

Interreg - IPA CBC

Croatia - Bosnia and Herzegovina - Montenegro



SMJERNICE ZA IZVOZNIKE

Bosna i Hercegovina



Interreg - IPA CBC



Croatia - Bosnia and Herzegovina - Montenegro

CILJ PROJEKTA:

Doprinos održivom gospodarskom razvoju i povećanju zapošljivosti kroz stvaranje učinkovitog i djelotvornog poduzetničkog ekosustava na području prekograničnog partnerstva (Orašje, Garešnica, Lipik)

SVRHA PROJEKTA:

Poboljšati strukturu i kvalitetu poslovnih usluga u institucijama za potporu poslovanju prekograničnog partnerstva (Orašje, Garešnica, Lipik)

TRAJANJE PROJEKTA:

28 mjeseci

01.07.2017. - 31.10.2019.

Ukupna vrijednost projekta: **731.906,95 €**

Sufinanciranje EU (85 %): **622.120,89 €**

Ukupna vrijednost Općina Orašje: **249.881,48 €**

Sufinanciranje EU (85%): **212.399,25 €**

Ukupna vrijednost projekta Grad Lipik: **261.375,50 €**

Sufinanciranje EU (85%): **222.169,17 €**

Ukupna vrijednost projekta PCG: **220.649,97 €**

Sufinanciranje EU (85%): **187.552,47 €**

UVOD

Malim zemljama poput Bosne i Hercegovine izvozno orijentirana ekonomija donosi gospodarski rast, nova radna mjesta i devizna sredstva odnosno rezerve. Uspjeh u izvozu pokazuje konkurentnost zemlje odnosno njenog gospodarstva. Izvozno orijentirane tvrtke nisu ograničene samo na domaće ograničeno tržište već svoje kupce traže na globalnoj razini. Kako bi tvrtke koje se bave izvozom bile konkurentne na europskom i svjetskom tržištu, one konstantno ulažu u nove tehnologije i znanja jer bez konstantnog napretka i razvoja ne mogu biti konkurentne izvoznim tvrtkama iz cijelog svijeta. Također, izvozno orijentirana poduzeća imaju veće šanse za opstanak na tržištu i prosječno imaju duži životni vijek.

Izvoz kao jedna od komponenata vanjskotrgovinske razmjene za zemlju kao što je Bosna i Hercegovina jamči dugoročno održiv rast. Osim izvoza, za svaku zemlju važan je i uvoz kao još jedna komponenta vanjskotrgovinske razmjene. Odnos između izvoza i uvoza kao glavnih komponenata vanjskotrgovinske razmjene iskazuje se kao vanjskotrgovinska bilanca ili neto izvoz. Ako je razlika izvoza minus uvoza pozitivna, kažemo da je vanjskotrgovinska bilanca pozitivna, a ako je razlika negativna govorimo o deficitu odnosno kažemo da je vrijednost uvoza veća od vrijednosti izvoza. Uravnoteženu trgovinu označava vanjskotrgovinska bilanca jednaka nuli, dakle vrijednost izvoza i uvoza je jednaka.

Izvoz se može definirati kao dio inozemne potražnje koji ovisi o inozemnom dohotku i označava prodaju svih oblika roba i usluga stranim zemljama. Uvoz označava kupovinu roba i usluga proizvedenih u drugoj zemlji, odnosno inozemstvu. Za razliku od izvoza uvoz se javlja kao potreba stanovnika zemlje ili gospodarstva za robom i uslugama koje domaće tržište ne može ponuditi ili ih ne može ponuditi u dovoljnim količinama. Do uvoza dolazi i kada domaće tržište ne može ponuditi proizvode i usluge za konkurentnu cijenu i kvalitetu.

Sve zemlje teže stvaranju suficita vanjskotrgovinske razmjene pa bi tako trebale što više poticati izvoz.

Makroekonomska politika koju vodi pojedina država je također jako važna za sve izvoznike. Politika vezana uz tečaj domaće valute može biti glavno sredstvo poticanja izvoza. Ako se ne vodi dobra politika tečaja i ako je vrijednost domaće valute precijenjena tada to negativno utječe na konkurentnost izvoza jer precijenjena domaća valuta poskupljuje proizvode prilikom izvoza, a pogoduje uvozu. Slabljenje domaće valute ojačava cjenovnu konkurentnost izvoznika.

Kako bi izvoz rastao i poduzeća se razvijala, potrebno je poticati malo i srednje poduzetništvo koje je pokretač razvoja gospodarstva naše države.

U ovim smjernicama ukratko je navedeno stanje izvoza i uvoza u našoj zemlji te su prezentirane osnovne informacije na što trebate obratiti pažnju ako planirate postati izvozno orijentirano poduzeće.

VAŽNOST IZVOZA

- Povećanje izvoza stvara radna mjesta.
- Zbog financijskih i drugih ograničenja domaćeg tržišta, jedino izvozno orijentirana ekonomija može maloj zemlji jamčiti dugoročno održiv gospodarski rast.
- Izvozno orijentirane zemlje u recesiji se brže oporavljaju od ostalih ekonomija, a njihove recesije traju kraće i za posljedicu imaju manji broj zatvorenih radnih mjesta.
- Izvoz je komponenta agregatne potražnje te, shodno tome, njegov rast predstavlja ujedno i rast BDP-a.
- Veličina izvoza ima značajan utjecaj na razinu deficita državnog računa.
- Izvoz povećava devizne rezerve.
- Izvoz unaprjeđuje kompetitivne prednosti zemlje usvajanjem novih znanja i tehnologija.
- Izvozna orijentacija jača ukupnu konkurentnost zemlje te stvara pozitivnu percepciju o funkcioniranju njezina gospodarstva.
- Izvozno konkurentna društva su stabilnija u svom poslovanju i imaju tendenciju održivog razvoja.

ZAŠTO IZVOZITI?

- Izvoz povećava sposobnost natjecanja na domaćem tržištu. Međunarodna iskustva, saznanja o novim tehnološkim dostignućima, novim i drugim proizvodima i uslugama te globalnim strategijama kompanija koje predstavljaju konkurenciju, unaprjeđuju poslovanje poduzeća.
- Povećanje izvoza doprinosi unaprjeđenju konkurentnosti proizvoda kao preduvjetu uspješnog funkcioniranja u okviru jedinstvenog tržišta EU.
- Izvoz predstavlja optimalan model internacionalizacije za male i srednje poduzetnike.
- Izvoz otvara mogućnosti uključivanja u druge oblike međunarodnog poslovanja.
- S razvojem različitih modela financiranja, sveprisutnosti interneta i dogovaranjem trgovinskih sporazuma, pristup globalnom tržištu danas je lakši nego ikada.
- Izvoz smanjuje ovisnost o domaćem tržištu i disperzira rizik, pa izvozna društva imaju veće šanse za dugoročni opstanak.

IZVOZ U BOSNI I HERCEGOVINI

Prikazom vanjskotrgovinske razmjene roba u Bosni i Hercegovini od 2013. do 2017. godine, vidljivo je da je vrijednost uvoza veća od vrijednosti izvoza.

Bosna i Hercegovina je u 2017. godini ostvarila izvoz u vrijednosti od 11,3 milijarde KM, što je za 16,5% više u odnosu na 2016. godinu. U istom periodu, BiH je ostvarila uvoz robe vrijednosti 18,4 milijarde KM, što predstavlja povećanje od 13,44% u odnosu na 2016.

Imajući ove podatke u vidu, pokriće uvoza izvozom iznosi 61,71%, što predstavlja rast, odnosno poboljšanje u odnosu na 2016. godinu, od 2,73%. Dakle, ukupan obim vanjskotrgovinske razmjene povećan je za 14,61% i njegova vrijednost je gotovo 30 milijardi KM, dok vanjskotrgovinski deficit iznosi 7 milijardi KM.

Tablica 1: Vrijednost vanjskotrgovinske razmjene Bosne i Hercegovine (milijarde KM)

Godina	Izvoz	Uvoz	Neto izvoz (Izvoz-Uvoz)	Pokrivenost (Izvoz/uvoz)
2017.	11,384	18,447	-7,062	61,71%
2016.	9,769	16,261	-6,492	60,08%
2015.	9,215	15,401	-6,185	59,84%
2014.	8,939	15,789	-6,849	56,62%
2013.	8,596	14,854	-6,257	57,87%

Najznačajniji vanjskotrgovinski partner BiH je i dalje Europska unija. Čak 70,4% izvoza BiH plasira u EU, dok 67,4% uvoza u BiH dolazi iz EU. Najznačajniji partner po obimu razmjene u EU je Hrvatska, a po vrijednosti izvoza Njemačka. S Hrvatskom je došlo do povećanja izvoza od 30,38%, dok je uvoz povećan za 16,18%.

Na CEFTA-u otpada 17% izvoza i 15,5% uvoza te i tu BiH bilježi značajan rast izvoza od 27,79%. Rast uvoza je 12,53%. Za BiH najznačajnija članica CEFTA-e je još uvijek Srbija s kojom BiH bilježi povećanje izvoza od 31,28% i povećanje uvoza od 11,17% u odnosu na 2016. godinu.

Kada je u pitanju Rusija, 2016. je zabilježen suficit od 101,5%, dok je 2017. zabilježen deficit odnosno pokrivenost uvoza izvozom od 25,5%. Razlog je povećanje uvoza nafte i plina. U Rusiju BiH najviše izvozi lijekove te voće poput jabuka, krušaka i dunja.

Ako se promatra 2017. godina, primjećuje se da su najveći trgovinski partneri Bosne i Hercegovine: Njemačka, Hrvatska, Italija, Srbija, Slovenija i Austrija.

PRIPREMA ZA IZVOZ

Ako imate svoju tvrtku ili ju planirate pokrenuti, razmislite je li bolje orijentirati se na domaće tržište od nekoliko milijuna ljudi ili je pametno razmisliti o izvozu u druge zemlje i okušati se na globalnom tržištu. Izlazak na strana tržišta je svakako primamljivo za sve poduzetnike, ali kako bi prodavali na globalnoj sceni, potrebno je udovoljiti raznim birokratskim pravilima i normama te pripaziti na niz stvari na kojima se ne morate opterećivati ako radite samo na domaćem tržištu.

Na stranim tržištima vas čeka i velika konkurencija, a pokretanje izvoza za vašu tvrtku u samom početku može biti složen i neizvjestan postupak.

Ako uspijete postati izvozno poduzeće otvaraju vam se velike šanse i prilike, a prednosti koje donosi izvoz su jako velike. Poslovanje na stranim tržištima omogućava vam rast prihoda, smanjuje ovisnost o domaćem tržištu, radom na stranim tržištima prikupljate nova znanja, dobivate nova iskustva i upoznajete drugačije poslovne prakse. Ako imate viška proizvodnih kapaciteta, izvoz je idealna prilika da popunite vaše neiskorištene proizvodne kapacitete. Akoste na domaćem tržištu došli do vrhunca prodaje, izvoz je logičan slijed za razvoj vašeg poduzeća i dugoročno jačanje.

Postati izvozno orijentirano poduzeće sigurno nije lako, ali pristup globalnom tržištu danas je lakši nego ikada.

Svakako trebate obratiti pažnju na sljedeće činjenice:

- Izvoz je često manje kompliciran nego što se to čini. Ako to ne možete sami, na raspolaganju su vam mnogi stručnjaci.
- Izvoz uglavnom nije nužno bitno rizičniji nego poslovanje na domaćem tržištu. Strana tržišta su nerijetko puno uređenija nego domaće.
- Izvoziti mogu i mali! Većina izvoznika su mikro i mala poduzeća.
- Zašto ne bi bili konkurentni i u inozemstvu? Ako imate kupce na domaćem tržištu sigurno ih možete pronaći i na stranom.
- Uvijek je moguće pronaći financijska sredstva za izvoz
- Ako ste izvoznik, ne morate tečno vladati stranim jezicima. Iako je znati strani jezik bitno, nije i presudno. Osnovno poznavanje engleskog jezika dovoljno je za krenuti, a onda će te ga usavršavati u hodu.
- Iako se čini komplicirano, ishođenje dokumenata potrebnih za izvoz uspješno rade svi drugi pa zašto ne bi i vi.

Prije nego krenete izvoziti svakako bi trebali procijeniti sami sebe i vaše potencijale. Neka vam u tome pomognu sljedeća pitanja (*Izvor pitanja: HBOR*):

- Jeste li otvoreni za nove načine poslovanja koje zahtjeva izvozno tržište?
- Imate li konkretnu predodžbu o tome što izvoz donosi?
- Jeste li postavili izvozne ciljeve? Vjerujete li da su oni jasni i dostižni?
- Jesu li izdvojena financijska sredstva i vrijeme za upravljanje izvoznim programom te zaposlenicima dodijeljeni dodatni zadatci?
- Je li postoji naglasak na značaj izlaska na međunarodno tržište u poduzeću te jesu li zaposlenici spremni za nove segmente rada?

- Ima li poduzeće interno učinkovite sustave pravovremene reakcije na upite kupaca?
- Jeste li razvili strategiju i sagledali metode ulaska na tržište?
- Imate li iskustvo u provedbi temeljitog istraživanja tržišta?
- Imaju li vaši zaposlenici iskustva s poslovima u inozemstvu i marketinške vještine koje su u stanju prilagoditi inozemnoj kulturi?
- Imate li zaposlenike koji govore ili razumiju relevantne strane jezike?
- Imate li dovoljno ljudi da se možete nositi sa zahtjevima opsluživanja kupaca u zemljama koje su u drugoj vremenskoj zoni?
- Zna li kako ćete pribaviti dovoljno kapitala ili kreditnu liniju za proizvodnju, za obrtna sredstva ili povezane investicije?
- Zna li kako ćete pribaviti financijska sredstva potrebna za troškove ostalih aktivnosti kao što su potencijalno: modifikacija proizvoda, osiguravanje dodatnih ljudskih resursa, komunikacije i putovanja?
- Jeste li spremni na poslovanje u različitim valutama?
- Imate li proizvod ili uslugu koji su jedinstveni i/ili konkurentni na ciljnom tržištu? Postoji li potražnja za njima?
- Ispunjava li vaš proizvod norme i propise koje određuje zemlja uvoza?
- Je li za izvoz vašeg proizvoda potrebna posebna dozvola?
- Je li za rad s vašim proizvodom ili za njegovu upotrebu potrebna opsežna obuka i tko će je pružati?
- Je li za vaš proizvod nakon prodaje potrebna podrška kao što je održavanje, zalihe dijelova, obuka i jamstvo? Tko će to osigurati?
- Jesu li potrebne preinake proizvoda kako bi se on svidio inozemnim kupcima i kako bi se uzele u obzir razlike u jeziku, kulturi, religioznim običajima i poslovnom okruženju?
- Može li se ambalaža preinačiti lako i bez značajnih troškova kako bi se zadovoljile potrebe lokalnog tržišta?
- Što će biti potrebno poduzeti da bi se osigurala zaštita intelektualnog vlasništva?
- Imate li planirane financijske resurse za eventualne popravke u garantnom roku ili kod povrata robe?
- Hoćete li imati dovoljno proizvodnih kapaciteta da zadovoljite dodatnu potražnju povezanu s izvozom?
- Hoćete li biti u stanju istovremeno opsluživati i svoje postojeće domaće kupce i nove inozemne kupce?
- Hoće li povećanje proizvodnje utjecati na kvalitetu proizvoda?
- Posjedujete li prostor, opremu i skladište za dodatnu proizvodnju?
- Koju ćete minimalnu naručenu količinu zahtijevati od svojih kupaca?
- Koliko je zahtjevno organizirati prijevoz vaših proizvoda? Je li potreban prijevoz po posebnim uvjetima (npr. u posebnom temperaturnom režimu)?
- Bi li visoki troškovi prijevoza značajno smanjili konkurentnost cijene proizvoda?
- Koji je rok upotrebe proizvoda i hoće li se značajno smanjiti dužim trajanjem prijevoza?
- Ako izvozite usluge, planirate li ih pružiti osobno, posredstvom lokalnog partnera ili putem Interneta?
- Je li vam za prodaju i/ili marketing potreban lokalni partner (agent, zastupnik, distributer ili sl.)?

- Je li kupcima vašeg proizvoda na ciljnom tržištu potrebno ponuditi i uslugu profesionalne montaže ili druge tehničke usluge?
- Jeste li obvezni pružiti poslije-prodajni servis? Ako jeste, je li vam on dostupan lokalno na stranom tržištu ili ga sami morate osigurati?

Kao u svakom poslu, prije nego što krenete izvoziti, svakako bi bilo dobro da napravite svoj izvozni poslovni i marketinški plan te ispitivanje tržišta na koje ciljate.

Dobrim istraživanjem tržišta i poslovnim planom riješit će te mnoge dileme:

- ispitat će te tržišta u zemljama u kojima želite izvoziti i potencijale i dosege tog tržišta
- ispitat će te tržišnu potražnju
- ispitat će te koji su vam konkurenti na pojedinom tržištu
- provjerite će te cijene sličnih proizvoda i usluga i tako lakše odrediti svoje cijene
- procijenit će te svoj proizvod i uslugu kao i vašu organizaciju i ljude koje imate u timu
- isplanirat će te vaše marketinške strategije i strategije prodaje
- znat će te iznos vaših početnih i budućih ulaganja
- u matematičkom dijelu poslovnog plana dobit će te procjenu hoće li vaš izvozni pothvat biti isplativ
- na kraju svega, zaključit će te je li vaše poduzeće spremno krenuti s izvozom proizvoda koje imate svijetu za ponuditi

Kod odabira ciljanih tržišta važno je pripaziti na sljedeće:

- Koje zemlje većinom uvoze proizvode slične mom proizvodu?
- Iz kojih se zemalja proizvod uvozi na ciljno tržište?
- Koliki je uvoz na ciljno tržište iz naše države?
- Smanjuje li se ciljno tržište ili raste?
- Postoji li trgovinski sporazum s Bosnom i Hercegovinom koji nudi povoljne trgovinske uvjete i koje su prepreke trgovini?

Bitno je i procijeniti ciljana tržišta u odnosu na mnoge stvari kao što su zakonski okvir, politička stabilnost, jesu li izmjene zakona česte, odnos prema investitorima, opća sigurnost, gospodarska klima, zaštita intelektualnog vlasništva, poticaji države, postojanje sporazuma o slobodnoj trgovini, poslovna praksa i propisi, carine i trošarine, vize, radna snaga, kultura i jezik, poznavanje jezika kojim se služite, stav prema našim državljanima i slično.

Vrlo važno je sagledati i sve moguće rizike kao što su:

- Moguće promjene politike i zakona u državi
- Pravni rizik vezan uz ugovor između izvoznika i kupca
- Rizik prijevoza i logistike
- Rizik neplaćanja
- Tečajni rizik
- Rizik kulturalnog i jezičnog nerazumijevanja
- Ostali mogući rizici

Prije početka izvoza u neku državu, svakako bi trebali tamo otputovati i dobro ju upoznati. Također je dobro čuti iskustvo sličnih poduzeća koje tamo već izvoze.

IZVOZNA DOKUMENTACIJA I OSNOVNE UPUTE ZA BIH

Za izvoz određenog proizvoda potrebno je skupiti različitu dokumentaciju:

- **trgovačka dokumentacija:** račun/faktura za robu, izjava o porijeklu robe; otkupni blok; otpremnica; lista pakovanja; Certifikat o porijeklu robe - EUR 1; Fitosanitarni certifikat; Izjava dobavljača o proizvodima sa statutom preferencijalnog porijekla
- **transportna dokumentacija:** kamionski tovarni list (CMR), željeznički tovarni list (CIM), avionski tovarni list (AWB), Brodski tovarni list – Konosman (Bill of loading – B/L)
- **carinska dokumentacija** (dokumentaciju potrebnu za carinjenje podnosi ovlašteni špediter)

Svaki izvoznik roba treba poznavati i primjenjivati **Incoterms** – pravila Međunarodne trgovačke komore za upotrebu domaćih i međunarodnih termina.

Što se tiče Carine, sve ovisi u koju zemlju izvozite. Tu postoje različita pravila, primjena snižene tarife, trošarine, antidampinške mjere, oslobođenja od plaćanja carine, izjave o podrijetlu na računu i slično. Sve je ovo potrebno dobro proučiti i informirati se prije nego što tvrtka postane izvoznik.

Prilikom izvoza potrebno je skupiti različitu dokumentaciju. U ovisnosti u koju zemlju izvozite i kakav proizvod izvozite trebat će te skupljati različitu dokumentaciju.

Primjer je pošiljka svježeg voća i povrća iz BiH pri izvozu u EU gdje uz robu trebaju biti priloženi sljedeći dokumenti:

- EUR 1 certifikat (izdat od nadležne carinske uprave)
- Fitosanitarni certifikat izdat od nadležnog entitetskog fitosanitarnog inspektora
- Izjava dobavljača o proizvodima sa statusom preferencijalnog porijekla
- Komercijalna faktura
- Otkupni blok
- Otpremnica
- Lista za pakovanje
- Transportni dokument na osnovu vrste transporta (CMR ili CIM ili AWB ili B/L)
- JCI – jedinstvena carinska isprava.

Osim navedenih dokumenata potrebno je da izvoznici drže mnogobrojnih zahtjeva i standarda kao što su:

- tržišni standardi
- kontrola ostataka pesticida
- kontrola zdravlja bilja
- označavanje
- sljedivost proizvoda
- i slično...

U bazi podataka Europske komisije Market Access Database (MADB) možete provjeriti koji sve dokumenti su vam potrebni za izvoz i za koju državu.

Svaki proizvod i svaka država imaju svoja pravila koja treba poštivati prilikom izvoza. **Prije kretanja u izvoz potrebno je sve dobro** istražiti u uredima Carinske uprave ili nadležnim institucijama, a možda je najbolje za početak angažirati stručnjaka za izvoz.

FINANCIRANJE, GARANCIJE I OSIGURANJA

Kako bi bili uspješna izvozna tvrtka i redovito izvršavali obveze iz izvoznih ugovora potrebno je osigurati novčana sredstva. Postoje razni oblici financiranja. Svaka tvrtka za sebe treba izraditi izvozni financijski plan i naći sebi najpovoljniji način financiranja. Također izvozno orijentirana tvrtka mora voditi računa i o činidbenim garancijama i izvozno-kreditnom osiguranju (Osiguranje od rizika neplaćanja kupaca).

Izvori financiranja:

- Zadržana dobit
- Pozajmice vlasnika i ostalih zainteresiranih strana
- Poticaji i potpore Države, Ministarstava i Agencija kroz različite programe
- Kapitalno ulaganje u tvrtku od strane pojedinaca, skupina ili fondova
- Različiti krediti banaka
 - Krediti za pripremu izvoza (eng. Pre-Export Finance)
 - Krediti kupcu (eng. Buyer Credit)
 - Krediti dobavljača (eng. Supplier Credit)

Glavni oblici činidbenih garancija po nalogu izvoznika (eng. Bank Guarantees at the Request of Exporter) su:

- Garancija za sudjelovanje na međunarodnim javnim nadmetanjima (eng. Tender Guarantee ili Bid Bond/Guarantee)
- Garancija za dobro izvršenje posla (eng. Performance Bond/Guarantee) u korist naručitelja posla
- Garancija za povrat avansa (eng. Advance Payment Guarantee) kako bi se izvozniku omogućio primitak avansne uplate koja mu služi za financiranje proizvodnje
- Garancija za otkrivanje manjkavosti u garantnom roku (eng. Warranty Period Guarantee/Bond) u korist naručitelja

Izvozno-kreditna osiguranju (Osiguranje od rizika neplaćanja kupaca) (eng. Export Credit Insurance), daju izvozniku niz prednosti:

- mogućnost prodaje uz odgodu plaćanja;
- povećanje konkurentnosti i posljedično rast prodaje;
- lakši izlazak na nova tržišta zahvaljujući smanjenom riziku;
- lakši pristup izvorima financiranja (polica osiguranja kao instrument osiguranja kod kredita ili kreditnih linija, te činidbenih bankarskih garancija)

INTRODUCTION

To small countries like Bosnia and Herzegovina, export-oriented economy brings economic growth, new jobs, and foreign currency assets or reserves. Export success shows the competitiveness of the country; in other words, its economy. Export-oriented businesses are not limited to national markets but are looking for their customers globally as well. In order for export companies to be competitive on the European as well as global market, they are constantly investing in new technologies and knowledge, because without constant progress and development, they can't be competitive with export companies from all over the world. Moreover, export-oriented companies have a greater chance of survival on the market and have a longer average life expectancy as well.

Export as one of the components of foreign trade for a country like Bosnia and Herzegovina guarantees long-term sustainable growth. In addition to export, import is also important for each country, as another component of foreign trade. The relationship between export and import as the main components of foreign trade is expressed as a foreign trade balance or net export. If the difference of export minus import is positive, we say that the foreign trade balance is positive, and if the difference is negative we are talking about the deficit i.e. we say that the value of import is higher than the export value. Balanced trade is marked by the foreign trade balance which equals zero; in other words, the value of export and import is equal.

Export can be defined as part of the foreign demand that depends on the foreign income and indicates the sale of all forms of goods and services to foreign countries. Import refers to the purchase of goods and services produced in another country or abroad. Unlike export, import occurs as the need of the country's population or economy for goods and services that the national market can't offer at all, or can't offer in sufficient quantities. Import occurs when the national market can't offer products and services at a competitive price and quality.

All countries strive to create the surplus of foreign trade, so they should, therefore, encourage export.

Macroeconomic policy run by the individual state is very important for all exporters as well. The national currency exchange policy can be the main mean of export stimulation. If a good exchange rate policy is not conducted and the value of the national currency is overvalued, then this negatively affects the competitiveness of the export, as the overvalued national currency makes products more expensive at export and favours import. The weakening of the national currency strengthens the price competitiveness of the exporters.

In order for the export to grow and businesses to develop, it is necessary to encourage small and medium-sized enterprises that are the driving force behind the development of our country's economy.

These guidelines briefly state the export and import status in our country and present basic information you should pay attention to if you are planning to become an export-oriented enterprise.

THE IMPORTANCE OF EXPORT

- Export increase creates job positions.
- Due to financial and other constraints of the national market, only export-oriented economy can guarantee a long-term viable economic growth to a small country.
- Export-oriented countries tend to recover faster than other economies during recession periods, and their recessions last shorter; which results in fewer job closures.
- Export is a component of aggregate demand and, consequently, its growth is at the same time the GDP growth.
- Export size has a significant impact on the level of the government account deficit.
- Exports increase foreign currency reserves.
- Export improves the country's competitive advantages by adopting new knowledge and technology.
- Export orientation strengthens the country's overall competitiveness and creates a positive perception of the functioning of its economy.
- Export-competitive companies are more stable in their business and have a sustainable development tendency as well.

WHY TO EXPORT?

- Exports increases the ability to compete on the national market. International experiences, knowledge of new technological achievements, new and other products and services, as well as global strategies of companies that represent competition, improve business operations.
- Export increase contributes to the product competitiveness improvement as a prerequisite for successful functioning within a single EU market.
- Export represents the optimal model of internationalization for small and medium-sized enterprises.
- Export opens up opportunities for inclusion in other forms of international business.
- With the development of different financing models, omnipresent Internet and negotiating trade agreements, the access to the global market today is easier than ever.
- Export reduces national market dependence and disperses the risk, so export companies have greater chances for long-term survival.

EXPORT IN BOSNIA AND HERZEGOVINA

With the display of the foreign trade in goods in Bosnia and Herzegovina from 2013 to 2017, it is clear that the value of import is higher than the value of export.

In 2017, Bosnia and Herzegovina achieved export worth 11.3 billion KM, which is 16.5% more than in 2016. During the same period, Bosnia and Herzegovina imported goods worth 18.4 billion KM, showing an increase of 13.44% compared to 2016.

Taking this data into account, the import-export coverage is 61.71%, which represents an increase, in other words an improvement compared to 2016. of 2.73%. Thus, the total volume of foreign trade has increased by 14.61% and its value is almost 30 billion KM, while the foreign trade deficit is 7 billion KM.

Table 1: The foreign trade value of Bosnia and Herzegovina (billions of KM)

Year	Export	Import	Net export (Export-Import)	Coverage (Export/import)
2017.	11,384	18,447	-7,062	61,71%
2016.	9,769	16,261	-6,492	60,08%
2015.	9,215	15,401	-6,185	59,84%
2014.	8,939	15,789	-6,849	56,62%
2013.	8,596	14,854	-6,257	57,87%

The most important foreign trade partner of BiH is still the European Union. As much as 70.4% of BiH export is directed towards the EU, while 67.4% of BiH import comes from the EU. The most significant partner in the EU-wide exchange rate is Croatia, and when it comes to the export value, that's Germany. With Croatia, the export increased by 30.38%, while the import increased by 16.18%.

As far as 17% of export and 15.5% of import, is related to CEFTA, and that's where BiH experiences a significant export growth of 27.79%. On the other hand, import growth is of 12.53%. For BiH, the most significant member of CEFTA is still Serbia, with and that is the country with which BiH experiences a growth of 31,28% when it comes to export, and increase of 11,17% when it comes to import, compared to 2016.

When it comes to Russia, in 2016 a surplus of 101.5% was registered, while in 2017 a deficit or an import-export coverage of 25.5% was registered. The reason is the increase in oil and gas import. In Russia, BiH exports mostly medications and fruits such as apples, pears and quinces.

If 2017 is being observed, it is noticed that Bosnia and Herzegovina's biggest trading partners are Germany, Croatia, Italy, Serbia, Slovenia and Austria.

EXPORT PREPARATION

If you have your business or are planning to start it, consider whether it is better to orient yourself towards a national market of several million people; or it would be a good idea to consider exporting to other countries and try your luck on the global marketplace. The egress on the foreign markets is certainly tempting for all entrepreneurs, but in order to sell your goods on a global scale, it is necessary to comply with various bureaucratic rules and norms, as well as take care of a number of things that you don't have to worry about if you choose to direct your business towards your national market only.

There is a great competition regarding foreign markets, and initiating export for your business can be a truly complex and uncertain process at the very beginning..

If you succeed in becoming an export company, you are faced with great chances and opportunities, while the benefits of exporting are enormous as well. Foreign trade business allows you to experience the growth in revenue, reduces national market dependency, etc. Furthermore, by working on foreign markets, you gather new knowledge, gain new experiences and meet different business practices. If you have excess production capacity, export is an ideal opportunity to round out your unused production capacities. If you have reached the peak in sales on the national market, export is a logical sequence for the development of your company and its long-term strengthening.

Becoming an export-oriented company is certainly not easy, but the access to the global market nowadays is easier than ever.

You should definitely pay attention to the following facts:

- Export is often less complicated than it seems. If you can't do it yourself, many experts are at your disposal.
- Export is generally not necessarily more risky than doing business on the national market. Foreign markets are often much more organized than the national ones.
- Export can be small as well! Most exporters are micro and small enterprises.
- Why not be competitive abroad as well? If you have customers on the national market, you can surely find them on the foreign one as well.
- It is always possible to find financial resources for the export
- If you are an exporter, you don't have to be fluent in foreign languages. Although knowing a foreign language is important, it is not crucial. Basic knowledge of English is enough to get started, and then you will be perfecting it on the go.
- Although it seems complicated, obtaining documents required for export is being successfully done by everyone else, so why wouldn't you.

Before you start exporting you should definitely assess yourself and your potential. Let the following questions help you (*Question source: HBOR*):

- Are you open to new ways of doing business required by the export market?
- Do you have a specific idea of what the export brings?
- Did you set export goals? Do you believe these are clear and attainable?
- Are the financial resources and time for managing the export program allocated; and have the employees been given additional tasks?
- Is there an emphasis on the importance of entering the international market in the company and are the employees ready for new work segments?
- Does the company have internally effective systems of timely reaction to customer inquiries?

- Have you developed a strategy and conceived the methods of entering the market?
- Do you have any experience in implementing a thorough market research?
- Do your employees have experience with overseas jobs and marketing skills they are able to adapt to a foreign culture?
- Do you have employees who speak or understand relevant foreign languages?
- Do you have enough people to deal with customer service requirements in countries that are in another time zone?
- Do you know how to obtain enough capital or a credit line for production, working capital or related investments?
- Do you know how to obtain the financial resources needed for the costs of other activities such as potentially: product modification, additional human resources, communications and travel?
- Are you ready for doing business in different currencies?
- Do you have a product or service that are unique and / or competitive on the target market? Is there a demand for them?
- Does your product comply with the rules and regulations that the country of import imposes on?
- Do you need a special license to export your product?
- Is there a need for an extensive training in order to use or handle your product, and who will provide it?
- Is there any support needed for your product after the sale, such as maintenance, spare parts, training, and warranty? Who will take care of this?
- Are the product modifications needed for it to be liked by foreign buyers and for the differences in language, culture, religious traditions and business environment to be taken into consideration?
- Can packaging be modified easily and without significant cost, in order to meet the needs of the local market?
- What will need to be done to ensure the protection of intellectual property?
- Do you have any planned financial resources for possible repairs within the warranty period or when the goods are returned?
- Will you have enough production capacity to meet additional export-related demand?
- Will you be able to serve both your existing national buyers and new overseas customers at the same time?
- Will the increase in production affect product quality?
- Do you own space, equipment and warehouse for additional production?
- What minimum order quantity will you require from your customers?
- How demanding is the organization of the transport of your product? Is the transport required under special conditions (eg in a special temperature regime)?
- Would high transportation costs significantly reduce product cost competitiveness?
- What is the expiration date of the product, and will it be significantly reduced due to a longer duration of transportation?
- If you are exporting services, do you plan to provide them personally, through a local partner or via Internet?
- Do you need a local partner (agent, representative, distributor, etc.) for sale and / or marketing?
- Should the customers of your product on the target market be offered a professional assembly service or other technical service as well?
- Are you obliged to provide an after sales service? If so, is it available locally on the foreign market or do you have to provide it yourself?

As in any business, before you start exporting, it would certainly be a good idea to make your export business and marketing plan; as well as the research of the market you're targeting.

Good market research and business plan will solve many dilemmas:

- you will examine the markets in the countries you want to export to; as well as the potentials and the ranges of those markets
- you will examine the market demand
- will examine who your competitors on a particular market are
- you will check the prices of similar products and services and thus determine your prices more easily
- you will evaluate your product and service as well as your organization and the people you have in the team
- you'll plan your marketing and sales strategy
- you will know the sum of your initial and future investments
- In the mathematical part of the business plan you will get an assessment of whether your export venture will be profitable
- Ultimately, you will comprehend is your company ready to start exporting the products you want to offer to the world

When choosing target markets, it is important to keep in mind the following:

- Which countries mostly import products similar to mine?
- Which countries import the product to the target market?
- What is the import to the target market from our country?
- Is the target market experiencing reduction or growth?
- Is there a trade agreement with Bosnia and Herzegovina offering favorable trading conditions and obstacles in trading?

It is also important to evaluate target markets in relation to many things, such as the legal framework, political stability, possible frequent law changes, investor relations, general security, economic climate, intellectual property protection, state incentives, the existence of a free trade agreement, business customs and regulations, tolls and excise duties, visas, labor force, culture and language, the knowledge of the language you are using, attitude towards our citizens and so on.

It is very important to consider all the possible risks such as:

- Possible policy and law changes in the country
- The legal risk associated with the contract between the exporter and the customer
- Transportation and logistics risk
- Non-payment risk
- Exchange rate risk
- The risk of cultural and linguistic misunderstanding
- Other potential risks

Before you start exporting to a country, you should definitely go there and get to know it well. It is also good to hear different experiences of similar companies that are already exporting there.

EXPORT DOCUMENTATION AND BASIC INSTRUCTIONS FOR BOSNIA AND HERZEGOVINA

Different documentation is required to export a particular product:

- **Commercial documentation:** A merchandise invoice, a statement of origin; Purchase block; Bill of landing; Packing list; Certificate of origin - EUR; Phytosanitary certificate; Vendor statement on products of preferential origin
- **Transport documentation:** truck bill of landing (CMR), railway bill of landing (CIM), airplane bill of landing (AWB), ship bill of landing
- **Custom documentation** (the documentation required for custom clearance shall be submitted by the authorized shipping agent)

Every exporter of goods should know and apply the **Incoterms** - Rules of the International Chamber of Commerce for the Use of National and International Terms.

As far as the Custom is concerned, it all depends on the country you're exporting to. There is the application of a reduced tariff, excise duty, anti-dumping measures, exemption from custom duties, , invoice origin statements and so on. All this needs to be well studied and one should be well informed before the company becomes an exporter.

Different documentation is needed when exporting. Depending on which country you export to, and what kind of product you export, you will need to obtain different documentation.

An example is a consignment of fresh fruit and vegetables from BiH when exported to the EU where the following documents are to be enclosed with the goods:

- EUR 1 certificate (issued by the competent Custom administration)
- Phytosanitary certificate issued by the competent entity phytosanitary inspector
- Vendor statement on products of preferential origin
- Commercial invoice
- Purchase block
- Bill of landing
- Packing list
- Transport document based on the type of transport (CMR ili CIM ili AWB ili B/L)
- UCD – unique custom document.

In addition to the above mentioned documents, it is necessary for the exporters to obey many demands and standards such as:

- market standards
- pesticide residues control
- plant health control
- marking
- traceability of the products
- and so on...

In the European Commission database; Market Access Database (MADB) you can check which are the documents necessary for the export and for which country.

Each product and each country has its own rules to be respected when exporting. **Before starting with the export, it is necessary to check everything** in the offices of the Custom Administration or the competent institutions, and it is perhaps best to hire an export expert at the beginning.

FINANCING, GUARANTEES AND INSURANCE

In order to be a successful export company and to carry out export contracts obligations regularly, it is necessary to provide funds. There are various forms of financing. Each company needs to create an export finance plan and find the best way to finance it. An export-oriented company must also take into account performance guarantees and export-credit insurance (Insurance against the risk of non-payment of the customers).

Funding sources:

- Retained earnings
- lendings provided by the owner and other interested parties
- Subsidies and incentives provided by the State, Ministries and Agencies through various programs
- Capital investment in the company by individuals, groups or funds
- Different bank loans
 - Pre-Export Finance
 - eng. Buyer Credit
 - Supplier Credit

Main forms of the Bank Guarantees at the Request of the Exporter are:

- Bid Bond
- Performance Bond in favor of the client
- Advance Payment Guarantee in order to enable the exporter to receive an advance payment, to finance the production
- Warranty Period Bond in favor of the client

Export Credit Insurance, gives numerous advantages to the exporter:

- Sale option with payment postponement;
- increased competitiveness and consequent sales growth;
- easier access to new markets due to reduced risk;
- easier access to sources of funding (insurance policy as an instrument of insurance with loans and credit lines, as well as bank guarantees at the request of the exporter.)

Interreg - IPA CBC

Croatia - Bosnia and Herzegovina - Montenegro



PROJECT'S OVERALL OBJECTIVE:

Contributing to sustainable economic development and increasing in employability through the creation of an efficient and effective entrepreneurial ecosystem in the cross-border partnership area (Orašje, Garešnica, Lipik)

PROJECT'S SPECIFIC OBJECTIVE:

To improve the structure and quality of business services in the business support institutions of the cross-border partnership area (Orašje, Garešnica, Lipik)

PROJECT DURATION:

28 months

01.07.2017. - 31.10.2019.

Total budget: **731.906,95 €**

Programme co-financing (85 %): **622.120,89 €**

Total budget Municipality of Orašje: **249.881,48 €**

Programme co-financing (85%): **212.399,25 €**

Total budget Town of Lipik: **261.375,50 €**

Programme co-financing (85%): **222.169,17 €**

Total budget PCG: **220.649,97 €**

Programme co-financing (85%): **187.552,47 €**

Interreg - IPA CBC

Croatia - Bosnia and Herzegovina - Montenegro



GUIDELINES FOR EXPORTERS

Bosnia and Herzegovina

