

Distribucija robe široke potrošnje

Ježovita, Lucija

Undergraduate thesis / Završni rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:820321>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-23**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





**Sveučilište
Sjever**

Završni rad br. 288/TGL/2016

Distribucija robe široke potrošnje

Lucija Ježovita, 5461/601

Varaždin, rujan 2016. godine



**Sveučilište
Sjever**

Odjel za Tehničku I gospodarsku logistiku

Završni rad br. 288/TGL/2016

Distribucija robe široke potrošnje

Student

Lucija Ježovita, 5461/601

Mentor

Kristijan Rogić, prof. dr.sc.

Varaždin, rujan 2016. godine

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za tehničku i gospodarsku logistiku		
PREKUPNIK	Lucija Ježovita	MATIČNI BROJ	5461/601
DATUM	19. 05. 2016.	KOLEGIJ	Gospodarska logistika IV
NASLOV RADA	Distribucija robe široke potrošnje		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	Distribution of Consumer Goods		

MENTOR	dr.sc. Kristijan Rogić	ZVANJE	red.prof.
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. prof. dr.sc. Mario Šafran, predsjednik		
	2. prof.dr. sc. Kristijan Rogić, mentor		
	3. mr.sc. Goran Kolarić, član		
	4. prof. dr.sc. Goran Đukić, zamjenski član		
	5. _____		

Zadatak završnog rada

BROJ	288/TGL/2016
OPIS	U radu je potrebno: - opisati elemente distribucijskog sustava - opisati značajke distribucijskih kanala za robu široke potrošnje - analizirati pokazatelje distribucije za robu široke potrošnja u Republici Hrvatskoj - na primjeru iz prakse izvršiti analizu distribucijskog sustava za robu široke potrošnje - temeljem izvršene analize predložiti moguća poboljšanja u distribucijskom sustavu

ZADATAK URUČEN

20. 06. 2016.



Rogić

Predgovor

Na početku ovog rada želim se zahvaliti svom mentoru, gospodinu Kristijanu Rogiću na pomoći pri izradi završnog rada.

Također veliku zahvalu dugujem i gospođi Marijani Kolarek iz tvrtke Kos transporti d.o.o. koja mi je omogućila uvid u njihovo poslovanje.

Veliko hvala i svim profesorima koji su mi predavali i prenosili svoja znanja u ove tri godine studiranja.

Hvala Vam svima!

Sažetak

U radu je opisana distribucija, pokazatelji distribucije, sudionici distribucije, ukratko objašnjen sustav LDC-a te politika distribucije. Počinje sa pojmom distribucija, nekoliko definicija distribucije, između kojih je i definicija Međunarodne trgovinske komore. Objašnjena je distribucija kao dio logistike. Dalje je opisana fizička distribucija te načela pri izvršavanju logističko – distribucijskih aktivnosti. Nadalje, objašnjeni su kanali distribucije, povezanost distribucije i najvažnije odluke kod izbora kanala distribucije. Opisane su strategije distribucije i troškovi neposredne i posredne prodaje. Također su opisane vrste kanala distribucije, te izravni i neizravni kanali prodaje na međunarodnom tržištu. U trećem poglavlju opisani su pokazatelji distribucije, te definicija prodavaonice i obilježja oblika prodavaonice. Dalje je objašnjena podjela sudionika distribucije, te je ukratko opisan sustav LDC-a. Kod politike distribucije izvučene su najbitnije teze, te nabrojane glavne odluke u logistici distribucije. U posljednjoj cjelini tj., praktičnom djelu opisan je rad tvrtke Kos transporti d.o.o., njezine djelatnosti te distribucija robe u tvrtci.

Popis korištenih kratica

LDC Logističko distribucijski centar

CMR Međunarodni teretni list tj. međunarodni sporazum o prijevozničkim ugovorima u cestovnom prometu robe. (fra. „Convention relative au contrat de transport international de marchandises par route“)

RCN Račun koji prati koliko roba košta

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Pojam i značenje distribucije.....	2
2.1. Fizička distribucija	3
2.2. Kanali distribucije	4
2.2.1. Povezanost distribucije.....	6
2.2.2. Izbor kanala distribucije.....	7
2.3. Izravna i neizravna distribucija	9
2.3.1. Strategije distribucije	10
2.3.2. Troškovi neposredne prodaje i prodaje preko posrednika.....	11
2.4. Vrste kanala distribucije.....	13
2.4.1. Povratni kanali distribucije	14
2.4.2. Međunarodni kanali distribucije	15
3. Pokazatelji distribucije	18
3.1. Oblici prodavaonica	19
4. Sudionici distribucije	21
5. LDC (Logističko – distribucijski centar)	23
6. Politika distribucije.....	26
7. Distribucija robe u tvrtci Kos transporti.....	27
7.1. Općenito o tvrtci Kos transporti.....	27
7.2. Djelatnosti	27
7.3. Distribucija robe	29
8. Zaključak	32
9. Popis literature	33
9.1. Popis slika.....	34

1. Uvod

Danas se riječ distribucija koristi često kao pojam, većinom kad se govori o raspodjeli određenih roba ili usluga s jednog mjesta na drugo.

Distribucijom se općenito označuje promet gospodarskih dobara između proizvođačkih i potrošačkih jedinica. To je stadij koji slijedi proizvodnju dobara od momenta kada su oni komercijalizirani do njihove isporuke potrošačima.¹

Kod distribucije robe široke potrošnje bitno je da se odgovarajućim znanjima i aktivnostima funkcionalno i djelotvorno povezuju djelomični procesi svladavanja prostornih i vremenskih transformacija, ne samo gotovih proizvoda nego i sirovina i poluproizvoda od izvora nabave, proizvođača, prerađivača, skladišta, distribucijskih centara (...) do krajnjega potrošača, odnosno krajnjega korisnika.²

Distribucijski sustav je složen sustav aktivnosti koji ne bi mogao funkcionirati bez određenih elemenata, a neki od njih su: nabava, skladištenje, upravljanje zalihama, manipulacija, prijevoz (unutrašnji i vanjski) te informacijski logistički sustav.

Spona između proizvodnje i potrošnje robe su kanali distribucije ili kanali prodaje. Kanalima distribucije ili marketinškim kanalima danas se smatra skup međuovisnih institucija, povezanih zajedničkim poslovnim interesom: olakšati prijenos robe i vlasništva od proizvođača do konačnog potrošača – kupca.³

Cilj distribucije je da se roba dopremi na određeno mjesto, u dogovoreno vrijeme u pravoj količini s najmanjim mogućim troškovima, a najbitnije je da su kupci zadovoljni. Obraćajući veliku pažnju na minimalne troškove, treba naravno paziti i na to da se roba doprema u kvalitetnom asortimanu kao i uvjetima.

Za distribucijski sustav vrlo su bitni distribucijski kanali, kao i fizička distribucija.

¹ Ljudevit Krpan, Gospodarska logistika 3, predavanja

² <https://repositorij.unin.hr/islandora/object/unin%3A118/datastream/PDF/view>

³ <http://www.scribd.com/doc/49426910/Kanali-distribucije>

2. Pojam i značenje distribucije

Distribucija je stadij koji slijedi proizvodnju dobara od momenta kada su oni komercijalizirani do njihove isporuke potrošačima.

To je “marketinška funkcija koja upravlja kretanjima dobara od proizvođača do krajnjih potrošača, preko veletrgovinskih, malotrgovinskih, skladišnih i transportnih institucija kako bi dobra bila pristupačnija kupcima kad ih trebaju i gdje ih trebaju i žele”⁴

Distribucijom, općenito, može se označiti kretanje gospodarskih dobara između proizvođačkih i potrošačkih jedinica. U ovom se smislu strujanja dobara pojam distribucije pojavio vezano uz veći interes za troškove trgovine, tridesetih godina prošlog stoljeća, kada je u velikom broju zemalja započela serija anketnih i monografskih istraživanja i teorijskih analiza na području unutrašnje trgovine. S tim u svezi, njemačka i američka iskustva utjecala su na Međunarodnu trgovinsku komoru da potakne anketu o stanju trgovine u 23 zemlje i da 1932. godine osnuje poseban Biro za proučavanje distribucije. Na njezinu kongresu 1936. godine u Washingtonu po prvi puta se pokušalo unutrašnju trgovinu definirati u duhu novih gledanja na funkcije trgovine te je i definirana „distribucija“. Ta definicija je ispravljena i dopunjena 1947. godine.

Prema općeprihvaćenoj definiciji Međunarodne trgovinske komore, predloženoj 1947. godine, „ distribucija je stadij koji slijedi proizvodnju dobara od momenta kada su ona komercijalizirana do njihove isporuke potrošačima. Ona obuhvaća razne aktivnosti i operacije, koje osiguravaju da se roba stavi na raspolaganje kupcima, bilo da se radi o prerađivačima ili o potrošačima, olakšavajući izbor, kupnju i upotrebu robe“.⁵

Danas se distribucija najčešće sagledava s dva aspekta:⁶

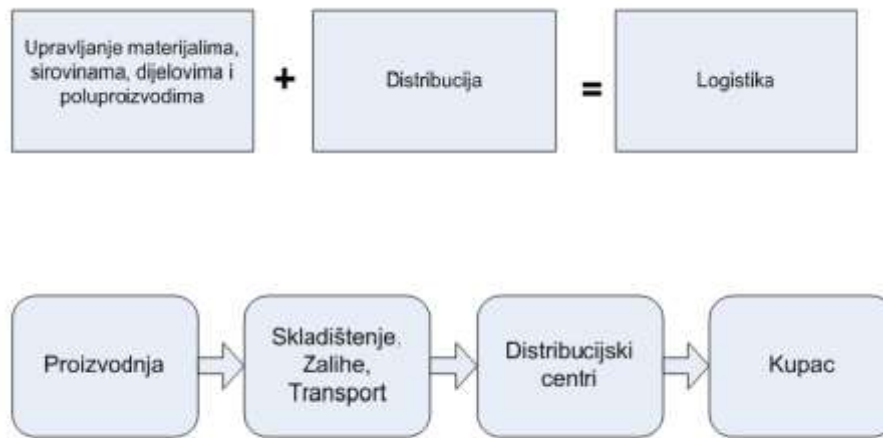
S općeg gospodarskog aspekta, pod distribucijom se podrazumijevaju sve aktivnosti, koje služe raspodjeli proizvodnih dobara potrošačima

S aspekta pojedinačnog gospodarskog subjekta, distribucija se odnosi na sve poduzetničke odluke i radnje koje su povezane s kretanjem proizvoda do konačnog kupca.

⁴<http://web.efzg.hr/dok/TRG/6.nastavna%20cjelina.pdf>

⁵Zdenko Segetlija: Distribucija, Osijek 2006., str. 10

⁶ Kristijan Rogić, Gospodarska logistika 4, predavanja



Slika 1. Odnos logistike i distribucije: Kristijan Rogić, Gospodarska logistika 4, predavanja

Prije se u literaturi područje distribucije i područje logistike poistovjećivalo, ali vidi se na slici 1 da je distribucija zaseban proces. Distribucija je uži pojam od logistike jer je distribucija zapravo dio logistike koja se osim distribucijom također bavi i upravljanjem sirovinama, poluproizvoda i ostalih dijelova od izvora do proizvodnog procesa.

2.1. Fizička distribucija

Fizička distribucija je skup aktivnosti koje omogućuju djelotvorno kretanje gotovih proizvoda s kraja proizvodnog procesa do potrošača. U nekim slučajevima uključuje kretanje sirovina od izvora nabave do početka proizvodne linije.

Fizička distribucija obuhvaća:⁷

- sustav narudžbe i isporuke robe,
- upravljanja zalihama,
- skladištenja,
- manipulacije robom i
- prijevoz (konvencionalni i mješoviti).

⁷Kristijan Rogić, Gospodarska logistika 4, predavanja

Također uključuje i planiranje i kontrolu fizičkih tijekova robe od njenog izvora do mjesta uporabe kako bi se što bolje zadovoljile potrebe kupaca i ostvario se profit. U distribuciji je bitan stalan tijek materijala tj. proizvoda, a taj tijek može doživjeti zastoje na određenim točkama gdje se roba dorađuje, pakira, prekrcava itd.

Ciljevi fizičke distribucije su da se roba distribuira u pravo vrijeme, na pravom mjestu, u optimalnim količinama, u odgovarajućem asortimanu i uz najniže troškove.

Kako bi se ciljevi ostvarili, treba pri izvršavanju logističko – distribucijskih aktivnosti koristiti odgovarajuća načela kao što su:⁸

- osigurati kvalitetu proizvoda ili usluga prema zahtjevima kupaca;
- isporučiti narudžbu na pravo mjesto;
- osigurati isporuku robe u odgovarajuće vrijeme i
- distribucijske aktivnosti obaviti uz najniže troškove.

2.2. Kanali distribucije

Kanali distribucije odnosno marketinški kanali su skupine institucija koje obavljaju sve one aktivnosti (funkcije) koje su prisutne pri kretanju proizvoda i njegova vlasništva od proizvodnje do potrošnje.⁹

⁸Zdenko Segetlija i Maja Lamza – Maronić: Distribucijski sustav trgovinskog poduzeća, Osijek, 2002., str. 96 - 97

⁹Kristijan Rogić, Gospodarska logistika 4, predavanja



Slika 2: Marketinški kanali distribucije: Kristijan Rogić, Gospodarska logistika 4, predavanja

Na slici 2 vidi se koje su to skupine međuovisnih organizacija uključenih u sve aktivnosti stvaranja određene robe tj. usluge dostupne za krajnju potrošnju.

U kanalima distribucije odvijaju se određene aktivnosti tj. funkcije, a to su:¹⁰

- Informacija (temeljem istraživanja tržišta)
- Promocija
- Pregovaranje
- Naručivanje
- Financiranje
- Preuzimanje rizika
- Isplate
- Prijenos vlasništva

Kanali distribucije, u pravilu, predstavljaju most koji spaja proizvođača i njegove kupce.

Kanali distribucije dijele se na dvije vrste, a to su:

- a) izravni kanal distribucije i
- b) neizravni kanal distribucije

¹⁰Kristijan Rogić, Gospodarska logistika 4, predavanja

2.2.1. Povezanost distribucije

Promjene u strukturi kanala distribucije posljedica su stvaranja koncentracije u proizvodnji, trgovini i drugim djelatnostima. Pri tome se mogu razlučiti tradicijski modeli distribucije, i različiti oblici povezanosti u kanalima distribucije. Tradicijske modele odlikuje borba na tržištu između proizvođača, trgovine na veliko i trgovine na malo, jer sve svaki sudionik zasebno bori za svoje mjesto na tržištu.¹¹

Oblici povezanosti kod integriranih kanala distribucije mogu biti :¹²

- Horizontalni
- Vertikalni
- Kombinirani

Horizontalni oblici povezivanja obuhvaćaju udruživanje na istoj razini distribucijskog kanala.

Vertikalni oblici povezivanja odnose se na tvrtke koje nisu na istoj gospodarskoj razini. Temelje se na sustavu odlučivanja koji na određen način kontrolira zajedničke aktivnosti unutar kanala pri čemu se nastoji ostvariti suradnja i koordinacija unutar čimbenika koji čine distribucijski kanal s ciljem ostvarivanja najvećeg mogućeg uspjeha na tržištu. Takvim se sustavom kontroliraju sudionici distribucijskog kanala, uklanjaju se potencijalni sukobi između pojedinih čimbenika, a i postižu uštede zbog veličine, mogućnosti pregovaranja i eliminacije dvostrukih usluga.

Vertikalni oblici povezanosti dijele se na tri najbitnije vrste a to su:

Korporacijski - ako se taj dio distribucije odvija u okviru istog vlasništva.

Vertikalni - koordinacija proizvodnje i distribucije na temelju veličine i snage jednog od sudionika.

Ugovorni - objedinjuje različite tvrtke s različitih razina proizvodnje i distribucije, koje se ujedinjuju zbog uštede ili utjecaja na tržište.

Kombinirani oblici povezivanja –Kombinacija horizontalnih i vertikalnih kanala distribucije, povezivanje na istoj ili na različitim razinama. Znači povezuju se poduzeća na istoj razini pa onda i s poduzećima koja to nisu.

¹¹Kristijan Rogić, Gospodarska logistika 4, predavanja

¹²Kristijan Rogić, Gospodarska logistika 4, predavanja

2.2.2. Izbor kanala distribucije

Kada se govori o izboru kanala distribucije, to znači da proizvođač donosi odluku o tome koje će sudionike, koji tip i broj odabrati u određenom kanalu distribucije.

Proizvođač mora imati sve potrebne informacije, kao npr. tko točno kupuje proizvode jer se zahtjevi i želje kupaca konstantno mijenjaju pa tako dolazi i do tržišne konkurencije. Mora točno znati što koji kupac želi i što očekuje od njega da bi se mogao pravilno orijentirati pri izboru kanala i došao do održive konkurentske prednosti. Također, vrlo bitno je da se prethodno definiraju zadaci koje će pojedini posrednici trebati izvršavati u kanalu distribucije.

Kreiranje sustava distribucijskih kanala polazi od sljedećih premisa:¹³

- Analiza potreba potrošača
- Postavljanje ciljeva
- Identifikacija i vrednovanje najvažnijih alternativa kanala

Ciljevi koje proizvođač želi postići izborom kanala distribucije su različiti i brojni. Razlikuju se od jednog do drugog poduzeća. Najvažniji su:¹⁴

- proizvodi ili usluge trebaju biti dostupni stvarnim i potencijalnim potrošačima u što kraćem vremenu,
- ostvariti odgovarajuću razinu distribucijskih usluga,
- distribucijske operacije trebaju se izvršiti uz minimalne troškove,
- osigurati brz i točan povrat informacija.

¹³Kristijan Rogić, Gospodarska logistika 4, predavanja

¹⁴Kristijan Rogić, Gospodarska logistika 4, predavanja

Čimbenici koji mogu utjecati na izbor putova prodaje su sljedeći:¹⁵

- Proizvod i njegova svojstva
- Troškovi prodaje i rabati
- Financije
- Širina asortimana
- Vrijednost po jedinici proizvoda

Osim toga pri izboru kanala distribucije pojavljuju se i dodatni čimbenici:¹⁶

- broj potrošača
- teritorijalni raspored potrošača
- navike i motivi kupnje robe
- vrsta i način potpore koju treba pružiti izabranom prodajnom kanalu
- tipovi i opseg kooperacije koje pojedini kanal očekuje od proizvođača
- razina konkurencije
- način upravljanja tvrtkom

Značajke proizvođača također su bitan faktor kod izbora kanala distribucije. Tako npr., ako proizvođači ne raspolažu dovoljno visokim kapitalom, kanali distribucije biti će usmjereni prema posrednicima.

Značajke proizvoda bitno djeluju na izbor kanala distribucije. Tako, npr. luksuzni proizvodi (nakit, satovi) proizvodi veće pojedinačne vrijednosti (zrakoplovi, brodovi, lokomotive), kabasti proizvodi relativno male jedinične vrijednosti, ali velike ukupne količine (ugljen, boksit, željezna ruda i dr.), zahtijevaju izravnu prodaju, jer visoka bruto zarada može pokriti troškove vlastite distribucije. Tehnički proizvodi, za koje su nužni servisi, često zahtijevaju izravnu prodaju, posebno u slučaju kad posrednik nije u stanju osigurati kvalitetnu servisnu mrežu ni objasniti uporabu proizvoda potrošačima (npr. kompjuteri, razne vrste strojeva i sl.).

¹⁵Kristijan Rogić, Gospodarska logistika 4, predavanja

¹⁶ Kristijan Rogić, Gospodarska logistika 4, predavanja

Proizvodi, skloni brzom kvarenju i kratkog roka trajanja (kruh, kolači, novine), zahtijevaju izravnu prodaju ili kratke kanale distribucije. Dok su za robu široke potrošnje, prikladniji dugi kanali distribucije (higijenski proizvodi, kućne potrepštine i sl.). Zamrznuta roba, porculan, staklo, traži specijalne kanale distribucije.¹⁷

Na dužinu kanala distribucije utječu uobičajene količine nabavki i učestalost nabava. Kada se manje pojedinačne količine nabavki često kupuju, javljaju se duži i širi kanali distribucije koji su karakteristični za robu široke potrošnje.

Kada se odlučuje o broju posrednika, tvrtci na raspolaganju stoje tri korisne strategije:¹⁸

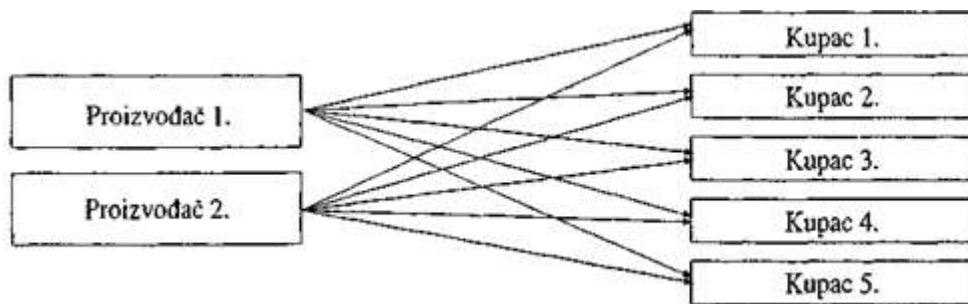
- a) intenzivna distribucija (što više prodavaonica),
- b) ekskluzivna distribucija (ograničeni broj trgovaca s ekskluzivnim pravom distribucije proizvoda neke kompanije),
- c) selektivna distribucija (korištenje više od jednog posrednika, ali ne svih onih koji hoće distribuirati taj proizvod).

2.3. Izravna i neizravna distribucija

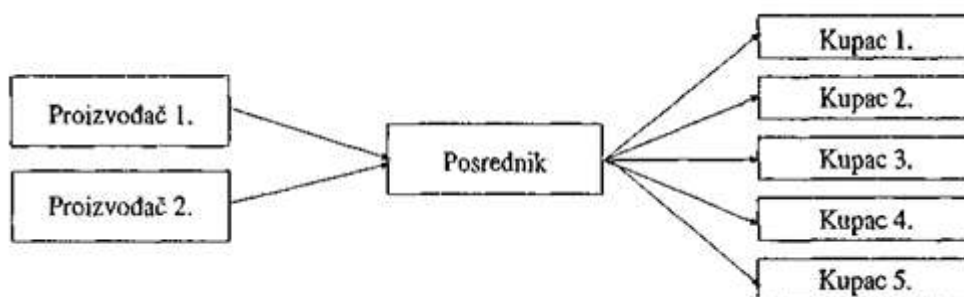
Izravna distribucija (neposredna distribucija) tj. distribucija bez posrednika, koju vidimo na slici 3, karakteristična je za proizvodnu potrošnju (proizvodnja u obliku trošenja proizvodnih sredstava (sirovina, energije, strojeva) radi proizvodnje a nadoknađuje se iz vrijednosti proizvoda). To je najjednostavniji kanal distribucije u kojem proizvođač i potrošač izravno kontaktiraju.

¹⁷Kristijan Rogić, Gospodarska logistika 4, predavanja

¹⁸Zdenko Segetlija: Distribucija, Osijek 2006., str. 74



Slika 3:Prodaja bez posrednika: Kristijan Rogić, Gospodarska logistika 4, predavanja



Slika 4:Prodaja s jednim posrednikom: Kristijan Rogić, Gospodarska logistika 4, predavanja

Broj transakcija jednak je broju posrednika, a broj posrednika jednak je zbroju proizvođača i kupaca.

Na slici 4 vidljivo je da se kod prodaje preko posrednika smanjuje broj transakcija, a samim time se smanjuju i troškovi distribucije. Posrednik mora biti sposoban organizirati distribuciju robe gdje će troškovi biti minimizirani, odnosno niži nego kad bi proizvođač sam distribuirao svoje proizvode.

2.3.1. Strategije distribucije

Strategija distribucije dio je strategije poduzeća i odnosi se na izbor jedne ili više alternativa distribucije koje omogućavaju poduzeću uspješan nastup na tržištu. Čimbenici koji utječu na strategiju: ¹⁹

¹⁹<http://web.efzg.hr/dok/TRG/6.nastavna%20cjelina.pdf>

- promjene u gospodarstvu
- ponašanje potrošača (promjene u stilu života, standard, i sl.)
- promjene u robnom prometu (sve veća povezanost između trgovine i proizvodnje, opadanje značenja manjih prodavaonica)
- društvene promjene (kraći radni tjedan a duži tjedan prodavaonica)
- tehnološke promjene (jeftinije i brže komuniciranje)

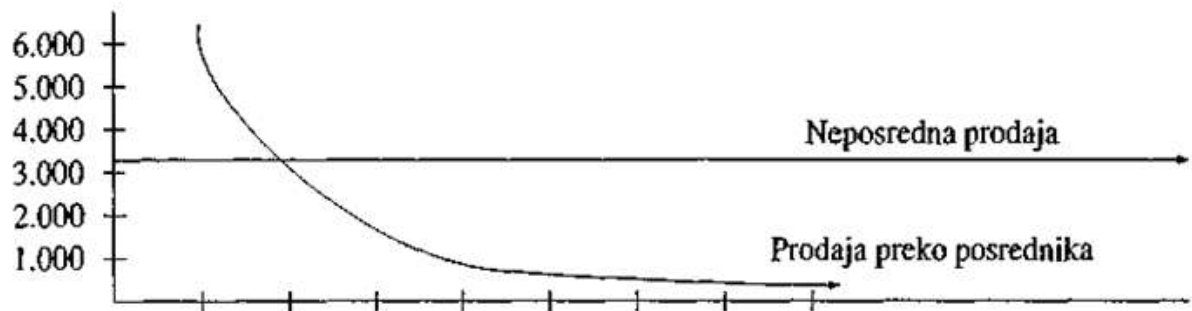
Strategija nastupa poduzeća na tržištu.²⁰

- Intenzivna distribucija – proizvođač u prodaji svojih proizvoda nastoji angažirati što je moguće više posrednika
- Ekskluzivna distribucija – proizvođač odabire jednog ili nekoliko posrednika koji će imati ekskluzivno pravo prodaje robe
- Selektivna distribucija – u distribuciju se uključuje više posrednika

2.3.2. Troškovi neposredne prodaje i prodaje preko posrednika

Prosječni troškovi distribucije, kod prodaje robe preko posrednika, su vrlo visoki kod malih tržišta. Naglo opadaju, ako se tržište povećava. Međutim, ako se roba prodaje izravno, tj. bez posrednika, prosječni troškovi distribucije ne reagiraju na veličinu tržišta (broj kupaca).

²⁰<http://web.efzg.hr/dok/TRG/6.nastavna%20cjelina.pdf>

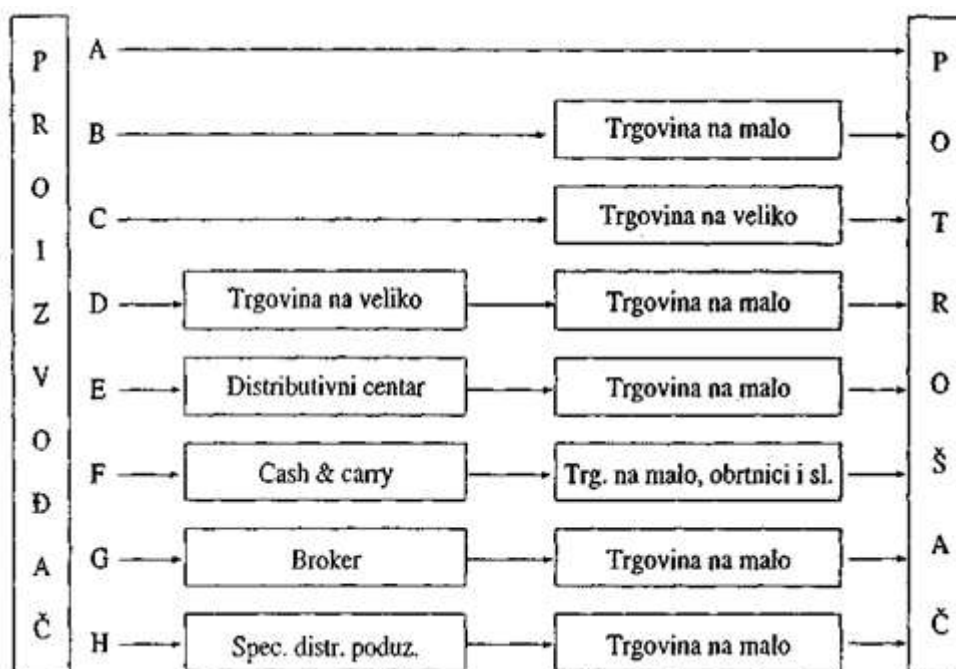


Slika 5: Troškovi neposredne prodaje i prodaje preko posrednika: Kristijan Rogić, Gospodarska logistika 4, predavanja

Na slici 5.se vidi različito ponašanje troškova kod izravne (bez posrednika) i posredne prodaje robe (sa posrednicima). Kod prodaje robe preko posrednika, na malom tržištu, troškovi su vrlo visoki. Sa povećanjem tržišta (broja kupaca) naglo se smanjuju, što nije slučaj kod izravne prodaje, jer su uvijek isti, bez obzira na veličinu tržišta.²¹

²¹Kristijan Rogić, Gospodarska logistika 4, predavanja

2.4. Vrste kanala distribucije



Slika 6: Vrste kanala distribucije: Kristijan Rogić, *Gospodarska logistika 4, predavanja*

Kod vrsta kanala distribucije na slici 6 vidi se da postoji 6 različitih kanala od kojih je jedan izravan, a ostali neizravni.

Kanal „A“ - Izravni kanal distribucije. Proizvođač može prodavati robu izravno potrošaču putem tvorničke maloprodajne mreže, kataloga, novinskih oglasa. U novije vrijeme putem televizije i interneta. Dostava robe se vrši preko pošte, prijevoznika ili dostavne službe proizvođača.

Kanal „B“ - Kratak, neizravan kanal u kojem se nalazi, osim proizvođača, još kao posrednik, i trgovačko poduzeće na malo.

Kanal „C“ - Ima također karakteristike kratkog marketinškog kanala distribucije. Njime se uglavnom koriste veliki potrošači, kao što su bolnice, hoteli, škole i sl.

Kanal „D“ - Dugi kanal; roba se potrošačima dostavlja preko trgovinskih poduzeća na veliko i trgovinskih poduzeća na malo, pri čemu trgovinska poduzeća na veliko u pravilu koriste svoja vlastita skladišta i vozni park. Ovim kanalom se najčešće distribuira roba široke potrošnje.

Kanal „E“ - Dugi kanal; najčešće se koristi pri opskrbi regionalnih tržišta robom široke potrošnje.

Kanal „F“ - Dugi kanal; karakterističan po prodaji robe za gotov novac. Koristi ga trgovina na veliko pri prodaji robe obrtnicima i vlasnicima malih trgovina po sustavu "Cash and carry" (Plati i nosi). Roba se plaća gotovinom, prilikom preuzimanja.

Kanal „G“ - Dugi kanal; relativno rijedak marketinški kanal distribucije. Karakterističan je po brokeru kao posredniku u kanalu distribucije. Broker je samostalni trgovac koji bez ikakvog trajnog ugovornog odnosa, na temelju konkretnih naloga, posreduje između kupca i prodavatelja, pri sklapanju kupoprodajnog ugovora. To je stručnjak koji izvrsno poznaje robu i uvjete na tržištu. Pored posredničke uloge, brokeri mogu na tržištu, još, obavljati poslove smještaja, sortiranja, pakiranja, reklamiranja, prodaje pa sve do osiguravanja potrebnih dokumenata koji su neophodni pri prodaji robe. Broker posreduje između proizvođača i trgovine na malo, pri čemu može koristiti vlastita skladišta i vozni park, ali može koristiti i usluge specijaliziranih distribucijskih poduzeća, što nije karakteristično za veletrgovinska poduzeća.

Kanal „H“ - Dugi kanal; u posljednje vrijeme se sve češće koristi u razvijenim industrijskim zemljama. Karakterističan je po specijaliziranim distribucijskim poduzećima, kao posrednicima u distribuciji robe. U razvijenim industrijskim zemljama proizvođači sve češće povjeravaju, različite poslove pri distribuciji robe, specijaliziranim distribucijskim poduzećima.²²

2.4.1. Povratni kanali distribucije

Osim kanala distribucije, kojima roba kreće od proizvođača do potrošača, postoje i povratni kanali koji su uvjetovani reciklažom povratnih roba. U povratnim kanalima mogu sudjelovati:²³

- otkupni centri,
- razne društvene grupe (školska omladina, umirovljenici i si),
- stručnjaci za skupljanje otpadaka,
- centri za reciklažu,
- brokeri za reciklažu otpadaka i
- skladišta prerađevina.

²²Kristijan Rogić, Gospodarska logistika 4, predavanja

²³Kristijan Rogić, Gospodarska logistika 4, predavanja

2.4.2. Međunarodni kanali distribucije

Putevi (kanali) prodaje na međunarodnom tržištu mogu biti, kao i na domaćem tržištu izravni i neizravni, ovisno o odluci poduzeća, hoće li prodavati robu preko posrednika ili ne. Posrednik može biti vanjsko-trgovinsko poduzeće (izvoznik), uvoznik, izvozni zastupnik i sl. Kao neizravni izvoz tj. izvoz preko posrednika, smatra se i proizvodna kooperacija sa stranim partnerom u stranoj zemlji. Kod izravnog izvoza, distribucija se robe vrši uglavnom preko izvoznog sektora, kojem mogu biti na raspolaganju inozemna vlastita poduzeća, skladišta prodaje, specijalni inozemni zastupnici, korisnici franšize temeljem ugovora i svi drugi sudionici, u prodaji, anagažirani od strane izvoznika.²⁴

U strategiji distribucije međusobno su povezane i uvjetovane odluke o izboru načina nastupa na vanjskom tržištu s odlukama o izboru kanala distribucije i o marketinškoj logistici. S tim u svezi mogu se navesti načini stupanja na međunarodno tržište prema predmetima transfera (roba, investicijski proizvodi, tehnologija):²⁵

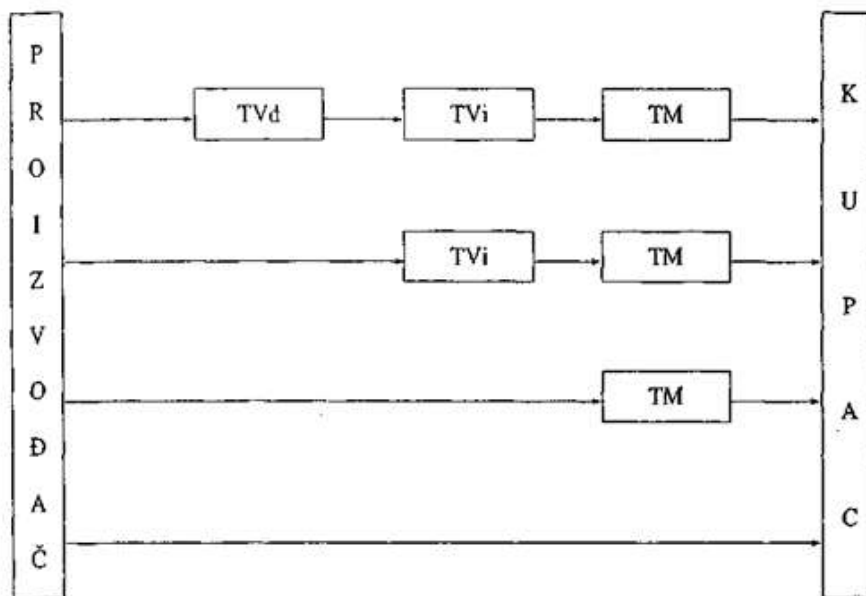
- klasični jednostavni načini (neizravna prodaja, izravna prodaja, izravna prodaja zastupstvu);
- klasični složeniji načini (kompenzacija, switch, konsignacija, tranzit, kooperacijski poslovi proizvodnje, poslovno-tehnička suradnja);
- viši oblici suradnje s inozemstvom (licenca, joint venture – zajedničko ulaganje, vlastita i specijalizirana inozemna montaža, vlastita inozemna proizvodnja, konzorcijski poslovi, lizing, franšizing, faktoring).

Kod klasičnog sustava, strano izvozno poduzeće ima u zemlji uvoza jedno ili više skladišta iz kojeg vrši distribuciju robe stranim kupcima. S obzirom da u skladištu, koje se nalazi u stranoj zemlji, izvoznik može uvijek imati na raspolaganju odgovarajuću količinu zaliha robe, vrijeme prijevoza ne igra posebnu ulogu, pa se nadopuna potrebnih zaliha robe, može vršiti u većim

²⁴Kristijan Rogić, Gospodarska logistika 4, predavanja

²⁵Zdenko Segetlija: Distribucija, Osijek 2006., str. 117

pošiljkama i jeftinijim vrstama transporta. Troškovi transporta su relativno niski, što nije slučaj s troškovima skladištenja, koji su relativno visoki. Nasuprot tome, razvijen je tzv. regionalni sustav skladišta koji se nalazi između klasičnog i tranzitnog vođenja skladišta. Regionalni sustav skladišta ili distribucijski centar, vodi filijala izvoznog poduzeća, koja se nalazi u stranoj zemlji. Karakteristično je što se s jednog mjesta vrši distribucija robe u više regija ili zemalja. Shodno takvom pristupu, međunarodne korporacije reduciraju broj klasičnih skladišta. Grade distribucijske centre iz kojih opskrbljuju robom više područja ili zemalja.²⁶



Slika 7: Klasični tipovi međunarodnih kanala distribucije: Kristijan Rogić, Gospodarska logistika 4, predavanja

TVd = Trgovina na veliko - domaća

TVi = Trgovina na veliko - inozemna

TM = Trgovina na malo - inozemna

Pri izboru kanala distribucije u međunarodnom marketingu treba analizirati raznovrsne mogućnosti i razne segmente tržišta. Važno je shvatiti mogućnosti kretanja proizvoda kroz

²⁶Kristijan Rogić, Gospodarska logistika 4, predavanja

kanale distribucije, fleksibilnost tih tokova, kao i specifične zahtjeve glede proizvoda koji se distribuiraju.

Mnogobrojni su čimbenici koji utječu na izbor kanala distribucije u međunarodnom marketingu. Uglavnom se navode sljedeći čimbenici:²⁷

- značajke proizvoda,
- značajke kupaca,
- raspoloživost posrednika,
- troškovi i mogućnosti utjecaja na politiku prodaje,
- mogućnosti nadziranja kanala,
- pravni propisi određene zemlje,
- konkurencija,
- kulturna okolina, i dr.

²⁷Zdenko Segetlija: Distribucija, Osijek 2006., str. 122 -123

3. Pokazatelji distribucije

Ako distribuciju ne shvaćamo samo kao aktivnost, već kao i određeno stanje, vezano uz mogućnost dobivanja određenog dobra na odgovarajućim prodajnim mjestima nekog područja, onda je distribucija interpretirana kao ciljni kriterij i u tom smislu razlikuju se:²⁸

- Stupanj distribucije i
- Gustoća distribucije

Drugi pokazatelji distribucije vezani su uz pokazatelje trgovina na malo.

Stupanj distribucije pokazuje odnos realiziranih i mogućih prodajnih mjesta koja žele proizvođači ili očekuju potrošači. Zapravo, stupnjem distribucije označava se prisutnost nekoga proizvoda u trgovini, tj. mogućnost njegove kupovine.

Gustoća distribucije pokazuje odnos mjesta ponude s brojem stanovništva ili površinom nekog prodajnog područja. Kao pokazatelji gustoće distribucije obično se uzimaju:²⁹

- broj stanovnika na 1 prodavaonicu
- broj prodavaonica na 1 km² ukupne površine neke zemlje.

Umjesto prvog pokazatelja može se razmatrati i ovako:

- broj prodavaonica na 10.000 stanovnika, ili
- broj prodavaonica na 1.000 stanovnika.

²⁸Zdenko Segetlija: Distribucija, Osijek 2006., str. 22

²⁹Zdenko Segetlija: Distribucija, Osijek 2006., str. 22 - 23

3.1. Oblici prodavaonica

Prodavaonica je temeljna jedinica distribucijskog sustava i završna jedinica kanala distribucije iz koje proizvod prelazi u fazu potrošnje. Budući da je prodavaonica vrlo intenzivno povezana s drugim sudionicima u kanalu distribucije, njezin razvoj uvjetovan je ne samo unutarnjim čimbenicima razvoja sustava distribucije, nego i s brojnim čimbenicima iz okoline toga sustava.³⁰

Obilježja oblika prodavaonice su:³¹

- mikro i makro lokacija;
- način posluživanja potrošača (i razmještaj robe, prodavača i opreme u poslovnom prostoru);
- kombinacija asortimana robe i usluga te cijena;
- dimenzije i organizacija (veličina prodajnog i skladišnog prostora, broj zaposlenih i podjela rada, broj artikala u asortimanu i sl.);
- vanjska organizacija (u odnosu na trgovinsku ili neku drugu organizaciju u čijem se sastavu nalazi ili u odnosu na kooperativnu tvorevinu).

U Hrvatskoj se oblikovanje prodavaonica ocjenjivalo nezadovoljavajućim, najviše zbog nedostatka pozitivnih konkurentskih učinaka. Samostalne trgovinske radnje, odnosno njihove prodavaonice, obogaćivale su tada ponudu roba i usluga i strukturu postojećih oblika prodavaonice.³²

³⁰Zdenko Segetlija i Maja Lamza – Maronić: Distribucijski sustav trgovinskog poduzeća, Osijek, 2002., str. 63

³¹Zdenko Segetlija i Maja Lamza – Maronić: Distribucijski sustav trgovinskog poduzeća, Osijek, 2002., str. 63

³²Zdenko Segetlija i Maja Lamza – Maronić: Distribucijski sustav trgovinskog poduzeća, Osijek, 2002., str. 65

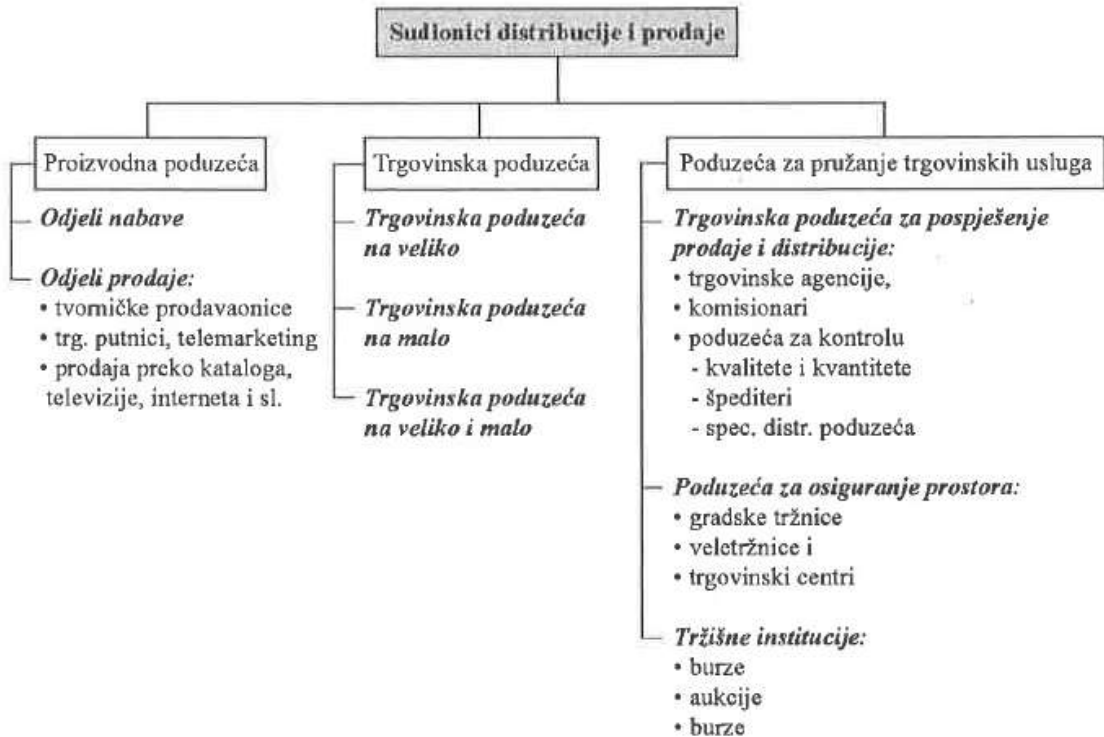
Broj prodavaonica u Republici Hrvatskoj od 1990 do 2003. godine

Godina	Broj prodavaonica	Broj stanovnika na jednu prodavaonicu
1990.	22 088	216
1991.	29 153	155
1992.	29 788	153
1993.	30 144	154
1994.	29 156	159
1995.	35 538	131
1996.	34 378	131
1997.	35 482	129
1998.	36 504	123
1999.	34 426	132
2000.	35 142	126
2001.	34 846	127
2002.	38 617	115
2003.	38 752	114

Slika 8: Broj prodavaonica u RH od 1990. do 2003., izvor: B. Knežević, Kolegij Trgovina i trgovinska politika 2007./08., Ekonomski fakultet Zagreb

Na slici 8 može se vidjeti da se broj prodavaonica od 1990. godine do 2003. godine povećao za čak više od 16.000, dok se broj stanovnika na jednu prodavaonicu, u istom razdoblju, smanjio za više od 100 stanovnika, što je skoro duplo manje.

4. Sudionici distribucije



Slika 9: Sudionici procesa distribucije: Josip Šamanović: Prodaja Distribucija Logistika, Split 2009., str. 142

Usporedno s općim razvitkom proizvodnih snaga društva i sve veće podjele rada, razvijaju se i mijenjaju pojavni oblici i tehnike rada sudionika u procesu prodaje i distribucije. Što je veći stupanj razvitka proizvedenih snaga društva, to je veća i potreba za posebnim oblicima obavljanja prodajne i distribucijske funkcije. Na niskom stupnju razvitka proizvođači obavljaju neke ili sve distribucijske poslove. U distributivnom i prodajnom procesu osim proizvođača sudjeluju i drugi gospodarski entiteti, kao što je i vidljivo sa slike 9. To se odnosi na trgovinska poduzeća, poduzeća za pružanje trgovinskih usluga i konačno na potrošače. Njihov se značaj očituje u činjenici što bez znatnog povećanja troškova pridonose povećanju kvalitete prodajnih i

distribucijskih usluga. Bez navedenih sudionika ne može se ni zamisliti funkcioniranje tržišnog gospodarstva.³³

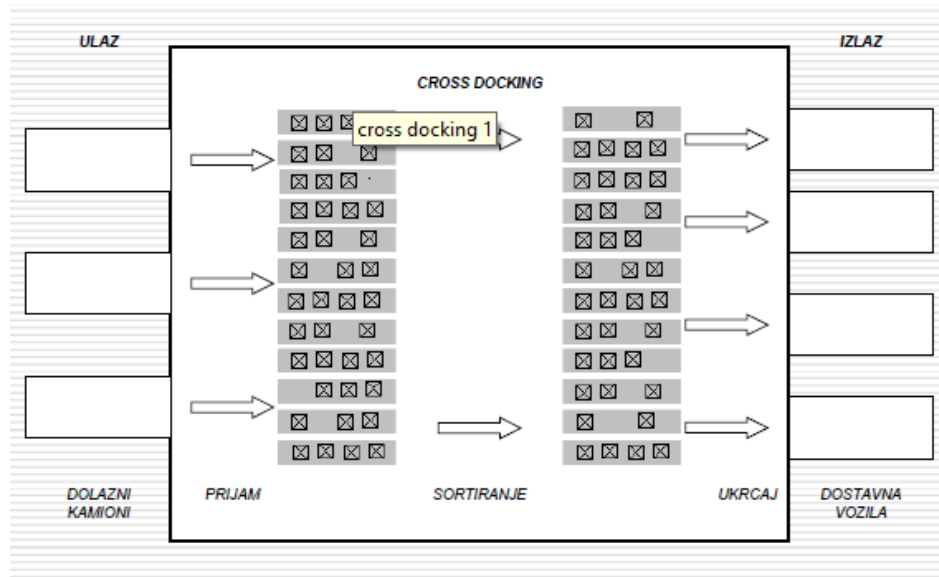
³³Josip Šamanović: Prodaja Distribucija Logistika, Split 2009., str. 141-142

5. LDC (Logističko – distribucijski centar)

LDC predstavlja najvažnije mjesto u logističkom lancu. To je u prvom redu mjesto gdje se integriraju logističke aktivnosti na najvišem nivou. Sadrži velik broj različitih subjekata i povezuje najmanje dvije vrste prometa. Osim najosnovnijih logističkih usluga pruža i ostale prateće usluge koje pridonose poboljšanju vrijednosti cjelokupnog logističkog sustava. Sustav LDC-a predstavlja vezu između proizvodnje i tržišta.

Kao jedan od nositelja pojedinih funkcija LDC-a u strukturi subjekata, spominje se i sektor distribucije, koji obuhvaća sljedeće funkcije:³⁴

- Personalizacija robe, odnosno cross docking
- Dostava robe unutar gravitacijskog područja LDC-a
- Operativnu infrastrukturu ovog sektora čine distribucijska skladišta, odnosno cross docking centri, koji se fizički nalaze u sklopu kapaciteta sektora skladištenja, prekrcaja i usluga dodane vrijednosti, no u organizacijskom smislu predstavljaju zasebnu cjelinu.



Slika 10: Sustav cross docking-a: Mario Šafran, Osnove gospodarske logistike, predavanja

³⁴Mario Šafran, Osnove gospodarske logistike, predavanja

Cross docking isključuje potrebu skladištenja, pa se tako sve manipulacije koje se rade na robi od preuzimanja do dostave, svode na minimum. Kao što se vidi na slici 10, sva roba koja se prima sa dolaznih kamiona, odmah se sortira prema narudžbama kupaca te se ukrcava na dostavna vozila spremna za krajnju isporuku kupcu.

Ciljevi razvoja distribucije putem sustava logističko-distribucijskih centara su:³⁵

- racionalno i ekonomski opravdano investiranje u prometnu infrastrukturu svih grana transporta,
- optimalna raspodjela transportnog rada u svim granama prometa,
- regulacija transportne ponude cjelokupnom transportnom tržištu jedne države,
- razvoj regionalnog gospodarstva koje gravitira logističko-distribucijskom centru;
- smanjenje i racionalno korištenje energetske potencijala,
- bolje iskorištenje transportnih sredstava i sustava putem koordiniranog izdavanja dispozicija za transport,
- proširenje tržišta za nositelje transportnih i logističkih usluga uz veći stupanj rentabilnosti,
- razvoj suvremenih tehnologija intermodalnog transporta uspostavljanjem ekonomskih, tehnoloških i organizacijskih kooperativnih veza svih sudionika u transportnom lancu,
- rasterećenje gradskog područja od daljinskog cestovnog prijevoza i smanjenje prometa uz bolje opsluživanje i opskrbljivanje urbanih sredina,
- konsolidacija tokova i razvoj koncepcija gradske logistike,
- smanjenje negativnih utjecaja na okoliš (zagađenja zraka, buke)
- smanjenje vremena distribucije i transporta,
- smanjenje ukupnih troškova distribucije i logistike i njihovog udjela u ukupnim troškovima proizvoda, što povećava konkurentnost proizvoda na tržištu,
- smanjenje ukupnih investicija u logističke sustave racionalnim usmjeravanjem na koncentraciju i kooperaciju,

³⁵Kristijan Rogić, Gospodarska logistika 4, predavanja

- smanjenje rizika od investicija u logističke sustave,
- mogućnost davanja kompletne i kompleksne logističke usluge,
- ponuda različitih "value added" usluga.

6. Politika distribucije

Kod politike distribucije najviše su s logistikom distribucije povezani: prodajni kanal, prodajna služba i usluga isporuke. Prodajni put i prodajna služba tvore kanal prodaje. Naime, prodajnu službu ugovaranja mogu predstavljati vlastiti prodajni organi (članovi posloводства ili trgovački putnici) ili strani prodajni subjekti (trgovački zastupnici...) Izborom kanala prodaje djeluje se na logistiku distribucije da opskrbljuje više ili manje prihvatnih točaka (npr. dostavlja li se proizvod izravno trgovcima na malo – prodavaonicama, kojih ima mnogo, ili se dostavlja nekolicini trgovaca na veliko.). S prodajnom službom je logistika distribucije najviše povezana ako suradnik te službe preuzima logističke funkcije izvršavanja narudžbi. Uska suradnja između logistike distribucije i kanala prodaje proizlazi otuda što se za distribuciju proizvoda jednoga proizvođača moraju međusobno usklađivati nadležne institucije. Osim toga, treba stalno razmišljati da neostvorena prodaja zbog nedostatnih zaliha, npr. na razini trgovine na malo, znači neostvorenu prodaju za sve prethodne razine u kanalu prodaje, sve do proizvođača. Logistika distribucije može dobrom uslugom isporuke mnogo doprinijeti smanjenju takvih nedostatnih zaliha.³⁶

Glavne odluke u logistici distribucije:³⁷

- izbor kanala distribucije
- novi koncepti kanala distribucije
- izbor zastupnika ili trgovačkog putnika
- određivanje razina i roja skladišta
- određivanje lokacije skladišta
- izbor vlastitog ili tuđeg skladišta
- izbor vlastitog ili tuđeg transporta
- razmatranja „proizvoditi ili kupovati“ (*make or buy*)
- određivanje najmanje jedinice narudžbe
- izbor transportnog sredstva i planiranje tura
- problemi logistike rezervnih dijelova

³⁶ Zdenko Segetlija: Uvod u poslovnu logistiku, Osijek, 2008. str. 327

³⁷ Zdenko Segetlija: Uvod u poslovnu logistiku, Osijek, 2008. str. 329

7. Distribucija robe u tvrtci Kos transporti

7.1. Općenito o tvrtci Kos transporti

Tvrtka Kos transporti d.o.o. smještena je u Varaždinu na adresi Cehovska 18, 42000 Varaždin. Kos transporti d.o.o. pruža usluge transporta i međunarodnog otpremništva, skladištenja, te manipulacije carinske i necarinske robe. Kontinuiranim usavršavanjem i primjenom novih tehnologija, tim od 200 zaposlenih pruža odgovor na sve potrebe klijenata. Visoku konkurentnost na domaćem i europskom tržištu tvrtka osigurava voznim parkom sa 105 vozila, te više od 3000 m² zatvorenog i 6000 m² otvorenog carinskog skladišnog prostora tipa A. Klijentima jamči kvalitetu, učinkovitost i pouzdanost. Zbog kvalitete svojih usluga, tvrtka Kos transporti d.o.o. važan je čimbenik domaćeg i europskog gospodarstva. TÜV NORD CERT iz Essena, jedna od najvećih i najuglednijih certifikacijskih kuća u svijetu, dodijelila je Kos transportima d.o.o. certifikate kojima je i službeno potvrđen tvrtkin sustav kvalitete i zaštite okoliša prema najnovijim izdanjima normi EN ISO 9001 : 2008 I EN ISO 14001 : 2004.³⁸

7.2. Djelatnosti

Transport

Vozni park sastoji se od 105 vrhunski opremljenih vozila marki Scania, Volvo, Man, Mercedes i Renault. Sva vozila imaju EURO V, EEV I EURO VI motore te udovoljavaju visokim

³⁸<http://www.kostransporti.hr/hr/o-nama>

europskim ekološkim standardima. Vlastitim, te vozilima angažiranih vanjskih suradnika, Kos transporti d.o.o. osiguravaju prijevoz:³⁹

- zbirnih pošiljaka
- specijalnih tereta
- volumenske robe
- ADR-a
- robe pod temperaturnim režimom
- tekstilnih proizvoda furgonom

Skladište

Na više od 3000 m² zatvorenog i 6000 m² otvorenog carinskog skladišnog prostora tipa A, tvrtka osigurava adekvatno skladištenje carinske i necarinske robe. Skladište ima cjelovit sigurnosni sustav, protuprovalni sistem s video nadzorom i protupožarni sistem.⁴⁰

Usluge:⁴¹

- Skladištenje necarinske robe
- Carinsko skladištenje robe u javno carinsko skladište tipa A
- Viličari (ručni i samokretni), pretovar, utovar i istovar (utovarno-istovarne rampe)

³⁹ <http://www.kostransporti.hr/hr/djelatnosti/transport>

⁴⁰ <http://www.kostransporti.hr/hr/djelatnosti/skladiste>

⁴¹ <http://www.kostransporti.hr/hr/djelatnosti/skladiste>

Otpremništvo

U okviru posebne poslovne jedinice Kos transporti pružaju svojim klijentima usluge:⁴²

- Tehnika uvoza, izvoza i provoza robe
- Carinsko zastupanje putem ovlaštenih carinskih zastupnika pri uvozu, izvozu, provozu i kod postupaka carinskog skladištenja

Zajedno s još nekoliko ovlaštenih carinskih otpremnika, tvrtka Kos transporti d.o.o. povezala je carinska skladišta s informacijskim sustavom Carinske uprave, što je dovelo do bržeg, učinkovitijeg i racionalnijeg obavljanja carinskih postupaka. U toku 2003. godine podneseno je više od 3500 deklaracija za različite carinske postupke. Buduća strategija razvoja poduzeća Kos transporti d.o.o. zasniva se na optimizaciji rada s ciljem udovoljavanja zahtjeva naručitelja na najvišoj razini. Upravo u tom smjeru, tvrtka Kos transporti d.o.o. djeluje proaktivno i to prvenstveno na području održavanja i obnavljanja voznog parka, uvođenjem novih tehnologija. Stalnim obrazovanjem svojih zaposlenih, primjenom iskustava i stečenih znanja tvrtka Kos transporti d.o.o. će i ubuduće djelovati, s naglaskom na integritet tvrtke i zadovoljstvo svojih poslovnih partnera.⁴³

7.3. Distribucija robe

Distribucija robe u tvrtci Kos transporti d.o.o. većinom se vrši za međunarodni transport. Distribucija robe počinje s „Nalogom za preuzimanje robe“. Nalog mora sadržavati adrese, termine, količinu robe te podatke o platitelju tj. naručitelju transporta. Popratni dokumenti moraju se poklapati sa „CMR-om“. „Delivery note“ ispostavlja se direktno na kupca od pošiljatelja robe sa detaljnim podacima o robi koja se prevozi + „CMR“. „CMR“ dokument popunjava vozač, a ostale papire uvoznik ili izvoznik.

⁴² <http://www.kostransporti.hr/hr/djelatnosti/otpremnistvo>

⁴³ <http://www.kostransporti.hr/hr/djelatnosti/otpremnistvo>

Zadnji dokument je „Pallets delivery note“, to je dokument za razmjenu euro paleta (ukoliko postoji potreba za razmjenom paleta). Dokumentacija koja se nalazi u prilogima se odnosi na kompletan transport iz Preloga za Mađarsku - Zalaegerszeg za takozvani kompletni utovar.

Za transport robe nisu uvijek potrebni ti svi dokumenti, ponekad je dovoljan samo „CMR“ ili eventualno „CMR“ + „Rcn“ ili „CMR“ + „Otpremnica“, ovisno o stranci. „Rcn“ je račun koji prati koliko košta roba tj. vrijednost robe.

Kos transporti d.o.o. odgovorni su samo za količinu robe koja se natovari na kamion a prati ju odgovarajuća dokumentacija. Znači ako vozač dobije nalog da tovari 34 palete, onda moraju biti 34 palete i određena težina, sukladno tome mora biti i dokumentacija. Ako je roba krivo isporučena u cijelosti, vraća se u većini slučajeva sa istim papirima tj. kako firma primaoc i tvrtka pošiljaoc dogovore.

Sve vezano za manjak količine robe koja se tovari vozač mora reagirati na mjestu. Znači ako umjesto 28 paleta koje treba tovariti vozaču, na utovar daje samo 20 paleta, Kos transporti d.o.o. kao prijevoznici obavještavaju svojeg nalogodavatelja, koji onda dalje reagira. Količina robe, iako je manje natovarena, mora se podudarati sa pratećim papirima.

Što se tiče rokova isporuka robe, rokovi se dogovaraju sa naručiteljem prema mogućnostima. Pošto se većinom vozi za Europu, utovar i dostava nisu isti dan, tako da je sve dalje stvar dogovora sa naručiteljem transporta. Rokovi dostava za npr. Austriju i Njemačku su 2-3 dana, ovisno o kilometrima tj. o cestovnoj udaljenosti. Ako se dogovaraju fiksni termini onda se istih treba držati, u protivnom može doći do kažnjavanja penalima. Broj dostava se ne računa, ali se računa broj transporta po nalogima za utovar koji mogu imati više utovara i istovara.

Količina i vrsta robe koja se prevozi ne može se specificirati, ali tvrtka koristi WEB EYE sofisticirani sustav navigacije i praćenja vozila, što omogućuje klijentu lociranje vozila u svakom trenutku transporta.

Kos transporti d.o.o. posluju sa svojim klijentima direktno a i posreduju, znači nekad su prva ruka - kontaktiraju ili sa primateljem ili sa pošiljateljem a nekad i druga ruka. Više posreduju nego što izravno posluju, jer imaju veliku potražnju za takve usluge. Oni mogu puno efikasnije ponuditi dobra i učiniti ih dostupnijim ciljanom tržištu. Kos transporti d.o.o. imaju iskustvo i vještine te visoku specijalizaciju svog poslovanja pa samim time mogu pružiti proizvođaču više nego što on može sam postići vezano za transport, ali isto tako i za skladištenje ili otpremu robe. Proizvođač određuje prava i odgovornosti posrednika, koji je u ovom slučaju tvrtka Kos transporti d.o.o. kao transportna organizacija, koji sudjeluju u kanalu (politika cijena, uvjeti prodaje, distributerovalna prava, uzajamne usluge i odgovornosti). Kos transporti d.o.o. ima iza sebe kvalitetno dugogodišnje poslovanje, financijski je jaka tvrtka i imaju jako dobru pozitivnu reputaciju pružanja svojih usluga. Zbog toga ih dosta proizvođača traži da budu njihovi

posrednici u kanalu distribucije. Tvrтка Kos transporti d.o.o. ima ulogu posrednika u kanalu distribucije „D“, gdje se roba potošačima dostavlja preko trgovinskih poduzeća na veliko koja koriste vlastita skladišta i vozni park. Danas je tvrtka među najvećim transportnim tvrtkama u Hrvatskoj, a najzastupljenije destinacije su europske zemlje: Belgija, Danska, Francuska, Italija, Nizozemska, Njemačka, Španjolska, Švicarska, Velika Britanija. Roba se najviše transportira Jumbo tandem kamionima koji mogu prevoziti do 23,5 t tereta. Kod distribucije robe, tvrtka Kos transporti d.o.o. kao posrednik u dugom kanalu distribucije, nema drastične pogreške. Naravno, tko radi taj i griješi, ali to su sve greške koje se rješavaju u hodu. Ne postoje pogreške koje su presudne za ugled tvrtke ili za komunikaciju sa klijentima. Radnici su marljivi, pedantni i oprezni u svom poslu. Striktно se pazi da se dokumenti provjeravaju više puta, da su vozila stalno održavana i redovito servisirana. Sva vozila imaju EURO V, EEV I EURO VI motore te udovoljavaju visokim europskim ekološkim standardima. Uostalom, glavni voditelji u tvrtci čine rad svojih vozača transparentnim jer kroz kroz WebEye uslugu dobivaju jasne i pouzdane podatke o tijeku i izvršenju prijevoza, a vozači stalno imaju podatke vezane za razinu goriva, otvaranje vrata tovarnog prostora, temperaturu tovarnog prostora, razinu napunjenosti baterije utovarne rampe i trajanju baterije. Tvrтка Kos transporti d.o.o. proaktivan su i inovativan poslovni subjekt koji stalno radi na educiranju, motiviranju i vrednovanju svojih zaposlenika. Tvrтка i u budućnosti planira zadržati integritet, te kontinuiranim ulaganjem u obrazovanje svojih zaposlenika i razvoj usluga, povećavati zadovoljstvo svojih poslovnih partnera.

8. Zaključak

Na temelju svega navedenog, distribucija pa samim time i logistika jako su bitne u današnjem svijetu. Bez postojanja distribucijske mreže čovjek ne bi imao mogućnost tako lako doći do osnovnih stvari potrebnih za život pa bi mu se tako i svakodnevnica otežala. Također, odluke u kanalima distribucije jedne su od najvažnijih odluka u tvrtki i moraju biti precizno analizirane i najvažniji cilj mora biti da roba bude uslužena korisniku na najkvalitetniji mogući način uz najmanje troškove, da bi tvrtka mogla opstati na tržištu i stvoriti si održivu konkurentsku prednost.

Tvrtka Kos transporti d.o.o. danas je jedna od najvećih transportnih tvrtki u Hrvatskoj. Tim od 200 zaposlenih i marljivih radnika, stalno su aktivni i osiguravaju potrebe svakog klijenta. Za usluge distribucije robe tvrtka Kos transporti d.o.o. koristi vlastiti vozni park koji čine 105 vlastitih kamiona. Posluju sa Hrvatskom, ali najvažnija i najčešća poslovanja su sa zemljama iz cijele Europe. To dovodi do zaključka da njihova razgranata distribucijska mreža i vlastiti vozni park, sa sveukupno 200 zaposlenih ima jako dobru organizaciju poslovanja jer stalno ostvaruju postavljene ciljeve i zahtjeve klijenata. Prednost njihovog poslovanja je to što kontinuirano rade na održavanju i obnavljanju voznog parka, novim tehnologijama i optimizaciji brzine protoka robe kroz skladišta. Svake godine tvrtka dobije dva ili tri nova kamiona koji su uvijek suvremeno opremljena. Tvrtka klijentima uvijek jamči svojom kvalitetnošću i pouzdanošću. Također, tvrtki su dodijeljeni i certifikati kojima je službeno potvrđen tvrtkin sustav kvalitete i zaštite okoliša prema najnovijim izdanjima normi, što mnogim tvrtkama još nije uspjelo i to im predstavlja prednost pred konkurencijom. Tvrtka planira i u budućnosti zadržati svoju čestitost i besprijekornost, te kontinuiranim ulaganjem u obrazovanje svojih zaposlenika i razvoj usluga, povećavati zadovoljstvo i lojalnost svojih poslovnih partnera.

9. Popis literature

- [1] Lj. Krpan, Kolegij: Gospodarska logistika 3, predavanja
- [2] <https://repositorij.unin.hr/islandora/object/unin%3A118/datastream/PDF/view>, pristupljeno: lipanj 2016.
- [3] <http://www.scribd.com/doc/49426910/Kanali-distribucije>, pristupljeno: lipanj 2016.
- [4] <http://web.efzg.hr/dok/TRG/6.nastavna%20cjelina.pdf>, pristupljeno: lipanj 2016.
- [5] Z. Segetlija: Distribucija, Ekonomski fakultet, Osijek, 2006.
- [6] K. Rogić, Kolegij: Gospodarska logistika 4, predavanja
- [7] Z. Segetlija, M.L. Maronić: Distribucijski sustav trgovinskog poduzeća, Ekonomski fakultet, Osijek, 2002.
- [8] B.Knežević, Kolegij: Trgovina i trgovinska politika 2007./08., Ekonomski fakultet Zagreb
- [9] J. Šamanović: Prodaja Distribucija Logistika, Ekonomski fakultet, Split, 2009.
- [10] M. Šafran, Kolegij: Osnove gospodarske logistike, predavanja
- [11] Z. Segetlija: Uvod u poslovnu logistiku, Ekonomski fakultet, Osijek, 2008.
- [12] <http://www.kostransporti.hr/hr>, pristupljeno: srpanj .2016

9.1. Popis slika

Slika 1: Odnos logistike i distribucije	3
Slika 2: Marketinški kanali distribucije:.....	5
Slika 3:Prodaja bez posrednika	10
Slika 4:Prodaja s jednim posrednikom	10
Slika 5: Troškovi neposredne prodaje i prodaje preko posrednika	12
Slika 6: Vrste kanala distribucije.....	13
Slika 7: Klasični tipovi međunarodnih kanala distribucije	16
Slika 8: Broj prodavaonica u RH od 1990. do 2003.	20
Slika 9: Sudionici procesa distribucije.....	21
Slika 10: Sustav cross docking-a	23

Prilozi

Prilog A – Primjer obrasca „Nalog za preuzimanje robe“ u tvrtci Kos transporti d.o.o.



DATE: 21-06-16
TO: KOS TRANSPORTI **PHONE:** 042403100
FAX: 042403388
FROM: Maja Zrna Kuhanec **PHONE:** 650-521
RE: Nalog za preuzimanje robe

Nalog 7111603074

Poštovani,

molim Vas da kod nas preuzmete robu prema slijedećim podacima:

Mjesto utovara: LPT Prelog
Datum utovara: **23.06.2016.**
Mjesto istovara: NOVA BUTOR BUTORGYAR Kft.
Ipari utca. 2/A
8900 Zalaegerszeg – NOVA ADRESA

Vrsta robe: žičane jezgre
Težina 23t prikoličar

Rok istovara: **15.06.2016.**

Cijena transporta:

Fakturu ispostaviti: LPT d.o.o.

Napomena: kamion slati tek nakon potvrde da je roba spremna

LPT d.o.o.

Maja Zrna Kuhanec

07619

LPT d.o.o. | Hrupine 4 | 40 323 Prelog | Croatia
Tel: +385 40 650 500 | Fax: +385 40 645 022 | springs.croatia@leggetteurope.com | www.leggetteurope.com

LPT trading as L&P Springs Croatia
OIB 77713135117 | MB 1484945 | RN 2340300-1100207488 | IBAN HR 61 2500 0091 1000 0746 0 | SWIFT/BIC P420-RO2X | Pliedna banka d.d. Zagreb

10542/16

Prilog B – Primjer obrasca „CMR“ u tvrtci Kos transporti d.o.o.

1 Posiljatelj (ime, adresa, zemlja) Expéditeur (nom, adresse, pays) LPT d.o.o. PRELOG 4		HR MEDUNARODNI TOVARNI LIST LEERE DE VOITURE INTERNATIONALE		(CMR) 056115 Na ovaj prijevoz će se primjeniti Konvencija o ugovoru za međunarodni prijevoz robe cestom, bez obzira na bilo koje suprotne propise. Ce transport est soumis, nonobstant toute cause contraire à la Convention relative au contrat de transport international de marchandises par route (CMR)	
2 Primačac (ime, adresa, zemlja) Destinataire (nom, adresse, pays) NOVA BUTOR BUTO RBYAR VARI UICA 2/A 8500 ZALAEGERSEZEK		H 16 Prilježnik (ime, adresa, zemlja) Transporteur (nom, adresse, pays) KOS TRANSPORTI d.o.o. Cehovska 13 • 42000 Varaždin Tel: +385 42 403 000 • Fax: +385 42 403 388 E-mail: kos-transporti@vz.t-com.hr • www.kostransporthr		17 Ostali prilježnici (ime, adresa, zemlja) Transporteurs successifs (nom, adresse, pays)	
3 Mjesto isporuke (mjesto, zemlja, datum) Lieu prévu pour la livraison de la marchandise (lieu, pays, date) 8500 ZALAEGERSEZEK		14 Mjesto i datum isporuke na prijevoz (mjesto, zemlja) Lieu et date de livraison de la marchandise (lieu, pays) LPT d.o.o. PRELOG 4		18 Primjedbe i ograničenja prijevoznika Réserves et observations du transporteur	
5 Poprpane liste Documents annexés DELIVERY NOTE 814002-814015		6 Oznaka i broj Marques et numéros 69 PALETA		7 Broj koleta Nombre des colis 2	
8 Vrsta ambalaže Nature de l'emballage ŽICANE		9 Vrsta robe Désignation des marchandises BERGRE		10 Statistički broj No. statistique	
11 Bruto težina, kg Poids brut, kg 17.173 KG		12 Zapremjena pri Volume m ³		Razred Classé	
13 Uputstva pošiljatelja (za carinske i druge radnje) Instructions de l'expéditeur		19 Posebni dogovori Conventions particulières		20 Vrsta A prijevoz	
Reg. oznaka Marques et numéros V2-0716-KT V2-0717-KT		14 Odbredbe o plaćanju vozarine Prescriptions d'affranchissement <input type="checkbox"/> Plaća pošiljatelj / Franco <input type="checkbox"/> Plaća primačac / Non Franco		15 Postojeći Rechargement	
21 Ispostavljeno u Etabli à PRELOGU 236. 2216		22 LPT d.o.o. PRELOG 4 Potpis i pečat pošiljatelja Signature et timbre de l'expéditeur		23 <i>[Signature]</i> Potpis i pečat prijevoznika Signature et timbre du transporteur	
24 Pošiljke preuzeo: Marchandises reçues: Mjesto NOVA BUTOR BUTO RBYAR KFT Lieu 9900 Környesi utca u. 154. Körmend Bank: OTP BANK NYI KÖRMEND Kto No: 1102050-20033345		2016-06-23		24 Potpis i pečat primačca Signature et timbre du destinataire	

*U slučaju opasne robe, upitite ponudjatelja prijevoza za način pakiranja robe, postupak za opasne pošiljke i razred, tekući broj, a ako se radi o slabo ADR.
 *En cas de marchandises dangereuses, indiquez au fournisseur le mode d'emballage, le classement, le numéro de l'ADR.

Prilog C – Primjer obrasca „Delivery note“ (1) u tvrtci Kos transporti d.o.o.



LPT d.o.o. Hrupine 4, 40323 PRELOG, Croatia
Tel: +385 40 650 500 Fax: +385 40 645 022
E-mail: info@lpt.hr Web: www.lpt.hr

OIB: HR77713136117 MB: 1494945 RN: 2340009-1100207469
IBAN: HR61 2340 0091 1002 0746 9
PBZ d.d. Zagreb SWIFT/BIC: PBZGHR2X



DELIVERY NOTE 814002

Prelog, 23.6.2016.

Customer: S997400
NOVA BUTOR BUTORGYAR Kft.
9900 Körmend
Rákóczi út 154
Hungary
EU

Delivery Address:
NOVA BUTOR BUTORGYAR Kft.
Ipari utca 2/A
8900 Zalacszeg
Hungary
EU

Terms of Payment : 14 days -2%, 30 days net

Delivery Date : 23.06.16

Terms of Delivery : DAP

Way of Delivery : Truck

Warehouse : Glavno skladište

Sales order No : 7111602842-1

Customer order No : 3003370



No.	Stock Code	Description	Unit	Net weight	Quantity
			Cust.stock code / order	Gross Weight	
000010	10X870	1320x1930x110 4T 13x22 -R 0:20 UNC 2.4/--- 0N--- SS	pcs EK001024	806,40 848,40	70,000
000020	10ZD66	1:00x1900x110 4T 10x22 -R 0:10 UNC 2.2/--- 0N--- SS	pcs EK005022	605,60 648,80	80,000

Delivered by :

Net Weight : 1.412,00

Gross Weight : 1.497,20

Pallets :



Handwritten signature

2016-06-23

NOVA BUTOR BUTORGYAR KFT
9900 Körmend Rákóczi út 154.
Közöségi adószám: HU12350122-2-18
Bank: OTP Bank Rt. (9900, KÖRMEND)
Elo Nö: 1277003-20033145

Prilog D – Primjer obrasca „Delivery note“ (2) u tvrtci Kos transporti d.o.o.



LPT d.o.o. Hrupine 4, 40323 PRELOG, Croatia
 Tel +385 40 650 500 Fax +385 40 645 022
 E-mail: info@lpt.hr Web: www.lpt.hr

OIB: HR77713136117 MB: 1494945 RN: 2340009-1100207469
 IBAN: HR61 2340 0091 1002 0746 9
 PBZ d.d. Zagreb SWIFT/BIC PBZGHR2X



DELIVERY NOTE 814003

Prelog, 23.6.2016.

Customer: S997400
NOVA BUTOR BUTORGYAR Kft.
9900 Körmend
Rákóczi út 154
Hungary
EU

Delivery Address:
NOVA BUTOR BUTORGYAR Kft.
Ipari utca 2/A
8900 Zalaegerszeg
Hungary
EU

Terms of Payment : 14 days -2%, 30 days net

Delivery Date : 23.06.16

Terms of Delivery : DAP

Way of Delivery : Truck

Warehouse : Glavno skladište

Sales order No : 7111602846-4

Customer order No : 3003464



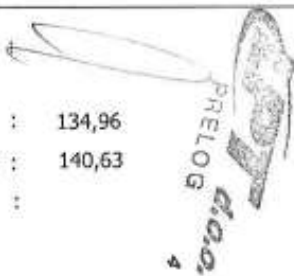
No.	Stock Code	Description	Unit	Net weight	Quantity
			Cust.stock code / order	Gross weight	
000010	10Z173	1740x1940x130 5T 18x25 -R 0130 UNO 2.4/--- ON--- SS	PCS EK000942	134,96 140,63	7,000

Delivered by

Net Weight : 134,96

Gross Weight : 140,63

Pallets :



Primjer

Prilog E – Primjer obrasca „Delivery note“ (3) u tvrtci Kos transporti d.o.o.



LPT d.o.o. Hrupine 4, 40323 PRELOG, Croatia
 Tel +385 40 650 500 Fax +385 40 645 022
 E-mail: info@lpt.hr Web: www.lpt.hr

OIB: HR77713136117 MB: 1494945 RN: 2340009-1100207489
 IBAN: HR81 2340 0081 1002 0746 9
 PBZ d.d. Zagreb SWIFT/BIC PBZGHR2X



DELIVERY NOTE 814004

Prelog, 23.6.2016.

Customer: S997400
NOVA BUTOR BUTORGYAR Kft.
 9900 Körmend
 Rákóczi út 154
 Hungary
 EU

Delivery Address:
NOVA BUTOR BUTORGYAR Kft.
 Ipari utca 2/A
 8900 Zalaegerszeg
 Hungary
 EU

Terms of Payment : 14 days -2%, 30 days net
 Delivery Date : 23.06.16
 Terms of Delivery : DAP
 Way of Delivery : Truck
 Warehouse : Glavno skladište

Sales order No : 7111602841-4
 Customer order No : 3003294



No.	Stock Code	Description	Unit Cust.stock code / order	Net weight Gross weight	Quantity
000020	3KAV49	0725x1825x120 LR 11x29 -R 0240 OSD 1.9+TBSS 0000 SS	pcs EK002176	1.594,00 1.660,00	200,000

Delivered by :

Net Weight : 1.594,00
 Gross Weight : 1.660,00
 Pallets :



Handwritten signature

Prilog F – Primjer obrasca „Delivery note“ (4) u tvrtci Kos transporti d.o.o.



LPT d.o.o. Hrupine 4, 40323 PRELOG, Croatia
 Tel +385 40 850 500 Fax +385 40 645 022
 E-mail: info@lpt.hr Web: www.lpt.hr

OIB: HR77713136117 MB: 1494945 RN: 2340009-1100207469
 IBAN: HR61 2340 0091 1002 0746 9
 PBZ d.d. Zagreb SWIFT/BIC PBZGHR2X



DELIVERY NOTE 814005

Prelog, 23.6.2016.

Customer: S997400
NOVA BUTOR BUTORGYAR Kft.
 9900 Körmend
 Rákóczi út 154
 Hungary
 EU

Delivery Address:
NOVA BUTOR BUTORGYAR Kft.
 Ipari utca 2/A
 8900 Zalaegerszeg
 Hungary
 EU

Terms of Payment : 14 days -2%, 30 days net

Delivery Date : 23.06.16

Terms of Delivery : DAP

Way of Delivery : Truck

Warehouse : Glavno skladište

Sales order No : 7111602843-1

Customer order No : 3003370



No.	Stock Code	Description	Unit	Net weight	Quantity
			Cust.stock code / order	Gross weight	
000010	10X870	1320x1930x110 4T 13x23 -R 0120 UN0 2.4/--- 0N--- SS	pcs	161,28	14,000
			EK001024	169,68	
000020	10X833	0820x1930x110 4T 08x23 -R 0120 UN0 2.4/--- 0N--- SS	pcs	2.485,00	350,000
			EK001025	2.618,00	

Delivered by :

Net Weight : 2.646,28

Gross Weight : 2.787,68

Pallets :



Handwritten signature

Prilog G – Primjer obrasca „Delivery note“ (5) u tvrtci Kos transporti d.o.o.



LPT d.o.o. Hrupine 4, 40323 PRELOG, Croatia
 Tel +385 40 650 500 Fax +385 40 645 022
 E-mail: info@lpt.hr Web: www.lpt.hr

OIB: HR77713136117 MB: 1494945 RN: 2340009-1100207469
 IBAN: HR61 2340 0091 1002 0746 9
 PBZ d.d. Zagreb SWIFT/BIC PBZGHR2X



DELIVERY NOTE 814006

Prelog, 23.6.2016.

Customer: S997400
NOVA BUTOR BUTORGYAR Kft.
 9900 Körmend
 Rákóczi út 154
 Hungary
 EU

Delivery Address:
NOVA BUTOR BUTORGYAR Kft.
 Ipari utca 2/A
 8900 Zalaegerszeg
 Hungary
 EU

Terms of Payment : 14 days -2%, 30 days net

Delivery Date : 23.06.16

Terms of Delivery : DAP

Way of Delivery : Truck

Warehouse : Glavno skladište

Sales order No : 7111602844-4

Customer order No : 3003371



No.	Stock Code	Description	Unit	Net weight	Quantity
			Cust.stock code / order	Gross weight	
000010	3KEW79	0650x1825x120 LR 10x29 -R 0240 05D 1.7+CGSS 0000 SS	pcs	241,20	40,000
			EK005282	250,80	

Delivered by :

Net Weight : 241,20

Gross Weight : 250,80

Pallets :



lujak

Prilog H – Primjer obrasca „Delivery note“ (6) u tvrtci Kos transporti d.o.o.



LPT d.o.o. Hrupine 4, 40323 PRELOG, Croatia
 Tel +385 40 650 500 Fax +385 40 645 022
 E-mail: info@lpt.hr Web: www.lpt.hr

OIB: HR77713136117 MB: 1494945 RN: 2340009-1100207469
 IBAN: HR61 2340 0091 1002 0746 9
 PBZ d.d. Zagreb SWIFT/BIC PBZGHR2X



DELIVERY NOTE 814011

Prelog, 23.6.2016.

Customer: S997400
NOVA BUTOR BUTORGYAR Kft.
 9900 Körmend
 Rákóczi út 154
 Hungary
 EU

Delivery Address:
NOVA BUTOR BUTORGYAR Kft.
 Ipari utca 2/A
 8900 Zalaegerszeg
 Hungary
 EU

Terms of Payment : 14 days -2%, 30 days net

Delivery Date : 23.06.16

Terms of Delivery : DAP

Way of Delivery : Truck

Warehouse : Glavno skladište

Sales order No : 7111602982-1

Customer order No : 3003548



No.	Stock Code	Description	Unit	Net weight	Quantity
			Cust.stock code / order	Gross weight	
000010	3KCA88	0720x1850x120 LR 12x28 -R 0250 01U 1.8=TBHT 0000 SS	pcs EK001553	1.281,60 1.332,80	160,000

Delivered by :

Net Weight : 1.281,60

Gross Weight : 1.332,80

Pallets :



Handwritten signature

Prilog I – Primjer obrasca „Delivery note“ (7) u tvrtci Kos transporti d.o.o.



LPT d.o.o. Hrupine 4, 40323 PRELOG, Croatia
 Tel +385 40 650 500 Fax +385 40 645 022
 E-mail: info@lpt.hr Web: www.lpt.hr

OIB: HR77713136117 MB: 1494945 RN: 2340009-1100207469
 IBAN: HR81 2340 0091 1002 0746 9
 PBZ d.d. Zagreb SWIFT/BIC PBZGHR2X



DELIVERY NOTE 814012

Prelog, 23.6.2016.

Customer: S997400
NOVA BUTOR BUTORGYAR Kft.
 9900 Körmend
 Rákóczi út 154
 Hungary
 EU

Delivery Address:
NOVA BUTOR BUTORGYAR Kft.
 Ipari utca 2/A
 8900 Zalaegerszeg
 Hungary
 EU

Terms of Payment : 14 days -2%, 30 days net

Delivery Date : 23.06.16

Terms of Delivery : DAP

Way of Delivery : Truck

Warehouse : Glavno skladište

Sales order No : 7111602983-1

Customer order No : 3003600



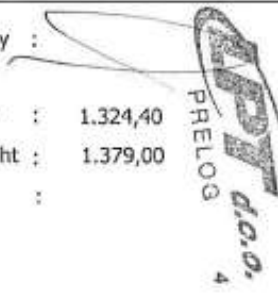
No.	Stock Code	Description	Unit Cust.stock code / order	Net weight Gross weight	Quantity
000010	10X869	0850x1950x130 5T 09x25 -R 0140 UNO 2.4/--- ON--- SS	pcs EK002303	1.324,40 1.379,00	140,000

Delivered by :

Net Weight : 1.324,40

Gross Weight : 1.379,00

Pallets :



Handwritten signature

Prilog J – Primjer obrasca „Delivery note“ (8) u tvrtci Kos transporti d.o.o.



LPT d.o.o. Hrupine 4, 40323 PRELOG, Croatia
 Tel +385 40 650 500 Fax +385 40 645 022
 E-mail: info@lpt.hr Web: www.lpt.hr

OIB: HR77713136117 MB: 1494945 RN: 2340009-1100207489
 IBAN: HR61 2340 0091 1002 0746 9
 PBZ d.d. Zagreb SWIFT/BIC PBZGHR2X



DELIVERY NOTE 814013

Prelog, 23.6.2016.

Customer: S997400
NOVA BUTOR BUTORGYAR Kft.
 9900 Körmend
 Rákóczi út 154
 Hungary
 EU

Delivery Address:
NOVA BUTOR BUTORGYAR Kft.
 Ipari utca 2/A
 8900 Zalaegerszeg
 Hungary
 EU

Terms of Payment : 14 days -2%, 30 days net

Delivery Date : 23.06.16

Terms of Delivery : DAP

Way of Delivery : Truck

Warehouse : Glavno skladište

Sales order No : 7111603074-1

Customer order No : 3003650



No.	Stock Code	Description	Unit	Net weight	Quantity
			Cust.stock code / order	Gross weight	
000020	3KCC51	0765x1850x120 SR 16x44 -R 0500 07D 1.3+CGSS 0000 SP	pcs	659,40	84,000
			EK003576	685,44	
000040	3KEN36	0725x1825x180 LR 11x29 -R 0240 05D 1.9+TBSS 0000 SN	pcs	706,40	80,000
			EK004737	734,40	

Delivered by :

Net Weight : 1.365,80

Gross Weight : 1.419,84

Pallets :



Handwritten signature

Prilog K – Primjer obrasca „Delivery note“ (9) u tvrtci Kos transporti d.o.o.



LPT d.o.o. Hrupine 4, 40323 PRELOG, Croatia
 Tel +385 40 650 500 Fax +385 40 645 022
 E-mail: info@lpt.hr Web: www.lpt.hr

OIB: HR77713136117 MB: 1494945 RN: 2340009-1100207469
 IBAN: HR81 2340 0091 1002 0746 9
 PBZ d.d. Zagreb SWIFT/BIC PBZGHR2X



DELIVERY NOTE 814014

Prelog, 23.6.2016.

Customer: S997400
NOVA BUTOR BUTORGYAR Kft.
 9900 Körmend
 Rákóczi út 154
 Hungary
 EU

Delivery Address:
NOVA BUTOR BUTORGYAR Kft.
 Ipari utca 2/A
 8900 Zalaegerszeg
 Hungary
 EU

Terms of Payment : 14 days -2%, 30 days net

Delivery Date : 23.06.16

Terms of Delivery : DAP

Way of Delivery : Truck

Warehouse : Glavno skladište

Sales order No : 7111602977-1

Customer order No : 3003604



No.	Stock Code	Description	Unit	Net weight	Quantity
			Cust.stock code / order	Gross weight	
000030	3KAV48	0725x1825x120 LR 11x29 -R 0240 05D 1.7+TB55 0000 SS	pcs EK002175	266,40 276,00	40,000

Delivered by :

Net Weight : 266,40

Gross Weight : 276,00

Pallets :



Handwritten signature

Prilog L – Primjer obrasca „Delivery note“ (10) u tvrtci Kos transporti d.o.o.



LPT d.o.o. Hrupine 4, 40323 PRELOG, Croatia
 Tel +385 40 650 500 Fax +385 40 645 022
 E-mail: info@lpt.hr Web: www.lpt.hr

OIB: HR77713136117 MB: 1494945 RN: 2340009-1100207469
 IBAN: HR61 2340 0091 1002 0746 9
 PBZ d.d. Zagreb SWIFT/BIC PBZGHR2X



DELIVERY NOTE 814015

Prelog, 23.6.2016.

Customer: S997400
NOVA BUTOR BUTORGYAR Kft.
9900 Körmend
Rákóczi út 154
Hungary
EU

Delivery Address:
NOVA BUTOR BUTORGYAR Kft.
Ipari utca 2/A
8900 Zalaegerszeg
Hungary
EU

Terms of Payment : 14 days -2%, 30 days net

Delivery Date : 23.06.16

Terms of Delivery : DAP

Way of Delivery : Truck

Warehouse : Glavno skladište

Sales order No : 7111602981-1

Customer order No : 3003607



No.	Stock Code	Description	Unit	Net weight	Quantity
			Cust.stock code / order	Gross weight	
000030	10X833	0820x1930x110 4T 08x23 -R 0120 UN0 2.4/--- 0N--- SS	pcs	3.727,50	525,000
			EK001025	3.927,00	

Delivered by :

Net Weight : 3.727,50

Gross Weight : 3.927,00

Pallets :



Handwritten signature

Prilog M – Primjer obrasca „Pallets delivery note“ u tvrtci Kos transporti d.o.o.

23.6.2016.



Pallets delivery note Nr. 814015

Customer	NOVA BUTOR BUTORGYAR Kft
Order Number	7111602981
CMR	056115
Transport company	KOS TRANSPORTI
Truck registration number	
Delivery date	30-06-2016
Quantity sent	69



Transport company

Handwritten signature

RETURNS	CUSTOMER
QUANTITY	69
DATE	2016-06-23
REMARK	

Customer

2016-06-23

 NOVA BUTOR BUTORGYAR KFT
 9900 Körmend, Iskáczi u. 154
 Közigazgatói iroda: HU 12830122-2-18
 Bank: OTP Bank Nyrt. KÖRMEEND
 Évi Nr. 11747026-20033-45

Transport company

