

5. Príprava a realizácia vývozných obchodných operácií. Teritoriálny komoditný cenový prieskum. Dokumentačné a zmluvné zabezpečenie vývozu. Dokumenty v zahraničnom obchode – šeky, zmenky. Odkup pohľadávok. Miesto klasických a elektronických dokumentov v nových formách obchodného styku.

Vývoz – export, je činnosť, účelom ktorej je predaj T alebo služieb do zahraničia, je najdôležitejšou zahraničnoobchodnou operáciou. Môže byť:

- hmotný – suroviny, polotovary, stroje, zariadenia, spotrebný T, potraviny
- nehmotný – know-how, patenty, vynálezy, licencie, autorské práva
- priamy – výrobca predáva T priamo spotrebiteľovi
- nepriamy – pomocou sprostredkovateľov, obchodných zástupcov, komisionárov...

Súčet hodnoty vyvezeného a dovezeného T krajiny za isté obdobie (rok) predstavuje obrat ZO. Ak $V > D$ – vtedy je obchodná bilancia aktívna. Ak $V = D$ – vyrovnaná obchodná bilancia. $V < D$ – pasívna obchodná bilancia.

Fázy vývozu

1. Prípravná - vývozná obchodná operácia je podstatne zložitejšia a oveľa rizikovejšia ako dovozná operácia. Pred exportom T do zahraničia si treba vyjasniť predmet vývozu a krajinu dovozcu. Seriózne zvážiť všetky výrobné možnosti, reálne množstvá T na export, kvalitu týchto výrobkov, ich balenie, adjustáž a rozličné iné skutočnosti.

Výber krajiny dovozcu závisí od rôznych okolností, na ktoré vplýva:

- celkové množstvo danej komodity
- charakter vyvážaného T
- vzdialenosť príslušnej krajiny
- klimatické podmienky krajiny
- obyčaje náboženstvo, zloženie obyvateľstva

Treba overiť aj ekonomické a politické pomery, zákony, predpisy, clá dane, obmedzenia, ktoré platia pre dovoz daného tovaru v krajine importéra. Súčasne treba zistiť, či táto komodita podlieha v SR licenčnému konaniu.

Prieskum trhu je základnou podmienkou realizácie vývozu T. Rozdeľuje sa na:

- a) *komoditný* – zameriava sa na nákupné a predajné podmienky konkrétneho T, kvalitu, technické parametre, cenu, množstvo T na tamojšom trhu, na najväčších producentov a dovozcov tohto T, kúpyschopnosť obyvateľstva a iné. Skúmame najmä tieto ukazovatele:
 - ukazovateľ výroby danej komodity
 - ukazovateľ predaja danej komodity
 - ukazovateľ spotreby danej komodity
 - ukazovateľ cien danej komodity
- b) *teritoriálny* – zbierajú sa údaje o geografických, klimatických podmienkach, surovinovom bohatstve, počte a zložení obyvateľstva, politických, ekonomických podmienkach, organizácii trhu, priemysle, obchode, legislatíve, daňových, devízových, colných predpisoch...

Prieskum trhu vo vybratom teritórii si môže exportér urobiť sám, or touto činnosťou poverí niektorú špecializovanú firmu. Niekedy je lacnejšie a výhodnejšie nechať si urobiť prieskum odborníkmi. Úlohy treba zadať konkrétne a jednoznačne, aby výsledky boli využiteľné z rôznych hľadísk.

2. Kontrakčná fáza

- Výber obchodnej metódy
- Zaslanie návrhu obchodnej zmluvy
- Kúpna zmluva a jej náležitosti

3. Realizačná fáza

- Evidencia obchodného prípadu
- Zabezpečenie súvisiacich činností s vývozom tovaru (preprava, kontrola, poistenie)
- Zabezpečenie expedície tovaru podľa dodacích lehôt
- Avizovanie a fakturácia
- Zabezpečenie prevzatia tovaru kupujúcim a zaplatenie kúpnej ceny
- Uzatváranie obchodného prípadu (formálne i vecne: reklamácia, garancia, prípadné spory: záverečné vyhodnotenie)

Skôr ako podnikateľ vstúpi na zahraničný trh

Zahraničný trh má celý rad zvláštností oproti domácomu trhu. Ten, kto chce obchodovať na zahraničnom trhu, musí si uvedomiť nasledujúce skutočnosti:

- obchodník si musí uvedomiť, že pri obchodovaní ide o obchodný vzťah medzi ľuďmi, nie medzi T
- obchodník sa stáva obchodníkom vtedy, keď ho uzná okolie
- obchodník musí denno-denne dokazovať, že nie je zbytočným medzičlánkom medzi výrobcom a spotrebiteľom
- obchodník, aby bol dobre pripravený, musí na sebe sústavne pracovať (požiadavky sú veľmi vysoké; ten kto chce pôsobiť na zahraničnom trhu, musí ovládať širokú škálu činností)

Pri vstupe na zahraničný trh si treba uvedomiť týchto 15 skutočností:

1. trh je kategória, ktorá nedáva šance amatérom
 - ak vstúpi na trh mladý obchodník, tak jeho začiatok musí byť taký, že na prvý obchodný prípad sa dôkladne pripraví, a to po teoretickej i praktickej stránke; „prax je nenahraditeľná“
2. seriózna firma sa pripraví na vstup na zahraničný trh tak, aby sa hneď na začiatku uchytila
3. vo svete prevláda trh kupujúceho
4. nie je problémom tovar vyrobiť, ale za tovar inkasovať
5. firma musí mať k dispozícii základné informácie, aby mohla predávať
6. boj s konkurenciou na zahraničnom trhu je o to tvrdší, že neide na ňom o voľnú súťaž, v ktorej vyhráva lepší, ale pôsobia tu rôzne vplyvy
7. tovar je relatívne lacný, ale informácie sú drahé
8. pri získaní povolenia k zahranično-obchodnej činnosti si firma musí premyslieť, čo chce zapojením do medzinárodnej deľby práce získať
9. obchodníkom sa firma nestáva tým, že predáva a kupuje, ale tým, že vyvoláva dôveru svojho partnera
10. dostať sa na zahraničné trhy pre firmu v trhovom hospodárstve nie je cieľom, ale prostriedkom, ako realizovať tovar, ktorý doma nie je realizovateľný
11. firma predáva tovary na zahraničné trhy sama, t. j. bez sprostredkovateľov (medičlánkov), ak má k tomu výhodné ekonomické a iné dôvody
12. firma, ktorá od nás kúpi naše výrobok, má možnosť takýto výrobok kúpiť od mnohých ďalších dodávateľov, z toho teda vyplýva, že obchod treba realizovať seriózne
13. vo svete existujú pravidlá obchodnej etiky, pravidlá o nekalej súťaži, a iné obchodné pravidlá, ktoré netreba len poznať, ale ich aj dodržiavať
14. v zahraničí sú veľmi citliví na porušovanie práv

Pred vstupom na zahraničný trh musí firma zvážiť:

- *dôvody svojho vývozu:*
 - firma sa chce uviesť a udržať na trhu
 - firma chce predat' nadprodukcii
 - firma chce získať za každú cenu devízové prostriedky
 - firma chce dosiahnuť zisk
 - tovar sa nedá uplatniť na domácom trhu
 - firma vychádza z novej koncepcie predaja
- *prečo zahraničný partner bude kupovať jej výrobky:*
 - úžitkové vlastnosti tovaru
 - cena tovaru vo vzťahu k úžitkovým vlastnostiam
 - nižšia cena tovaru oproti cene konkurencie
 - politicko-obchodná klíma
 - obe krajiny sú odkázané na výmenný obchod
 - v krajine dovozcu sa chystá zákaz výroby daného výrobku a iné