



B&B, d.o.o.

B&B

VIŠJA STROKOVNA ŠOLA

Diplomsko delo višješolskega strokovnega študija

Program: Logistično inženirstvo

Modul: Poslovna logistika

IZVOZ BLAGA V RUSKO FEDERACIJO: PRIMER PODJETJA X

Mentorica: dr. Helena Povše
Lektorica: Nina Skube, prof. slov.

Kandidatka: Evelina Lindav

Kranj, maj 2015

ZAHVALA

Zahvaljujem se mentorici, dr. Heleni Povše, za pomoč in nasvete pri pisanju diplomske naloge.

Zahvaljujem se svojemu fantu in staršem za potrpežljivost, razumevanje ter podporo v času pisanja diplomske naloge.

Prav tako se zahvaljujem g. Primožu iz podjetja Kuehne Nagel, ki mi je pomagal razumeti potek prevoza iz Slovenije v Rusijo.

Zahvaljujem se tudi lektorici Nini Skube, ki je lektorirala mojo diplomsko nalogo.

IZJAVA

»Študentka Evelina Lindav izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom dr. Helene Povše.«

»Skladno s 1. odstavkom 21. člena Zakona o avtorski in sorodnih pravicah dovoljujem objavo tega diplomskega dela na spletni strani šole.«

26. 5. 2015

Podpis: _____

POVZETEK

V diplomski nalogi bom analizirala trženjsko okolje Rusije, na kratko predstavila podjetje X, d. o. o, opisala potrebne dokumente za izvoz na ruski trg in potek prevoza blaga v Rusko federacijo.

Cilj diplomske naloge je tudi oblikovati osnovne smernice za uspešno poslovanje na ruskem trgu in na tak način prispevati k boljšemu razumevanju tega tržišča. S tem želim opogumiti tudi druga podjetja, da usmerijo svoje tržne aktivnosti na to zelo privlačno tržišče.

KLJUČNE BESEDE

- izvoz blaga,
- posebnosti pogajalskih slogov,
- značilnosti srednje velikih podjetij,
- prevoz blaga v Rusijo.

ABSTRACT

In the graduation thesis I am going to analyse marketing environment of Russia, briefly introduce the company X d.o.o., describe the documents necessary for export to the Russian market, and describe the course of transportation of goods to the Russian Federation.

The aim of the graduation thesis is also to form the basic guidelines for successful business activity in the Russian market and with that contribute to the better understanding of this market. The objective of this analysis is to encourage other companies to direct their marketing activities to this very attractive market.

KEYWORDS

- export of goods,
- special features of negotiating styles,
- features of medium-sized companies,
- transportation of goods to Russia.

KAZALO VSEBINE

1	UVOD	1
1.1	PREDSTAVITEV PROBLEMA	1
1.2	CILJI NALOGE	1
1.3	PREDSTAVITEV OKOLJA.....	1
1.4	PREDPOSTAVKE IN OMEJITVE	2
1.5	METODE DELA	2
2	ANALIZA TRŽENJSKEGA OKOLJA RUSIJE.....	2
2.1	SPLOŠNI PODATKI O RUSIJI.....	2
2.2	GEOGRAFSKO OKOLJE	3
2.3	DEMOGRAFSKO OKOLJE.....	3
2.4	EKONOMSKO OKOLJE	4
2.4.1	Osnovne značilnosti ruskega gospodarstva.....	4
2.4.2	Gospodarska rast	5
2.4.3	Zunanja trgovina in tuje naložbe	6
2.4.4	Gospodarsko sodelovanje med Republiko Slovenijo in Rusko federacijo	8
2.5	POLITIČNO-PRAVNO OKOLJE	9
2.5.1	Državno-politična ureditev	9
2.5.2	Carinska ureditev	10
2.5.3	Davčni sistem.....	11
2.6	SOCIOKULTURNO OKOLJE.....	11
2.7	DEMOGRAFSKO OKOLJE.....	13
2.8	POSEBNOSTI POGAJALSKIH SLOGOV (Lewis, Puffer, Michailowa praksa)	14
2.9	KORUPCIJA – POMEMBNO GOSPODARSKO IN DRUŽBENO ZLO DANAŠNJE RUSIJE.....	15
3	SPLOŠNO O IZVOZU BLAGA	17
3.1	IZBOR CILJNEGA TRGA.....	17
3.2	PREDSTAVITEV PODJETJA X, d. o. o.,	18
3.3	ZNAČILNOSTI SREDNJE VELIKIH PODJETIJ	20
4	PRIMERI NALOG, KI SO POTREBNI ZA VSTOP NA RUSKI TRG.....	24
5	PREVOZ BLAGA V RUSIJO	30
5.1	PRIMER CESTNEGA TRANSPORTA – EURO HUB ZBIRNIK – OPIS TRANSPORTA OD POŠILJATELJA DO KONČNEGA PREJEMNIKA V RUSIJI	31
5.2	POSTOPEK CARINSKEGA POSREDOVANJA V PRIMERU ZBIRNIKA EURO HUB	33
5.3	PRIMER CESTNEGA TRANSPORTA – LTL & FTL (DELNI IN POLNI NAKLADI).....	33
6	ZAKLJUČEK	35
	LITERATURA IN VIRI	37

KAZALO SLIK

Slika 1: Primerjava Rusije in Slovenije po Hofstedu.....	13
Slika 2: Prečni prerez odprtega zasuna in opis sestavnih delov	20
Slika 3: Primer deklaracije TR TS.....	29
Slika 4: Grafični prikaz transporta od pošiljatelja do končnega prejemnika v Rusiji. 32	
Slika 5: Postopek carinskega posredovanja v primeru zbirnika EURO HUB	33
Slika 6: Grafični prikaz transporta od pošiljatelja do končnega prejemnika v Rusiji. 34	
Slika 7: Postopek carinskega posredovanja v primeru direktnega transporta LTL & FTL	35

KAZALO TABEL

Tabela 1: Prikaz določenih makroekonomskih kazalnikov v preteklih letih in napoved za naprej	6
Tabela 2: Glavne izvozne blagovne skupine leta 2013	6
Tabela 3: Glavne uvozne blagovne skupine leta 2013.....	7
Tabela 4: Glavna izvozna tržišča RF v odstotkih celotnega izvoza	7
Tabela 5: Glavna uvozna tržišča RF v odstotkih celotnega uvoza	7
Tabela 6: Tuje investicije: Glavna področja (v milijonih USD)	8
Tabela 7: Blagovna menjava med Slovenijo in Rusijo 2006–2012.....	9

1 UVOD

V diplomski nalogi nameravamo proučevati rusko tržišče.

Osredotočiti se želimo predvsem na teme, kje in kako pridobiti nove stike ter potencialne kupce, distributerje, kje in kako pridobiti ustrezno dokumentacijo ter potrebne certifikate za izvoz blaga. Prav tako želimo napisati splošne podatke o Rusiji in opredeliti ekonomsko ter pravno okolje. Opisati nameravamo privlačnost ruskega tržišča in osnovne smernice za uspešno poslovanje na trgu.

1.1 PREDSTAVITEV PROBLEMA

Vsa podjetja se pri izvozu svojih izdelkov srečujejo s konkurenco. Zato iščejo priložnosti in ideje, s katerimi skušajo pridobiti kupce na novih trgih.

Tudi podjetje X, d. o. o., se trudi uspjeti v izvozu na rusko tržišče. Ob razmišljanju vstopanja na ta trg se je na prvi pogled zdelo, da bo prodaja stekla brez problemov in da bo uspešna. Dejansko pa smo se na tem tržišču soočili z zelo močno konkurenco domačih in azijskih proizvajalcev, ki ponujajo enake izdelke kot mi po ugodnejših cenah ter v hitrejših dostavnih časih.

V nalogi nameravamo predstaviti tudi druge ovire, ki se pojavljajo pri vstopu na ta trg. Potrebne so investicije v ruske certifikate, težave so z zapletenimi izvoznimi postopki in carinskimi problemi ter tako dalje.

1.2 CILJI NALOGE

Cilj naloge je analizirati okolje Rusije za boljše razumevanje navad prebivalcev in približati slovenskim podjetjem kulturo ruskega poslovanja, njihove običaje ter podati osnovne smernice za uspešno poslovanje.

1.3 PREDSTAVITEV OKOLJA

Ruska federacija je pomembno tržišče za mnoga podjetja, zato ni presenetljivo, da se veliko strokovne literature ukvarja s proučevanjem tega mednarodnega okolja. Kljub temu ugotavljamo, da literatura ne daje praktičnih navodil in smernic, kako uspešno poslovati na tem tržišču, še posebej je malo konkretnih navodil, ki bi bila primerna za podjetja, ki so začetniki pri izvozu na to tržišče. Ta diplomatska naloga namerava prispevati konkretna navodila za uspešno poslovanje, ki bodo lahko v pomoč tudi drugim podjetjem.

1.4 PREDPOSTAVKE IN OMEJITVE

V teoretičnem delu diplomske naloge bomo najprej podali splošne podatke o Ruski federaciji. Podrobneje bomo pojasnili predvsem tiste značilnosti tega mednarodnega okolja, ki so pomembne za izvoznike in še posebej za potencialne izvoznike na ta trg.

V praktičnem delu bomo predstavili podjetje X, d. o. o. Oblikovali bomo praktičen primer celotnega poteka nalog, ki so potrebne za vstop na ruski trg. S tem bomo podali osnovne smernice za uspešno poslovanje na ruskem tržišču, kar bo lahko v pomoč vsem tistim, ki načrtujejo vstop na to tržišče.

1.5 METODE DELA

Naloga bo vključevala teoretično in praktično raven, pri tem imamo namen uporabiti izkustveno metodo proučevanja, in sicer študij primera. Z vsebino obravnavane tematike se bomo seznanili s pregledom literature in člankov s tematskega področja, uporabili bomo bazo podatkov na internetu, nalogo pa bomo pripravili z metodo kompilacije ter deskripcije.

2 ANALIZA TRŽENJSKEGA OKOLJA RUSIJE

2.1 SPLOŠNI PODATKI O RUSIJI

Ruska federacija je nastala leta 1991 po razpadu Sovjetske zveze in združuje 21 republik, ki so na različnih stopnjah družbeno-ekonomskega razvoja. Po površini je največja država na svetu, saj meri več kot 17 milijonov kvadratnih kilometrov in ima približno 143 milijonov prebivalcev.

Skladno z ustavo iz decembra 1993 je demokratična, federativna, pravna in večetnična republika, v kateri je predsednik najvišja politična oseba. Je politično, vojaško in gospodarsko ena najvplivnejših držav.

Bogata je z naravnimi viri in je na prvem mestu v zalogi zemeljskega plina, železove rude, premoga, azbesta, cinka ter drugih mineralov.

Uradni naziv države: Ruska federacija

Glavno mesto: Moskva

Površina: 17.075.400 km²

Prebivalstvo: 143 369 806 (2011)

Nacionalna valuta: ruski rubelj (RUB)

BDP na prebivalca: 9.446 € (2011)

2.2 GEOGRAFSKO OKOLJE

Rusija leži v vzhodnem delu Evrope in v delu severne Azije, kar obsega približno eno tretjino Evrazije.

Na ozemlju Ruske federacije potekajo časovni pasovi od 2. do vključno 12. Meji z 18 državami, na kopnem z Norveško, Finsko, Estonijo, Latvijo, Litvo, Poljsko, Belorusijo, Ukrajino, Abhazijo, Gruzijo, Južno Osetijo, Azerbajdžanom, Kazahstanom, Kitajsko, Mongolijo in Severno Korejo, na morju pa z Japonsko in Združenimi državami Amerike.

Čeprav je Rusija največja država na svetu, podnebne in talne razmere na velikem delu površine niso primerne za kmetijstvo, ki predstavlja 4,5 % BDP in zaposluje 10 % zaposlenih. Na severnem delu države prevladuje živinoreja, na južnem delu in v zahodni Sibiriji pa pridelava žitaric.

Zaradi svoje velike površine je Rusija dežela naravnih kontrastov. Srednja temperatura najtoplejšega meseca je od 1 °C na severu do 25 °C v Kaspjskih nižinah in 40 °C na jugozahodu Sibirije. V najhladnejšem mesecu pa temperatura znaša od -6 °C na obali Črnega morja do -60 °C v severovzhodni Sibiriji. V Rusiji so najgloblje jezero na svetu (Bajkalsko jezero), najdaljša reka v Evropi (Volga), največje jezero v Evropi (Ladoga) in mrzli pol na severni polobli (Oymyakon).

RF je zvezna republika, ki jo sestavlja 83 zveznih enot, 46 pokrajin, 21 republik, 4 avtonomne regije, 9 krajev, 1 avtonomna pokrajina in 2 zvezni mesti (Moskva in Sankt Peterburg). Po podatkih iz leta 2012 je površina Moskve 2500 km² in ima okoli 12 000 000 prebivalcev. Je ena od vodilnih industrijskih regij v RF. Predstavlja pa tudi največji politični, ekonomski in znanstveni center RF. Več kot polovica celotnega ruskega potenciala visokih tehnologij, informacijskih sistemov in sredstev množičnega informiranja je v Moskvi.

Država je zelo bogata s surovinami, kot sta nafta in zemeljski plin. To so tudi osnovne surovine za izvoz, katerih delež v strukturi blagovnega izvoza je znašal 73,2 % v obdobju januar–september 2012. (*Zvezni carinski urad Rusije*)

2.3 DEMOGRAFSKO OKOLJE

Po predhodnih podatkih Goskomstat januarja 2013 je v Rusiji 143.369.806 prebivalcev. Gostota prebivalstva znaša 8,39/km², mestnega prebivalstva je 74,3 %. Trenutno je v Rusiji porast prebivalstva, rodnost je višja od smrtnosti.

Zahodni in osrednji del evropske Rusije sta najbolj gosto poseljena in urbanizirana. V tem okolišu so največja mesta v Rusiji in tradicionalni centri kulture ter industrije. V Sibiriji in na Daljnem vzhodu je prebivalstvo skoncentrirano vzdolž transibirske železnice, v mestih Omsk, Novosibirsk, Krasnoyarsk, Irkutsk, Khabarovsk in Vladivostoku.

Po popisu iz leta 2010 v Rusiji živijo ljudje več kot 180 narodnosti. Etnična sestava prebivalstva je naslednja 81 % Rusov, 3,9 % Tatarov, 1,4 % Ukrajincev, 1,2 % Baškirov, 1 % Čuvašev, 1 % Čečenov, 0,9 % Armencev, 0,4 % Azerbajdžancev, ljudi ostalih narodnosti pa je 9,7 %.

V letu 2007 je Rusija sprejela 260 000 imigrantov, največ iz bivših držav Sovjetske zveze ter iz Kitajske, Afrike, Irana in Iraka.

Na leto pa je opaziti, da se odseli okoli 50 000 Rusov v Izrael, Nemčijo in ZDA (*Wikipedija, Prebivalstvo Rusije*).

2.4 EKONOMSKO OKOLJE

Rusija je po razpadu Sovjetske zveze doživela ogromne spremembe in se je iz izoliranega, centralno-planskega sistema razvila v tržno orientirano ter globalno povezano gospodarstvo. Ekonomske reforme so v 90. letih privatizirale večino industrije z izjemo energetskega in obrambno-vojaškega sektorja.

Rusija ima ogromno naravnih bogastev. Je vodilni svetovni proizvajalec zemeljskega plina, drugi največji proizvajalec nafte in eden vodilnih proizvajalcev ter izvoznikov diamantov, jekla, niklja in platine.

Rusija je podedovala večino industrije bivše Sovjetske zveze. Industrijski sektor predstavlja malo več kot tretjino BDP in zaposluje 30 % aktivnega prebivalstva. Najbolj razvite so kemična industrija, metalurgija, strojna in obrambno-vojaška industrija.

V storitvenem sektorju, ki predstavlja nekaj manj kot 60 % BDP in zaposluje več kot 60 % aktivnega prebivalstva, so najpomembnejši transport, komunikacije ter trgovinski sektor. Bančni sektor pa si po finančni krizi leta 1998 še vedno ni do konca prestrukturiral (*Izvozno okno, Predstavitev gospodarstva Rusije*).

2.4.1 OSNOVNE ZNAČILNOSTI RUSKEGA GOSPODARSTVA

Ruski trg po svoji posebnosti ne izstopa nič bolj kot ostali trgi Evropske unije. Ima svoje značilnosti in zahteve, ki izhajajo iz trenutnih razmer na ekonomskem ter političnem področju. Res je, da so ruski običaji za nas včasih nerazumljivi, toda s

posebnostmi se srečujemo tako rekoč na vsakem trgu, zato je pomembno, da se pred vstopom na novo tržišče zelo dobro pripravimo. V primeru Rusije je ob poznavanju splošnih pogojev potrebno dobro poznavanje včasih nelogičnega carinskega sistema, specifičnega sistema certificiranja proizvodov za izvoz na trg, pa tudi zahtevne logistike in transporta.

Po mnogih kriterijih zahodnih demokracij Rusija resda ni idealna država, velja pa izpostaviti, da se postopoma uspešno razvija v relativno stabilno gospodarsko in poslovno okolje. Kljub temu je dodatna previdnost pri poslovanju z ruskimi podjetji nujna. Sodobni ruski poslovneži so zahtevni in trdi pogajalci, ki se zavedajo svoje moči oziroma potenciala trga, ki ga predstavljajo. Znanje ruskega jezika je pri navezovanju stikov zelo zaželeno, če ne kar nujno, pot do tesnega in dolgoročnega partnerskega sodelovanja pa je lahko dolga (Priloga Glas Gospodarstva. Rusija – eden izmed ključnih trgov slovenskega gospodarstva, avgust–september 2008).

2.4.2 GOSPODARSKA RAST

Rusko gospodarstvo je deveto največje gospodarstvo na svetu in na šestem mestu po pariteti kupne moči.

Rast BDP v letu 2011 je znašala 4,3 % in se ni spremenila v primerjavi s prejšnjim letom. Leta 2011 so naložbe v Rusiji dosegle rekordno vrednost v zadnjih 20 letih, saj so dosegle 370 milijard dolarjev na leto. Tako se je v rusko gospodarstvo vložilo dnevno več kot 1 milijarda USD.

Bruto domači družbeni proizvod je v letu 2012 znašal 1.954 trilijonov dolarjev. Stopnja gospodarske rasti je znašala 3,6 %, kar je veliko v primerjavi z EU, kjer se stopnja rasti giblje okoli 1,5 %. V letih 2013 in 2014 naj bi rast BDP v Rusiji v povprečju dosegla 4 %. BDP na prebivalca je znašal 13.765 dolarjev (*Central intelligence centre, The world factbook, Central Asia: Russia*).

Mnogi strokovnjaki menijo, da se bo rusko gospodarstvo povečalo v primerjavi z drugimi državami ter da bo Rusija v 20 letih prehitela vodilne države Evrope. (*Zvezni organ Rusije za državno statistiko*.)

Kazalnik/leto	2014*	2013*	2012*	2011
BDP (v mrd. EUR po tekočih cenah):	140,4	140,8	141,2	141,5
BDP na prebivalca (v EUR):	1.866,10	1.682,90	1.560,30	1.336,70
BDP (PPP, v mrd. EUR):	13.291	11.946	11.053	9.446
BDP per capita (PPP, v EUR):	2.255,90	2.086,80	1.931,30	1.716,50
Rast BDP (v %):	16.071	14.814	13.679	12.129
Rast investicij (v %):	2,8	2	2	1,5

Tabela 1: Prikaz določenih makroekonomskih kazalnikov v preteklih letih in napoved za naprej

(Vir: *Central intelligence centre, The world factbook, Central Asia: Russia*)

2.4.3 ZUNANJA TRGOVINA IN TUJE NALOŽBE

Predvsem zaradi visokih cen nafte na svetovnih trgih so se po letu 2000 prihodki iz izvoza močno povečevali. Povečal se je tudi uvoz kot posledica povečanja realnih prihodkov in realne vrednosti rublja.

V letu 2013 je Rusija uvozila za 257,9 mrd. EUR, izvozila pa za 393,5 mrd. EUR blaga. Presežek v blagovni menjavi je znašal 135,6 mrd. EUR. V strukturi izvoza prevladuje gorivo in surovine, v strukturi uvoza pa stroji, vozila ter električna in elektronska oprema (Izvozno okno).

V spodnjih tabelah so prikazane glavne izvozne in uvozne blagovne skupine.

Glavne izvozne blagovne skupine 2013	% od celote
Mineralna gnojila, olja	57,9
Blago široke potrošnje	15,5
Železo in jeklo	3,8
Biseri, dragi kamni, kovine	2,7
Gnojila	1,7

Tabela 2: Glavne izvozne blagovne skupine leta 2013

(Vir: Izvozno okno)

Glavne uvozne blagovne skupine 2013	% od celote
Stroji, jedrski reaktorji	18,1
Vozila	12,6
Električna in elektronska oprema	11,5
Farmaceutski izdelki	4,6
Plastika in plastični izdelki	3,6

**Tabela 3: Glavne uvozne blagovne skupine leta 2013
(Vir: Izvozno okno)**

Glavna uvozna in izvozna tržišča so prikazana v spodnjih tabelah.

Glavni izvozni trgi 2013	% od celote
Nizozemska	13,3
Italija	7,5
Nemčija	7,0
Kitajska	6,8
Turčija	4,8

**Tabela 4: Glavna izvozna tržišča RF v odstotkih celotnega izvoza
(Vir: Izvozno okno)**

Glavni uvozni trgi 2013	% od celote
Kitajska	16,7
Nemčija	11,9
ZDA	5,3
Ukrajina	5,0
Italija	4,6

**Tabela 5: Glavna uvozna tržišča RF v odstotkih celotnega uvoza
(Vir: Izvozno okno)**

Ruski trg predstavlja številne obetavne priložnosti za naložbe. Izkoriščanje teh možnosti pa od podjetij zahteva veliko izzivov – od korupcije, šibkega sodstva do prekomerne birokracije. Rusija se zaveda pomembne vloge tujih naložb v gospodarstvu, zato spodbuja tuje investicije z odpravo administrativnih ovir. Neodvisne organizacije Rusijo še naprej uvrščajo med eno izmed najtežjih velikih gospodarstev, v katerem poslujemo.

Po podatkih Rosstata so konec leta 2011 tuje neposredne investicije znašale 347 milijard dolarjev. Najpomembnejši tuji investitorji so bili iz Švice, Nizozemske, Cipra in Nemčije. Investicije po državi so porazdeljene zelo neenakomerno. Največ

investitorjev, kar 63 %, je pritegnila Moskva, ostalo pa v regijah Tyumenskoyu, Sakhalin, St. Peterburg, Belgorod in ostalo.

Spodnja tabela prikazuje naložbe sektorja v prvih devetih mesecih leta 2011 v primerjavi z enakim obdobjem v letu 2010. Največji skok se pojavlja v finančnem sektorju, kjer so se s 3,7 % povišale skoraj na polovico vseh tujih naložb v Rusiji (*U.S. Department of State, 2012 Investment Climate Statement – Russia*).

	Jan.–sep. 2011		Jan.–sep. 2010	
	%	Vrednost	%	Vrednost
Finance	49.1 %	65,711	3.7 %	1,764
Pridobivanje goriva	9.6 %	12,85	17.1 %	8,115
Trgovina	9.2 %	12,363	18.3 %	8,688
Proizvodnja koksa in naftnih derivatov	7.5 %	9,997	10.5 %	4,98
Metalurgija	4.4 %	5,902	10.4 %	4,95
Transport in komunikacije	4.1 %	5,494	8.3 %	3,952
Nepremičnine in sorodne storitve	3.6 %	4,782	8.1 %	3,843
Kemijska industrija	2.7 %	3,636	3.5 %	1,679
Živilska industrija	1.5 %	1,964	3.9 %	1,866
Proizvodnja vozil	1.4 %	1,845	3.3 %	1,569
Ostalo	6.9 %	9,24	12.8 %	6,082
Skupaj	100.0 %	133,784	100.0 %	47,488

Tabela 6: Tuje investicije: Glavna področja (v milijonih USD)

(Vir: *U.S. Department of State, 2012 Investment Climate Statement – Russia*)

2.4.4 GOSPODARSKO SODELOVANJE MED REPUBLIKO SLOVENIJO IN RUSKO FEDERACIJO

Že tradicionalno Slovenija in Ruska federacija vzdržujeta odlične gospodarske odnose, in to ne zgolj na zveznem, temveč tudi na medregionalnem nivoju. Tako se neprestano širi krog tesnih gospodarskih stikov med Republiko Slovenijo in njenimi gospodarskimi družbami ter posameznimi regijami Ruske federacije, ki se razvijajo prek mehanizmov podpisovanja sporazumov o sodelovanju, organiziranju skupnih gospodarskih dogodkov in poslovnih delegacij. Ruska federacija se že tradicionalno umešča med 10 najpomembnejših trgovinskih partnerjev Slovenije, pri čemer je za Slovenijo toliko pomembnejši izvoz, ki za zdaj še krepko presega uvoz iz Ruske federacije. Na bilateralne gospodarske odnose med Slovenijo in Rusko federacijo so v letu 2009 v največji meri vplivali zunanji dejavniki, kot je globalna gospodarsko-finančna kriza, ki je prek zmanjšanja gospodarske aktivnosti in posledično nižjega povpraševanja povzročila padec blagovne menjave med državama. Struktura

blagovne menjave je tudi v času padca blagovne menjave ostala bolj ali manj nespremenjena, saj Slovenija največ izvozi farmacevtskih proizvodov, telefonskih aparatov za žično telefonijo, električnih strojev in opreme, mehanskih naprav ter premaznih sredstev (te skupine proizvodov predstavljajo med 60 in 70 % celotnega slovenskega izvoza v RF). Uvoz iz RF je v največji meri pogojen z uvozom naftnih plinov in derivatov, aluminija ter izdelkov iz aluminija (te skupine proizvodov predstavljajo okrog 70–75 % celotnega izvoza RF v Slovenijo) (*Slovensko-ruski poslovni klub, Gospodarsko sodelovanje med Rusijo in Slovenijo*).

Leto	Izvoz blaga	Uvoz blaga	Skupaj	v 1.000 EUR
				Saldo
2006	599.504	357.056	956.560	242.448
2007	691.606	489.977	1.181.583	201.629
2008	799.914	355.888	1.155.802	444.026
2009	524.476	207.452	731.928	317.024
2010	590.227	289.536	879.763	300.691
2011	747.437	399.309	1.146.746	348.128
2012*	330.620	202.334	532.954	128.286

Tabela 7: Blagovna menjava med Slovenijo in Rusijo 2006–2012
(Vir: Izvozno okno)

2.5 POLITIČNO-PRAVNO OKOLJE

Politično okolje predstavlja vladne institucije, politične stranke in različne organizacije, ki delujejo v okviru države.

Pravno okolje sestavljajo zakoni, sodišča, pravni zastopniki, pravni običaji in praksa. Za podjetje je zelo pomembno, da pozna pravni sistem poslovanja na tujem trgu, saj to določa pravila poslovanja na trgu. Država je lahko privlačna z vidika tržnih potencialov in konkurence, nepriljavna pa zaradi različnosti političnih vprašanj. (Frajman, 2010).

2.5.1 DRŽAVNO-POLITIČNA UREDITEV

Ruska federacija je »demokratska federalna pravna država z republikansko obliko vladanja.« Nosilci suverenosti in edini vir za upravljanje vladanja v Ruski federaciji so v skladu z ustavo prebivalci različnih nacionalnih skupin države. Narod svojo oblast uveljavlja tako neposredno kot tudi posredno – prek organov državne oblasti in organov lokalnih uprav.

Rusija je predsedniška republika. Predsednik, ki je vodja države, ima največ pooblastil: v skladu z ustavo in zveznimi zakoni odloča o glavnih smernicah v notranji ter zunanji politiki države.

Načela zvezne strukture Rusije vključuje vladno celovitost, enotnost in enakopravnost državljanov, razdelitev pristojnosti ter področij pristojnosti med zveznimi in regionalnimi oblastmi.

Po ustavi je Rusija socialna država, njen politični cilj pa je ustvariti pogoje, ki vsakemu državljanu omogočajo dostojno življenje in osebni razvoj. Državni organi so odgovorni za zagotavljanje določenega življenjskega standarda in materialnih ter duhovnih dobrin v okviru danih možnosti države. V socialno sfero so vključeni tudi varnost in zdravje ljudi, zajamčena minimalna plača, podpora družine, materinstva, očetovstva in otroštva ter izplačilo državne pokojnine.

Po ustavi je Rusija laična država, nobena vera se ne more šteti kot državna ali obvezna. Verska združenja so ločena od države in so pred zakoni enakopravna (Predstavništvo Zvezne agencije Rossotrudničestvo, Ruski center znanosti in kulture v Sloveniji).

2.5.2 CARINSKA UREDITEV

Carinski zakonik Ruske federacije, ki je bil uveljavljen s 1. 1. 2004, je povzel številna carinska pravila po priporočilih Svetovne trgovinske organizacije (STO), tako da so predvsem njegova postopkovna določila precej podobna tistim v evropskem carinskem zakoniku.

Od vstopa Slovenije v EU leta 2004 se v zunanjetrgovinskem poslovanju z Rusijo za Slovenijo uporabljajo carinski in zunanjetrgovinski sporazumi EU z Rusijo ter drugi področni predpisi EU.

Značilnosti Evropske unije (EU) so opredeljene v Pogodbi o ustanovitvi carinske unije. V okviru carinske unije gre za harmonizacijo in unifikacijo carinskih predpisov na ravni komisije EU pri trgovanju s tretjimi državami. Za uvoz iz Rusije se zato v vseh državah članicah uporabljajo skupna carinska tarifa, carinski zakonik EU in seveda številni drugi spremljajoči predpisi. V navedenih okvirih se določajo raznovrstne tarifne količine (kvote), omejitve (plafoni), preferencialni tarifni ukrepi, protidampinški ukrepi in drugi carinski, gospodarski ter zunanjetrgovinski instrumenti.

Tako se pri izvozu blaga v Rusijo uporablja načelo največjih ugodnosti oz. klavzula MFN, saj velja splošno pravilo carinske unije, da je izvoz blaga iz EU v tretje države

prost, vendar pa so za izvoz blaga s posebnim pomenom lahko predpisane določene količinske omejitve (Stupica, 2006).

2.5.3 DAVČNI SISTEM

Davčni sistem je celovitost davčnih oblik v določeni državi z namenom izpolnjevanja fiskalnih, ekonomskih in socialnih ciljev. Predstavlja tudi pomemben del ekonomskih in družbenopolitičnih ureditev neke države, saj skupaj s sistemom taks in prispevkov za socialno zavarovanje, s carinskim sistemom ter z ostalimi dajatvami tvori fiskalni sistem posamezne države (Koren, 2004).

Davek na dodano vrednost v Rusiji znašala 18 %, za nekatere prehrambne in otroške izdelke velja znižana stopnja, in sicer 10 %. Davek na dohodek znaša 13 % in velja za eno izmed najnižjih stopenj obdavčitve dobička na svetu.

V Rusiji sta dve vrsti davkov: zvezni in lokalni. Zvezni davki so davek od dobička, davek na dodano vrednost (DDV oz. NDS), davek na ceste, davek na osebne prejemke (dohodnina) in davek na premoženje.

Lokalni davki so davek na stanovanjski fond, transportni davek, dajatve na izobraževanje in dajatve na vzdrževanje milice.

Davčni zavezanci po konvenciji so: stalne poslovne enote (sedež uprave, podružnica, poslovalnica, tovarna, delavnica, nahajališče naravnega bogastva, gradbišče nad 12 mesecev). Obdavčene so tudi dividende, obresti, avtorska plačila in drugi dohodki (Izvozno okno).

Davek na dobiček znaša 20 % in je vezan na dve vrsti davkov: zvezni davek 2,5 %, regionalni davek 17,5 %. V nekaterih primerih lahko regije svoj davek zmanjšajo še za 4 %, tako da je skupni davek 16 %.

2.6 SOCIOKULTURNO OKOLJE

V obdobju pospešene globalizacije in povečane medsebojne odvisnosti svetovnih gospodarstev ter hitre internacionalizacije podjetij postajajo nacionalne kulture in razlike med njimi vse bolj pomemben dejavnik v mednarodnem poslovanju.

Kultura je kontekst, v katerem se stvari dogajajo. Je sistem pomenov, skupen vsem pripadnikom neke skupnosti oziroma družbe, ki določa, na kaj so pozorni, kako se vedejo in kaj cenijo.

Po najširši opredelitvi je kultura človeško ustvarjen del okolja (Herskovits 1955). Večina znanstvenikov kulturo opredeljuje nekoliko ožje, bolj v smislu subjektivne

kulture. Hofstede (1980) meni, da je kultura skupinsko mentalno programje, ki razlikuje pripadnike ene človeške skupnosti od drugih (Zagoršek, 2007).

Če raziščemo Rusijo skozi objektiv 5-D po Hofstedu, dobimo dober pregled nad rusko kulturo v primerjavi z drugimi svetovnimi kulturami.

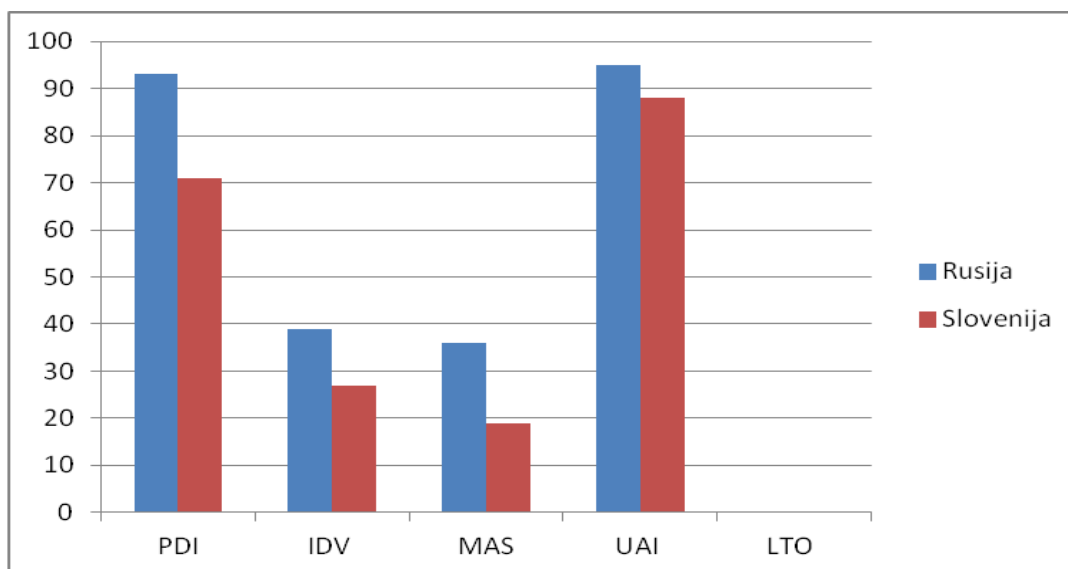
Porazdelitev moči (PDI): ta dimenzija se ukvarja z dejstvom, da si vsi posamezniki v družbi niso enaki. To lahko definiramo kot stopnjo, do katere so ljudje pripravljene sprejeti dejstvo, da je moč porazdeljena neenakomerno. Rusija dosega 93 točk, kar pomeni, da je moč ljudi skoncentrirana v majhni skupini ljudi, ki lahko odločajo o vsem.

Individualizem/kolektivizem (IDV): nanaša se na moč povezave med ljudmi v družbi. Predstavlja stopnjo, do katere se ljudje raje obnašajo kot posamezniki kakor kot člani skupine. V individualističnih družbah ljudje skrbijo zase in za družino. V kolektivističnih družbah ljudje pripadajo skupinam, ki skrbijo zanje v zameno za lojalnost. V Rusiji so družina, prijatelji, neredko tudi sosedje zelo pomembni v spopadanju z vsakodnevnimi življenjskimi izzivi. Odnosi so ključnega pomena pri pridobivanju informacij in pri uspešnih pogajanjih. Prav tako pa je v ruski kulturi čutiti vpliv preteklih totalitarnih režimov, ki so poudarjali moč ljudstva in s tem kolektivizem.

Moškost/ženstvenost (MAS): stopnja, do katere v družbi prevladujejo tipično moške vrednote, kot so dosežki, herojstvo, delo in materialni uspeh, v nasprotju s tipično ženskimi vrednotami, kot so dobri odnosi, sodelovanje in splošna kakovost življenja. Rusi na delovnem mestu podcenjujejo svoje osebne dosežke in zmogljivosti, o sebi pa govorijo skromno. Znanstveniki, raziskovalci in zdravniki običajno živijo na skromnem življenjskem standardu. Dominantno vedenje bi lahko sprejeli od šefov, vendar ni cenjeno med vrstniki.

Izogibanje negotovosti (UAI): stopnja, do katere se ljudje počutijo neprijetno in se izogibajo nestrukturiranim, nepreglednim ter negotovim problemom in okoliščinam. Pri indeksu negotovosti Rusija dosega 95 točk, kar pomeni, da niso naklonjeni tveganju. Ko Rusi komunicirajo z ljudmi, ki se štejejo za tujce, se do njih obnašajo zelo formalno in oddaljeno. Formalnost se uporablja tudi kot znak spoštovanja.

Dolgoročnost/kratkoročnost (LTO): dolgoročnost temelji na vrednotenju vztrajnosti in izbiri odnosov glede na status v družbi, kratkoročnost pa na osebni stabilnosti. Za indeks dolgoročne naravnosti ni podatka.



**Slika 1: Primerjava Rusije in Slovenije po Hofstedu
(Vir: The Hofstede Centre, About Russia)**

2.7 DEMOGRAFSKO OKOLJE

Povprečna pričakovana življenjska doba žensk v Rusiji je 76 let, pri moških pa 64 let. Razlika v povprečni dobi med spoloma je ena največjih na svetu. Ženske živijo od 9 do 12 let dlje kot moški, medtem ko je razlika v drugih delih sveta le 5 let. Šteje se, da je alkoholizem med moškimi problem, ki pojasni veliko razliko v življenjski dobi. V letu 2010 so 56 % vseh smrti povzročila bolezni srca in ožilja, drugi najpogostejši vzrok pa je rak.

Sestava glede na spol je: 54 % žensk in 46 % moških. Struktura prebivalstva glede na leta je: 15 % prebivalcev starosti do 14 let, 71 % prebivalcev med starostjo 15 in 64 let, ostalo prebivalstvo je staro več kot 65 let.

Povprečna gostota poseljenosti je 8,4 % prebivalca na kvadratni kilometer, zaradi česar je Rusija ena najbolj redko poseljenih držav na svetu. Prebivalstvo je najbolj zgoščeno v evropskem delu države, centrirano je okoli Moskve in Sankt Peterburga. 74 % prebivalcev je urbanega. Rusija premore kar 15 milijonskih mest.

Stopnja pismenosti v Rusiji znaša 99,4 %. Več kot polovica ruskega odraslega prebivalstva ima univerzitetno izobrazbo. Glede na Unescovo poročilo iz leta 2005 je 96 % odraslega prebivalstva zaključilo nižjo srednjo šolo in večina jih ima tudi srednješolsko izobrazbo. V Rusiji je obvezno 11 let izobraževanja, v katerega je vključeno 9 let osnovnošolskega in 2 leti srednješolskega izobraževanja (Wikipedija).

V Rusiji naj bi po nekaterih podatkih živel 110 milijarderjev, kar je največ v Evropi. Sledijo jim Nemci s 56 milijarderji in Turki s 43 osebami (Štamcar, 2013). Za današnjo Rusijo velja, da je še vedno sorazmerno tolerantna do drugih etnij, kar se ne nazadnje kaže tudi v številnih uspešnih ruskih poslovnih, ki so drugih narodnosti, npr. gruzijske ali tatarske (Hrastelj, 2008, str. 143).

2.8 POSEBNOSTI POGAJALSKIH SLOGOV (Lewis, Puffer, Michailowa praksa)

Spodaj so na kratko povzete posebnosti ruskih pogajalskih slogov, ki pa v veliki meri veljajo tudi za Beloruse in nekoliko manj za Ukrajince, kjer so prisotni tudi nekateri vplivi njihovih sedanjih sosedov Poljakov (Hrastelj, 2008, str. 153–154).

1. Rusi se na zunaj, kar velja dostikrat tudi za pogajalce, kažejo kot robate, vase zaprte osebe. V notranjosti pa so topli, čustveni in razumevajoči ljudje, ki jim je na prvem mestu družina. Osebno poznanstvo med pogajalci je pogoj za pospešitev pogajanj in morebitne odprave zastojev. Dobri osebni odnosi vplivajo tudi na neverjetne zasuke v pogajanjih. Menimo, da na prvo mesto postavljajo osebe, na drugo mesto obliko in šele na tretjem mestu je finančna korist. Opozarjamo tudi na njihovo posebnost pri naslavljanju oseb, ko uporabljajo očetovo ime. Po pričakovanju so tudi spoštljivi do vodij.
2. Pred pogajanjem dajejo prednost izvedenskim mnenjem in skušajo nadzirati njihov potek s predvidevanjem potez. V tem vidimo podrobnost s šahovsko igro, v kateri so bili od nekdaj v samem svetovnem vrhu. Kompromis si razlagajo kot znak šibkosti ne le pri sebi, temveč tudi pri pogajalskih partnerjih. Zato moramo predvideti dovolj časa za pogajanja in biti pripravljeni na pogajanja v etapah, izmenično, na primer enkrat na njihovi lokaciji in nato pri nas. Njihov besednjak je podobno kot pri Američanih trd, pomemben je tudi pogajalski status pogajalca. V tem se kažeta sprejemanje in spoštovanje hierarhije.
3. Pomembno je tudi vedeti, da je njihov prvi pogajalski osnutek dostikrat le začetna pozicija, ki jo bodo poskusili med pogajanjem izboljšati, ne pa izhodišče, pri katerem bi bili med pogajanjem pripravljeni popustiti. Pomeni, da oblikujejo končno pogajalsko pozicijo med pogajanjem, po »otipavanjih« nasprotni strani. Če so organizatorji, dajo zaradi istega razloga prvo besedo nasprotni stranki, saj tako lažje razkrijejo njeno stališče in morebitne meje koncesij.
Ne odzivajo se z odporom, če svoje predloge večkrat ponovimo, ne glede na njihovo zatrdjevanje, da so jih v celoti razumeli, čeprav ni vedno tako.
4. V zavračanju nekaterih formalnosti so podobni Italijanom, tudi Arabcem. Pogodbe so zavezujoče le toliko časa, dokler so v obojestransko korist, zato menijo, da jih morajo stranke prožno obravnavati. Ob skromni pravni varnosti je negotova tudi uresničitev dogovora.

5. Še posebej v obdobju komunizma so se oblikovale mreže povezav, ki so jim omogočile delovanje in preživetje z darili ter drobnim podkupovanjem, kar se je ohranilo do danes, tudi v poslovanju med zasebniki.
6. Z Američani jih poleg robotosti v nastopu povezujejo veselje do tehnoloških dosežkov, veličina razmišljanj, občutek velike sile in mesijanstvo, pionirski duh, zavračanje pretirane aristokracije, večetničnost itd.
7. Ljubijo dialog, saj v njem odkrivajo ali iščejo svojo dušo. V navadi je, da se morajo uspešno zaključena pogajanja tudi proslaviti. Cenijo tudi obletnice, ki zaznamujejo večletne poslovne vezi.
8. Nepripravljenost za prevzemanje tveganj je sovjetski sistem samo še utrdil, saj so bile sankcije v primeru spodrslijajev za njihove pogajalce usodne.
9. Prav tako je nujno vsestransko in temeljito preučiti ruskega partnerja ter njegove morebitne povezave z nesolidnimi firmami ali celo s podzemljem. Zelo pomembno je, da se že v zgodnji fazi pogajanj ugotovi, ali ruska stranka razpolaga z ustreznimi, npr. finančnimi, sredstvi in je sposobna organizirati plačilna jamstva.
10. V večini primerov gojijo nova ruska podjetja kratkoročen poslovni pristop.

Kot pri vseh pogajalskih slogih so navedene značilnosti povprečne, s tem da je v posameznih primerih lahko odločilni dejavnik osebni slog pogajalcev. Navedeno velja še zlasti za ruske državljane, ki so lahko iz različnih etnij.

2.9 KORUPCIJA – POMEMBNO GOSPODARSKO IN DRUŽBENO ZLO DANAŠNJE RUSIJE

Iz dosedanjih razglabljanj sledi, da je pripisovanje današnje korupcije v Rusiji izključno sovjetskemu sistemu nedopustno poenostavljanje. Če bi bilo res tako, bi bila odprava te neetične prakse sorazmerno hitra in kratka. Korenine tega fenomena segajo daleč v preteklost. Res pa je, da se je korupcija v sovjetskem sistemu institucionalizirala, postala množična, na vseh ravneh in vsak dan prisotna. Brez nje ni funkcioniralo nič. Odstranitev tega zla bo dolgotrajnejši in ne prav lahek postopek kljub številnim prizadevanjem številnih ruskih krogov.

Kot vemo, je korupcije več vrst, še več pa je pojavnih oblik neetičnega vedenja in obnašanja podjetij ter posameznikov. Grobo jih razvrščamo v velika podkupovanja, katerih cilj je pridobitev poslov ali premoženjskih koristi tudi nezakonito, majhna podkupovanja, ki naj pospešijo izpeljave sicer zakonitih poslov, ter izsiljevanja, ki se lahko razvrstijo v eno ali drugo vrsto.

Ugotavljamo, da se je korupcija z uveljavljanjem perestrojke in glasnosti v nasprotju z napovedmi močno povečala, ne pa zmanjšala. Realistični analitiki so tak razvoj napovedovali. Rusija je skozi nekaj preobrazb: začela je z oblikovanjem tržnega gospodarstva in ustreznih institucij, skušala je presaditi zahodni model pluralistične

družbe v okolje, kjer spoštujejo avtoritete (hozjaine), soočila se je z izpeljavo razdruževanj narodov ter posledično z odcepitvijo nekdanjih delov SZ, s konverzacijo vojnega gospodarstva v mirnodobsko, ki je zaposlovalo okrog 20 % najbolj kvalificiranih delavcev. Te in še nekatere druge tranzicije so predstavljale gigantske naloge, ki jim ni možno razrešiti v nekaj letih.

Nekatere ocene o obsegu korupcije so dobesedno zastrašujoče, saj govorijo o 36 milijardah USD letno, kar pomeni za 12 % BDP izdatkov podjetij in posameznikov za te namene. Gre za izjemno visoke zneske, ki sicer neenakomerno, vendar podobno kot carina ali posebni davek, obremenjujejo poslovne transakcije. Poleg tega pa poslovneži nikoli ne vedo, komu in koliko bo treba še plačati za nemoteno poslovanje. TI (Transparency International) je Rusijo uvrstila na neslavno, podpovprečno 90. mesto med 140 državami, za katere je v letu 2004 zbrala te ocene.

Eden izmed indikatorjev neetičnega vedenja in obnašanja ruskih poslovnežev je tudi ocenjen izvoz kapitala, ki naj bi bil za okrog 130 milijard USD. Več kot polovica je »zbežala« na Ciper, v Luksemburg in na Nizozemsko. Zanimivo je, da se del spet vrača v Rusijo in se uporablja za nakupovanje ruskih podjetij.

Predsednik Putin se tudi do oligarhov, ki po ocenah nadzorujejo 50 % BDP-ja današnje Rusije, obnaša zelo pragmatično in različno. Z nekaterimi se pogovarja in jih skuša disciplinirati, da bi redno plačevali davke, vlagali v dejavnosti v Rusiji, se distancirali od politike itd.

Putinova prizadevanja se kažejo v renacionalizaciji petih do šestih področij, ki zajemajo predvsem naravna bogastva in so hrbtenica celotnega ruskega gospodarstva, največji izvozniki ter ne nazadnje tudi garant stabilnosti ruske družbe. Po zadnjih ocenah mu je doslej uspelo pridobiti državne deleže v 40 % izmed teh ključnih panog. Poleg tega podpira internacionalizacijska prizadevanja velikih holdingov in koncernov po diverzifikaciji poslovanja v celotni verigi vse do končnih porabnikov.

Izmed drugih za mednarodno trgovino pomembnih in bolečih oblik neetičnega vedenja opozarjamo na plačilo prakso nekaterih novih ruskih bank. Gre za njihovo slabo finančno disciplino, zato morajo stranke, ki izvažajo v Rusijo, ne samo natančno preverjati boniteto ruskih poslovnih bank, marveč v primeru večjih zneskov, kar naj bi veljalo tudi za nekatere večje ruske banke, ki so poslovale že v sovjetskem sistemu, zahtevati potrditev njihovih finančnih instrumentov, na primer akreditivov, s strani prvovrstnih zahodnih bank, pri katerih imajo praviloma del svojih depozitov (Hrastelj, 2008, str. 147–149).

3 SPLOŠNO O IZVOZU BLAGA

Izraz izvoz oziroma eksport izhaja iz latinske besede »exporto«, kar v dobesednem pomenu pomeni izvažanje blaga in storitev iz pristanišča v državi. Kupca tega blaga oz. storitev imenujemo uvoznik, prodajalca pa izvoznik. Trenutno je izvoz oziroma uvoz blaga ali storitev, ki se izvajajo po pravni poti, ena najpogostejših aktivnosti na področju trgovine. Ti dve dejavnosti sta osnova mednarodnih gospodarskih odnosov.

Internacionalizacija slovenskih podjetij je eden izmed ključnih instrumentov za povečanje mednarodne konkurenčnosti slovenskega gospodarstva in pomemben generator pospeševanja gospodarske rasti.

Spremembe v gospodarstvu, zaostrena konkurenca, nasičenost domačega trga, potreba po širitvi, novih izzivih in zagotavljanju rasti so samo nekateri izmed razlogov, zaradi katerih morajo mala ter srednje velika podjetja intenzivno razmišljati o možnosti delovanja tudi zunaj meja Slovenije.

Razlogi, zakaj se mala in srednje velika podjetja odločijo za delovanje na tujih trgih, so zelo različni. Zunanji razlogi so gospodarsko in politično okolje v domači ter ciljni tuji državi (pravni in davčni vidiki, podporno okolje, ekološke zahteve in omejitve, državna razvojna naravnost ...), značilnosti domačega in ciljnega trga (velikost, zasičenost, rivalstvo, stopnja internacionalizacije ...) in druge značilnosti posamezne dejavnosti, kot so sedanje stanje in pričakovani trendi ter specifične značilnosti.

Notranji razlogi pa so stagnacija in onemogočanje nadaljnje rasti podjetja, velikost ter resursi podjetja, strategija razvoja in zagotavljanje nadaljnje rasti podjetja, domače ter mednarodne izkušnje, interesi podjetja ali posameznikov, formalne in neformalne povezave ter poznanstva in druge priložnosti (GZS).

3.1 IZBOR CILJNEGA TRGA

Ciljni trg sestavlja skupina odjemalcev (potrošnikov ali drugih podjetij), za katero podjetje oblikuje svoj trženjski splet. Podjetje osredotoča trženjske aktivnosti na to skupino in poskuša zadovoljiti posebne potrebe ter preference. Ko podjetje preučuje potencial ciljnega trga, mora ugotoviti, ali ima ustrezna sredstva za oblikovanje trženjskega spleta, ki bo zadovoljil potrebe ciljnega trga, in ali bo z zadovoljitvijo teh potreb uresničilo tudi svoje poslovne cilje. Podjetje mora oceniti ciljni trg z vidika, kako bo vstop na trg vplival na prodajo, stroške in dobiček. Prav tako pa mora ugotoviti moč in število konkurentov, ki že delujejo na tem trgu. Od števila in velikosti izbranih segmentov je odvisno, kolikšen del trga pokriva podjetje. Podjetje lahko izbira med tremi strategijami pokrivanja trga (Kajzer, 2008):

- Nediferencirano trženje – podjetje nastopa na celotnem trgu z enim tržnim spletom, ki ustreza kar največjemu številu odjemalcev. Podjetje zanemari razlike med segmenti in oblikuje za vse odjemalce enotno ponudbo. Primerno je za homogene izdelke oz. storitve.
- Diferencirano trženje – podjetje izdelka za vsak tržni segment, na katerem bo nastopalo, posebno strategijo in tržni splet.
- Koncentrirano trženje – podjetje se osredotoči samo na segment in zanj oblikuje tržno strategijo in splet.

Neposredno in soodvisno sta z odločitvijo o izboru trga povezana tudi način ali oblika vstopa, oziroma izbira vstopne strategije za izbrani trg, zato je proces selekcije ali izbora trgov bolj pomemben. Potencialno zanimive trge moramo razumno izbrati. V ta namen moramo poznati načine, modele in postopke presoje izbora trgov, da lahko izberemo nekaj tistih, ki jih bomo podrobneje preučili.

Vsaka napačna odločitev izbora trga lahko podjetje drago stane, zato je še toliko bolj pomembno, da se tržniki zavedajo vsebinskega pomena in posledic izbora trga. Mednarodni tržnik ima tako pri izboru ciljnega trga veliko nalog, ki ji lahko razdelimo na dve temeljni področji:

- analiza okoljskih značilnosti trgov,
- analiza značilnosti podjetja.

Med ključne naloge za izbor ustreznega trga sodijo:

- odkrivanje podobnosti in razlik med trgi, med porabniki in njihovim nakupnim vedenjem,
- zbiranje informacij o potencialnih tveganjih,
- ovrednotenje primernosti izdelkov za trge, ki so v izboru, in ocena potrebnih prilagoditev izdelkov,
- preučevanje povpraševanj po izdelkih (potencialne kupce in cene),
- preučevanje konkurence (kateri so, po kakšnih cenah ponujajo izdelke),
- pravni in drugi vidiki mednarodnega poslovanja (financiranje, zaščita intelektualne lastnine).

Večina podjetij razvije modele izborov trga postopoma, zato govorimo o procesih izbora trgov na ravni podjetja. Najprej določimo kriterije izbora trgov, nato analiziramo trge oziroma države (njihove prednosti, značilnosti in slabosti) ter segmentiramo že izbrani trg. V ta namen morajo podjetja opraviti analizo tujih trgov z orodjem, kakršna je SWOT-analiza (Talić, 2010, str. 15–16).

3.2 PREDSTAVITEV PODJETJA X, d. o. o.,

Začetki podjetja X, d. o. o., segajo v leto 1975, ko se je iz majhnega podjetja razvilo v današnje srednje veliko podjetje, ki je postalo proizvajalec industrijskih ventilov za

plin in vodo. Podjetje trenutno prodaja in izvaža svoje izdelke po vsej Evropi ter Avstraliji in na Bližnji vzhod.

Kot rezultat trdega dela je podjetje pridobilo certifikate in priznanja kvalitete, ki potrjujejo, da so izdelki narejeni po svetovnih standardih. Izdelki imajo certifikat DVGW, ki zagotavlja visokokakovostno vgradnjo armatur v sisteme. Z nenehnim izboljševanjem na tehničnem in tehnološkem področju pa je leta 1997 pridobil ISO 9001-2000. Podjetje X, d. o. o., ima kar precej povpraševanj iz Rusije, zato je za svoje izdelke pridobil tudi certifikat GOST, ki omogoča prodajo na omenjeni trg.

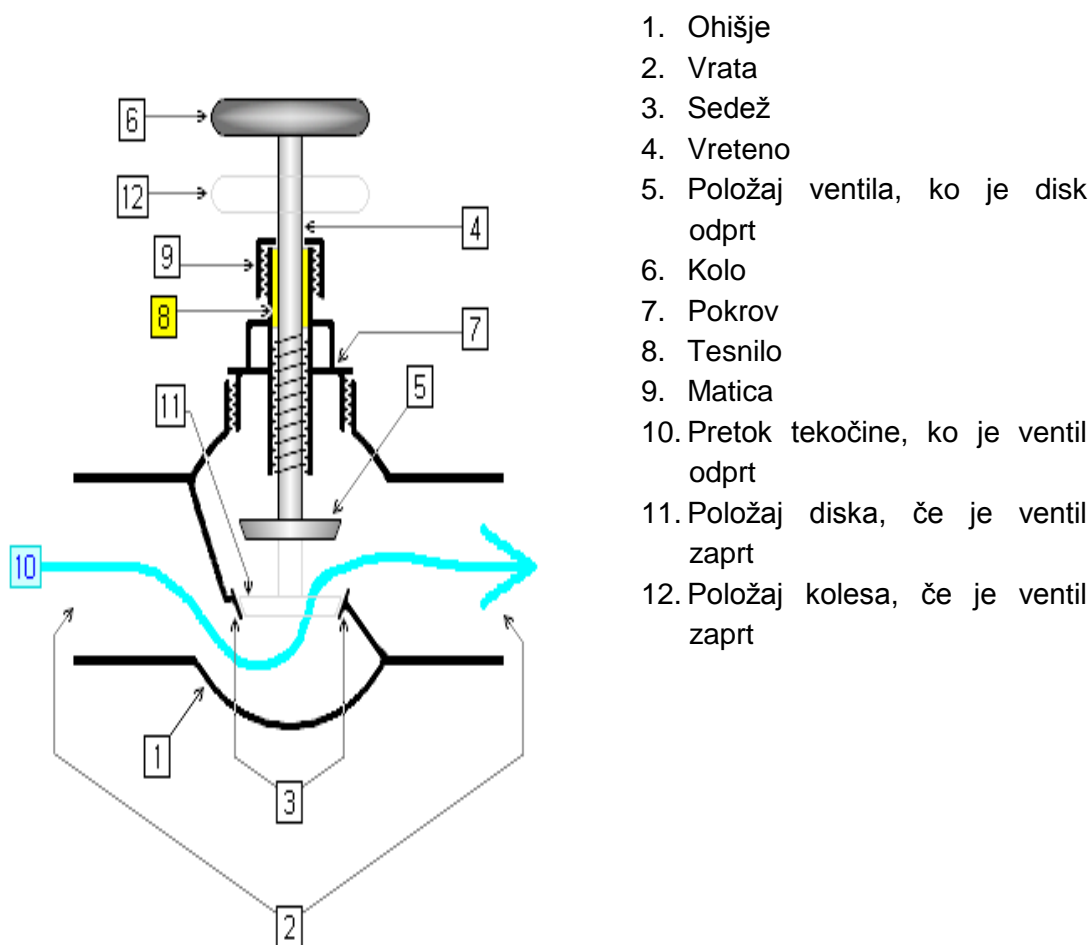
Ventil je naprava, ki ureja, upravlja ali nadzoruje pretok tekočine (plini, tekočine, utekočinjene trdne snovi, mulj) z odpiranjem, zapiranjem ali delnim prehodom.

Ventili so primerni za uporabo v procesih namakanja, v industrijski uporabi za krmiljenje procesov, v stanovanjskih namenih, kot sta npr. vklop/izklop in nadzor tlaka v pomivalnih in pralnih strojih, za ogrevanje. Prav tako pa se uporabljajo v vojaških in prometnih sektorjih.

Ventile najdemo skoraj v vsakem industrijskem procesu, vključno z vodo in obdelavo odpadnih voda, v rudarstvu, pri proizvodnji električne energije, predelava nafte in plina, v proizvodnji hrane, v kemični in plastični industriji ter še na mnogo drugih področjih. Ljudje v razvitih državah uporabljamo ventile v vsakdanjem življenju, to so pipe za vodo, kontrolni plinski ventili za štedilnike, varnostni ventili, nameščeni v kurilnicah, ploski ventili v avtomobilskih motorjih.

Tudi v naravi obstajajo ventili, to je srčna zaklopka, ki nadzoruje pretok krvi v srčnih votlinah in vzdržuje pravilno črpanje krvi. Ventili se lahko upravljajo ročno z ročajem ali s kolesom, s pnevmatskim ali z elektromotornim pogonom ali avtomatsko glede na spremembo tlaka, temperature ali pretoka. Zadnje vrste ventilov pogosto najdemo v sistemih z vročo vodo ali v boilerjih. Velikost ventilov se navadno giblje v razponu od 0,1 mm do 60 cm. Posebni ventili pa lahko presežejo tudi premer 5 metrov.

S spodnje slike je razvidna sestava ventila.



Slika 2: Prečni prerez odprtega zasuna in opis sestavnih delov
(Vir: Wikipedija)

3.3 ZNAČILNOSTI SREDNJE VELIKIH PODJETIJ

Razvrstitev podjetij na male, srednje in velike družbe je zakonsko pogojeno v Zakonu v gospodarskih družbah. V 55. členu Zakona o gospodarskih družbah (ZGD-1, Uradni list RS, št. 42/2006) in v 3. členu popravka tega zakona (ZGD-1B, Uradni list RS, št. 62/2008) so definirani pojmi oziroma je podana razlaga razdelitve podjetij na mikro, majhne, srednje oziroma velike družbe.

Družbe se pri uporabi tega zakona razvrščajo na mikro, majhne, srednje in velike družbe z uporabo navedenih meril na bilančni presečni dan letne bilance stanja:

- povprečno število delavcev v poslovnem letu,
- čisti prihodki od prodaje,
- vrednost aktive.

Mikro družba je družba, ki izpolnjuje dve od teh meril:

- povprečno število delavcev v poslovnem letu ne presega deset,
- čisti prihodki od prodaje ne presegajo 2.000.000 evrov in
- vrednost aktive ne presega 2.000.000 evrov.

Majhna družba je družba, ki ni mikro družba po prejšnjem odstavku, in ki izpolnjuje dve od teh meril:

- povprečno število delavcev v poslovnem letu ne presega 50,
- čisti prihodki od prodaje ne presegajo 8.800.000 evrov in
- vrednost aktive ne presega 4.400.000 evrov.

Srednja družba je družba, ki ni mikro družba po drugem odstavku tega člena ali majhna družba po prejšnjem odstavku in ki izpolnjuje dve od teh meril:

- povprečno število delavcev v poslovnem letu ne presega 250,
- čisti prihodki od prodaje ne presegajo 35.000.000 evrov in
- vrednost aktive ne presega 17.500.000 evrov.

Velika družba je družba, ki ni mikro družba po drugem odstavku tega člena ali majhna družba po tretjem odstavku tega člena ali srednja družba po prejšnjem odstavku. Družbe se v skladu z merili iz prejšnjih odstavkov razvrščajo ali prerazvrščajo na mikro, majhne, srednje in velike družbe na podlagi podatkov dveh zaporednih poslovnih let na bilančni presečni dan bilance stanja. Določbe tega zakona in drugih predpisov, ki se nanašajo na majhne družbe, se uporabljajo tudi za mikro družbe, razen če ta zakon in drugi predpisi ne določajo drugače.

Razlike – prednosti in slabosti – malih in velikih podjetij

Če si pogledamo nekaj primerjav med malim in velikim podjetjem, bomo videli, da te primerjave kažejo, da malo podjetje ni enostavna pomanjšava velikega podjetja, temveč ima vsako podjetje svoje značilnosti. Mala in tudi srednje velika podjetja imajo številne karakteristike, ki jih označujejo kot poseben gospodarski subjekt, ki ga je zato treba upravljati na drugačen način. Z ekonomskega in upravljalškega vidika je za taka podjetja značilno predvsem to, da se posamezne poslovne funkcije ne morejo toliko specializirati, kot je to primer v velikih podjetjih. Zlasti za mala podjetja pa je tudi značilno, da je lastnik podjetja največkrat v njem tudi zaposlen. V spodnji preglednici so pojasnjene nekatere prednosti in slabosti malih podjetij v primerjavi z velikimi.

VODENJE PODJETJA	
Mala in srednja podjetja	Velika podjetja
<ul style="list-style-type: none"> • lastnik, podjetnik • pomanjkljivo znanje o vodenju podjetja • tehnično usmerjena izobrazba • patriarhalno vodenje • redke skupinske odločitve • velik pomen improvizacije in intuicije • planiranja skoraj ni • preobremenjenost zaradi kopičenja funkcij, zato delitev dela po sodelavcih • neposredna udeležba pri dogajanju v podjetju • majhne možnosti korekture pri napačnih odločitvah • vodstvenega potenciala ni možno zamenjati 	<ul style="list-style-type: none"> • menedžer • temeljito znanje o vodenju podjetja • dobro tehnično znanje v strokovnih oddelkih in štabih • vodenje po načelih menedžmenta • pogoste skupinske odločitve • majhen pomen improvizacije in intuicije • obsežno planiranje • visoka stopnja delitve dela po projektih • daleč od dogajanja v podjetju • dobre možnosti korekture pri napačnih odločitvah • vodstveni potencial je možno zamenjati
KADRI	
Mala in srednja podjetja	Velika podjetja
<ul style="list-style-type: none"> • majhno število zaposlenih • pogosto nepomemben delež nekvalificirane in priučene delovne sile • malo zaposlenih z visokošolsko izobrazbo • pretežno široko strokovno znanje • velik del sodelavcev je zadovoljnih z delom 	<ul style="list-style-type: none"> • veliko število zaposlenih • pogosto velik delež nekvalificirane in priučene delovne sile • veliko zaposlenih z visokošolsko izobrazbo • močno izražena tendenca po specializaciji • malo sodelavcev je zadovoljnih z delom
ORGANIZIRANOST	
Mala in srednja podjetja	Velika podjetja
<ul style="list-style-type: none"> • na podjetnika naravnani linijski sistem, nad katerim ima pregled on sam ali s pomočjo majhnega števila vodilnih sodelavcev • kopičenje funkcij 	<ul style="list-style-type: none"> • kompleksna organizacijska struktura, ki je neodvisna od oseb in je objektivno usmerjena • delitev dela • razvito oblikovanje oddelkov

<ul style="list-style-type: none"> • redko oblikovanje oddelkov • kratke neposredne poti informacij • močna osebna povezanost • navodila in kontrola z osebnimi stiki • omejeno delegiranje • neznatni koordinacijski problemi • neznatna stopnja formalizacije • visoka fleksibilnost 	<ul style="list-style-type: none"> • predpisane poti informacij • neznatna osebna povezanost • formalizirani brezosebni odnosi glede navodil in kontrole • delegiranje na mnogih področjih • veliki koordinacijski problemi • velika stopnja formalizacije • neznatna fleksibilnost
PRODAJA	
Mala in srednja podjetja	Velika podjetja
<ul style="list-style-type: none"> • zadovoljevanje individualiziranega povpraševanja majhnega obsega v prostorsko in/ali resnično ozkem tržnem segmentu • zelo različen konkurenčni položaj 	<ul style="list-style-type: none"> • zadovoljevanje povpraševanja velikega obsega v prostorsko in/ali stvarno širokem tržnem segmentu • dober konkurenčni položaj
NABAVA IN MATERIALNO GOSPODARJENJE	
Mala in srednja podjetja	Velika podjetja
<ul style="list-style-type: none"> • šibka pozicija na nabavnem tržišču • pogosti nabava materiala po naročili 	<ul style="list-style-type: none"> • močna pozicija na nabavnem tržišču • pretežno nabava materiala neodvisno od naročil, zagotovljena z dolgoročnimi pogodbami z dobavitelji
PROIZVODNJA	
Mala in srednja podjetja	Velika podjetja
<ul style="list-style-type: none"> • delovno intenzivna • neznatna delitev dela • pretežno univerzalni stroji • majhna degresija stroškov pri rastočem obsegu učinkov <p>pogosto dolgoročno vezana z določeno temeljno inovacijo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • kapitalno intenzivna • visoka delitev dela • pretežno specialni stroji • močna degresija stroškov pri rastočem obsegu učinkov <p>ni dolgoročno povezana s temeljno inovacijo</p>
RAZISKAVE IN RAZVOJ	
Mala in srednja podjetja	Velika podjetja
<ul style="list-style-type: none"> • brez stalnega institucionaliziranega 	<ul style="list-style-type: none"> • stalen institucionaliziran raziskovalno razvojni oddelek

raziskovalno razvojnega oddelka <ul style="list-style-type: none"> • kratkoročno intuitivno usmerjeno raziskovanje in razvoj • skoraj izključno v uporabo usmerjen razvoj izdelkov in postopkov, temeljnih raziskav skoraj ni • relativno kratko časovno obdobje od iznajdbe do gospodarske uporabe 	<ul style="list-style-type: none"> • dolgoročno sistematično zastavljeno raziskovanje in razvoj • razvoj izdelkov in postopkov v tesni povezavo s temeljnimi raziskavami • relativno dolgo časovno obdobje od iznajdbe do gospodarske uporabe
FINANCIRANJE	
Mala in srednja podjetja	Velika podjetja
<ul style="list-style-type: none"> • v družinski lasti • ni dostopa na anonimno tržišče kapitala, torej zato le omejen možnosti financiranja • nikakršna neposredna, neznatna splošna državna podpora v krizi 	<ul style="list-style-type: none"> • praviloma široko razpršena lastnina • neoviran dostop na anonimno tržišče kapitala, zato veliko različnih možnosti financiranja • verjetno neposredna državna podpora v krizi

Tabela: Značilnosti malih in večjih podjetij
(Vir: Poslovni bazar)

4 PRIMERI NALOG, KI SO POTREBNI ZA VSTOP NA RUSKI TRG

Idealne strategije za vstop ni, saj lahko različna podjetja za vstop na isti trg uporabijo drugačno metodo oziroma lahko isto podjetje za različne trge uporabi različne metode vstopa.

Ruski trg je v razvoju in ponuja nove poslovne priložnosti ter možnost velikih zaslužkov. Vendar pa že poskus vstopa na ruski trg prinaša tveganje, saj pomeni investicijo, za katero ni nujno, da bo obrodila sadove.

Stroški enega samega obiska v Moskvi in navezovanje prvih stikov tam lahko kaj hitro narastejo do 10.000,00 EUR in tudi več, saj je Moskva eno izmed najdražjih mest na svetu, Rusi pa se radi pustijo razvajati.

Veliko podjetnikov že na začetku naredi klasično napako, ki ji lahko rečemo »podcenjevanje ruskega trga«. Menijo namreč, da imajo dobro ponudbo, ki bi jo lahko predstavili na ruskem trgu, seveda za čim manjšo investicijo, blago pa naj bi se prodajalo kar samo, misleč, da je ruski trg velik in nekaj se bo že zgodilo.

Pošiljajo elektronske ponudbe (po možnosti v angleščini) na vse mogoče naslove, upajoč na pozitiven odgovor. Sledi razočaranje, ko ni nobenega odgovora na ponudbo.

- Prva ovira je jezik, zlasti če gre za prvi stik s starejšo osebo. Če se podjetje pripravlja na ruski trg, je dobro, da zaposli nekoga, ki govori in piše rusko. Ker se v različnih panogah uporabljajo različni specialni termini, je prav tako priporočljivo obiskati kakšen tečaj specializiranega ruskega jezika. Naložba v jezikovno izobraževanje ali zaposlitev lingvista je dobra odločitev, ki bo podjetju prinesla pozitivne rezultate. Poleg poznavanja ruskega jezika je pomembno tudi poznavanje kulturnih in nacionalnih posebnosti ter poslovnih običajev. Pri komuniciranju z Rusi se priporoča, da se šalame na račun Rusije, ruskih navad in druge svetovne vojne izognete. Nasprotno pa jim bo zelo godila pohvala, povezana z uspehi Rusije na področju umetnosti, gospodarstva in športa.
- Kot drugo je dobro na trgu najprej preučiti konkurenco. Svoje konkurente lahko najdemo s pomočjo različnih spletnih iskalnikov. Uporabimo iskalnike, ki zajemajo svetovni splet kot celoto, kajti tudi konkurenčni izdelki s poreklom iz drugih držav štejejo. Dodatne informacije lahko pridobimo na sejnih s področja dejavnosti svojega podjetja in vzpostavimo stike z ljudmi iz iste stroke. Ko enkrat poznamo konkurenco, je dobro, da obiščemo njihovo spletno stran, kjer se seznanimo z njihovimi izdelki in cenami, če so na voljo. Če poznamo lastnosti izdelkov, ki jih ponuja konkurenca, nam lahko to pride zelo prav, saj lahko kasneje utemeljimo strankam, v čem so produkti, ki jih ponujamo, boljši od konkurenta.
- Naslednji korak je prevod reklamnega materiala, ki ga nameravamo pošiljati potencialnim partnerjem. Za začetek lahko pripravimo kratko predstavitev v ruščini, ki vključuje podatke o podjetju, osnovne informacije o izdelkih, prav tako pa ne smemo pozabiti na slike, saj so ključni element predstavitve. Če dobimo pozitiven odziv na predstavitev in stranka želi splošen katalog ter cenik, je dobro, da imamo tudi tega na voljo v ruskem jeziku.
- Navezovanje stikov s potencialnimi poslovnimi partnerji in iskanje kontaktov: ne smemo se takoj osredotočiti na celotno Rusijo, najlažje je začeti v evropskem delu Rusije. Sankt Peterburg je na primer dovolj veliko mesto za začetek, saj ima kar 7 milijonov prebivalcev, je blizu EU (cca 400 km) in je cenejše od Moskve. Kontakte lahko začnemo iskati v spletnih poslovnih imenikih, kot so Kompass in Europages. Baze podatkov vključujejo informacije od malih do velikih podjetij, kategoriziranih po dejavnosti. Pridobimo lahko vse ključne podatke, kot so ime podjetja, naslov, poslovna dejavnost, imena vodilnih oseb, e-poštni naslovi, telefonske številke, številno

zaposlenih, leto ustanovitve itd. Ko enkrat imamo te podatke, je dobro, da pred klicem v podjetje še dobro pregledamo njihovo spletno stran, če je ta na voljo. Tako lahko preverimo, čigave izdelke ali storitve podjetje ponuja zdaj in kako jim bomo argumentirali, v čem so naše storitve oziroma izdelki boljši od teh, ki jih že ponujajo.

- Obisk sejmov

Nastopi podjetij na sejmi v tujini so eden izmed osrednjih instrumentov za internacionalizacijo podjetij. Udeležba na sejmu podjetjem omogoča dostop do novih informacij o tujih trgih in poslovnih priložnosti ter možnosti neposrednega razgovora s potencialnimi poslovnimi partnerji, uvajanje izdelka oz. inovacij, prenos tehnologij in znanja ter pregled novosti in tuje konkurence. Cene za razstavljanje na sejmi so lahko zelo visoke, te se gibljejo od nekaj deset evrov za regionalni splošni sejem do 300 evrov in več za specializirani svetovni sejem. Cene so za kvadratni meter. Strošku najemnega prostora sledijo še stroški priprave razstavnega prostora, razstavni eksponati, ki jih je morda še treba razviti, prevozi, gradivo za promocijo podjetja, oglaševanje, poslovna darila, hoteli itd. Ker so stroški razstavljanja na sejmu zelo visoki, lahko sejem sprva obiščemo samo kot obiskovalec in svoje izdelke ponudimo zainteresiranim razstavljavcem. Če smo uspešni in dobimo poslovnega partnerja, si lahko naslednje leto delimo razstavni prostor z njim ali pa se odločimo za lasten razstavni prostor. Za lažjo odločitev o primernem sejmu si lahko pomagamo z bazami sejmov, kot je na primer Expo Data Base, ali z ruskim iskalnikom Exponet.ru, kjer so dostopne informacije o lokaciji, terminu, razstavnih površinah, številu razstavljavcev in obiskovalcev ter področjih, ki jih posamezni sejem pokriva. Sejme lahko iščemo po panogi, datumu sejma in ključnih besedah.

- Poslovni obisk stranke, ki se zanima za naše izdelke

Rusi veljajo za zelo gostoljubne, so širokosrčni, čustveni in spontani. Posel gradijo na medsebojnem zaupanju in dobrih osebnih odnosih. So korektni partnerji in po daljšem poslovanju poslovne vezi pogosto prerastejo v prijateljstvo. Poslušajo po načelu usluga za uslugo. Če smo jim naredili kakšno uslugo ali ponudili prijateljsko pomoč, to zelo cenijo in ko bomo potrebovali njihovo pomoč, nam bodo to povrnili.

Ko se odpravljamo na obisk strank oziroma poslovnih partnerjev, imejmo s seboj darilo zanje. Če jih osebno še ne poznamo, jim lahko podarimo kaj pristno slovenskega, kot je slika Ljubljane ali drugega slovenskega kraja, slovensko medeno ali borovničevo žganje. Zraven lahko povemo še zanimivo zgodbo, ki pojasni izbiro darila, s čimer lahko vzbudimo večje zanimanje za Slovenijo. Tako bomo pokazali, da smo si za izbiro darila vzeli čas in ga izbrali z dušo, kar bo na partnerje naredilo vtis.

Pri izbiri obleke za sestanek se držimo pravil poslovnega oblačenja: za gospode obleka s srajco in kravato, za dame pa obleke umirjenih tonov s konservativno dolžino krila.

Če nas partnerji povabijo k sebi domov ali na dačo (ruska počitniška hiša), obvezno s seboj prinesimo darilo, škatlo luksuznih čokoladnih bombonov ali neparno število rož v šopku. Pod nobenim pogojem pa ni dobro kot darilo prinesiti vodke, saj bi se to interpretiralo, kot da naš gostitelj nima izbranega okusa.

Dobro je, če poznamo kakšno rusko zdravico, saj je pri Rusih v navadi, da ob praznovanjih in prijateljskih srečanjih nazdravljajo z zdravicami, v ruščini se imenuje tost. Poslovneži se lahko naučijo vsaj eno zdravico, kot je na primer: »Za vaše zdorovje«, kar v slovenščini pomeni 'na zdravje'. Ob trkanju s kozarci se ne gleda v oči, saj to ni v navadi.

Šalam na račun Rusije, ruskih navad, verskih prepričanj in druge svetovne vojne se je v navzočnosti Rusov treba izogibati. Po naravi so namreč veliki domoljubi, z zvrhano mero narodne samozavesti. In čeprav sami radi stresajo šale na svoj račun, tujcem tega ne dovolijo.

- Izvoz blaga – certifikati, ustrezna dovoljenja
Zahvaljujoč obveznemu certificiranju, lahko država nadzoruje blago z notranjih in zunanjih trgov, da je skladno s standardi kakovosti. Certifikat za potrošnika zagotavlja kakovost in varnost kupljenih proizvodov. Izdelek, ki opravi laboratorijske teste in prejme potrdilo o skladnosti GOST R, nima težav pri obdelavi carinskih dokumentov. Podjetja, ki se zavedajo potrebe po certificiranju svojih izdelkov, zasedajo močan položaj na ruskem trgu. (*Nacionalni register za izjave o skladnosti.*)

GOST R je ruski nacionalni sistem certificiranja, do pred kratkim je bil to največji in obvezen sistem certificiranja v Ruski federaciji. Obvezno certificiranje GOST R je nadomestila Izjava o skladnosti TR TS glede na tehnične predpise carinske unije. V carinsko unijo sodijo Rusija, Belorusija in Kazahstan, tako da je omenjena izjava veljavna v vseh treh državah. Večina izdelkov tako ne spada več pod obvezno certifikacijo GOST, lahko pa vseeno svoje izdelke dobrovoljno certificiramo po standardu GOST, saj tako povečamo zvestobo kupcev do certificiranih izdelkov. Za pridobitev certifikata lahko zaprosimo pri ruskih akreditiranih certifikacijskih organih oziroma to v našem imenu naredi ruski distributer (*Certificiranje proizvodov v Rusiji. Prostovoljno certificiranje*).

Izjava o skladnosti TR TS je dokument, ki potrjuje skladnost proizvodov glede na varnostne zahteve, določene v tehničnih predpisih carinske unije. Je prvi pogoj za vstop proizvodov na trg, saj brez nje prodaja v carinski uniji ni mogoča. Izjava TR TS je lahko izdana za opredeljeno serijo proizvodov ali za serijsko proizvodnjo v veljavnosti do 5 let. Prosilec za izdajo izjave TR TS je lahko samo prebivalec Ruske

federacije (pravna oseba ali samostojni podjetnik), zanjo zaprosi pri akreditiranem ruskem certifikacijskem organu. Izdelki, za katere želimo pridobiti izjavo, morajo biti v pristojnosti organa po certifikaciji, sam organ pa mora biti vnesen v »Nacionalni del enotnega registra certifikacijskih organov in preizkuševalnih laboratorijev (centrov) carinske unije«. Ta register je dostopen na uradni spletni strani »Rosakreditacija« <http://fsa.gov.ru/index/staticview/id/70/>, prav tako pa na spletni strani komisije carinske unije: <http://www.eurasiancommission.org/en/Pages/default.aspx>.

Pri pridobivanju izjave TR TS nam pomaga strokovnjak s carinskega organa. V prvi fazi je potreben posvet, za katere izdelke potrebujemo izjavo, kateri dokumenti bodo potrebni ter se dogovoriti za ceno certifikata. Potem se skupaj s strokovnjakom dogovorimo, katere vzorce izdelkov je treba pripraviti, nato se pošljejo v akreditirani laboratorij, kjer se izvaja testiranje izdelkov. Po vseh opravljenih korakih se analizirajo podatki in zapolni izjava o skladnosti, ki se pošlje prosilcu v potrditev skupaj z vzorci. Če ni nobenih pripomb, se izjava registrira v enotnem registru. Vso odgovornost za točnost in resničnost informacij, navedenih v izjavi, nosi prosilec (naš zastopnik oziroma distributer). V primeru kršitve pravil v izjavi so globe zelo visoke – od 50.000 do pol milijona rubljev ter zaplemba blaga (*Certificiranje proizvodov v Rusiji. Izjava o skladnosti TR TS*).



ТАМОЖЕННЫЙ СОЮЗ ДЕКЛАРАЦИЯ О СООТВЕТСТВИИ

Заявитель, ООО "ЮСАР Термо"

127411, Россия, г. Москва, Дмитровское ш., д. 157, тел. +74956681139, факс +74956681139,
ОГРН 1127746151367

в лице Генерального директора Любарца Валерия Максимовича

заявляет, что Электрогенераторы передвижные с двигателем внутреннего сгорания на газовом топливе, т.м. "EFFORT", модели: EFFORTCC2500S, EFFORTCC2500B, EFFORTCC2500BR, EFFORTCC5000B, EFFORTCC5000S, EFFORTCC5000E, EFFORTCC5000BR, EFFORTCC5000D, EFFORTCC5000DR. Продукция изготовлена в соответствии с ТР ТС 004/2011 "О безопасности низковольтного оборудования", ТР ТС 020/2011 "Электромагнитная совместимость технических средств".

изготовитель: "Shanghai Chenchang Technology Co., Ltd.", No.1688 Xinxie Road, 201708, Huaxin Town, Qingpu District, Shanghai, China, Китай

Код ТН ВЭД ТС: 8502 20 910 0

Серийный выпуск, контракт No GP-3-2012 от 10.05.2012 г.

соответствует требованиям

ТР ТС 004/2011 "О безопасности низковольтного оборудования"; ТР ТС 020/2011

"Электромагнитная совместимость технических средств"

Декларация о соответствии принята на основании

протоколов №№ ТС2/4-ин/0056, ТС2/4-ин/0057 от 04.06.2013 г. Испытательная лаборатория ООО "Спектр", аттестат рег. № РОСС RU.0001.21AB92 от 21.10.2011 г., адрес: 121351, г. Москва, ул. Ивана Франко, д. 18, корп. 1

Дополнительная информация

Условия хранения продукции в соответствии с ГОСТ 15150-69. Срок хранения (службы, годности) указан в прилагаемой к продукции товаросопроводительной и/или эксплуатационной документации.

Декларация о соответствии действительна с даты регистрации по 04.06.2016 включительно.



Любарец Валерий Максимович

(инициалы и фамилия руководителя организации)
заявителя или физического лица, зарегистрированного в
качестве индивидуального предпринимателя)

Сведения о регистрации декларации о соответствии:

Регистрационный номер декларации о соответствии: ТС № RU Д-СН.АЛ16.В.07057

Дата регистрации декларации о соответствии: 05.06.2013

Slika 3: Primer deklaracije TR TS

(Vir slike: *Certificiranje proizvodov v Rusiji. Izjava o skladnosti TR TS*)

- Izvozni dokumenti
Priprava dokumentov je ključnega pomena, manjkajoči ali nepopolno izpolnjeni dokumenti lahko povečajo tveganje pri poslovanju, vodijo k zamudam in dodatnim stroškom ali pa preprečijo dokončanje posla. Pred odpremo se posvetujemo s kupcem, kakšni dokumenti so potrebni, prav tako se za pomoč obrnemo na prevoznika, ki bo blago dostavil stranki. Spodaj so opisani dokumenti, ki jih je treba priložiti k pošiljki:
 - Predračun, če nam je kupec plačal blago po avansnem računu.

- Račun, ki mora vsebovati naslednje podatke: podroben opis blaga in namen uporabe; številke artiklov blaga; ime proizvajalca; število kosov; neto teža za vsak izdelek; skupna bruto teža; število tovorkov; cena na enoto in skupna cena; država porekla blaga; številke blaga TARIC; pogoji dostave – klavzule Incoterm; način plačila blaga; številka in datum pogodbe, sklenjene med kupcem ter prodajalcem; številka in datum računa; pravni naslov prodajalca in kupca; naslov za dostavo blaga, če se razlikuje od kupčevega naslova; kontaktni podatki prejemnika; podpis ter žig pošiljatelja.
- Prevod računa v ruski jezik.
- Tehnični podatki za odpremljeno blago (materiali, tehnični opis, slike, skice, navodila za uporabo).
- Dobavnica, specificiramo neto težo glede na kos, skupno neto in bruto težo, v katerem zaboju oz. paleti je blago.
- Certifikati proizvajalca, to je lahko ISO, certifikat o skladnosti blaga, izjave proizvajalca.
- CMR.
- Kupoprodajna pogodba, sklenjena med kupcem in prodajalcem.
- Potrdilo o poreklu blaga, ki ga potrdi Gospodarska zbornica Slovenije.

Pogosto mora kupec v Rusiji carinskemu uradu predložiti tudi cenik dobavitelja in katalog, v katerem so na voljo opisi prodanega blaga.

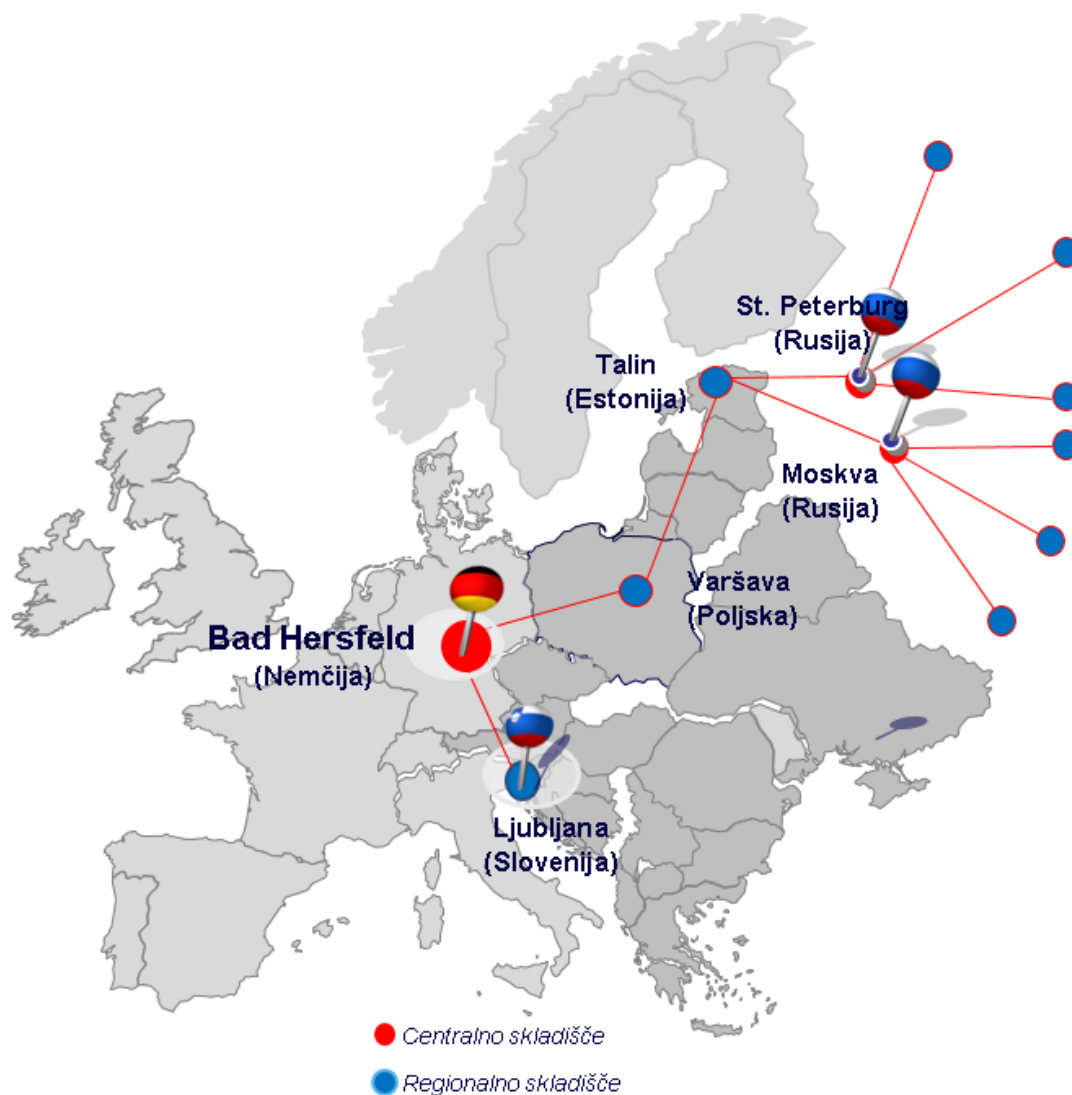
5 PREVOZ BLAGA V RUSIJO

Veliko prevoznikov ni dovolj podkovanih za vstop na trg Ruske federacije, zato na meji blago lahko zadržijo. Naše podjetje sodeluje s prevoznikom Kuehne Nagel, saj imajo pokrito celotno evropsko logistično mrežo v cestnem transportu. Imajo 7.700 logističnih specialistov v cestnem transportu, 210 terminalov, 350 rednih linij s približno 1.400 odpremami tedensko, 16 milijonov pošiljk letno in 54.000 strank.

Podjetje Kuehne Nagel ima na voljo delne in polne kamionske naklade, prilagojene storitve za vsako stranko posebej, on-line sledenje, najnaprednejši IT-sistem ter dostave "On Time" (avtomobilska in visokotehnološka industrija).

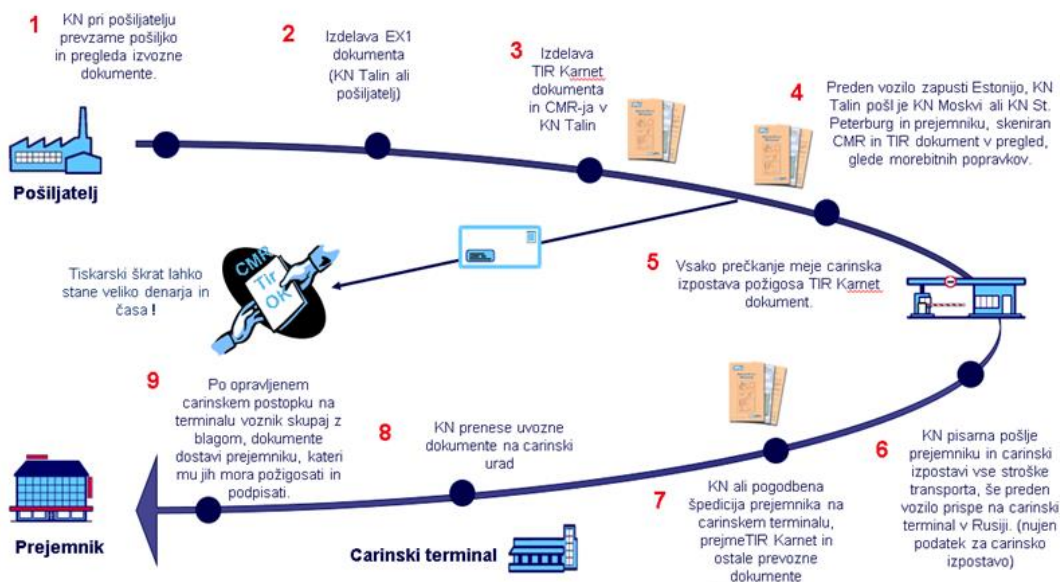
5.1 PRIMER CESTNEGA TRANSPORTA – EURO HUB ZBIRNIK – OPIS TRANSPORTA OD POŠILJATELJA DO KONČNEGA PREJEMNIKA V RUSIJI

1. Manjše enote, kot so kombiji in mali tovornjaki, do 15:30 v Sloveniji pobirajo blago in ga najkasneje do 17:30 dostavijo v skladišče KN– Ljubljana.
2. Ob 19:00 zbirni tovornjak zapusti skladišče in ob 7:00 prispe v Bad Hersfeld.
3. V Bad Hersfeldu se blago v sortirnem centru razdeli po državah in je še isti dan odpremljeno do končnega skladišča oziroma v primeru Rusije do carinskega terminala.
4. Proti Rusiji je vsak dan odpremljenih več zbirnih tovornjakov, ki blago dostavljajo in pobirajo še v Varšavi (Poljska) in v Talinu (Estonija).
5. Iz Talina gresta proti Rusiji vsak dan dva zbirna tovornjaka (box 13,6 LM). Prvi gre na carinski terminal v Moskvi in drugi na carinski terminal v St. Peterburgu.
6. Tovornjak se z ocarinjenim blagom premakne v skladišče KN Moskva ali KN St. Peterburg, kjer se blago ponovno razdeli na posamezne "OBLASTI" (okraje v Rusiji), blago, namenjeno v Moskvo z okolico oziroma za St. Peterburg z okolico, pa gre direktno spet z manjšimi enotami na dostavo.
7. Blago za ostale okraje se ponovno premakne (tovornjak ali vlak) v ostala skladišča po Rusiji in se od tam dostavi končnemu prejemniku.



Slika 4: Grafični prikaz transporta od pošiljatelja do končnega prejemnika v Rusiji
(Vir: interno gradivo podjetja Kuehne Nagel)

5.2 POSTOPEK CARINSKEGA POSREDOVANJA V PRIMERU ZBIRNIKA EURO HUB



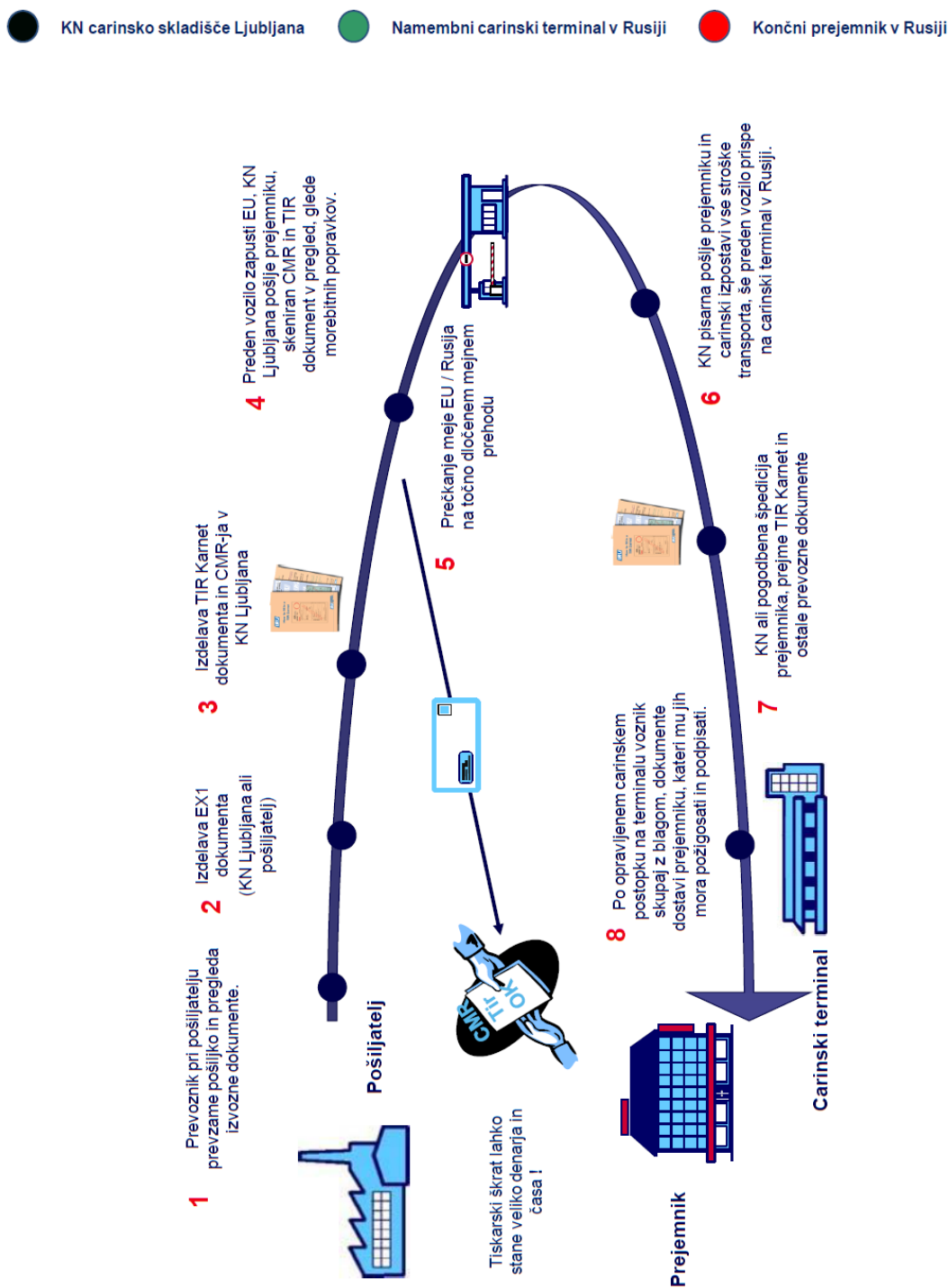
Slika 5: Postopek carinskega posredovanja v primeru zbirnika EURO HUB
(Vir: interno gradivo podjetja Kuehne Nagel)

5.3 PRIMER CESTNEGA TRANSPORTA – LTL & FTL (DELNI IN POLNI NAKLADI)

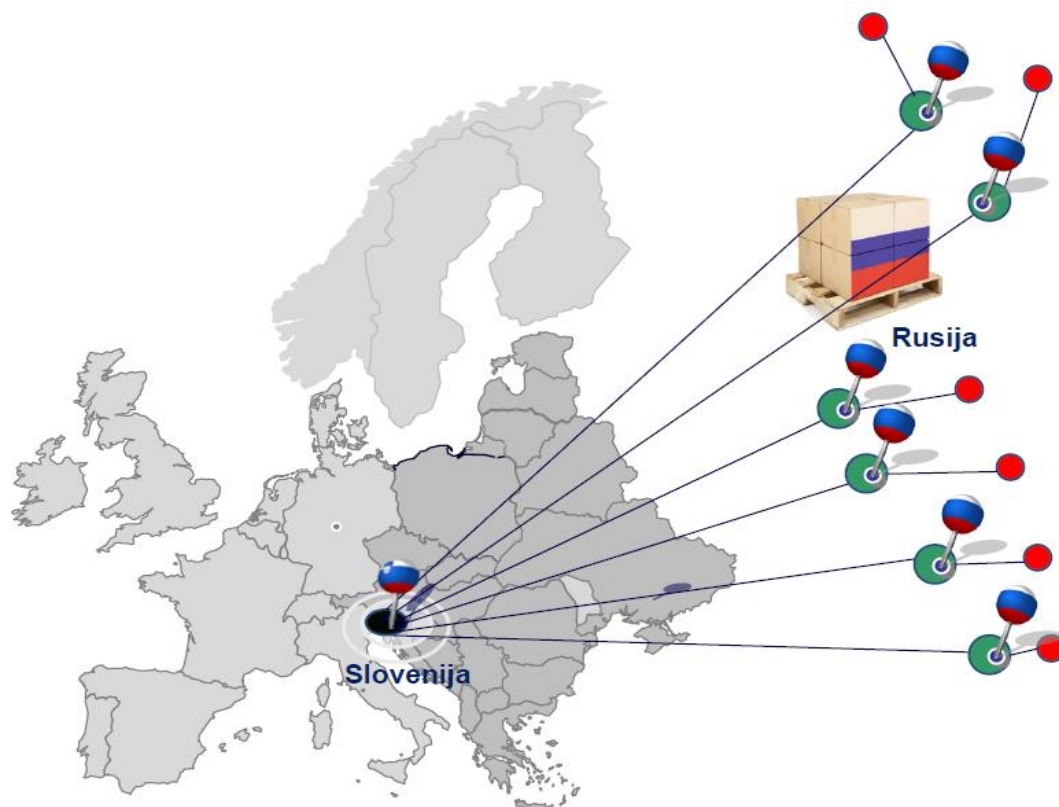
LTL = Less than full truck load

FTL = Full truck load

V primeru delnih in polnih nakladov se blago naklada direktno pri pošiljatelju. Če blago ni hišno ocarinjeno, se ocarini v carinskem skladišču Kuehne Nagel. Po opravljenem carinskem postopku vozilo nadaljuje pot proti Rusiji. V 99 % primerov se mora špediter/prevoznik prilagoditi zahtevam prejemnika in prečkati mejo na točno določenem mestu ter uporabiti točno določen carinski terminal, najpogosteje v bližini končnega prejemnika. Če je blago višje vrednosti (od cca 300.000 € naprej), se od državne meje do carinskega terminala vozilo priključi konvoju z vojaškim spremstvom. Po opravljenem uvoznem carinskem postopku na carinskem terminalu se blago dostavi končnemu prejemniku oziroma se blago na terminalu razloži in si prejemnik dostavo zagotovi sam.



Slika 6: Grafični prikaz transporta od pošiljatelja do končnega prejemnika v Rusiji.
(Vir: interno gradivo podjetja Kuehne Nagel)



Slika 7: Postopek carinskega posredovanja v primeru direktnega transporta LTL & FTL
(Vir: interno gradivo podjetja Kuehne Nagel)

6 ZAKLJUČEK

V diplomski nalogi smo proučevali rusko tržišče. Osredotočili smo se predvsem na teme, kje in kako pridobiti nove stike ter potencialne kupce, distributerje, kje in kako pridobiti ustrezno dokumentacijo ter potrebne certifikate za izvoz blaga. V nalogi smo napisali splošne podatke o Rusiji in opredelili ekonomsko, pravno, demografsko ter sociokulturno okolje.

Predstavili smo tudi druge ovire, ki se pojavljajo pri vstopu na ta trg. Potrebne so investicije v ruske certifikate, težave so z zapletenimi izvoznimi postopki in carinskimi problemi.

Cilj naloge je bil analizirati okolje Rusije za boljše razumevanje navad prebivalcev in približati slovenskim podjetjem kulturo ruskega poslovanja, njihove običaje ter podati osnovne smernice za uspešno poslovanje. Ruski trg po svoji posebnosti ne izstopa nič bolj kot ostali trgi Evropske unije. Ima svoje značilnosti in zahteve, ki izhajajo iz trenutnih razmer na ekonomskem ter političnem področju. Res je, da so ruski običaji

za nas včasih nerazumljivi, toda s posebnostmi se srečujemo tako rekoč na vsakem trgu, zato je pomembno, da se pred vstopom na novo tržišče zelo dobro pripravimo. V primeru Rusije je ob poznavanju splošnih pogojev potrebno dobro poznavanje včasih nelogičnega carinskega sistema, specifičnega sistema certificiranja proizvodov za izvoz na trg, pa tudi zahtevne logistike in transporta.

Po mnogih kriterijih zahodnih demokracij Rusija resda ni idealna država, velja pa izpostaviti, da se postopoma uspešno razvija v relativno stabilno gospodarsko in poslovno okolje. Kljub temu je dodatna previdnost pri poslovanju z ruskimi podjetji nujna. Sodobni ruski poslovneži so zahtevni in trdi pogajalci, ki se zavedajo svoje moči oziroma potenciala trga, ki ga predstavljajo. Znanje ruskega jezika je pri navezovanju stikov zelo zaželeno, če ne kar nujno, pot do tesnega in dolgoročnega partnerskega sodelovanja pa je lahko dolga.

Ruski trg predstavlja številne obetavne priložnosti za naložbe. Izkoriščanje teh možnosti pa od podjetij zahteva veliko izzivov – od korupcije, šibkega sodstva do prekomerne birokracije. Rusija se zaveda pomembne vloge tujih naložb v gospodarstvu, zato spodbuja tuje investicije z odpravo administrativnih ovir. Neodvisne organizacije Rusijo še naprej uvrščajo med eno izmed najtežjih velikih gospodarstev, v katerih poslujemo.

Slovenija in Ruska federacija vzdržujeta odlične gospodarske odnose, in to ne zgolj na zveznem, temveč tudi na medregionalnem nivoju. Tako se neprestano širi krog tesnih gospodarskih stikov med Republiko Slovenijo in njenimi gospodarskimi družbami ter posameznimi regijami Ruske federacije, ki se razvijajo prek mehanizmov podpisovanja sporazumov o sodelovanju, organiziranja skupnih gospodarskih dogodkov in poslovnih delegacij. Ruska federacija se že tradicionalno umešča med 10 najpomembnejših trgovinskih partnerjev Slovenije, pri čemer je za Slovenijo toliko pomembnejši izvoz, ki za zdaj še krepko presega uvoz iz Ruske federacije.

Ruski trg je v razvoju in ponuja nove poslovne priložnosti ter možnost velikih zaslužkov, vendar pa že poskus vstopa na ruski trg prinaša tveganje, saj pomeni investicijo, za katero ni nujno, da bo obrodila sadove. Za podjetje je najbolje, da zaposli osebo, ki piše in govori rusko, ter da poišče partnerja v Rusiji, ki bo pomagal podjetju doseči najboljše rezultate.

LITERATURA IN VIRI

Spletne strani

Central intelligence centre. *The world factbook, Central Asia: Russia*. Pridobljeno 19. 2. 2013 z naslova <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/rs.html>.

Certificiranje proizvodov v Rusiji. *Izjava o skladnosti TR TS*. Pridobljeno 27. 5. 2014 z naslova <http://test-servise.ru/deklaraciya-sootvetstviya-tr-ts.html>.

Certificiranje proizvodov v Rusiji. *Prostovoljno certificiranje*. Pridobljeno 27. 5. 2014 z naslova <http://test-servise.ru/dobrovolnyij-sertifikat-kachestva-produkczii.html>.

Gospodarska zbornica. *Poslovna akademija internacionalizacije*. Pridobljeno 19. 12. 2013 z naslova http://www.gzs.si/slo/skupne_naloge/mednarodno_poslovanje/akademija_internationalizacije.

Imam idejo. *Kako se lotim proučevanja konkurenčnih izdelkov za mojo idejno rešitev?* Pridobljeno 29. 1. 2014 z naslova <http://www.imamidejo.si/Inovativnost/Vprasajte-strokovnjaka/Kako-se-lotim-proucevanja-konkurencnih-izdelkov-za-moj-idejno-resitev>.

Izvozno okno, *Predstavitev gospodarstva Rusije*. Pridobljeno 18. 2. 2013 z naslova http://www.izvoznookno.si/Dokumenti/Podatki_o_drzavah/Rusija/Predstavitev_drzave_4251.aspx.

Izvozno okno, *Družbeni običaji in navade*. Pridobljeno 8. 3. 2014 z naslova http://www.izvoznookno.si/Dokumenti/Podatki_o_drzavah/Rusija/Poslovni_obisk/Druzbeni_obicaji_in_navade_1080.aspx.

Nacionalni register za izjave o skladnosti. Pridobljeno 27. 5. 2014 z naslova <http://public.fsa.gov.ru/rds/>.

Predstavništvo Zvezne agencije Rosstrudničestvo, *Ruski center znanosti in kulture v Sloveniji*. Pridobljeno 25. 3. 2013 z naslova <http://svn.rs.gov.ru/sl/node/915>.

Poslovni bazar, *Značilnosti malih in velikih podjetij*. Pridobljeno 3. 3. 2015 z naslova <http://www.poslovni-bazar.si/?mod=articles&article=1311>.

Ruski ekspres. *Poslovni običaji v Rusiji*. Pridobljeno 8. 3. 2014 z naslova http://rusija.si/storitve_ruskega_ekspresa/ucenje_ruskega_jezika_tecaji_ruscine/ucenje_ruskega_jezika_je_ruscina_tezka/poslovni_obicaji_v_rusiji/.

Slovensko – ruski poslovni klub, *Gospodarsko sodelovanje med Rusijo in Slovenijo*. Pridobljeno 21. 3. 2013 z naslova <http://www.slovenia-russia.com/slv/ekonomika/>.

The Hofstede Centre, *About Russia*. Pridobljeno 1. 5. 2013 z naslova <http://geert-hofstede.com/russia.html>.

U.S. Department of State, 2012 Investment Climate Statement – Russia. Pridobljeno 28.2.2013 z naslova <http://www.state.gov/e/eb/rls/othr/ics/2012/191223.htm>

Vzorci dokumentov. Primer deklaracije TR TS. Pridobljeno 27. 5. 2014 z naslova http://usartermo.ru/content/sample_docs/.

Wikipedija, *Prebivalstvo Rusije*. Pridobljeno 16. 2. 2013 z naslova http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%B0%D1%81%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8.

Zvezni carinski urad Rusije. http://www.customs.ru/index2.php?option=com_content&view=article&id=16542&Itemid=1981, dostopno 16. 2. 2013.

Zvezni carinski organ Rusije, *Izvoz in uvoz osnovnih dobrin v obdobju januar – september 2012*. Pridobljeno 16. 2. 2013 z naslova http://www.customs.ru/index2.php?option=com_content&view=article&id=16542&Itemid=1981.

Zvezni organ Rusije za državno statistiko. Pridobljeno 19. 2. 2013 z naslova http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/.

Frajman, I. (2010). *Pest analiza litovskega trga in analiza privlačnosti tekstilne panoge z modelom petih silnic za tekstilno podjetje Epas*. Diplomsko delo, Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta.

Koren, B. (2004). *Davčna reforma v Sloveniji*. Diplomsko delo, Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta.

Talić, E. (2010). *Načini vstopa malih in srednjih podjetij na mednarodne trge*. Diplomsko delo, Nova Gorica: Univerza v Novi Gorici, Poslovno-tehniška fakulteta.

Štamcar, M. (2013). *Najbogatejsi ruski oligarhi*. Pridobljeno 1. 5. 2013 z naslova <http://www.dnevnik.si/objektiv/lestvica/najbogatejsi-ruski-oligarhi>.

Stupica, Ž. (2006). *Poslovanje z Rusko federacijo*. Pridobljeno 25.3.2013 z naslova <http://dajatve.com/en/publications/16-mednarodnepogodbe/40-poslovanje-z-rusko-federacijo>.

Knjige

Delovno gradivo: Primer cestnega transporta (2014). Ljubljana: Keuhne Nagel.

Hrastelj T. (2008). *Razpotja mednarodnega poslovanja in kultur*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.

Kajzer, V. (2008). *Trženje in kakovost storitev*. Ljubljana: Zavod IRC.

Rusija – eden izmed ključnih trgov slovenskega gospodarstva. (2008). *Glas gospodarstva* avgust–september 2008.

Zagoršek, H. (2007). *Mednarodno poslovanje*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.