“ odnosno trend kretanja prihoda, rashoda te ostvarena dobit u vremenskom razdoblju od 5 godina.

Peti dio pod nazivom „Izvoz i uvoz na primjeru poduzeća Crimpipi istra d.o.o“ donosi tehnike izvršavanja izvoznog/uvoznog posla, poslovne subjekte koji sudjeluju u izvoznom/uvoznom poslu te proces izvoza/uvoza na primjeru jednog proizvoda.

U šestom dijelu „Preporuke i prijedlozi za nastavak razvoja međunarodnog poslovanja“ govori o predviđanju razvoja poduzeća od strane tvrtke te njihove daljnje ciljeve i preporuke i prijedloge za poboljšanje trgovine.
Sedmi dio, odnosno zaključak, predstavlja ukupan rezultat istraživanja do kojeg se došlo u diplomskom radu.
2. SPECIFIČNOSTI MEĐUNARODNOG POSLOVANJA

Međunarodno poslovanje podrazumijeva izvoz kao osnovni oblik izlaska poduzeća na inozemno tržište i uvoz namjenjen zadovoljenju potreba poduzeća za sировинама, materijalima, strojevima kojih nema ili su nedostatni u domaćoj zemlji. Sinergijom uvoza i izvoza poduzeće s jedne strane osigurava potrebna dobra za izradu proizvoda, dok je s druge strane u mogućnosti izvoziti finalne proizvode po konkurentskim cijenama.

Poslovni subjekti počinju širiti i svoje poslovanje usmjeravati prema traženju i zadovoljavanju, novih, inozemnih tržišta. Učinci ekonomije obujma, povećanje proizvodnje i smanjivanje jedinčene cijene proizvoda omogućuju smanjivanje cijene proizvoda na domaćem tržištu što utječe na povećanje konkurentnosti i povećanje potražnje i zadovljstva krajnjih potrošača ili poslovnih kupaca (Grbac, 2009, str.17).

2.1. Temeljne značajke izvoza

2.1.1. Motivi, ciljevi i strategije međunarodnog poslovanja


Vanjski činitelji također motiviraju poslovne subjekte na djelovanje na međunarodnom tržištu - tržišni činitelji, potiču poslovne subjekte na jačanje međunarodne orijentacije; interes za proizvodom, raste kako raste međunarodno tržište te povećava potražnju, vanjski poslovni subjekti poput gospodarskih komora pridonose jačanju međunarodne orijentacije kao što to čine i državna tijela. Tako je npr. Hrvatska Vlada u okviru

Ciljevi poslovanja na međunarodnom tržištu neovisno o tome dali se radi o dugoročnim ili kratkoročnim ciljevima, moraju biti postavljeni tako da pridonose ostvarivanju misije poslovnog subjekta. Tako cilj može biti: rast ili troškovna učinkovitost ako je ona značajna i realna za samo postojanje tvrtke

Definiranje strategija ulaska na inozemno tržište preduvjet je uspješnog razvoja na međunarodnom tržištu. Ulazak na međunarodno tržište moguće je objediniti u tri grupe

a) izvoz, b) zajednička ulaganja i c) izravne investicije (Matić, 2004, str. 165). Svaki od navedenih načina ulaska na međunarodno tržište ima određene prednosti i nedostatke. Tako je npr. Izvoz, kao najrazvijeniji oblik ulaska na međunarodno tržište karakteriziran s razmjerno malim rizikom, malom kontrolom i manjim potrebnim investicijama za razliku od izravnih investicija koje su karakterizirane velikim rizicima, kontrolom i velikim investicijama.

2.1.2. Osnovni oblici nastupa na inozemnom tržištu

2.1.2.1. Izravan nastup

Kako bi se ostvario brži i isplativiji izvoz vlastitih proizvoda poslovni subjekti u današnjem dinamičnom okruženju gdje konkurencija i međunarodna tržišta postaju sve veća i globalizirana priželjkuju izravan dodir s kupcima iz inozemstva. Izravan je izvoz posebice karakterističan pri proizvodnji i plasmanu proizvoda visokog stupnja obrade, složenih proizvoda za koje su potrebne upute o rukovanju i održavanju, strojeva, električnih uređaja, sofisticirane opreme te ostalih proizvoda specifične primjene. Izravni izvoz ima svoje prednosti i nedostatke.

Osnovne prednosti su (Andrijanić, 2005. str 37.):

- Proizvođač sam organizira i prilagođava organizaciju izvoza i uvoza prema svojim potrebama
- Temeljnim istraživanjem inozemnog tržišta proizvođač može ocijeniti vlastite izglade za plasiranje svojih proizvoda na tom tržištu i isplativnost takve investicije
- Obavljajući izvoz vlastitih proizvoda, isključuje se miješanje trećih osoba u prodaju a ostvareni financijski rezultat se ne dijeli
- Zahvaljujući izvozno-uvoznjoj organizaciji poduzeća proizvođaču je omogućeno bolje poznavanje inozemnog tržišta, običaja karakterističnih za specifično područje međunarodnog poslovanja kao i uzanci u vanjskotrgovinskom poslovanju, širenju poslovnih poznanstava i sl. Što mu olakšava brzo prilagođavanje potrebama inozemnog tržišta i svakog novonastalog stanja na tom tržištu

Poslovni subjekti koji se odluče za izravni izvoz na inozemno tržište moraju biti svjesni i nedostataka istog (Andrijanić, 2005, str. 37):

- Izravna prodaja robe na inozemnom tržištu redovito zahtjeva visoke troškove održavanja trgovinske organizacije i trgovačke raširenosti u inozemstvu, pa stoga nije prikladna za proizvođače koji raspolažu ograničenim kapitalom
- Proizvodno poduzeće može u sklopu vlastite organizacije obavljati cjelokupno vanjskotrgovinsko poslovanje što znači da je primoran organizirati odgovarajući marketinški tim koji će pokrivatiovo područje djelatnosti. Stoga mora raspolagati odgovarajućim stručnim osobljem koje odlično poznaje cjelokupnu problematiku vanjskotrgovinskog poslovanja, deviznog poslovanja, i tehniku izvršenja vanjskotrgovinskih poslova
- Ukoliko proizvodno poduzeće ne izvozi, odnosno ne uvozi, kontinuirano veće količine robe, već to čini povremeno, tada se povećavaju troškovi za vanjsku trgovinu te znatno povećavaju troškove poslovanja i dovode u pitanje isplativost izvoznih odnosno uvoznih poslova koje obavlja u vlastitoj režiji
- Izravan nastup na inozemnom tržištu automatski znači i preuzimanje svih rizika (robnih i financijskih) što prate ostvarenje vanjskotrgovinskih
poslova, a mjere osiguranja od robnih i financijskih, odnosno komercijalnih i nekomercijalnih rizika mogu značajno opteretiti troškove poslovanja s inozemstvom.

Navedene prednosti i nedostaci izravnog oblika izvoza od velike su pomoći poslovnom subjektu za odluku o načinu izlaska na inozemnom tržištu ovisno o zacrtanom cilju poduzeća.

2.1.2.2. Neizravan nastup

Pri neizravnom se izvozu domaći poslovni subjekt uključuje na inozemno tržište preko specijaliziranih vanjskotrgovinskih poduzeća. Poslovni subjekt prilikom neizravnog nastupa na inozemnom tržištu nije direktan izvoznik dobara već svoje proizvode prodaje vanjskotrgovniskim posrednicima. Zadaća je vanjskotrgovniskog posrednika da istraži inozemno tržište, organizira promidžbu, pregovara s inozemnim poslovnim partnerima te riješi sve poslovna i administrativna pitanja od trenutka sklapanja kupoprodajnog ugovora do konačne realizacije izvoza.

Poput izravnog izvoza i neizravni izvoz ima svojih prednosti i nedostataka. Prednosti neizravnog izlaska na inozemno tržište su: (Andrijanić, 2005, str 35.):

- Proizvođač robe prodaje svoje proizvode specijaliziranom vanjskotrgovinskom poduzeću koje preuzima sve rizike i probleme prodaje ili kupnje robe na inozemnom tržištu (Andrijanić, 2005, str 35.). Ovim se načinom izvoza i uvoza robe proizvođač oslobađa svih briga za organizaciju interne i vanjske službe vanjske trgovine, odnosno organizacije izvoznog-uvoznog odjela u vlastitom poduzeću.

- Pri ovom načinu nastupa na inozemnom tržištu domaći proizvođač nema troškova obrade i istraživanja inozemnog tržišta jer se koristi uhodanom organizacijom specijaliziranog posredničkog vanjskotrgovinskog poduzeća (Andrijanić, 2005, str. 35.).

- Prodajom robe neposredno specijaliziranom vanjskotrgovinskom poduzeću (ako je riječ o poslovima kod kojih posredničko vanjskotrgovinsko poduzeće posluje u svoje ime i za svoj račun)
proizvođač robe isključuje iz svog poslovanja sve financijske i druge rizike koji prate robu u tijeku ostvarenja vanjskotgovinskog posla od njegova početka do svršetka.

- Prodana proizvedene robe brža je, a time i veći koeficijent obrtaja kapitala, što se neposredno odražava na uspješnost i unosnost poslovanja.

- Uključujući se u strana tržišta putem specijaliziranih vanjskotrgovinskih posredničkih poduzeća, proizvođač robe se koristi uhodanom, čvrstom i stabilnom pozicijom posredničkog poduzeća na međunarodnom tržištu, a često i njegovim kapitalom za financiranje i kreditiranje izvoza i uvoza robe i usluga ako je riječ o snažnom i stabilnom specijaliziranom vanjskotrgovinskom poduzeću odličnih rezultata.

Nedostaci neizravnog nastupa na inozemnom tržištu (Andrijanić, 2005, str. 35):

- Proizvođač robe ne može aktivnije sudjelovati u prodaji svoje robe na inozemnom tržištu i time neposredno utjecati na povećanje prodaje svoje robe u inozemstvu. Proizvođač ne obrađuje sustavno inozemno tržište i ne stvara određenu čvrstu poziciju za prodaju svih proizvoda (Andrijanić, 2005, str. 35).

- Proizvođač od vanjskotrgovinskog posrednika ne može očekivati uvijek posebnu brigu, jer posredničko vanjskotrgovinsko poduzeće prodaje na inozemnom tržištu robu raznih proizvođača i često daje prednost jednoj ili drugoj robi, odnosno proizvođaču.

- Proizvođač robe obično ne može predstaviti kvalitetu i prednosti svojih proizvoda i neposredno upozoriti kupce na sve njene odluke i prednosti te na taj način proširiti broj kupaca za svoje proizvode (Andrijanić, 2005, str 35).

Iz navedenih prednosti i nedostataka neizravog izvoza da se zaključiti da će se samo usklađenim poslovnim odnosom i dobrom suradnjom između proizvođača – izvoznika, i specijaliziranog vanjskotrgovinskog poduzeća postići optimalni rezultati.
2.1.3. Odabir inozemnog tržišta

Dinamiku inozemnih tržišta određuju snage koje djeluju u inozemnom okruženju. Najutjecajnije su snage one koje dolaze iz ekonomsko-financijskog, političko-pravnog te društveno-kulturnog okruženja (Grbac, 2009, str. 75). Iz navedenih snaga pojedine države, vlastitoj sposobnosti uprave poduzeća te procjenom potencijalne ponude proizvoda poslovni će subjekt donijeti odluku o odabiru inozemnog tržišta.

Na odabir inozemnog tržišta utječe uvažavanje snaga iz međunarodnog ekonomskog okruženja. U osnovi, veća potrošnja unaprjeđuje stanje u ekonomiji a dobra situacija u ekonomiji potiče veću potrošnju. Veću potrošnju iniciraju zadovoljni kupci s međunarodnog tržišta koji i jesu u žarištu interesa. Snage iz političkog i pravnog okruženja pridonose razvoju međunarodnih poslovnih i drugih aktivnosti, a dio njih sputava njihov razvoj. Tako političke odluke ili događaji mogu utjecati na ekonomske uvjete poslovanja i trgovinske odnose kako unutar pojedine države tako i između pojedinih država i skupina država. S druge strane političke odluke i događaji mogu stvoriti velike mogućnosti poslovnim subjektima za uspjeh na inozemnim tržištu. Snage iz međunarodnog društvenog i kulturnog okruženja utječu na ponašanje kupaca te postaju prepreke za ostvarivanje uspjeha na međunarodnom tržištu ali se njihovo poznavanje može koristiti kao prednost u nastupu i djelovanju na međunarodnom tržištu.


Svako poduzeće koje ima namjeru poslovati na inozemnom tržištu trebalo bi voditi računama o snagama koje dolaze iz inozemnog okruženja zbog prednosti koje one nose
ali i zbog opreza o mogućem sprječavanju uspjeha radi nepoznavanja inozemnog tržišta, političkih, društvenih, kulturnih i ekonomskih uvjeta. Stoga je razumljiva činjenica da se poduzeća žele locirati na ona tržišta gdje se nalaze većinski kupci. Upravo je usmjerenje na tržišta gdje djeluju najvažniji kupci trajna misija poslovanja poduzeća koje se razmatra u nastavku.

2.1.4. Ugovaranje međunarodnih poslova

Ugovoriti međunarodni posao znači pronaći međusobno zadovoljstvo između kupca i prodavatelja uz dogovorene uvjete poslovanja.

Načini ugovaranja prodaje robe i usluga u međunarodnoj razmjeni jesu sljedeći (Matić, 2004. str. 93-97):

- Prodaja izravnim trgovačkim pregovorima


- Prodaja po viđenju robe u cjelosti

Ugovaranje posla gdje se sama kupoprodaja događa u nazočnosti kupca i prodavatelja ali i same robe na licu mjesta tako da se kupac može uvjeriti u njezinu kakvoću. Ovaj način ugovaranja posla najčešće se primjenjuje kada roba nije standardizirana a njezinu kvalitetu nije moguće precizno odrediti

- Prodaja po uzorku\(^1\) ili modelu

---

\(^1\) Uzorak - manja količina predmetne robe koja je iz cijeline uzeta na uobičajen način i ima sva svojstva predmeta kupoprodaje. (Matić, B.: Međunarodno poslovanje, 2004., str.95.)
Prodavatelj uz svoju ponudu kupcu šalje i dva međusobno odvojena i propisno zapečaćena uzorka, jedan za analize i probe, drugi za usporedbu s isporučenom robom. Prodaja se obavlja temeljem kontrauzorka gdje kupac potencijalnom prodavatelju šalje uzorak robe koju želi kupiti. Prodaja po uzorku ili modelu je karakteristična kada kupac i prodavatelj nemaju mogućnost izravnog susreta te kad nije moguće precizno odrediti kvalitetu same robe (Matić, 2004, str 95).

2.1.5. Međunarodni marketing mikš

Prilagođavanjem ponude, kombiniranjem četiri osnovnih elemenata marketing miksa: proizvoda, cijene, distribucije i promocije, na inozemnom tržištu, stvara se ponuda kojom se zadovoljavaju potrebe kupaca i ostvaruje se napredak poslovnog subjekta na međunarodnom tržištu.

Međunarodno upravljanje proizvodom

**Pristup određivanju cijena**

Cijena je mjera vrijednosti koju poslovni subjekt na međunarodnom tržištu razmjenjuje za vrijednost koja je najčešće izražena u novcu. U zadnjih nekoliko godina i sami su kupci postali mnogo informiraniji, pristup internetu omogućio je brzu pretragu i usporedbu same ponude proizvoda sa cijenom i cijenama konkurenata. Poslovni subjekt teži definiranjem cijena ostvariti maksimiziranje dobiti, povećati ili zadržati tržišni udio, prilagoditi cijene potražnji ili ih održavati na razini konkurencije.

Pri svakom određivanju cijena poduzeća vode računa da ne pretjeraju sa previsokom cijenom kojom bi mogli izgubiti potencijalne kupce ili da ne utvrde prenisku cijenu koja bi dovela do nižih prihoda od onih koji su planirani.

**Međunarodni kanali distribucije**

Međunarodni sustav distribucije omogućava da se proizvodi iz jedne države dostave do kupaca u drugoj državi (Grbac, 2009, str. 285).


**Međunarodna marketinška komunikacija**

Međunarodnom marketinškom komunikacijom teži se povećati prodaju i/ili jačati marku proizvoda. Dvije su temeljne strategije pomoću kojih poduzeća nastoje približiti svoje proizvode ka inozemnim kupcima. Prva je strategija guranja kojom se prizvod
promovira samo do sljedećeg sudionika u kanalu distribucije. Uglavnom se koristi za proizvode koji se koriste za daljnju reprodukciju. Druga je strategija privlačenja kojom se prozvod promoviraizravno krajnjim korisnicima koji se nalaze u drugim državama. Na taj se način pokušava izazvati potražnja izravno na stranom tržištu (Grbac, 2009. str. 309).

2.2. Temeljne značajke uvoza

Uvozom se zadovoljavaju potrebe za robom i sirovimnama kojih nema na raspolaganju u dovoljnim količinama unutar zemlje ili su preskupe na domaćem tržištu. Uvozom se može zadovoljiti potražnja za sirovinama, materijalom, poluproizvodima, gotovim proizvodima, strojevima.

2.2.1. Osnovni oblici uvoza

Uvozom robe sa inozemnog tržišta pred uvoznikom je odluka za koji će se oblik uvoza opredjeliti, izravni ili neizravni. Za koji će se oblik uvoznik odlučiti ovisi o samoj uvoznoj robi, redovitosti potraživanja za određenom robom u inozemstvu, količini te inozemnom tržištu.

2.2.1.1. Izravni uvoz

Do izravnog uvoza dolazi kada je veza sa inozemnim isporučiteljima izravna, obično se poduzeća odlučuju za takav oblik uvoza prilikom uvoza sirovina i poluproizvoda kada se radi o većim količinama isporuke. Kupujući izravno od inozemnog proizvođača valja uzeti u obzir pouzdanost samog proizvođača radi pridržavanja uvjezta kupoprodajnog ugovora (rok dospijeća predmeta razmjene, kvalitete robe i slično).
Domaći poslovni subjekti često se odlučuju za ovaj oblik uvoza ponajviše radi smanjenja ukupnih troškova koje proizlaze iz neplaćanja provizije posredniku.

Usprkos smanjenju troškova kupac preuzima rizik koji može nastati zbog nepoznavanja inozemnih dobavljača. Važnost poznavanja inozemnog tržišta značajna je pri eliminiranju mogućih pogrešaka koje bi našteltile poslovanju poslovnog subjekta a do kojih bi moglo doći prilikom uvoza.

2.2.1.2. Neizravni uvoz

Neizravan je onaj uvoz koji se obavlja uz pomoć posrednika – specijaliziranog vanjškotrgovinskog poduzeća. Ako se roba uvozi povremeno i ako se ne radi o većim količinama, vrlo je vjerojatno da će se uvoznik opredjeliti za neizravan uvoz.

Prednosti neizravnog uvoza za korisnike uvezene robe se očituju u smanjenju troškova obrade inozemnog tržišta, izbjegavanju rizika izgleda i kvalitete robe, rizika kašnjenja u isporuci robe od strane inozemnog dobavljača, izbjegavanje brige, troškova i bremena potrebnih za dobivanje uvoznih dozvola, uvjerenja o podrijetlu robe i drugih dokumenata koji se traže pri uvozu (Andrijanić, 2001, str. 52). Međutim neizravan izvoz uvijek za sobom nosi rizik nesigurne prodaje uvezene robe zbog čega će svaki uvoznik najprije nastojati osigurati kupce za robu koju će uvesti.

2.2.2. Motivi i eljevi uvoza

Svakom je uvozniku u interesu osigurati potreban materijal, sirovine, poluproizvode ili proizvode uz što manje troškova na što efikasniji način. Nesmetana proizvodnja poduzeća, visoke porezne stope i troškovi proizvodnje u zemlji domaćina, nabava robe po povoljnijim cijenama od cijena na domaćem tržištu samo su neki od motiva za uvoz.

Pet je osnovnih ciljeva koji proizlaze iz uvoznog posla (Andrijanić, 2005, str. 256):

1. Nabava sirovina i reproducijskog materijala kojima se omogućuje proizvodnja i normalno funkcioniranje gospodarstva, odnosno opskrba
robama kojih na domaćem tržištu nema ili nema u dovoljnim količinama, a nužne su za podmirenje proizvedene potrošnje u zemlji,

2. Nabava robe široke potrošnje koje na domaćem tržištu nema ili je nema u dovoljnim količinama čime se osigurava bolja opskrbljenost domaćeg tržišta i potpunije podmirenje onih potreba koje su nužne za održavanje i povećanje životnog standarda stanovništva zemlje.

3. Uvozom određene robe osigurava se potrebna ravnoteža robno-novčanih odnosa na domaćem tržištu, čime se neposredno utječe na onemogućivanje monopolističkih pozicija na domaćem tržištu.

4. Nabavom suvremene opreme i tehnologije omogućuje se izgradnja, osuvremenjivanje i proširenje kapaciteta za proizvodnju robe i pružanje usluga za koje u zemlji postoje povoljni uvjeti i mogućnosti visoko produktivne i unosne proizvodnje.

5. Korištenje povoljnih uvjeta na svjetskom tržištu za kupnju određene robe u trenutku kad su na svjetskom tržištu ti uvjeti najpovoljniji.

Uz navedene ciljeve valja istaknuti i povećan profit kao cilj poslovnja koji proizlazi iz manjih ukupnih troškova za uvezenu robu.
3. OSNIVANJE I RAZVOJ PODUZEĆA CRIMPPI ISTRA D.O.O.

Crimppi Istra d.o.o je dio Crimppi Group, tvrtke koja se bavi proizvodnjom i prodajom kabelskih sklopova (električnih i elektromehaničkih) i optičkih kablova. Crimppi Istra je osnovana 2010. Godine od strane matične firme Crimppi Oy, Vassa, Finska te djeluje kao samostalna tvrtka. Uz Crimppi Istru i Crimppi Oy, grupaciju Crimppi čini i treća tvrtka Crimppi Suzhou smještena u gradu Suzhou u Kini. Osnivač Crimppi grupacije je Finac, Seppo Tapani Hujanen.

Slika 1: Prikaz tvrtke Crimppi Istra d.o.o. u Žminju


Poslovanje tvrtke orijentirano je ka kupcu, pa je i širenje poduzeća na Kinu i Hrvatsku bilo upravo zbog potreba kupaca. Poduzeće 2005. godine otvara proizvodi pogon u Kini zbog njihovog najvećeg kupca, ABB-a, koji je globalno orijentiran, dok se je u Hrvatsku lociralo radi bolje povezanosti tvrtke sa kupcima, dobavljača te središnjom i južnom Europom.

Crimppi Istra trenutno zapošljava 95 radnika s područja Istarske županije a zbog povećanog opsega posla planira zaposliti 15 sezonskih radnika te najmanje još 10 stalnih radnika do kraja 2015. godine.

3.1. Djelatnost

Djelatnost poduzeća podijeljena je u 5 ključnih procesa: proizvodni proces, proces nabave sirovina, proces skladištenja sirovina i gotovih proizvoda, proces zaprimanja i isporučivanja narudžbi kupaca, te proces kontrole kvalitete.

Registrirane djelatnosti poduzeća (Poslovni.hr., 2014.):

- Sastavljanje elektro i elektroničkih komponenata, žica i kablova
- Pružanje usluga u vezi postavljanja i primjene užadi, vodova i kablova
- Proizvodnja ostalih proizvoda od gume
- Proizvodnja električnih strojeva i aparata
- Kupnja i prodaja robe
- Obavljanje trgovačkog posredovanja na domaćem i inozemnom tržištu
- Popravak i održavanje raznih električnih strojeva i uređaja
- Izrada i izvedba projekata iz područja građevinarstva, elektrike i elektronike
- Prijenos i distribucija električne energije
- Montaža, održavanje i ispitivanje elektroinstalacija
- Proizvodnja opreme za distribuciju i kontrolu električne energije

Zaposlenici svoj posao obavljaju u timovima, svaki tim se sastoji od 8 do 10 radnika i ima jednog „team leadera“ – osobu koja je odgovorna za raspodjelu posla i nadzor proizvodnje unutar tima.

Svakom se timu dodjeljuje oko 70 različitih proizvoda za koje su zaduženi, a proizvodi se ovisno o potrebama kupaca odnosno o primljenoj narudžbi od kupca. Osoba odgovorna za nadzor proizvodnje unutar tima (team leader) dobiva radni nalog i dostavlja ga u proizvodnju gdje započinje prva radna faza, u većini slučajeva rezanje na automatskim strojevima.
Svaki radni nalog sadrži:

- Crtež i opis proizvoda
- Listu materijala potrebnog za izradu radnog naloga
- Količinu koju se treba proizvesti
- Rok isporuke

Radni nalog slijedi proizvod kroz cijeli proces proizvodnje. Nakon što se proizvod zgotovi, potrebno ga je zapakirati a radni se nalog dostavlja osobi zaduženoj za izradu faktura.

Proizvodi za koji su unaprijed dogovorene količine za isporuku izrađuju se unaprijed i pohranjuju u skladištu gotovih proizvoda. Za svaki takav proizvod definirane su količine koje moraju biti na raspolaganju za isporuku u svako vrijeme. Kada raspoložive količine padnu ispod definiranih minimalnih izrađuje se radni nalog za nadopunu količine na skladištu.

Osnovna je djelatnost Crimppi Istre d.o.o proizvodnja električnih i elektromehaničkih sklopova i kablova. Svi su proizvodi proizvedeni prema radnim nalogima. Radni nalog predstavlja dokument koji sadrži sve upute kako proizvesti proizvod koji kupac želi te se kao takav ne smije kopirati ni iznositi izvan poduzeća. Zbog toga svi radnici moraju biti dobro upoznati sa svim priborom, materijalima, strojevima, printerima, rezačima koji su potrebni za proizvodnju određenog proizvoda. Poznavanje svih potrebnih radnji smanjit će mogućnost pogrešaka te unaprijediti odnos sa kupcima i isporuku gotovih proizvoda na vrijeme

3.2. Proizvodni pogoni

Proizvodni pogon matične firme Vaasa, Finska rasprostire se na 5400m2, od čega je 1500m2 zona zaštićena od elektrostatickog pražnjenja takozvana ESD zona. Pogon je usmjeren na male serije šire palete proizvoda i složene sustave, razvoj prototipova, razvoj novih proizvoda i upravljačkih ploča za električne uređaje. Proizvodni pogon ima priznate certifikate upravljanja kvalitetom ISO 9001, i zaštitom okoliša ISO 14001.
Kabelski su sklopovi priznati UL certifikatom koji je dokaz za odgovarajući i efektivan sistem upravljanja proizvodom.

Pogon Sozhou u Kini rasprostire se na 1800m2. Usmjeran je na kupce iz Europe koji imaju vlastite proizvodne pogone na području Kine. Proizvodnja je masovna s visokim udjelom rada namijenjenom izvozu. Do danas ima priznate certifikate upravljanja kvalitetom ISO 9001 i certifikat za kabelske sklopove UL.

Pogon Žminj, Istra, Hrvatska, rasprostire se na 2000m2 i sastoji se od ureda, prostora za proizvodnju, skladišta i prostorija za zaposlenike – garderobe, sanitarnog čvora i kantine. Proizvodnja se vrši na visoko sofisticiranim automatskim strojevima za rezanje žica i spajanje terminala. Pogon Istra, usmjeren je na srednje do velike serije proizvodnje relativno široke palette proizvoda. Priznati su certifikati ISO 9001 i ISO 14001, kao i UL certifikat.

Proizvodni pogon Istra ima više od 20 dobavljača dok u izvozu proizvoda prednjače 2 većinska kupca: Vacon\(^3\) i ABB.

### 3.3. Paleta proizvoda

Tvrtka je usredotočena na oblikovanje i obradu kabela i žice, počevši od vrlo tanke žice „AWG 34“ pa sve do visokonaponskih kablova. Ponuda uključuje i plastične kablove sastavljene od optičkih vlakana (POF vlakana) i elektromehaničke sustave. Proizvodi i paket usluga kreiraju se uvažavajući potrebe korisnika.

Kabelski sklopovi izrađeni su po mjeri, već od 0,02 mm2 sve do 150 mm2. U ponudi su i proizvodi izrađeni od (flat) kabela, kabela sa pletenom zaštitom i bakrenog užeta.

U središtu interesa je obrada plastičnih optičkih niti. Završni proizvod može biti jednostavan optički kabel sa konektorima ili pak složen sklop žica u kojem su bakrene žice i optički kablovi.

U ponudi su i električni i elektromehanički sklopopi, od malih pod-sklopopa do ugradbenih sklopopa po sistemu „ključ u ruke“ (sklopopi koji se dovode do konačnog stupnja izvedenosti, kupac može „staviti ključ“ i pokrenuti izrađeni ugradbeni sklop). Operativni model i razina usluge uvijek se kreiraju uvažavajući potrebe korisnika.

Ukupan broj proizvoda koji se trenutačno proizvodi je 1145. Zbog velikog broja proizvoda, radi lakšeg razlikovanja i obrade svakom je proizvodu dodijeljena šifra sastavljena od brojki i/ili slova. Na radnom nalogu uvijek mora biti naznačena šifra proizvoda te proizvod pod istom šifrom „izlazi“ iz poduzeća.

Tablica broj 1: Paleta proizvoda Crimppi Istre d.o.o

<table>
<thead>
<tr>
<th>PROIZVODI</th>
<th>ŠIFRA PROIZVODA</th>
<th>ŠIFRA KUPCA</th>
<th>ŠIFRA PROIZVODA</th>
<th>ŠIFRA PROIZVODA</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>64400215</td>
<td>68403316</td>
<td>PP00503</td>
<td>PP13003</td>
<td>68403405</td>
</tr>
<tr>
<td>68403316</td>
<td>68403324</td>
<td>PP00510</td>
<td>PP130010</td>
<td>68405556</td>
</tr>
<tr>
<td>68403324</td>
<td>68403391</td>
<td>PP00511</td>
<td>PP130011</td>
<td>68408946</td>
</tr>
<tr>
<td>68403391</td>
<td>6843941</td>
<td>PP00513</td>
<td>PP130014</td>
<td>68418151</td>
</tr>
<tr>
<td>6843941</td>
<td>68643066</td>
<td>PP01601</td>
<td>PP130015</td>
<td>68450551</td>
</tr>
<tr>
<td>68643066</td>
<td>68810108</td>
<td>PP01613</td>
<td>PP130016</td>
<td>68501997</td>
</tr>
<tr>
<td>68810108</td>
<td>3AU00000001507</td>
<td>PP01675</td>
<td>PP60010</td>
<td>68502021</td>
</tr>
<tr>
<td>3AU0000001507</td>
<td>3AU00000028082</td>
<td>PP01677</td>
<td>PP60014</td>
<td>68570662</td>
</tr>
<tr>
<td>3AU00000028082</td>
<td>3AU00000031396</td>
<td>PP08000</td>
<td>PP60015</td>
<td>68574391</td>
</tr>
<tr>
<td>3AU00000031396</td>
<td>3AU00000031402</td>
<td>PP08062</td>
<td>VYX266</td>
<td>68588430</td>
</tr>
<tr>
<td>3AU00000031402</td>
<td>3AU00000055609</td>
<td>PP09017</td>
<td>VYX267</td>
<td>68639247</td>
</tr>
<tr>
<td>3AU00000055609</td>
<td>3AU00000055738</td>
<td>PP10008</td>
<td>64625951</td>
<td>68639557</td>
</tr>
<tr>
<td>3AU00000055738</td>
<td>3AU00000071231</td>
<td>PP10032</td>
<td>64632698</td>
<td>68680182</td>
</tr>
<tr>
<td>3AU00000071231</td>
<td>3AU00000071269</td>
<td>PP10041</td>
<td>68369479</td>
<td>68639191</td>
</tr>
<tr>
<td>3AU00000071269</td>
<td>3AU00000079546</td>
<td>PP11001</td>
<td>68369487</td>
<td>PP06008</td>
</tr>
<tr>
<td>3AU00000079546</td>
<td>3AU00000079535</td>
<td>PP11002</td>
<td>68381258</td>
<td>PP09018</td>
</tr>
<tr>
<td>3AU00000079535</td>
<td>D335001</td>
<td>PP11006</td>
<td>68381282</td>
<td>PP13004</td>
</tr>
<tr>
<td>D335001</td>
<td>PP00500</td>
<td>PP11007</td>
<td>68381291</td>
<td>PP13009</td>
</tr>
<tr>
<td>PP00500</td>
<td>PP00501</td>
<td>PP11009</td>
<td>68381436</td>
<td>PP00501</td>
</tr>
<tr>
<td>PP00502</td>
<td>PP00502</td>
<td>PP11012</td>
<td>68403332</td>
<td>68403383</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Izvor: Kreirao autor prema podacima poduzeća Crimppi Istra
Iz prikazane tablice može se vidjeti jedan dio palete proizvoda koje proizvodi Crimp Istra. Specifično je za grupaciju Crimp da proizvodi nemaju karakteristične nazive (npr. Sklop od bakrene žice, sklop od optičkih vlakana) već su to kombinacije brojki i slova prema kojima se proizvodi razlikuju.

Finalni proizvod obično je sinteza više manjih proizvoda a svaka komponenta proizvoda proizvodi se posebno. Na primjeru slike broj 2 prikazan je gotov proizvod „3UA0000102773“

Slika 2: Prikaz proizvoda "3UA0000102773"

Izvor: interni podaci poduzeća Crimp Istra d.o.o.

Iz prikazanog primjera može se vidjeti 12 različitih kablova, konektora, spojeva i slično koji služe kupcu u njegovoj daljnoj proizvodnji. Ovaj je proizvod narudžba kupca ABB Oy drives, Estonia. Za jedan takav proizvod obavezno je električno testiranje ispravnosti proizvoda. Uobičajen je radni nalog od 20 komada finalnog proizvoda na više a jedan cijeli proizvod mora biti pakiran u posebne vrećice kako prilikom transporta ne bi došlo do oštećenja. Za izradu 20 komada finalnog proizvoda potrebno je da 4 osobe jedan radni dan (7 sati) rade na tom proizvodu.
3.4. Mjerenje uspješnosti poslovanja

Mjerenje uspješnosti poslovanja razlikuje se od tvrtke do tvrtke. Indikatori pomoću kojih se mjeri uspješnost poslovanja moraju biti uskladeni sa strategijom poduzeća, povezani sa ključnim organizacijskim procesima i relevantni za sve zaposlenike. Najčešće se grupiraju u financijske i nefinancijske pokazatelje uspješnosti. Za potrebe diplomskog rada u nastavku se analiziraju:

a) financijski pokazatelji - produktivnost, i analitički okvir poslovanja koji objedinjuje prihode, rashode i profit (točka 5.).

b) nefinancijski pokazatelji vezani uz zadovoljstvo kupaca - isporuka na vrijeme i reklamacije kupaca. Budući da je poduzeće izrazito okrenuto ka kupcima, velik je interes za mjerenje nefinancijskih pokazatelja.

3.4.1. Produktivnost

Produktivnost se izračunava na način da se uzima u obzir vrijeme potrebno za izradu proizvoda, količina koju je potrebno proizvesti te se podjeli s raspoloživim radnim satima. Produktivnost se mjeri svaki tjedan i za svaki tim posebno, te je na godišnjoj razini određeno koliko bi optimalno trebala iznositi produktivnost.

Prikaz produktivnosti timova za 1. i 2. mjesec 2015. godine

<table>
<thead>
<tr>
<th>2015.</th>
<th>SIJEČANJ</th>
<th>VELJAČA</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>NAZIV TIMA</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>1</td>
<td>64,97 %</td>
<td>76,26 %</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>62,54 %</td>
<td>75,48 %</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>58,90 %</td>
<td>70,11 %</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>58,91 %</td>
<td>62,64 %</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>79,58 %</td>
<td>39,53 %</td>
</tr>
<tr>
<td>6</td>
<td>66,18 %</td>
<td>80,21 %</td>
</tr>
<tr>
<td>7</td>
<td>69,46 %</td>
<td>65,23 %</td>
</tr>
<tr>
<td>8</td>
<td>-</td>
<td>49,23 %</td>
</tr>
</tbody>
</table>

izvor : Kreirao student prema internim podacima poduzeća Crimppi Istra
Za 2015. godinu takozvani „target“ (cilj) za produktivnost iznosi 85%, iz prikazane tablice može se vidjeti da ni jedan tim još nije postigao ciljani postotak produktivnosti. Razlog tome su: korištenje godišnjih odmora od strane zaposlenika, narudžbe novih proizvoda koji se rade po prvi puta pa zahtijevaju više vremena i preciznosti, novonastali tim 8. u drugom mjesecu.

S obzirom na prikazane rezultate parametra produktivnosti može se zaključiti da je većina timova povećala postotak produktivnosti u veljači u odnosu na siječanj te valja očekivati da će produktivnost na razini timova poduzeća doseći potrebni target do kraja godine. Različiti su faktori koji utječu na povećanje produktivnosti (ljudski, tehnički, organizacijski, društveni i prirodnii). Kako bi poduzeće povećalo količinu učinka uz istu razinu zaposlenih radnika potrebna su savršenja sredstva za rad (oprema, tehnološki opremljeni strojevi, automatizacija) koja bi podigla proizvodnu snagu rada te bi stvorila preduvjet za veću produktivnost a time bi se i skratilo trajanje procesa proizvodnje.

3.4.2. Reklamacije kupaca

Zbog velikog interesa za kupce i kvalitetu proizvoda reklamacije kupca od izrazite su važnosti. Svaki se proizvod testira putem elektroničkih naprava kako bi mu se provjerila funkcionalnost. Postoji mogućnost grešaka i kada elektronička naprava prikazuje ispravnost samog proizvoda, najčešće zbog nedostatka printa, konektora ili zabune prilikom brojanja zadane količine budući da se prodaju i proizvodi kojih mora biti i do 5000 prilikom jedne pošiljke. Osim samog testiranja, postoji osoba unutar poduzeća koja još jedanput provjerava svaku pošiljku prije nego se zapakira. Unatoč tome dolazi do reklamacija. Svaka se reklamacija zapisuje, provjerava, pronalazi se uzrok oštećenja, nevaljanosti ili nedostatka proizvoda te se poduzimaju akcije kako bi se izbjegle daljnje reklamacije. Reklamacije su dakako neželjene za poduzeće te je cilj da ih uopće ne bude, ipak, za 2015. godinu dopušta se greška do 0,05 % od cjelokupne proizvodnje. (Prilog broj 1: Tablica sa reklamacijama)
3.4.3. Isporuka na vrijeme

Isporukom na vrijeme uz malu stopu reklamacija povećava se lojalnost kupaca. Stoga je strateški cilj poduzeća da svaki proizvod bude dostavljen kupcu ispravan, u pravo vrijeme i na pravo mjesto. Ispravna će isporuka povećati zadovoljstvo kupca ali i poduzeća na način da radnici stignu proizvesti proizvode u zadanom roku. Za prva 3. mjeseca 2015. godine na razini cijele proizvodnje Crimppi Istra bilježi 90 % isporuka na vrijeme (Prilog broj 2, Isporuke na vrijeme).

Za cijelu 2014. godinu prosjek svih isporuka na vrijeme iznosio je 97 %. Zbog velikog postotka uspješnosti prethodne godine za 2015. godinu target iznosi 99 % od svih isporuka.

3.5. Primjena Iso standarda 14001 i 9001

Standard je dokument kojim se definiraju pravila, smjernice ili karakteristike za aktivnosti ili njihove rezultate, proizvod ili usluga mogu biti taj rezultat (Kvalitet.org, standardi 2014). Standardi u velikoj mjeri objedinjuju pozitivne karakteristike proizvoda i usluga kao što su: kvaliteta, pouzdanost, efikasnost, zamjenjivost. Kada se ispunjavaju zahtjevi standarda proizvodi, sistemi, uređaji i strojevi rade dobro. ISO 14001 i ISO 9001 serije su među najpoznatijim standardima i njih je implementiralo u poslovanje više od milijun organizacija u 175 zemalja širom svijeta (Kvalitet.org, standardi 2014).

ISO 14001 se odnosi na upravljanje okolišem, što znači da poduzeće mora:

- Svojim aktivnostima smanjiti negativne utjecaje na okoliš
- Radi zaštite životne sredine postići postići kontinuirano poboljšanje performansi.

ISO 9001 se odnosi na upravljanje kvalitetom. To znači da poduzeće mora:

- Ispuniti svaki zahtjev kljentata u vezi sa kvalitetom;
- poštovati zakone;
kontinuirano unapređivati zadovoljstvo svog klijenata;

3.5.1. Politika zaštite okoliša


Očuvanju okoliša se pridonosi recikliranjem vlastitog otpada i odabirom ekološki prihvatljivih materijala kad god je to moguće. Recikliranje se vrši na način da se najprije u sanduke sortira neupotrebljiv materijal i ostaci različitih aluminijskih i bakrenih žica, kablova, plastičnih dodataka, a zatim se reciklira jednom tjedno. Crimppi Istra osigurava siguran radni okoliš i sprječava bilo kakve rizike koji se tiču onečišćenja i zagađenja okoliša.

3.5.2. Sustav upravljanja kvalitetom

Crimppijeva pokretačka misija je pružiti kupcima proizvode visoke kvalitete i izvršnu razinu usluge. Tvrtka nabavlja, proizvodi i isporučuje širok asortiman najkvalitetnijih žica, materijala i kablova. Svi postupci vezani za kontrolu kvalitete objedinjeni su u priručnik za kvalitetu koji je napravljen u skladu sa zahtjevima standarda ISO 9001.
Priručnik se koristi radi lakšeg upravljanja procesima i sustavom kontrole kvalitete, kao glavni dokument za izgradnju i unapređenje kvalitete, kao osiguranje kontinuiranog sustava upravljanja kvalitetom, kao temelj za prosudbu sustava upravljanja kvalitetom od strane nezavisne organizacije, za potrebe edukacije i usavršavanja djelatnika (Priručnik za kvalitetu, Crimppi Istra, 2009.). Politika samog sustava kvalitete teži da tvrtka Crimppi Istra d.o.o bude priznata od strane svojih klijenata kao tvrtka za isporuku kvalitetnih proizvoda i nudi izvrsnu razinu usluga.

Zaposlenici su odgovorni za poštivanje pravila i uputa koji se odnose na zaštitu okoliša i sustav upravljanja kvalitetom kao i na upotrebu propisane sigurnosnih propisa, propisane opreme te prijavu bilo kakvih nedostataka vezanih uz isto.
4. ANALITIČKI OKVIRI POSLOVANJA NA PRIMJERU PODUZEĆA CRIMPPI ISTRA D.O.O.

Prije same analize kretanja prihoda, rashoda i dobiti valja napomenuti nekoliko događaja koji su utjecali na poslovni rezultat kao što su: financiranje izgradnje novog proizvodnog pogona u Žminju u razdoblju 2010.-2012. godine, povećanje obima proizvodnje, povećanje količina pošiljki, povećanje broja dobavljača i kupaca


Osnovna podjela prihoda svakog poduzeća je na: poslovne, financijske i izvanredne prihode. Struktura poslovnih prihoda čini prihode od prodaje i ostale poslovne prihode. Prihodi od prodaje za Crimppi Istru čine 99,5 % ukupnih poslovnih prihoda te nastaju prodajom proizvoda/usluga a priznaju se u trenutku isporuke. Financijski prihodi nastaju kao posljedica ulaganja u financijsku imovinu, svi financijski prihodi iskazani u tablici br. 3 proizlaze iz ostvarenih kamata i pozitivnih tečajnih razlika. Prikazana tablica u nastavku pokazuje trend kretanja prihoda Crimppi Istre u razdoblju od 5 godina.

Tablica broj 3: Kretanje prihoda Crimppi Istre 2010. - 2014. godine

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>PRIHODI</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>POSLOVNI</td>
<td>9 992</td>
<td>5 248 697</td>
<td>8 570 394</td>
<td>12 532 785</td>
<td>17 750 685</td>
</tr>
<tr>
<td>FINANCIJSKI</td>
<td>1 234</td>
<td>66 135</td>
<td>53 565</td>
<td>66 670</td>
<td>159 501</td>
</tr>
<tr>
<td>UKUPNI</td>
<td>11 226</td>
<td>5 314 832</td>
<td>8 623 959</td>
<td>12 599 455</td>
<td>17 910 186</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Izvor: kreirao student prema podacima objavljenim na [http://rgfi.fina.hr/JavnaObjava-web/pSubjekTrazido](http://rgfi.fina.hr/JavnaObjava-web/pSubjekTrazido)

Iz prikazane tablice može se vidjeti da u promatranom razdoblju od 2010. do 2014. prihodi imaju trend rasta. Najveći rast prihoda bio je 2012. godine s obzirom na
početnu 2010. Uzrok naglog rasta bio je preseljenje tvornice u novi, veći, proizvodni pogon u Žminj, što je rezultiralo širenjem palete proizvoda, povećanjem narudžbi od strane kupca odnosno povećanje prodaje čime su ostvareni znatno veći poslovnii i financijski prihodi. Trend pozitivnog rasta prihoda nastavljen je u naknadnim godinama a u 2014. Godine ukupni su prihodi u odnosu na 2013. povećani za 42 %.

4.2. Trend kretanja rashoda od 2010. do 2014. godine

Isto kao i prihodi, rashodi se također mogu podijeliti na dvije osnovne skupine: poslovne i financijske rashode. Tipični poslovni rashodi proizvodnog poduzeća su rashodi prodanih proizvoda odnosno onaj dio troškova koji je sadržan u prodanim proizvodima. Poslovni rashodi u strukturi ukupnih rashoda poduzeća Crimppi Istre sudjeluju sa više od 90 %. Financijski rashodi nastaju kao posljedica korištenja tudih novčanih sredstava a iskazani financijski rashodi odnose se na kamate i negativne tečajne razlike. Crimppi Istra izložena je promjeni tečaja inozemne valute, što predstavlja rizik prilikom prilikom nabave, prodaje i uzimanja kredita koji su denominirani u stranoj valuti, naročito u eurima.

Tablica broj 4: Kretanje rashoda Crimppi Istre od 2010. - 2014. godine

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>RASHODI</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>POSLOVNI</td>
<td>689 223</td>
<td>6 943 555</td>
<td>9 035 718</td>
<td>11 909 531</td>
<td>16 533 595</td>
</tr>
<tr>
<td>FINANCIJSKI</td>
<td>45 353</td>
<td>185 226</td>
<td>377 616</td>
<td>317 093</td>
<td>375 445</td>
</tr>
<tr>
<td>UKUPNI</td>
<td>734 586</td>
<td>7 128 781</td>
<td>9 413 334</td>
<td>12 226 625</td>
<td>16 909 040</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Izvor: Kreirao studnet prema podacima objavljenim na http://rgfi.fina.hr/JavnaObjava-web/pSubjektTrazi.do

4.3. Profit


Tablica broj 4: Kretanje profita Crimppi Istre 2010. - 2014. godine

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>DOBIT</td>
<td>-723 360</td>
<td>-1 813 949</td>
<td>-789 830</td>
<td>372 830</td>
<td>1 001 146</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Izvor: Kreirao student prema podacima objavljenim na [http://rgfi.fina.hr/JavnaObjava-web/pSubjektTrazi.do](http://rgfi.fina.hr/JavnaObjava-web/pSubjektTrazi.do)

5. IZVOZ I UVOZ NA PRIMJERU PODUZEĆA CRIMPPI ISTRA D.O.O.

„Erp sonet“

Crimppi Istra d.o.o je poduzeće koje nasumično obavlja funkcije uvoza i izvoza. Kako bi se olakšalo međunarodno poslovanje tvrtka se koristi specifičnim programom prognoze nabave „ERP SONET“. Taj je program namijenjen tvrtkama koje proizvode velike količine proizvoda u zadanom roku, i koje imaju stalne kupce. Program funkcionira na način da stvara prognoze kada će biti potrebna nabava novog materijala ili na temelju prošlih događaja izračunava kada je moguća sljedeća narudžba postojećeg kupca, osim procesa nabave program je namijenjen svim izračunima koji su potrebni unutar poslovanja poduzeća.

Carinjenje robe

Prilikom izvoza i uvoza iz Republike Hrvatske svako registrirano poduzeće mora poštovati važeće zakone, ponajviše u vidu carinskih tarifa i zapisnika otpreme/dopreme. Ukoliko je poduzeće registrirano na području Europske Unije ono ima pravo na slobodan izvoz i uvoz robe u EU-u. Prema tome, vlasti neke države nisu ovlaštene ograničavati trgovinu odnosno količine uvoza ili izvoza.

Ulaskom Republike Hrvatske u Europsku Uniju ukinule su se granične kontrole i carinske formalnosti pri kretanju roba između Republike Hrvatske i drugih članica Europske unije (adacta.hr, Zakonske izmjene i EU 2013).

Carinske se tarife utvrđuju prema zakonodavstvu Europske Unije, pri čemu zemlje Europske unije imaju preferencijalne tarife prema drugim zemljama članicama, a prema trećim zemljama se obračunavaju ne-preferencijalne tarife.

Jedinstvena carinska deklaracija prestaje biti izvor podataka te se za statistiku robne razmjene između zemalja članica EU koristi intrastat. Putem intrastat obrasca prati se robna razmjena između zemalja članica EU, pritom RH ima zapise o svim otpremama i dopremama koje su obavljene prelaskom granične crte.
Pariteti isporuke


Za otpremu se koriste EXW – Franko tvornica, i klauzula FCA – franko prijevoznik što znači da je prodavatelj izvršio svoju obvezu, te trošak i rizik nad robom prelazi na kupca kad prodavatelj stavlja robu na raspolaganje prijevozniku (ili drugoj osobi koju je imenovao kupac), izvozno carinjenu i to u prodavateljevim prostorijama (utovarena na prijevozno sredstvo kupca) ili na nekom drugom imenovanom mjestu na prijevoznom sredstvu prodavatelja (Izvoznici.hr, incoterms 2010).
5.1. Izvoz

Postupak izvoza podrazumijeva složen proces koji je potrebno pažljivo analizirati prije nego se započne njegova realizacija. Najvažnije je kod izvoza da se pronađu lojalni kupci, definira paritet isporuke, osiguraju kvalitetne špedicijske i logističke usluge te pravodobna naplata isporučene robe, da se smanje mogući rizici a troškovi svedu na minimum kako bi izvozni posao bio profitabilan. Specifičnom tehnikom izvršenja izvoznog posla svaka tvrtka će nastojati uspješno realizirati izvozni posao.

5.1.1. Tehnika izvršenja izvoznog posla

Izvoz svakog poduzeća se izvršava u fazama. Izvršenje se može podijeliti u 3 karakteristične faze (Andrijanić, 2005, str. 252):

1. Pripremne radnje
2. Ugovaranje posla i njegovo operativno izvršenje
3. Zaključne radnje

Ovisno o djelatnosti poduzeća, načinu izvoza, broju posrednika prilikom izvoza i sl., mogu se razlikovati radnje unutar faza koje poduzeća primjenjuju.

Pripremne radnje tvrtke Crimppi Istra obuhvaćaju:

- Određivanje vrste proizvoda koja je namijenjena izvozu
- Dobivanje upita od kupca ili Sonet prognoza
- Izrada terminskog plana izvoznika za ostvarenje predmetnog izvoznog posla
- Upit špediteru o zavisnim troškovima koji prate robu u izvozu i ugovaranje incotermsa
- Potvrda špeditera o svim zavisnim troškovima
- Izrada pretkalkulacije izvoznog posla
- Izrada ponude inozemnom kupcu koja sadržava sve elemente koji se unose u kupoprodajni ugovor
Prihvat ponude od strane inozemnog kupca, eventualne korektivne radnje
Narudžba od kupca
Osiguranje naplate od kupca

Vrsta proizvoda koja je namijenjen izvozu odabire se na temelju kontrole kvalitete i elektronske kontrole ispravnosti proizvoda. Ukoliko postoji potreba za novom nabavom od strane kupca program Sonet ispisuje prognozu te se na temelju prognoze naručuje materijal za izradu željene količine proizvoda, za izvoz. Uprava izrađuje vlastiti terminski plan za ostvarenje izvoznog posla. Špediteru se šalje upit o mogućnosti obavljanja špediterskog posla te troškovima koji će pratiti izvozni posao. Špediter šalje potvrdu o svim zavisnim troškovima kao što su transport, osiguranje, pregledi robe, utovar, preotovar, skladišnina i slično. Izrađuje se pretkalkulacija izvoznog posla koja uključuje troškove proizvodnje proizvoda i troškove špeditera. Kupcu se elektronskom poštom šalje početak prodaje ili priprema robe za izvoz ili dostava dispozicije špediteru ukoliko je potrebno. Obavijest špeditera da je prijevozno sredstvo rezervirano i ugovoreno. Osnovni kupac potvrđuje ili korigira elemente poslane ponude. Ukoliko se kupac slaže sa svim navedenim u ponudi potpisuje se kupoprodajni ugovor a kupac kao odgovor na ponudu kreće se na izvozni posao. Nakon što se osigura naplata od kupca potrebno je izvršiti izvozni posao.

Sljedeća se faza odnosi na operativno izvršenje izvoznog posla:

Početak proizvodnje ili priprema robe na skladištu za izvoz
Dostava dispozicije špediteru ukoliko je potrebno
Obavijest špeditera da je prijevozno sredstvo rezervirano i ugovoreno
Carinjenje robe - izvozno
Obavijest kupca da je preuzeo isporučenu robu

Skladište se bazira na FIFO metodi tj. Onaj proizvod koji postoji na zalihi i proizveden je s ranijim datumom prvi „izlazi“ iz poduzeća. Proizvodi koji napuštaju tvornicu su pakirani na način koji je prethodno dogovoren s kupcem. Ako dogovor ne postoji osoba koja pakira odabire prikladnu ambalažu u skladu sa veličinom proizvoda, težinom, načinom otpreme i udaljenošću. Naljeplnica sa adresom stavlja se na paket te mora sadržavati sljedeće elemente:

- Ime kupca
- Broj narudžbe
- Naziv proizvoda
- Numerički kod proizvoda
- Količinu
- Datum otpreme


Posljednja faza vezana je uz zaključne radnje koje prate izvozni posao:

- Dostava svih dokumenata od strane špeditera
- Dopis inozemnom kupcu da mu je roba otpremljena s podacima o pošiljci i prijevoznom sredstvu
- Usporedba pretkalkulacije sa definiranom kalkulacijom izvoznog posla na temelju ostvarenog deviznog priljeva
- Evidentiranje izvoznog posla u intrastat
- Računovodstveno praćenje izvršenog posla
- Arhiviranje dokumentacije
Za Crimppi tvrtku karakteristično je da ima stalne kupce, stoga se cijela procedura izvršenja izvoznog posla samo „prepisuje“ odnosno nastavlja na prošli nalog. Ukoliko posluje sa kupcima koji su novi ili povremeni tada se postupak izvršenja izvoznog posla radi u cijelosti od pripremnih radnji.

5.1.2. Poslovni subjekti koji sudjeluju u izvozu

Osim samog izvoznika – domaćeg proizvođača (Crimppi Istra) i uvoznika (inozemni kupci) u izvozu sudjeluju i posrednici. Distribucija prijevoza je organizirana na dva načina ovisno o sjedištu kupca. **Prvi način** vezan je za inozemne kupce koji posluju unutar granica Europske Unije. Iz proizvodnog pogona Žminj do Ljubljane uslugu prijevoza obavlja prijevoznik Vretenar, obrt za prijevoz tereta u cestovnom prijevozu, a iz Ljubljane proizvodi dolaze do krajnjih kupaca preko različitih posrednika, ovisno o tome koji je paritet isporuke. Onda kad je za prijevoz i distribuciju do stranog odredišta zadužen prodavatelj tada Crimppi Istra najčešće angažira Schenker špedicijsku kuću.

**Drugi način** je vezan za inozemne kupce izvan granica Europske Unije, na primjer: ABB Kina. Tada distribucija kreće iz proizvodnog pogona Žminj sa istim prijevoznikom Vretenarom do „Maurice Ward“ špeditorske kuće u Ljubljani zadužene za avionski prijevoz robe do Kine. „Maurice Ward“ špeditorska kuća pokriva gotovo cijeli svijet sa svim avioprijevoznicima koji imaju vezu do zračne luke „Jože Pučnik“ (Ljubljana). Isporučeni proizvodi putuju do određenog odredišta u Kini sa avionskom agencijom „ChinaAirlines“. Sve carinske procedure i dokumentaciju prema trećim zemljama obavlja špeditorska kuća „Maurice Ward“.

Zbog značajka djelatnosti i velike palette proizvoda ponekad se dogodi da je neki proizvod kupcu hitan tada će taj proizvod biti označen kao hitnoća, on se šalje inozemnom kupcu preko „DHL Expressa“ bilo da je vezano za otpremu unutar Europske Unije ili za izvoz u treće zemlje. (Prilog broj 3 – DHL Express)

Ukoliko se radi o izvozu u Kini šalje se dispozicija u „Maurice Ward“ te oni organiziraju cjelokupni proces izvoza a ukoliko se radi o izvozu za Indiju tada izvoz ide
preko špediterske kuće „Schenker“ iz Ljubljane te se dispozicija šalje za Ljubljano.

(Prilog broj 4 – Dispozicija Schenker, Prilog broj 5- Dispozicija Mauroce Ward).

Za otpremu u zemlje Europske Unije nisu potrebne dispozicije posrednicima zbog kontinuiranog poslovanja tvrtke Crimppi Istra sa izvoznim posrednicima i špediterima.

Tablica broj 5: Najvažniji kupci i promet tvrtke Crimppi Istra d.o.o za 2014. godinu

<table>
<thead>
<tr>
<th>KUPCI</th>
<th>PROMET U KN</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Crimmppi Oy, Finland</td>
<td>7 504 799</td>
</tr>
<tr>
<td>ABB Oy, drives Estonia</td>
<td>4 304 204</td>
</tr>
<tr>
<td>ABB Beijing drive systems co LTD, Indija</td>
<td>249 282</td>
</tr>
<tr>
<td>VACON SRL, Italija</td>
<td>85 620</td>
</tr>
<tr>
<td>FILIX d.o.o., Hrvatska</td>
<td>5 426</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Izvor: Obrada studenata prema internim podacima Crimppi Istra d.o.o.

Prema prikazanoj tablici vidljivo je da je u 2014. godini Crimppi Istra d.o.o najviše izvozila u Finsku, svojoj matičnoj tvrtci Crimppi Oy te da 4 553 486 kuna prometa otpada na kupca ABB koji posluje na različitim lokacijama diljem svijeta.

5.1.3. Proces izvoza na primjeru proizvoda „3AUA00000102773“

Na sljedećem primjeru objašnjava se izvoznii postupak i sve radnje koje su potrebne kako bi se izvoz uspješno realizirao.

Izvoz se nastavlja nakon uvoza (t. 5.2.3.) i proizvodnje po nalogima kupca. Proizvod „3AUA00002773“ je izrađen u određenoj količini u danom tjednu. Nakon što se provjeri ispravnost i pravilno se upakira spreman je za izvoz. Uprava šalje kupcu ABB OY, u Estoniju potvrdu o izrađenim proizvodima te započinje proces izvoza. (Prilog broj 6 – potvrda o izradi proizvoda)

Vretenar prijevoznik dolazi po robu za izvoz te potpisuje međunarodni tovarni list (CMR). Važni podaci u međunarodnom tovarnom listu su: pošiljatelj, primatelj, priloženi dokumenti, vrsta i količina transportirane robe, registracijska oznaka vozila, prijevoznik. Te podatke treba jasno ispuniti u teretnome listu. Primjenjuje se kada se
lokacija na kojoj se preuzima roba i lokacija na koju robu treba dostaviti nalaze u dvije različite države. Prema paritetima je dogovoreno da je mjesto isporuke Schenker skladište u Ljubljani. Budući da je ugovoren incoterms FCA obveza prodavatelja prestaje kada isporuči robu na označeno mjesto isporuke. Kada svi sudionici u izvozu potpišu CMR tovarni list za posrednika se smatra da je uspješno obavio posao izvoza.(prilog broj 7 – CMR za izvoz)

Pri povratku špediter Vretenar odlazi u poduzeće Crimppi Istra i dostavlja svu potrebnu dokumentaciju koja se zatim arhivira. Sam izvoz se smatra uspješno obavljen kad se naplate sredstva a otprema upiše u intrastat pod obrascem intrastat otprema sa svim podacima. (prilog broj 8 – intrastat obrazac otprema)

5.2. Uvoz

Uvozni posao je složen proces koji se mora detaljno proučiti prije nego što se krene u njegovo ostvarenje. Najbitnije je kod uvoza pronaći pouzdanog dobavljača, osigurati se od mogućih rizika, te dogovoriti uvjete pod kojima će se roba uvoziti. Jedan od glavnih interesa uvoza je ostvariti što manje troškova prilikom uvoza robe i ostvarivanje što veće zarade. Nabavni proces je osnovna poslovna funkcija svakog poduzeća te obuhvaća organizaciju i planiranje nabave te utvrđivanje količine materijala.

5.2.1. Tehnika izvršenja uvoznog posla

Potreba za nabavom materijala javlja se kod nove narudžbe ili minimalne količine materijala na skladištu. Tehnika izvršenja uvoznog posla također ima pripremne, operativne i zaključne radnje.

Pripremna faza uvoznog posla provodi se na temelju prognoza i narudžbi kupaca, te na godišnjim ugovorima i narudžbama temeljenim na njima. Većina je materijala obuhvaćeno godišnjim ugovorima sa dobavljačima, to su oni materijali koji se uvoze svaki tjedan, svakih 15 dana ili svaki mjesec. Za takve materijale Sonet sustav
izračunava prognozu odnosno bilježi njihovu količinu koja se nalazi na zalihi te obavještava odjel nabave kada se dosegnu minimalne količine. Materijali koji nisu obuhvaćeni godišnjim ugovorima naručuju se ovisno na temelju prognoza koje dostavlja kupac.

Najmanje ove stavke moraju biti uključene u narudžbu:

- Ime i adresa dobavljača
- Broj narudžbi i datum
- Ime osobe koja je izvršila narudžbu
- Adresa dostave, način dostave, uvjeti poslovanja
- Traženi tjedan dostave
- Šifra materijala (Od Crimppi istra i dobavljača) količina, cijena i valuta

Cijena i šifra materijala se temelje na ponudama od dobavljača. Sve narudžbe moraju biti sastavljene u pisanom dokumentu te se šalju dobavljačima faksom ili elektronskom poštom nakon čega dobavljač vraća natrag potvrdu narudžbe. Potvrda se uspoređuje sa originalnom narudžbom i moguće se izmjene moraju unijeti u sustav te se šalje čvrsta potvrdu narudžbe. Odabir dobavljača za Crimppi Istra većinom provodi matična tvrtka Crimppi Oy, te se time olakšava samo istraživanje tržišta od strane Crimppi Istra kao i ispitivanje boniteta pojedinog dobavljača. Svi ostali dobavljači materijala za proizvodnju koje odabere Crimppi Istra moraju biti odobreni od matične tvrtke. Na taj način se tvrtka osigurava od rizika nepoznavanja dobavljača. Klasični zahtjev za ponudom se u poduzeću šalje samo u slučaju novog proizvoda, povećane narudžbe ili kad je riječ o novom dobavljaču. Upravitelj uprave mora potvrditi da se ponuđeni materijal u potpunosti slaže sa zahtjevima Crimppi Istra d.o.o

**Operativna faza** uvoznog posla obuhvaća poslove vezane uz dokumentaciju prilikom uvoza:

1. Dispoziciju
2. Trgovačku fakturu
3. Pregled kvalitete i kvantitete materijala
4. Carinjenje uvezene robe

39
Trgovačka faktura služi kao osnova za plaćanje preuzete robe te kao dokument prilikom naplate svojih usluga. Da bi se osigurala kvaliteta i kvantiteta uvozne robe potrebno je da ispunjava određene propise i uvjete.

Carinjenje uvezene robe vrši se prema Zajedničkoj carinskoj tarifi Europske Unije. Svaka se doprema robe iz Europske Unije unosi u intrastat gdje se prati statistika robne razmjene između zemalja članica. Za obavljanje carinskih formalnosti prema trećim zemljama koristi se jedinstvena carinska deklaracija (ekstrastat).

Zaključne radnje uvoznog posla obuhvaćaju:
- Isplata isporučene robe
- Izrada konačne kalkulacije uvoznog posla
- Dopis uvoznika dobavljaču
- Ispunjavanje nadzorne knjige o uvozu

Postupak isplate isporučenog materijala kreće tek kada stigne u skladište i utvrde se sve ispravnosti. Konačna se kalkulacija uspoređuje sa prethodnom i utvrđuje isplativnost uvoznog posla, dobavljaču se šalje potvrda o primitku pošiljke a u nadzornu knjigu se upisuje obavljen uvoz. Uvozni posao je završen tek kada se ispravno ispune sve radnje vezane uz dokumentaciju.

5.2.2. **Poslovnii subjekti vezani uz uvoz**

Osim samog uvoznika – domaći kupac, u uvoznom poslu sudjeluje veći broj dobavljača iz različitih zemalja kao i posrednici specijalizirani za uvoz.

Dobavljači s kojima poduzeće posluje iz područja Europske Unije:
- Crimppi Oy, Finska, razno
- EBV ELEKTRONIK GmmbH & Co, Švedska, optički kabeli i konektori za optičke kabele
- AmospecialkabelAB, Švedska, kablovi
- Leoni Draht GmbH, Njemačka, kablovi
- Intertape Polymer Europe GmbH, Njemačka, krep traka
- Wieland elektric GmbH, Njemačka, konektori
- J.S.T., Belgija, terminali i konektori
*Hellermantyton, Velika Britanija, perlice za označavanje*
*Essentra Components, Velika britanija, bužiri i vezice*
*S.I.G.I. srl, Italija, bužiri*

Tablica broj 6: Najvažniji dobavljači i promet tvrtke Crimppi Istra d.o.o

<table>
<thead>
<tr>
<th>DOBavljači</th>
<th>PROMET U KN</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Crimppi Oy</td>
<td>2 387 631</td>
</tr>
<tr>
<td>EBV ELEKTRONIK GmbH &amp; CoKG</td>
<td>1 039 185</td>
</tr>
<tr>
<td>Leoni Draht GmbH</td>
<td>810 668</td>
</tr>
<tr>
<td>AmospecialkabelAB</td>
<td>719 174</td>
</tr>
<tr>
<td>J.S.T. Belgium N.V.</td>
<td>692 280</td>
</tr>
<tr>
<td>S.I.G.I. srl</td>
<td>525 797</td>
</tr>
<tr>
<td>Wieland electric GmbH</td>
<td>322 720</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Izvor: obrada studenta prema internim podacima tvrtke Crimppi Istra

Prema navedenoj tablici može se zaključiti da se je u 2014. godine najviše uvozilo materijala od matične tvrtke Crimppi Oy, u protuvrijednosti 2 386 631 kn. Uzrok tome je što se neki materijali potrebni za izradu proizvoda proizvode u pogonu u Finskoj, stoga je za poduzeće isplativije uvoziti od svoje matične tvrtke nego što bi to bilo da se istražuju ostali potencijalni dobavljači. Optički kablovi i konektori za optičke kablove tvrtke EBV elektronik sljedeći su najvažniji u uvozu materijala što se pripisuje činjenici da više od pola cjelokupnog proizvodnog asortimana u sebi sadržava optičke kablove i konektoare. Nastavak tablice pripada tvrtkama za kablove, bužire i konektore koji se koriste na dnevnoj razini te je njihova narudžba konstantna.

**Posrednici** koji sudjeluju u uvozu su Vretenar prijevoznik i Schenker Ljubljana. Sav se materijal doprema do skladišta Schenker Ljubljana gdje je preuzima Vretenar prijevoznik te doprema do proizvodnog pogona u Istri. Kao i kod izvoza ukoliko nekog materijala nema na skladištu a potreban je za izradu proizvoda u tekućem tjednu, tada se materijal naručuje preko „DHL Express-a“.
5.2.3. Proces uvoza na primjeru proizvoda „3AUA0002773“

Proizvod s navedenom šifrom predstavlja set žica – sklop na koje se spajaju konektori, konektori za optički kabel, proizvodi od plastičnih masa, žice, žljebovi, termo bužiri.

U program Sonet su upisani svi radni nalozi, oni koji su trenutno u proizvodnji (oni koji na kraju šifre imaju broj 2) te oni koji su predviđeni za proizvodnju u sljedećih nekoliko tjedana. Program sam izračunava koliko će materijala trebati za proizvodnju proizvoda „3AUA0002773“ te oduzima potreban materijal od stanja na skladištu. Tako je stvorena nova količina materijala koja se sada, u ovom trenutku nalazi na skladištu. (prilog broj 9 – Sonet sustav)

Program izračunom ispisuje koje su potrebne vrste i količine materijala potrebnog za izradu proizvoda „3AUA0002773“. (prilog broj 10 – Sonet program – potreba narudžbe) U slučaju proizvoda „3AUA0002773“ potrebno je naručiti materijal od sljedećih dobavljača:

1. Amokabel, Austrija
2. Crimppi Oy, Finska
3. EBV elektronik, Švedska
4. S.I.G.I Italija
5. J.S.T. Belgija

Automatski se šalje narudžba materijala budući da je riječ o dobavljačima s kojima se posluje svakodnevno. Pri primitku narudžbe inozemni dobavljač u ovom slučaju Crimppi Oy provjerava dostupne materijale koji su raspoloživi za izvoz, te šalje dokument sa istima u kojem traže od Crimppi Istre potvrdu naružbe, čvrstu narudžbu. (prilog broj 11 – povratni dokument za potvrdu narudžbe).

Iz različitih dijelova Europe šalju se proizvodi u Ljubljanu većinom sa špediterom Schanker ovisno o dogovorenoj klauzuli. U špedicijskom skladištu kuće Schanker sve proizvode preuzima Vretenar prijevoznik, koji preuzima međunarodni tovarni list CMR. (prilog broj 12 – CMR za uvoz)
Nakon što materijal stigne u poduzeće potrebno je prijaviti u Intrastat sve što se je uvezlo, popunjava se obrazac primitak – intrastat te upisuju svi potrebni podaci. (prilog broj 13 – intrastat doprema)

Sva dokumentacija se sprema te se vrši isplata za isporučen materijal na račune dobavljača.
6. PREPORUKE I PRIJEDLOZI ZA NASTAVAK RAZVOJA MEĐUNARODNOG POSLOVANJA

Uprava poduzeća svake godine radi strateški plan u okviru dugoročnog opstanka poduzeća i razvoja međunarodne trgovine gdje se na temelju prošlih događanja izračunavaju potencijalne mogućnosti daljnjeg poslovanja poduzeća.

Na temelju istraživanja sustava izvoza i uvoza za poduzeće Crimppi Istra d.o.o. izvedene su preporuke i prijedlozi za daljnji međunarodni razvoj.

6.1. Predviđanje razvoja poslovanja od strane poduzeća

Dugoročnim se planom u sljedećih 5 godina planira povećati prihod za više od 6 milijuna kuna na godinu, zaposliti više od 50 radnika te zbog povećanja opsega proizvodnje proširiti tvornicu na dodatnih 1500 m².

Promatrajući međunarodna tržišta i pokrivenost potražnje diljem svijeta poduzeću je u interesu doprijeti na tržišta Južne Amerike: Brazila, Meksika i Kube. Crimppi Istra predviđa rast prodaje gotovih proizoda za 12,5 %. Gledajući parametre mjerenja uspješnosti poduzeća budući da se „target“ isporuke na vrijeme od 99 % u 2014. godini nije ostvario isti se izazov postavlja za tekuću, 2015. godinu dok se u okviru reklamacija kupaca „target“ smanjuje na mogućnost reklamacija od samo 0,05 % budući je u 2014. godini ostvaren zadani od 0,1 % svih reklamacija kupaca.

Poduzeće osim parametara uspješnosti i same prodaje predviđa i daljnji rast ukupnog prometa poduzeća. Tako se za 2015. godinu planira ostvariti ukupni promet od 3,4 milijuna eura, a na temelju predviđanja do 2017. godine taj bi iznos trebao prelaziti 4,4 milijuna eura. Gledajući sa strane zapošljavanja novih radnika do kraja 2015. godine cilj je doći do 103 zaposlenika, a do kraja 2016. godine i do 30 novih zaposlenika.
6.2. Preporuke i prijedlozi za daljnji razvoj poduzeća

Poduzeće Crimppi Istra d.o.o. relativno je mlado poduzeće koje se kao takvo susreće sa nizom izazova što zbog utjecaja kupaca na vlastitu proizvodnju što zbog preseljenja proizvodnog pogona.

Budući da se unutar poduzeća proizvodi preko tisuću proizvoda treba pronaći način za specijalizaciju u proizvodnji nekoliko stotina najisplativijih proizvoda koji bi tada doprinijeli većoj prepoznatljivosti na različitim međunarodnim tržištima, povećanom broju kupaca a samim tim i povećanju međunarodne trgovine.

Upravo zbog velikog obima posla trebalo bi rasteretiti zaposlenike na način da se novim tehnološkim rješenjima poput nabavke novih strojeva za izradu materijala, novih bržih i razvijenijih pisača šifri, novih materijala praktičnijih za rukovanje.

Gledano sa strane uvoza, unaprjeđenje sustava špedicije, transporta i prijevoza u okviru dopreme robe direktno u proizvodni pogon znatno bi smanjilo troškove što je i jedan od glavnih interesa uvoza.
6. ZAKLJUČAK

Crimppi Oy je Finska tvrtka specijalizirana za poslove izvoza i uvoza visokokvalitetnih elektroničkih i elektromehaničkih žica i kablova. Proizvodi poduzeća podijeljeni su u 3 segmenta: Kabelske sklopove, obradu plastičnih optičkih niti te elektroničkih i elektromehaničkih sklopova. Jedan od 3 proizvodna pogona matične tvrtke Crimppi Oy smješten je u RH u Žminju pod nazivom Crimppi Istra d.o.o gdje zapošljava 100 radnika.

Poduzeće Crimppi Istra d.o.o. je isključivo orijentirano ka kupcima a lojalni kupci poput ABB-a i VACON-a sami stvaraju potražnju za proizvodom na način da naručuju željeni proizvod direktno od proizvođača. Od proizvođača (izvoznika) u ovom slučaju Crimppi Istra se očekuje da ispuni očekivanja samih kupaca u vezi kvalitete, izgleda i funkcionalnosti naručenog proizvoda.

Crimppi Istra d.o.o. počinje sa poslovanjem u novoj tvornici u Žminju krajem kolovoza 2013. godine što je utjecalo na povećane rashode zbog dodatne investicije u proizvodni pogon. Od 2013. godine do danas poduzeće bilježi konstantan rast prihoda te se u skladu sa dosadašnjim ostvarenim rezultatima očekuje dvostruki rast prihoda za nadolazeće godine.

Sav potreban materijal za izradu proizvoda se uvozi. Prednost uvoza materijala prepoznaje se u ekonomski isplativijim materijalima nego što bi to bilo da se proizvode unutar poduzeća ali i pristupačnost sadašnjih dobavljača - unutar granica EU-e. Zbog dopreme unutar granica EU olakšani su svi carinski poslovi vezani uz niz pravila, procedura i dokumentacije.

Sam sustav izvoza i uvoza zamišljen je preko specifičnog programa „Sonet“ koji prati zalihe materijala na skladištu te signalizira potrebu za novim materijalima/gotovim proizvodima.

Radi olakšanog transporta, prijevoza i špedicijskih usluga u proces izvoza i uvoza uključeni su i posrednici (Vretenar, Stori Šped, Maurice Ward) koji doprinose pravodobnoj isporuci robe na točno određeno mjesto.
Pođuće samo po sebi stvara dodatnu vrijednost s time što utječe na pozitivan rast gospodarstva RH, najviše u pogledu zapošljavanja domaćih radnika te potenciranju izvoza. Praćenje otpreme i dopreme vrši se putem Intrastata za sve materijale/gotove proizvode koji ulaze ili izlaze iz poduзеća.
LITERATURA

KNJIGE

1) Andrijanić, I.: Poslovanje u vanjskoj trgovini, Mikrorad, Zagreb. 2005
2) Andrijanić, I: Vanjska trgovina, Mikrorad, Zagreb. 2005
3) Matić, B.: Vanjskotrgovinsko poslovanje, Sinergija nakladništvo, Zagreb. 2004
4) Grbac, B.: Izazovi međunarodnog tržišta, Sveučilište u Rijeci, Promarket, Rijeka. 2009

INTERNET IZVORI

http://www.crimppi.fi/
http://rgfi.fina.hr/JavnaObjava
http://www.carina.hr/Ostalo/SiteSearch.aspx
http://www.dzs.hr/Hrv/intrastat/intrastat.htm
http://www.poslovni.hr
http://www.hrvatski-izvoznici.hr/Cms_Data/Contents/hiz/Folders/dokumenti/~contents/BGL2KREHASERP_NEM/incoterms-oznake.pdf
http://www.adacta.hr/newsletter/Zakonske_izmjene_i_EU_Final.pdf
http://www.abb.hr/?_ga=1.69424272.1693463470.1429013158

OSTALI IZVORI

Interni podaci poduzeća Crimppi Istra d.o.o.
**Popis slika**
Slika 1: Prikaz tvrtke Crimppi Istra d.o.o. u Žminju ................................................................. 17
Slika 2: Prikaz proizvoda "3UA0000102773" ................................................................ 22

**Popis tablica**
Tablica broj 1: Paleta proizvoda Crimppi Istre d.o.o ............................................................. 21
Tablica broj 2: Prikaz produktivnosti timova za 1. i 2. mjesec 2015. godine ....................... 23
Tablica broj 3: Kretanje prihoda Crimppi Istre 2010. - 2014. godine ................................. 28
Tablica broj 5: Kretanje profita Crimppi Istre 2010. - 2014. godine ............................... 30
Tablica broj 6: Najvažniji kupci i promet tvrtke Crimppi Istre d.o.o za 2014. godinu .. 37
Tablica broj 7: Najvažniji dobavljači i promet tvrtke Crimppi Istre d.o.o ...................... 41

**Popis priloga**
Prilog broj 1: Reklamacije kupaca ...................................................................................... 50
Prilog broj 2: Isporuke na vrijeme ....................................................................................... 51
Prilog broj 3: Hitna isporuka - DHL express ....................................................................... 52
Prilog broj 4: Dispozicija za Indiju ..................................................................................... 53
Prilog broj 5: Dispozicija Maurice Ward (izvoz u Kinu) ..................................................... 54
Prilog broj 6: Narudžba od kupca ......................................................................................... 55
Prilog broj 7: Međunarodni tovarni list CMR - za izvoz ..................................................... 56
Prilog broj 8: Intrastat obrazac - otprema ......................................................................... 57
Prilog broj 9: Sonet program - praćenje zaliha materijala .................................................... 58
Prilog broj 10: Potreban materijal za izradu proizvoda "3AUA0000102773" .................... 59
Prilog broj 11: Nabava materijala od dobavljača - potvrda narudžbe ................................. 60
Prilog broj 12: CMR tovarni list - za uvoz ......................................................................... 61
Prilog broj 13: Obrazac primitak - intrastat...................................................................... 62
Prilog broj 1: Reklamacije kupaca
OTD to warehouse | Target 99% (higher is better)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Average of OTD</th>
<th>Column Labels</th>
<th>1</th>
<th>2</th>
<th>3</th>
<th>4</th>
<th>5</th>
<th>6</th>
<th>7</th>
<th>8</th>
<th>Grand Total</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Row Labels</td>
<td></td>
<td>1</td>
<td>2</td>
<td>3</td>
<td>4</td>
<td>5</td>
<td>6</td>
<td>7</td>
<td>8</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>1</td>
<td></td>
<td>78,46%</td>
<td>95,2</td>
<td>94,5</td>
<td>75,9</td>
<td>91,5</td>
<td>86,59</td>
<td>95,8</td>
<td></td>
<td>88,60%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>4%</td>
<td>2%</td>
<td>3%</td>
<td>3%</td>
<td>%</td>
<td>3%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td></td>
<td>82,14%</td>
<td>97,5</td>
<td>90,7</td>
<td>72,3</td>
<td>90,7</td>
<td>100,0</td>
<td>80,9</td>
<td>93,55</td>
<td>90,05%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0%</td>
<td>4%</td>
<td>4%</td>
<td>4%</td>
<td>0%</td>
<td>5%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td></td>
<td>100,00%</td>
<td>88,2</td>
<td>79,1</td>
<td>85,7</td>
<td>90,4</td>
<td>100,0</td>
<td>92,8</td>
<td>100,0</td>
<td>93,33%</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>4%</td>
<td>7%</td>
<td>1%</td>
<td>8%</td>
<td>0%</td>
<td>6%</td>
<td>0%</td>
<td>%</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Grand Total</td>
<td></td>
<td>84,42%</td>
<td>94,9</td>
<td>90,7</td>
<td>76,2</td>
<td>91,0</td>
<td>93,85</td>
<td>91,5</td>
<td>96,04</td>
<td>90,11%</td>
</tr>
<tr>
<td>Total</td>
<td></td>
<td>5%</td>
<td>3%</td>
<td>3%</td>
<td>4%</td>
<td>%</td>
<td>7%</td>
<td>%</td>
<td>%</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>
Prilog broj 3: Hitna isporuka - DHL express

<table>
<thead>
<tr>
<th>Shipment From</th>
<th>Shipment To</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>CRMPHI STRA D.O.O.</td>
<td>A89 DRIVES, EE HUBITELLA LOGISTICS</td>
</tr>
<tr>
<td>Varena Boneta, Faraguna</td>
<td>Toomas Lapik</td>
</tr>
<tr>
<td>INDUSTRIJSKA ULICA 15</td>
<td>LEHMA-</td>
</tr>
<tr>
<td>ZMINI</td>
<td>37256801577</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Shipment Details</th>
<th>International Information</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Shipment Date</td>
<td>Declared Value</td>
</tr>
<tr>
<td>Waybill Number</td>
<td>N/A</td>
</tr>
<tr>
<td>Service Type</td>
<td>Duties and Taxes</td>
</tr>
<tr>
<td>Packaging Type</td>
<td>N/A</td>
</tr>
<tr>
<td>Number of Pieces</td>
<td>Durable Status</td>
</tr>
<tr>
<td>Total Weight</td>
<td>Non-Durable</td>
</tr>
<tr>
<td>Dimensional</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Chargeable</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Insured Amount</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

| Billing Information | |
|---------------------| |
| DHL Account | 860802387 |

| Reference Information | |
|-----------------------| |
| Reference | Varena Boneta, Faraguna |
| Pickup Booking Reference | 154165 |
| Description of Contents | wire harnesses |

2013 DHL International Ltd. All Rights Reserved. Terms and conditions
Prilog broj 4: Dispozicija za Indiju

IZVOZNIK: Crmpij Istra iulica 15, 52341 Zminj, MB:2571662
2O15. br. 015, nadležni broj za izvozne operacije, vodo ili mljeko.
OIB5256062934 Vanessa Boneta-Faraguna tel:052 867 348
odgovorna osoba, OIB odgovorne osobe, telefon, fax, e-mail

PREMET: Dispozicija za izvoz broj
1. Broj ugovora i nadužnog i datum: 26.03.2015. 03:36:03
2. Potpisalej: CRMPH ISTRAD O.Č. IULICA 15, 52341 ZMINJ

ABB INDIA LIMITED LV POWER INVERTERS SURVEY 883, 884, 886 KASABA 923
3. Kupe: BANGALORE INDIA

ABB INDIA LIMITED LV POWER INVERTERS SURVEY 883, 884, 886 KASABA 923
4. Primatelj: BANGALORE INDIA

Vrsta robne robe: 4.920,93

5. Vrijednost robe iz računa / ugovora: 4.920,93

6. Paritet prema INCOTERMS-u: EXW

7. Trgovinski naziv robe na hrvatskom jeziku (vrsta i kat. kronica): texički broj iz Garinske tarihe

RABOLOVI LOPOVI INZIRE HARNESRI 9844042

8. Količina robe: u jedinici mjerne: 207,95

broj košta i vrata: 1

9. Mjesto čuvenja

10. Vrsta transporta: cestovni

11. Robe odgovaraju (nada): Relevant

12. Datum i mjesto preuzimanja robe: 

13. Upute za oblikovanje robe u poslovnim razima: Obrazovni

14. Zemlja naplate: 

15. Upute za popunjavanje EUR-sa: 

16. Upute za popunjavanje transa: 

17. Vrsta garancije proizvođača: 


19. Garanija za tranzit potrošački (udažbene i broj: 

20. Dodatne upute: 

21. Garinske i ostale troškove plaća

22. Mjesto i datum razmjene: 

23. Oprostovanja robne robe

24. Potpis i žig odgovorne osobe

Preuzi: račun predstavljaju br. preuzet dokumenti: EUR

Potpis i žig odgovorne osobe: 01540325

53
Prilog broj 5: Dispozicija Maurice Ward (izvoz u Kinu)

<table>
<thead>
<tr>
<th>Vrsta blaga</th>
<th>Kolona</th>
<th>Vrednost</th>
<th>Garbarska tabuna</th>
<th>DDV N.</th>
</tr>
</thead>
</table>

Pažba:
A - FCA Dobavljač (v fakturu vrednosti ni vkljuceno naklonjenje transportu)
B - CPT nakupovalnik (v fakturu vrednosti ni vkljuceno naklonjenje transportu)
C - CIF nakupovalnik (v fakturu vrednosti ni vkljuceno naklonjenje transportu)

Lakota gaonica za carinske dahte:
A - NE
B - DA

Oseba za odlajenje carinske dahte:
A - NE
B - DA

Slaganje vrednost poljajko:

Zakone o carinskim ugodnost som preferencijskega položaja blaga:
A - Pohišek položen EUR.
B - Na fakturu ni uvedena preferencijska izjava za poročilo - Ponočno blago
C - Zahtevanje carinske oprostitve (v členen ZDDV).

Davek na dostavo vrednost:
A - 20%
B - 0,5% (člen / toka ZDDV)
C - opravilo (členen točka ZDDV).

Ponedeljko sporočilo MACRICE WARD d.o.o., da na ZAKREDNO zahtevo takoj, da izvaja dejanja in opravi pravo prihaj, ki so dobrovoljno izključena pristopite v svojem ime in za naš račun v skladu in drugem, izmed dneva 5(5) carinskega zakonodajalca.

Naslov za dostavo:

Kraj u datum
Žiga podpis odgovorne osebe
Prilog broj 6: Narudžba od kupca

<table>
<thead>
<tr>
<th>Vendor</th>
<th>Date: 2019-04-29</th>
<th>Purchase Order No: 490362279</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Vendor name</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Telephone</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Fax</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Email Address</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Ship to:**
- ABB Oy, Drive
- Valtatie 109 02420 Espoo

**Bill to:**
- ABB Oy, Drive
- P.O. Box 1
- 02350 HELSINKI

<table>
<thead>
<tr>
<th>Position</th>
<th>Material Number</th>
<th>Material Description</th>
<th>Supplier Part Number</th>
<th>Delivery Date</th>
<th>Quantity</th>
<th>Unit</th>
<th>Price/Unit</th>
<th>Price Basis</th>
<th>Net Total</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1000120</td>
<td>1234567890</td>
<td>Description</td>
<td>9876543210</td>
<td>2019-04-29</td>
<td>100</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>2000070</td>
<td>2222222222</td>
<td>Description</td>
<td>1111111111</td>
<td>2019-04-29</td>
<td>50</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

Total Net Value: 

**ABB Oy, Drive**

**ABB Group - Internal Transfer**
- Customer ABUSUS
- Customer Internal Code

55
**Prilog broj 7: Međunarodni tovarni list CMR - za izvoz**

<p>| | | | | | |</p>
<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>2</td>
<td>3</td>
<td>4</td>
<td>5</td>
<td>6</td>
</tr>
<tr>
<td>ABB CRNA</td>
<td>FOCS HARCOVA</td>
<td>RECH</td>
<td>100/16</td>
<td>JMKK</td>
<td>10.C.</td>
</tr>
<tr>
<td>7</td>
<td>8</td>
<td>9</td>
<td>10</td>
<td>11</td>
<td>12</td>
</tr>
<tr>
<td>13</td>
<td>14</td>
<td>15</td>
<td>16</td>
<td>17</td>
<td>18</td>
</tr>
<tr>
<td>19</td>
<td>20</td>
<td>21</td>
<td>22</td>
<td>23</td>
<td>24</td>
</tr>
<tr>
<td>25</td>
<td>26</td>
<td>27</td>
<td>28</td>
<td>29</td>
<td>30</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Note:** The form includes various fields such as the sender, recipient, description of goods, weight, and dimensions.
Prilog broj 8: Intrastat obrazac - otprema

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>1199802110</td>
<td>KABELSKI SIKL. SPOVM</td>
<td>10/0165</td>
<td>12</td>
<td>2,3</td>
<td>15,00</td>
<td>23,50</td>
<td>3,50</td>
<td>1,00</td>
<td>12,40</td>
<td>26,60</td>
<td>13,80</td>
<td>36,00</td>
<td>3,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
</tr>
<tr>
<td>2</td>
<td>119980210</td>
<td>KABELSKI SIKL. SPOVM</td>
<td>10/0165</td>
<td>13</td>
<td>1,0</td>
<td>15,00</td>
<td>23,50</td>
<td>3,50</td>
<td>1,00</td>
<td>12,40</td>
<td>26,60</td>
<td>13,80</td>
<td>36,00</td>
<td>3,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>119980210</td>
<td>KABELSKI SIKL. SPOVM</td>
<td>10/0165</td>
<td>8</td>
<td>3,0</td>
<td>15,00</td>
<td>23,50</td>
<td>3,50</td>
<td>1,00</td>
<td>12,40</td>
<td>26,60</td>
<td>13,80</td>
<td>36,00</td>
<td>3,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>119980210</td>
<td>KABELSKI SIKL. SPOVM</td>
<td>10/0165</td>
<td>11</td>
<td>1,0</td>
<td>15,00</td>
<td>23,50</td>
<td>3,50</td>
<td>1,00</td>
<td>12,40</td>
<td>26,60</td>
<td>13,80</td>
<td>36,00</td>
<td>3,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>119980210</td>
<td>KABELSKI SIKL. SPOVM</td>
<td>10/0165</td>
<td>14</td>
<td>1,0</td>
<td>15,00</td>
<td>23,50</td>
<td>3,50</td>
<td>1,00</td>
<td>12,40</td>
<td>26,60</td>
<td>13,80</td>
<td>36,00</td>
<td>3,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
</tr>
<tr>
<td>6</td>
<td>119980210</td>
<td>KABELSKI SIKL. SPOVM</td>
<td>10/0165</td>
<td>17</td>
<td>1,0</td>
<td>15,00</td>
<td>23,50</td>
<td>3,50</td>
<td>1,00</td>
<td>12,40</td>
<td>26,60</td>
<td>13,80</td>
<td>36,00</td>
<td>3,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
</tr>
<tr>
<td>7</td>
<td>119980210</td>
<td>KABELSKI SIKL. SPOVM</td>
<td>10/0165</td>
<td>19</td>
<td>1,0</td>
<td>15,00</td>
<td>23,50</td>
<td>3,50</td>
<td>1,00</td>
<td>12,40</td>
<td>26,60</td>
<td>13,80</td>
<td>36,00</td>
<td>3,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
</tr>
<tr>
<td>8</td>
<td>119980210</td>
<td>KABELSKI SIKL. SPOVM</td>
<td>10/0165</td>
<td>20</td>
<td>1,0</td>
<td>15,00</td>
<td>23,50</td>
<td>3,50</td>
<td>1,00</td>
<td>12,40</td>
<td>26,60</td>
<td>13,80</td>
<td>36,00</td>
<td>3,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
</tr>
<tr>
<td>9</td>
<td>119980210</td>
<td>KABELSKI SIKL. SPOVM</td>
<td>10/0165</td>
<td>21</td>
<td>1,0</td>
<td>15,00</td>
<td>23,50</td>
<td>3,50</td>
<td>1,00</td>
<td>12,40</td>
<td>26,60</td>
<td>13,80</td>
<td>36,00</td>
<td>3,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
</tr>
<tr>
<td>10</td>
<td>119980210</td>
<td>KABELSKI SIKL. SPOVM</td>
<td>10/0165</td>
<td>22</td>
<td>1,0</td>
<td>15,00</td>
<td>23,50</td>
<td>3,50</td>
<td>1,00</td>
<td>12,40</td>
<td>26,60</td>
<td>13,80</td>
<td>36,00</td>
<td>3,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
</tr>
<tr>
<td>11</td>
<td>119980210</td>
<td>KABELSKI SIKL. SPOVM</td>
<td>10/0165</td>
<td>23</td>
<td>1,0</td>
<td>15,00</td>
<td>23,50</td>
<td>3,50</td>
<td>1,00</td>
<td>12,40</td>
<td>26,60</td>
<td>13,80</td>
<td>36,00</td>
<td>3,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
</tr>
<tr>
<td>12</td>
<td>119980210</td>
<td>KABELSKI SIKL. SPOVM</td>
<td>10/0165</td>
<td>24</td>
<td>1,0</td>
<td>15,00</td>
<td>23,50</td>
<td>3,50</td>
<td>1,00</td>
<td>12,40</td>
<td>26,60</td>
<td>13,80</td>
<td>36,00</td>
<td>3,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
</tr>
<tr>
<td>13</td>
<td>119980210</td>
<td>KABELSKI SIKL. SPOVM</td>
<td>10/0165</td>
<td>25</td>
<td>1,0</td>
<td>15,00</td>
<td>23,50</td>
<td>3,50</td>
<td>1,00</td>
<td>12,40</td>
<td>26,60</td>
<td>13,80</td>
<td>36,00</td>
<td>3,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
</tr>
<tr>
<td>14</td>
<td>119980210</td>
<td>KABELSKI SIKL. SPOVM</td>
<td>10/0165</td>
<td>26</td>
<td>1,0</td>
<td>15,00</td>
<td>23,50</td>
<td>3,50</td>
<td>1,00</td>
<td>12,40</td>
<td>26,60</td>
<td>13,80</td>
<td>36,00</td>
<td>3,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
</tr>
<tr>
<td>15</td>
<td>119980210</td>
<td>KABELSKI SIKL. SPOVM</td>
<td>10/0165</td>
<td>27</td>
<td>1,0</td>
<td>15,00</td>
<td>23,50</td>
<td>3,50</td>
<td>1,00</td>
<td>12,40</td>
<td>26,60</td>
<td>13,80</td>
<td>36,00</td>
<td>3,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
</tr>
<tr>
<td>16</td>
<td>119980210</td>
<td>KABELSKI SIKL. SPOVM</td>
<td>10/0165</td>
<td>28</td>
<td>1,0</td>
<td>15,00</td>
<td>23,50</td>
<td>3,50</td>
<td>1,00</td>
<td>12,40</td>
<td>26,60</td>
<td>13,80</td>
<td>36,00</td>
<td>3,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
</tr>
<tr>
<td>17</td>
<td>119980210</td>
<td>KABELSKI SIKL. SPOVM</td>
<td>10/0165</td>
<td>29</td>
<td>1,0</td>
<td>15,00</td>
<td>23,50</td>
<td>3,50</td>
<td>1,00</td>
<td>12,40</td>
<td>26,60</td>
<td>13,80</td>
<td>36,00</td>
<td>3,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
<td>20,00</td>
</tr>
</tbody>
</table>

57
**Prilog broj 9: Sonet program - praćenje zaliha materijala**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Warehouse</th>
<th>Item No.</th>
<th>Material</th>
<th>Quantity</th>
<th>Value</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td>01</td>
<td>MATERIAL STOCK</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>BVZ7-62HP2/180F SN BK BX ROHS 150205000 ABB</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>001</td>
<td>BVZ7-62HP2/180F SN BK BX ROHS 150205000 ABB</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>201601</td>
<td>BVZ7-62HP2/180F SN BK BX ROHS 150205000 ABB</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>201602</td>
<td>BVZ7-62HP2/180F SN BK BX ROHS 150205000 ABB</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>201603</td>
<td>BVZ7-62HP2/180F SN BK BX ROHS 150205000 ABB</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>201604</td>
<td>BVZ7-62HP2/180F SN BK BX ROHS 150205000 ABB</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>201605</td>
<td>BVZ7-62HP2/180F SN BK BX ROHS 150205000 ABB</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>201606</td>
<td>BVZ7-62HP2/180F SN BK BX ROHS 150205000 ABB</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>201607</td>
<td>BVZ7-62HP2/180F SN BK BX ROHS 150205000 ABB</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>201608</td>
<td>BVZ7-62HP2/180F SN BK BX ROHS 150205000 ABB</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>201609</td>
<td>BVZ7-62HP2/180F SN BK BX ROHS 150205000 ABB</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>201610</td>
<td>BVZ7-62HP2/180F SN BK BX ROHS 150205000 ABB</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>201611</td>
<td>BVZ7-62HP2/180F SN BK BX ROHS 150205000 ABB</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>201612</td>
<td>BVZ7-62HP2/180F SN BK BX ROHS 150205000 ABB</td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>
**Prilog broj 10: Potreban materijal za izradu proizvoda "3AUA0000102773"**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Item</th>
<th>Balance</th>
<th>Sales</th>
<th>Available</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>001</td>
<td>1050.95</td>
<td>9.05</td>
<td>1535.75</td>
</tr>
<tr>
<td>002</td>
<td>9444.55</td>
<td>7.40</td>
<td>9437.05</td>
</tr>
<tr>
<td>003</td>
<td>8953.78</td>
<td>11.90</td>
<td>8574.89</td>
</tr>
<tr>
<td>004</td>
<td>47528.32</td>
<td>83.40</td>
<td>47346.95</td>
</tr>
<tr>
<td>005</td>
<td>7772.00</td>
<td>12.00</td>
<td>7686.00</td>
</tr>
<tr>
<td>006</td>
<td>20233.00</td>
<td>240.10</td>
<td>22483.00</td>
</tr>
<tr>
<td>007</td>
<td>5328.00</td>
<td>60.00</td>
<td>6476.00</td>
</tr>
<tr>
<td>008</td>
<td>4241.00</td>
<td>60.00</td>
<td>4301.00</td>
</tr>
<tr>
<td>009</td>
<td>4504.15</td>
<td>34.30</td>
<td>4534.45</td>
</tr>
<tr>
<td>010</td>
<td>22266.00</td>
<td>30.00</td>
<td>22236.00</td>
</tr>
<tr>
<td>011</td>
<td>42229.00</td>
<td>400.00</td>
<td>46249.00</td>
</tr>
<tr>
<td>012</td>
<td>1867.00</td>
<td>65.90</td>
<td>1932.90</td>
</tr>
<tr>
<td>013</td>
<td>4203.52</td>
<td>8.70</td>
<td>4212.22</td>
</tr>
<tr>
<td>014</td>
<td>3850.80</td>
<td>72.00</td>
<td>3922.80</td>
</tr>
<tr>
<td>015</td>
<td>10471.94</td>
<td>100.00</td>
<td>10531.94</td>
</tr>
<tr>
<td>016</td>
<td>11523.22</td>
<td>7.80</td>
<td>11601.02</td>
</tr>
<tr>
<td>017</td>
<td>39890.00</td>
<td>240.00</td>
<td>39150.00</td>
</tr>
<tr>
<td>018</td>
<td>7088.80</td>
<td>50.02</td>
<td>6988.78</td>
</tr>
<tr>
<td>019</td>
<td>22800.00</td>
<td>480.00</td>
<td>22320.00</td>
</tr>
<tr>
<td>020</td>
<td>58893.50</td>
<td>1140.00</td>
<td>59993.50</td>
</tr>
<tr>
<td>021</td>
<td>48123.50</td>
<td>300.00</td>
<td>48423.50</td>
</tr>
<tr>
<td>022</td>
<td>65262.00</td>
<td>60.00</td>
<td>65822.00</td>
</tr>
<tr>
<td>023</td>
<td>20786.00</td>
<td>60.00</td>
<td>21346.00</td>
</tr>
<tr>
<td>024</td>
<td>10003.00</td>
<td>80.00</td>
<td>10083.00</td>
</tr>
<tr>
<td>025</td>
<td>29936.00</td>
<td>60.00</td>
<td>29936.00</td>
</tr>
</tbody>
</table>
Prilog broj 11: Nabava materijala od dobavljača - potvrda narudžbe
Prilog broj 12: CMR tovarni list - za uvoz
<table>
<thead>
<tr>
<th>Broj primitka</th>
<th>Broj podataka</th>
<th>Content</th>
<th>Content</th>
<th>Content</th>
<th>Content</th>
<th>Content</th>
<th>Content</th>
<th>Content</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1</td>
<td>1000</td>
<td>1000</td>
<td>1000</td>
<td>1000</td>
<td>1000</td>
<td>1000</td>
<td>1000</td>
<td>1000</td>
</tr>
<tr>
<td>3</td>
<td>3000</td>
<td>3000</td>
<td>3000</td>
<td>3000</td>
<td>3000</td>
<td>3000</td>
<td>3000</td>
<td>3000</td>
</tr>
<tr>
<td>4</td>
<td>4000</td>
<td>4000</td>
<td>4000</td>
<td>4000</td>
<td>4000</td>
<td>4000</td>
<td>4000</td>
<td>4000</td>
</tr>
<tr>
<td>5</td>
<td>5000</td>
<td>5000</td>
<td>5000</td>
<td>5000</td>
<td>5000</td>
<td>5000</td>
<td>5000</td>
<td>5000</td>
</tr>
<tr>
<td>6</td>
<td>6000</td>
<td>6000</td>
<td>6000</td>
<td>6000</td>
<td>6000</td>
<td>6000</td>
<td>6000</td>
<td>6000</td>
</tr>
<tr>
<td>7</td>
<td>7000</td>
<td>7000</td>
<td>7000</td>
<td>7000</td>
<td>7000</td>
<td>7000</td>
<td>7000</td>
<td>7000</td>
</tr>
<tr>
<td>8</td>
<td>8000</td>
<td>8000</td>
<td>8000</td>
<td>8000</td>
<td>8000</td>
<td>8000</td>
<td>8000</td>
<td>8000</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Prilog broj 13: Obrazac primitak - intrastat

62
IZJAVA

Kojom izjavljujem da sam diplomski rad s naslovom POSTUPAK IZVOZA I UVOZA NA PRIMJERU PODUZEĆA CRIMPI ISTRA D.O.O NA EKONOMSKOM FAKULTETU U RIJEKI izradila samostalno pod voditeljstvom prof. dr. sc. Herije Bezića, a pri izradi diplomskog rada pomogao mi je i asistent dr. sc. Tomislav Galović. U radu asna primjenjivala metodologiju znanstveno-istraživačkog rada i koristila sam literaturu koja je navedena na kraju diplomskog rada. Tuce spoznaje, stavove, zaključke, teorije i zakonitosti koje sam izravno ili parafrasirajući navela u diplomskom radu na uobičajen način citirala sam i povezala s korištenim bibliografskim jedinicama. Rad je pisan u duhu hrvatskog jezika.
Također, izjavljujem da sam suglasna s objavom diplomskog rada na službenim stranicama fakulteta.

Student

Hanna Bezić