



ВОЈВОДИНАШУМЕ
Петроварадин



Број: 2317/9-2

Датум: 15. 01. 2013.

СМЕРНИЦЕ ЗА ИЗБОР КУПАЦА

Јавно предузеће "Војводинашуме" Петроварадин највећи део својих прихода остварује путем пласмана својих производа на тржиште. Преко 90% ових прихода су приходи од продаје производа и услуга на домаћем тржишту. Само један мањи удео се остварује продајом на иностраном тржишту и то производа за којим на домаћем тржишту не постоји довољна тражња по тржишним принципима (целулозно дрво меких лишћара). Са овим купцима склапају се уговори као осигурање Предузећа да ће пласирати робу са малом тражњом и на тај начин избећи гомилање залиха, нарушавање текуће ликвидности или пропадање производа.

Када су у питању производи шумарства који се продају на домаћем тржишту, који чине око 85% прихода од продаје производа и услуга на домаћем тржишту, према садашњем стању, тражња превазилази понуду Предузећа, која је непосредно ограничена годишњим планом производње и произилази из десетогодишњих планова газдовања шумама – основа газдовања шумама.

Уважавајући ову чињеницу и принцип диверзификације купаца, а имајући у виду да у привредама у транзицији владају релативно нестабилни услови тржишта на страни тражње (појава великог броја нових, али и нестајање постојећих купаца), Предузеће посебну пажњу посвећује избору купаца за своје производе.

Прва од мера предострожности сигурног пласмана трупаца као најквалитетнијег и производа са највећим учешћем у приходима од продаје је склапање уговора са купцима за наступајућу годину. Уговори се склапају за око 70% количина планираних за продају у предстојећој години, због чињенице да је тражња за овим производима већа од понуде, као и да сваком од потенцијалних купаца треба пружити прилику за куповину неопходне сировине. Остатак количина је на слободној понуди свим купцима који међусобну предност у куповини остварују авансним уплатама.

Избор купаца и додела уговорених колична обавља се на основу потреба које купци достављају Предузећу на крају текуће за наредну годину и расположивих количина. Уговори се склапају са купцима чија је достављена годишња потреба за производима већа или једнака 1.000,00 м³. Утицај на избор купаца имају саме потребе купаца са једне и низ параметара везаних за сваког појединачног купца са друге стране. Ови параметри подразумевају поседовање позитивних референци купаца у досадашњем пословању са Предузећем: куповина ширег или ужег асортимана производа које Предузеће продаје, временско трајање пословног односа, бонитет купца и друго.

Израда предлога листе купаца за склапање уговора у надлежности је Комерцијалног одбора Предузећа који се састоји од руководиоца комерцијалних служби из свих огранака Предузећа (стални састав) и придружених чланова - представника стручних служби, а врши се у складу са пословном политиком Предузећа и горе наведеним параметарима који утичу на избор купаца. Посебна пажња се обраћа обезбеђивању равноправног положаја купаца при расподели сировине и на тај начин се свим купцима који задовољавају горе наведене услове омогућава партиципирање у процесу доделе уговора.

Листу потенцијалних купаца Комерцијални одбор доставља у виду предлога Извршном одбору директора на разматрање и сагласност. Након давања сагласности од стране Извршног одбора директора Предузећа приступа се склапању уговора са купцима.

Уговоре са купцима који купују дрвне сорimente од два или више газдинстава, потписује директор Предузећа. Директори огранака Предузећа потписују уговоре са купцима који купују дрвне сорimente само код тог газдинства. Директор Предузећа закључује и потписује уговоре у свим случајевима продаје дрвних соримената иностраним купцима.

Уговори се склапају за период од 01. 01. до 31. 12. текуће године. Уколико одређени купац не испуњава уговорене обавезе, може се донети одлука да се уговор раскине, а преостале количине да се распореде новим или постојећим купцима. Уколико се такве слободне количине распоређују купцима са којима је већ склопљен уговор врши се анексирање уговора до краја календарске године. Ово представља још један од механизма заштите Предузећа од нелојалних купаца, као и један вид антимонополске политике Предузећа, када је у питању избор купаца.

Купац који сматра да је Предузеће приликом уговарања учинило повреду конкуренције, односно није обезбедило конкурентност учесника на тржишту, своја права на заштиту остварује пред Комисијом за заштиту конкуренције у складу са одредбама Закона о заштити конкуренције (Службени гласник Републике Србије, бр. 51/2009).

ДИРЕКТОР ПРЕДУЗЕЋА

Марта Такач, дипл. инж. шумарства