

Distribucija robe na inozemna tržišta

Novoselec, Denis

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:879044>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-19**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





Sveučilište Sjever

Završni rad br. 467/TGL/2020

Distribucija robe na inozemna tržišta

Denis Novoselec, 2322/336

Varaždin, rujan 2020.



Sveučilište Sjever

Odjel za logistiku i održivu mobilnost

Završni rad br. 467/TGL/2020

Distribucija robe na inozemna tržišta

Student

Denis Novoselec

2322/336

Mentor

mr.sc. Igor Franolić, dipl.ing.prom., predavač

Varaždin, rujan 2020.

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za logistiku i održivu mobilnost		
STUDIJ	prediplomski stručni studij Tehnička i gospodarska logistika		
PRISTUPNIK	Denis Novoselec	MATIČNI BROJ	2322/336
DATUM	25.8.2020.	KOLEGIJ	Prometna logistika II
NASLOV RADA	Distribucija robe na inozemna tržišta		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	Distribution of goods to foreign markets		
MENTOR	mr.sc. Igor Franolić	ZVANJE	Predavač
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. doc.dr.sc. Predrag Brlek, predsjednik		
	2. mr.sc. Igor Franolić, mentor		
	3. Ivan Cvitković, mag.ing.traff., član		
	4. dr.sc. Ivana Martinčević, zamjenski član		
	5.		

Zadatak završnog rada

BROJ	467/TGL/2020
OPIS	

Distribucija i logistika robe u suvremenom poslovanju postaju jednim od ključnih elemenata poslovanja, ali i često izvor glavnih konkurentskih prednosti i uspjeha poduzeća. Distribucijske i logističke aktivnosti omogućuju prostornu i vremensku transformaciju dobara i usluga te su kao takve vrlo važne kako bi poduzeće poslovalo normalno, kontinuirano i uspješno. Općenito, bez logističkih i distribucijskih aktivnosti suvremeno je poslovanje nezamislivo jer suvremeni kupac robu želi točno na vrijeme, na određenom mjestu te u traženoj količini/kvaliteti/cijeni s točnim informacijama vezanim za tu robu. Cilj rada je prepoznati važnost distribucije i logistike u suvremenom poslovanju te kroz konkretan primjer prikazati izvozni postupak domaćeg proizvođača prema stranom kupcu. S obzirom da je Republika Hrvatska godinama član Europske unije to ima svoje prednosti u protoku roba u zemlju i u zemlje članice što bitno olakšava i pojednostavljuje sve postupke vezane uz izvoz/uvoz robe na područje EU.

ZADATAK DOKUČEN 25.08.2020.



PREDGOVOR

Zahvaljujem se svom mentoru mr.sc. Igor Franolić, dipl.ing.prom. na suradnji i pomoći oko završnog rada, te svim profesorima koji su me podučavali tijekom mog trogodišnjeg studiranja na Sveučilištu Sjever.

Također se zahvaljujem svim prijateljima na podršci i pomoći, a posebnu zahvalu dajem svojim roditeljima koji su mi omogućili studiranje i bili najveća podrška i motivacija.

Veliko hvala!

SAŽETAK

Problematika koja se obrađuje u ovom završnom radu vezana je uz distribuciju robe na inozemna tržišta, a fokus je stavljen na temeljne aktivnosti vezane uz otpremu robe – distribuciju i logistiku. Rad se generalno može podijeliti na teorijski i empirijski dio. U teorijskom dijelu prikazuju se definicije, podjele, uloge i drugi elementi logistike i distribucije, dok je u empirijskom dijelu na konkretnom primjeru prikazan proces otpreme robe na inozemno tržište između domaćeg proizvođača i stranog kupca. Cilj rada je prepoznati važnost distribucije i logistike u suvremenom poslovanju te kroz konkretan primjer prikazati izvozni postupak domaćeg proizvođača prema stranom kupcu. Kao primjer se nalazi analiza poduzeća Ivančica d.d. koja svoju robu isporučuje u Njemačku, Francusku i Ujedinjeno Kraljevstvo. Svaka je zemlja u većoj ili manjoj mjeri ovisna o razmjeni roba s inozemstvom. Iznimno brz razvoj znanosti, tehnologije, komunikacijskih sustava i svjetske trgovine, dovodi do smanjenja različitosti među pojedinim tržištima i potrošačima koji na tim tržištima iskazuju svoje potrebe i želje. Različita tržišta različitih zemalja postaju sve sličnija pa dolazi do orijentacije poslovanja prema inozemnim tržištima.

Ključne riječi: distribucija, logistika, izvoz, dokumentacija, međunarodni promet

SUMMARY

The issues addressed in this final paper are related to the distribution of goods to foreign markets, and the focus is on the basic activities related to the shipment of goods - distribution and logistics. The paper can generally be divided into theoretical and empirical part. The theoretical part presents definitions, divisions, roles and other elements of logistics and distribution, while the empirical part shows the process of shipping goods to foreign markets between a domestic producer and a foreign buyer. The aim of this paper is to recognize the importance of distribution and logistics in modern business and through a concrete example to show the export process of a domestic manufacturer to a foreign customer. An example is the analysis of the company Ivančica d.d. which delivers its goods to Germany, France and the United Kingdom. Every country is more or less dependent on foreign trade. The extremely rapid development of science, technology, communication systems and world trade, leads to a reduction in diversity among individual markets and consumers who express their needs and desires in these markets. Different markets of different countries are becoming more and more similar, so there is an orientation of business towards foreign markets.

Keywords: distribution, logistics, export, documentation, international traffic

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. OPĆENITO O DISTRIBUCIJI	2
2.1. Pojmovno određenje distribucije.....	2
2.2. Funkcije, sudionici i tokovi u distribuciji.....	4
2.3. Fizička distribucija	6
2.4. Kanali distribucije	8
3. MEĐUOVISNOST DISTRIBUCIJE I LOGISTIKE U MEĐUNARODNOM POSLOVANJU	12
3.1. Važnost međunarodne poslovne logistike i distribucije.....	12
3.2. Čimbenici oblikovanja međunarodnog logističkog i distribucijskog sustava.....	13
3.3. Modeli organizacije međunarodnog logističkog i distribucijskog sustava	17
3.4. Dokumentacija u međunarodnom robnom prometu.....	22
3.5. Suvremeni pristup modeliranja logističkih strategija.....	24
3.6. Logistika i web trgovina.....	26
4. AKTIVNOSTI LOGISTIKE I DISTRIBUCIJE NA PRIMJERU PODUZEĆA.....	28
4.1. Općenito o poduzeću	28
4.2. Poslovanje poduzeća	29
4.3. Distribucijske i logističke aktivnosti poduzeća s inozemnim tržištem.....	30
5. ZAKLJUČAK	37
LITERATURA.....	39
POPIS SLIKA	40
POPIS TABLICA.....	40
PRILOZI.....	41

1. UVOD

Distribucija i logistika robe u suvremenom poslovanju postaju jednim od ključnih elemenata poslovanja, ali i često izvor glavnih konkurentskih prednosti i uspjeha poduzeća. Distribucijske i logističke aktivnosti omogućuju prostornu i vremensku transformaciju dobara i usluga te su kao takve vrlo važne kako bi poduzeće poslovalo normalno, kontinuirano i uspješno. Općenito, bez logističkih i distribucijskih aktivnosti suvremeno je poslovanje nezamislivo jer suvremeni kupac robu želi točno na vrijeme, na određenom mjestu te u traženoj količini/kvaliteti/cijeni s točnim informacijama vezanim za tu robu.

Cilj rada je prepoznati važnost distribucije i logistike u suvremenom poslovanju te kroz konkretan primjer prikazati izvozni postupak domaćeg proizvođača prema stranom kupcu. S obzirom da je Republika Hrvatska godinama član Europske unije to ima svoje prednosti u protoku roba u zemlju i u zemlje članice što bitno olakšava i pojednostavljuje sve postupke vezane uz izvoz/uvoz robe na područje EU.

Uz uvodni i zaključni dio, rad se sastoji od četiri poglavlja. U prvom poglavlju *Općenito o distribuciji* prikazuju se temeljni teorijski aspekti distribucije kao i sudionici, funkcije i tokovi, kanali i fizička distribucija. U drugom poglavlju *Općenito o logistici* tumači se teorija vezana uz logističke procese, važnost i funkcioniranje logistike, definiraju se logistička mreža i lanac te način organiziranja logistike. Glavnina rada prikazana je u trećem temeljnom dijelu *Međuzavisnost distribucije i logistike u suvremenom poslovanju* gdje se opisuje odnos i povezanost logistike i distribucije, čimbenici i modeli oblikovanja logističkih i distribucijskih sustava te pripadajuća dokumentacija u takvim aktivnostima kao i suvremeni pristup modeliranja logističkih strategija. U empirijskom dijelu *Aktivnosti distribucije i logistike na konkretnom primjeru* analizirano je poduzeće Ivančica d.d. i njezine aktivnosti distribucije robe na inozemno tržište. Na kraju se nalazi zaključak kao presjek cijelog rada i gdje su ukratko objašnjeni osobni zaključci autora do kojih se došlo prilikom pisanja rada.

U kontekstu nastanka ovog rada koristili su se primarni i sekundarni izvori – primarni izvori podataka za empirijski dio (interni podaci poduzeća), a sekundarni izvori uključuju domaću i stranu literaturu (knjige, člance, web).

2. OPĆENITO O DISTRIBUCIJI

Distribucija predstavlja jedan od elemenata logistike te se može smatrati užim pojmom logistike. Naime, logistika je cjelokupan proces koji „sadrži upravljanje materijalom, sirovinama, poluproizvodima i dijelovima od izvora proizvodnog procesa i kroz njega, dok sama distribucija obuhvaća tijek gotovih proizvoda, od završetka procesa proizvodnje do konačne potrošnje“ [1]. Prema navedenoj definiciji distribucija se od logistike razlikuje po tome što obuhvaća tijek gotovih proizvoda, dok logistika obuhvaća tijek svega onog što je potrebno da bi gotovi proizvodi nastali, uključujući i njih same do krajnjeg kupca. Na temelju toga može se prikazati sljedeća relacija.



Slika 2.1. Odnos logistike i distribucije [1]

Prema prikazanoj relaciji, može se zaključiti kako distribucija predstavlja posljednju fazu logistike te predstavlja važan segment iste. Razlika je i tome što logistika obuhvaća fizičke i informacijske tijekove od izvora sirovina do konačne distribucije, dok sama distribucija predstavlja tijekove gotovih proizvoda do krajnjeg kupca ili korisnika.

2.1. Pojmovno određenje distribucije

Distribucija predstavlja jednu od temeljnih funkcija marketinga, odnosno jednu od temeljnih varijabli marketinškog miksa (proizvod, cijena, prodaja i distribucija te promocija). Distribucija je veoma raširen pojam u poslovnom svijetu pa je zbog toga i definirana od strane brojnih stručnjaka i poslovnih ljudi.

„Distribucijom, općenito, možemo označiti strujanje gospodarskih dobara između proizvođačkih i potrošačkih jedinica“ [2]. S druge strane, Međunarodna trgovinska komora donijela je 1947. godine općeprihvaćenu definiciju kojom se distribucija tumači kao „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“ [3].

U suvremenom poslovanju distribucija se tumači s dva aspekta. „S općeg gospodarskog motrišta pod distribucijom se razumijevaju sve aktivnosti, koje služe raspodjeli proizvedenih dobara potrošačima, a s aspekta pojedinačnog gospodarskog subjekta distribucija se odnosi na sve poduzetničke odluke i radnje koje su povezane s kretanjem proizvoda do konačnog kupca“ [4].



Slika 2.2. Definicija distribucije s dva aspekta [4]

S porastom važnosti distribucije u suvremenom poslovanju došlo je do pojave brojnih različitih naziva i definicija iste. Tako se distribucija još naziva fizička distribucija, menadžment materijala, fizička opskrba, upravljanje lancem opskrbe i dr. Suvremena ekonomska literatura upravo koristi definiciju Međunarodne gospodarske komore iz 1947.

godine. Precizniju definiciju distribucije daje Šamanović koji ju tumači kao „djelotvoran prijenos dobara od mjesta proizvodnje do mjesta potrošnje uz minimalne troškove i prihvatljivu uslugu kupcima“ [1]. U spomenutoj definiciji valja uočiti sljedeće elemente – minimalni troškovi i prihvatljiva usluga kupcima. Na temelju njih dolazi se do temeljnog cilja distribucije koji je prikazan na sljedećoj slici.



Slika 2.3. Temeljni cilj distribucije [1]

Kao što je prikazano, temeljni cilj distribucije jest kupcu prodati proizvod/uslugu za veću cijenu nego je iznos svih troškova nastalih u proizvodnim i distribucijskim aktivnostima, odnosno cilj distribucije povećati vrijednost robe i ostvariti profit. Opće je pravilo da što se roba brže kreće distribucijskim sustavom to je manji input, odnosno troškovi distribucije, a veći output, odnosno vrijednost proizvoda i obrnuto. Distribucija se sastoji od dva kompleksna područja:

1. fizičke distribucije – fizički tokovi (procesi) dostavljanja, skladištenja, rukovanja i čuvanja robe
2. kanala distribucije – putevi kojima roba ide (teče) od proizvođača do kupca [3]

Razlika između fizičke distribucije te kanala distribucije očituje se i kroz funkcijske karakteristike tokova i točaka zadržavanja, pa tako kanali imaju elemente: proizvođač, trgovina na veliko, trgovina na malo i potrošač, dok fizička distribucija uključuje elemente: skladište proizvođača, distribucijski centar, prodavaonica i potrošač.

2.2. Funkcije, sudionici i tokovi u distribuciji

Temeljna funkcija distribucije jest premostiti prostorne, vremenske, kvantitativne te kvalitativne različitosti koje nastaju između procesa proizvodnje i potrošnje, a u cilju obavljanja prometa dobara. Ovisno obavljaju li distribuciju trgovinska poduzeća, proizvođači ili potrošači, može se govoriti o integriranim i neintegriranim tipovima distribucijskih kanala.

Kotler navodi nužne funkcije za kretanje robe od proizvođača do potrošača:

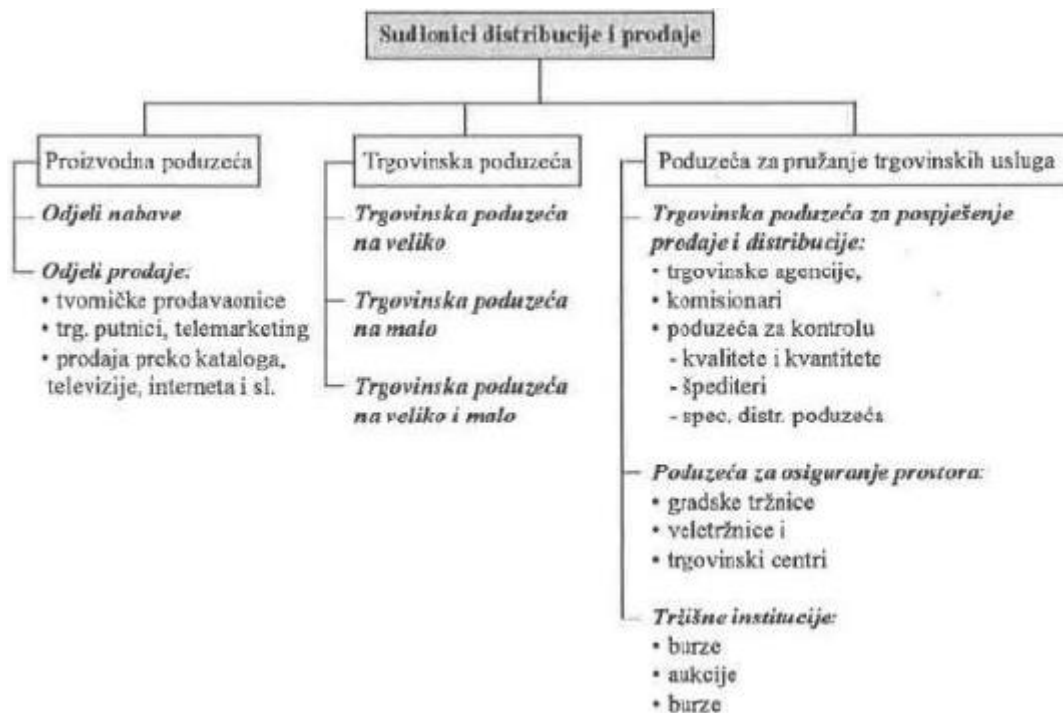
- „istraživanje tržišta kojim se prikupljaju informacije za poboljšanje i olakšavanje razmjene
- uspostavljanje kontakata, tj. pronalaženje i komunikacija s potencijalnim članovima kanala
- prilagođavanje kroz koje se ponuda oblikuje i podešava zahtjevima kupaca
- pregovaranje, tj. nastojanje da se postigne sporazum o uvjetima razmjene
- fizička distribucija kojom se proizvod kreće na putu do potrošača
- financiranje, tj. stjecanje i raspoređivanje sredstava kojim se pokrivaju troškovi transakcija
- preuzimanje distribucijskog rizika“ [5]

„Oblavljanjem funkcija u distribucijskom kanalu omogućuje se ostvarivanje distribucijskih tokova, a tokovi se definiraju kao transfer različitih oblika vrijednosti između sudionika u distribucijskom kanalu. Najvažniji tokovi u distribuciji su fizički tijek i tijek vlasništva. Kotler navodi i druge vrste tokova među kojima su tok plaćanja, tok informacija i tok promocije“ [5]. U novije vrijeme u literaturi se spominju termini komunikacijski te novčano – kreditni tok.

Općenito s razvitkom poslovanja i gospodarstva dolazi do sve većeg broja pojavnih oblika i tehnika rada sudionika u procesu distribucije. Što je veća proizvodna snaga društva, to je potrebnije što više oblika obavljanje distribucijske funkcije. To se može prikazati na sljedeći način:

- ✓ niži stupanj razvitka – proizvođač obavlja dio ili sve poslove distribucije
- ✓ viši ili visoki stupanj razvitka – proizvođač ne obavlja poslove distribucije već to za njega rade drugi gospodarski subjekti

Kompleksnost i dinamika suvremenog poslovanja iziskuje da u distributivnom procesu sudjeluju i drugi subjekti. „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“ [1].



Slika 2.4. Sudionici procesa distribucije [1]

Kao što se može vidjeti na slici 2.4. kod proizvodnih poduzeća proces distribucije provodi se u odjelu nabave i/ili prodaje, dok kod trgovinskih poduzeća distribucijske aktivnosti mogu obavljati trgovinska poduzeća na malo, trgovinska poduzeća na veliko te trgovinska poduzeća na malo i veliko. Poduzeća za trgovinske usluge mogu biti organizirana kao komercijalno – uslužna poduzeća, poduzeća za osiguranje poslovnog prostora te tržišne institucije.

Važno je naglasiti kako sudjelovanje proizvodnih poduzeća u distribuciji ima svoje prednosti i nedostatke. Dok s jedne strane proizvodna poduzeća izravnom prodajom potrošačima imaju bolju kontrolu prodaje, s druge strane imaju veće troškove distribucije nego bi imali kad bi proces povjerali posredniku. Razvijena tržišta bilježe prepuštanje prometne funkcije trgovinskim poduzećima ili drugim posrednicima, a sve u cilju učinkovitije distribucije.

2.3. Fizička distribucija

U poglavlju 2.1. spomenute su dva kompleksna područja distribucije koje je potrebno protumačiti – fizička distribucija te kanali distribucije. Iako je ekonomska znanost u prošlosti najveću pažnju usmjeravala na kvalitetu proizvedenog proizvoda ili isporučene usluge, suvremeno poslovanje okrenulo se naglasku na adekvatnu distribuciju istog, odnosno

adekvatno mjesto i rok isporuke kranjem kupcu. U jednom od svojih sjajnih obraćanja Peter Drucker je rekao kako je „fizička distribucija danas područje gdje se mogu postići menadžerski rezultati velike važnosti, a to je još uvijek neistraženo područje“ [6].

„Fizička je distribucija skup aktivnosti koje omogućuju djelotvorno kretanje gotovih proizvoda s kraja proizvodnog procesa do potrošača“ [1]. Fizička distribucija uključuje mnoge aktivnosti od kojih se posebno ističu transport, skladištenje, rukovanje robom (pakiranje), izbor lokacije za skladište te obrada naloga i služba kupaca te, djelomično, tržišne prognoze. Iz brojnih aktivnosti naziru se i veoma važna načela distribucije u poslovanju, a prikazana su na sljedećoj slici.



Slika 2.5. Načela fizičke distribucije [1]

Fizička distribucija mora biti stalna, odnosno tok mora biti neometan kako bi distribucija u najboljoj mjeri ostvarila svoju funkciju. Razlog zastoja eventualno može biti uskladištenje, dorada, pakiranje i/ili montaža robe. Strateški i operativni zadatak jest minimizirati zastoje kako oni nebi utjecali na zadovoljstvo potrošača i prekomjerne troškove distribucije.

Fizička distribucija uključuje valorizaciju materijalnih i ljudskih resursa te po mnogima često ima najveći utjecaj na uspjeh poduzeća, a menadžeri zaduženi za distribuciju imaju goleme mogućnosti ostvarivanja profita i konkurentskih prednosti. Iako se na prvu čini kako fizička distribucija uključuje tek skup vozila, računala, dokumentacije i drugih elemenata, ona predstavlja upravo suprotno, skladan i organiziran skup sredstava, opreme i ljudi. Upravo zbog toga tako treba na nju i gledati – kao kompleksan sustav koji pruža brojne mogućnosti koje mogu pomoći u poslovnom uspjehu poduzeća.

Osiguranjem kvalitete proizvoda/usluga u skladu s zahtjevima kupaca, isporuka narudžbi na pravo mjesto u pravo vrijeme te minimiziranje distribucijskih troškova utječe na ostvarenje dvaju temeljnih ciljeva – smanjenje troškova te povećanje zadovoljstva kupaca kroz povećanje kvalitete distribucijskih kanala.

ELEMENTI DISTRIBUCIJSKIH USLUGA	STANDARDI
Ažurnost	95% narudžbi otprema se u roku 24 sata
Pouzdanost	Sva obećanja treba ispuniti
Sigurnost robe	Manjak na robi na putu od prodavača do kupca ne smije biti veći od 1%
Ispunjenje narudžbi	Isporučuje se više od 98% naručene robe

Tablica 2.1. Standardi elemenata distribucijskih usluga [1]

U suvremenom poslovanju kvaliteta distribucije, uz kvalitetu proizvoda i kvalitetu proizvodnje, postaje temeljni parametar kvalitete. S obzirom da je Japan jedan od najboljih primjera visoke kvalitete distribucijskih usluga, u tablici su prikazani elementi distribucijskih usluga te standardi kojom se ostvaruje odgovarajuća kvaliteta logističkih usluga u toj zemlji.

2.4. Kanali distribucije

Kanali distribucije predstavljaju jedno od dva kompleksna područja distribucije te jedan od četiri elementa marketinškog miksa, a definiraju se kao „skup institucija koje obavljaju sve one aktivnosti (funkcije) koje se upotrebljavaju u kretanju proizvoda i njegova vlasništva od proizvodnje do potrošnje“ [5]. Kanali predstavljaju sve institucije koje su uključene kako bi akcijama pokrenuli robu od proizvođača do potrošača. One su međuovisne jer su povezane zajedničkim ciljem – olakšati protok robe i vlasništva od proizvođača do kupca.

U kanalu distribucije najčešće sudjeluje proizvođač i po potrebi više drugih poduzeća iz različitih djelatnosti koje međusobno surađuju. Prema Šamanoviću, kanali distribucije definiraju se kao „skup međuovisnih institucija povezanih zajedničkim poslovnim interesom, a svrha im je da se olakša prostorna i vremenska transformacija dobara od proizvođača do potrošača. Jednostavno rečeno, to su putovi prodaje za koje se odluči neko poduzeće“ [1].

Prilikom organizacije distribucijskog lanca posrednik mora temeljito i u cijelosti organizirati najoptimalnije tokove robe kako se kupac nebi odlučio za alternativu. Odluke o marketinškim kanalima prema mnogima se smatraju jednim od najvažnijih odluka u poduzeću. Izbor kanala distribucije utječe na mnoge druge faktore poput onog tko će prodavati proizvode, kakva će biti politika cijena, hoće li sudjelovati vlastiti prodavači poduzeća i dr. Kotler je istaknuo ključne funkcije marketinških kanala:

- „istraživanje
- promocija
- kontakt
- prilagođavanje
- pregovaranje
- fizička distribucija
- financiranje
- preuzimanje rizika“ [5]

U kontekstu razvoja marketinških kanala poduzeću je važno odabrati one kanale koji će biti „troškovno učinkoviti te će odgovarati ciljnom tržištu i vrsti proizvoda koje nudi. Temeljem navedenih odluka poduzeće može izgraditi održivu konkurentsku prednost“ [5]. S obzirom da u današnje vrijeme roba od proizvođača do potrošača može doći na vrlo različite načine te se sami distribucijski kanali veoma razlikuju od poduzeća do poduzeća, može se govoriti o četiri temeljne podjele distribucijskih kanala:

1. „prema dužini i pravcu kretanja robe – izravni, neizravni i povratni kanali
2. prema vrsti potrošnje – kanali za robu kranje potrošnje, robu industrijske potrošnje i usluge
3. prema rasprostranjenosti u odnosu na tržište – domaći i međunarodni kanali
4. prema zakonskim ograničenjima – legalni i ilegalni kanali“ [1]

FAKTOR PODJELE	VRSTA KANALA	OPIS
DUŽINA I PRAVAC KRETANJA ROBE	Izravni kanali	Proizvođači robu prodaju potrošačima direktno, bez posrednika (poljoprivrednici, liječnici, bankari..)
	Neizravni kanali	Proizvođači robu prodaju indirektno, odnosno putem posrednika; u kratkom kanalu najčešće sudjeluje samo jedan posrednik (trgovina na malo), a u dugom dva ili više posrednika
	Povratni kanali	Roba se kreće od potrošača prema proizvođačima (reciklaža dotrajale ambalaže, održavanje i popravak

		proizvoda od strane proizvođača..)
VRSTA POTROŠNJE	Kanali za robu kranje i industrijske potrošnje	Ovisno o potrošačima koji koriste određenu robu, svi proizvodi pripadaju ili robi industrijske ili robi kranje potrošnje; okvakvi kanaanali pružaju brojne mogućnosti distribucije robe, a sudjelovati mogu trgovina na malo, trgovina na veliko, distributivni centri, brokери, specijalizirana distribucijska poduzeća i drugi
	Kanali za usluge	Namijenjeni distribuciji usluga i ideja (turističke, bankarske, kulturne, znanstvene i druge usluge)
RASPROSTRANJENOST U ODNOSU NA TRŽIŠTE	Domaći kanali	Kanali unutar neke zemlje; ne iziskuju mnoge kontrole i dokumenata; jeftinije pakiranje i osiguranje robe
	Međunarodni kanali	Roba je u pravilu duže izvan kontrole prodavača, potrebno je više dokumenata koji prate robu, pakiranje i osiguranje robe na putu je skuplje, a pri prijevozu robe najčešće se koriste kontejneri i multimodalni transport

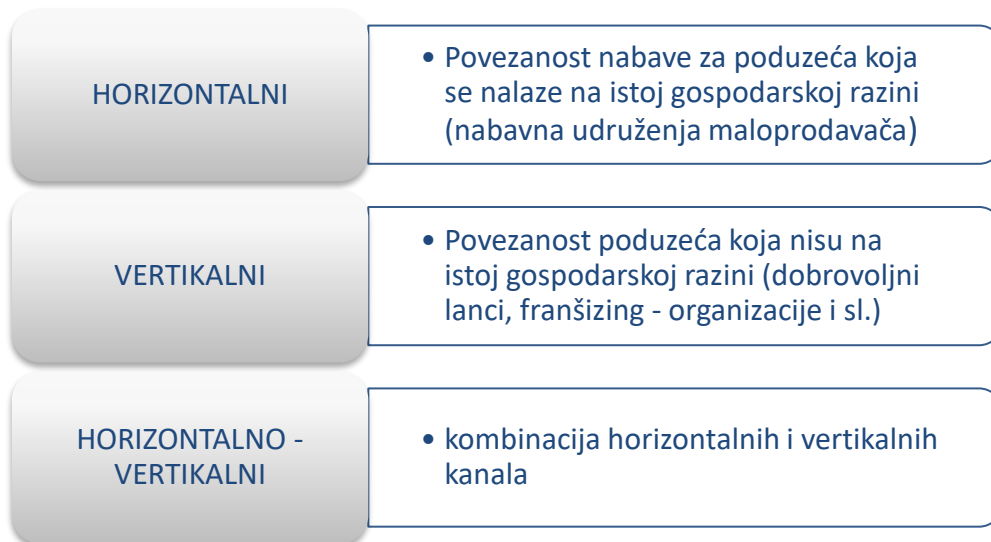
Tablica 2.2. Vrste distribucijskih kanala [1]

Poduzeća koja nisu pretežito orijentirana izvozu češće biraju domaćeg posrednika, a prilikom povećanja opsega proizvodnje s vremenom prelaze na kreiranje vlastitih kanala distribucije.

Čimbenici o kojima ovisi odabir vrste kanala distribucije su:

- „količina i vrsta naručene robe
- troškovi distribucije
- geografske udaljenosti od proizvođača do kranjeg kupca te
- kulturološke razlike i zakonska regulativa u zemlji izvoza“ [3]

Tradicionalni modeli kanala distribucije svjedoče stvaranju međusobne konkurencije između proizvođača, trgovine na veliko i trgovine na malo, jer svatko radi za sebe, odnosno na tržištu djeluje individualno. Suvremenije poslovanje omogućuje različite oblike povezanosti u kanalima distribucije.



Slika 2.6. Oblici povezanosti u kanalima distribucije [7]

Kanal koji će poduzeće odabrati ovisi o nizu čimbenika zbog čega ga nije jednostavno i lako odrediti. U glavne čimbenike izbora prodajnog kanala mogu se ubrojiti obujam i troškovi prodaje, financijska moć proizvođača, obujam prodajnog asortimana, vrijednost jedinice proizvoda, prodajne količine, koncentracija potrošača na nekom području, sezonalnost prodaje proizvoda i sl. U posebne čimbenike spadaju broj potrošaša i njihov prostorni raspored, navike i motivi kupnje, prodajni kanali konkurenata, iskustvo poduzeća itd.

3. MEĐUOVISNOST DISTRIBUCIJE I LOGISTIKE U MEĐUNARODNOM POSLOVANJU

Međunarodna distribucija i logistika novije su grane međunarodnog marketinga koje su se u posljednje vrijeme veoma snažno razvile i imaju golem utjecaj i važnost u međunarodnom poslovanju. Osim što uvelike pridonose poboljšanju ekonomskih učinaka, važne su u ostvarivanju konkurentskih prednosti na međunarodnim tržištima. Ovdje upravljanje tokovima predmeta rada ima iznimnu važnost jer je mjesto isporuke i mjesto primitka robe u istoj zemlji. Međunarodna logistika omogućila je protok roba, usluga, ljudi i drugih elemenata bez nepotrebnih zastoja, gubitaka vremena zbog čega i ima optimalne učinke. Međunarodna logistika obuhvaća sve aktivnosti, od proizvodnje, skladištenja, prijevoza pa sve do komunikacijsko – informacijskog sustava. Velik značaj stoga pripada transportnoj i komunikacijsko – informacijskoj tehnologiji koje omogućuju optimalno djelovanje cijelog sustava.

3.1. Važnost međunarodne poslovne logistike i distribucije

S obzirom da je suvremeno poslovanje omogućilo prelazak robe, usluga, ljudi i drugih elemenata iz države u državu, poslovnu logistiku i distribuciju važno je promatrati s međunarodnog aspekta. Najveću važnost ovdje ima prilagodba poduzeća specifičnostima zemlje u koju se nešto izvozi i to po pitanju prijevoza robe, izbora lokacije skladištenja, upravljanje zalihama, komunikacije i dr.

Logično je da međunarodni logistički i distributivni sustavi djeluju u kompleksnijim uvjetima od sustava u jednoj zemlji, a razlog tome su različite pravne, tehničke, administrativne, infrastrukturne, kulturne i druge specifičnosti osebujne za zemlju u koju se izvozi. Nastavno tome, različite barijere utječu na pojavu različitih logističkih i distribucijskih troškova kao i na moguća ograničenja (politička i administrativna). „Zato je za učinkovito funkcioniranje međunarodnog logističkog i distribucijskog sustava neophodno voditi računa o specifičnim uvjetima koji vladaju u pojedinim dijelovima međunarodnog tržišta i njima se prilagođavati“ [1].

Razvojem međunarodne logistike i distribucije javila se potreba za razvojem komunikacijskih kanala kako bi sudionici na međunarodnom tržištu što lakše i preciznije mogli razmjenjivati informacije. Komunikacija je razmjena informacija znači prezentiranje na odgovarajući način i u odgovarajućoj formi što ima golemu vrijednost kako bi logistički i distribucijski sustav funkcionirao uspješno. Kretanje informacija mora se temeljiti na suvremenim računalnim/programskim/telekomunikacijskih tehnologijama jer je to osnovna pretpostavka da sustav funkcionira optimalno i normalno. Također, pohrana podataka u određenu bazu podataka ima golemu ulogu u planiranju međunarodnih logističkih aktivnosti.

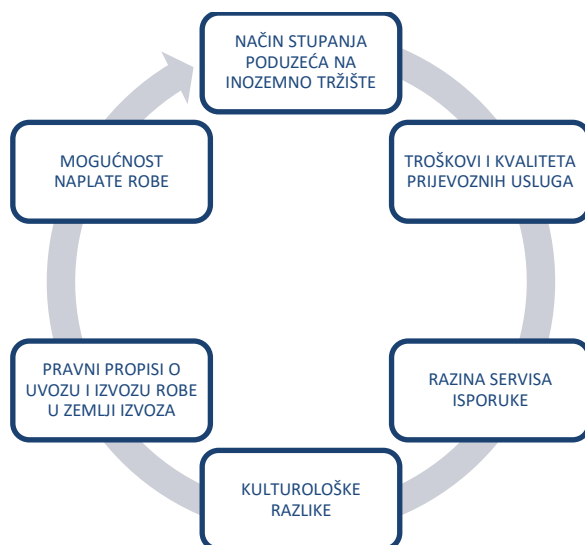
Globalizacija tržišta utjecala je na pojavu velike konkurencije na međunarodnom tržištu, a upravo optimalno organiziranje logističkih aktivnosti dio je strategije nastupa na međunarodnim tržištima gdje se otvara mogućnost, odabirom optimalnih logističkih i distributivnih sustava, ostvariti konkurentska prednost.

„Međunarodni menadžment razvija se u procesima jake koncentracije ponude i potražnje te nastanka velikih multinacionalnih korporacija koje sve više stječu kontrolu nad prirodnim i ljudskim resursima, što stvara mogućnost poremećaja ravnoteže na međunarodnom tržištu i pojave kriznih stanja globalnih razmjera. Stoga, da bi se probile na međunarodno tržište i tamo zadržale, tvrtke u državama tranzicije trebaju posebnu pozornost posvetiti logističkom menadžmentu“ [1].

3.2. Čimbenici oblikovanja međunarodnog logističkog i distribucijskog sustava

Brojni činitelji utječu na oblikovanje međunarodnog logističkog i distribucijskog sustava, a najrelevantniji među njima su:

- „način stupanja poduzeća na inozemno tržište
- troškovi i kvaliteta prijevoznih usluga
- razina servisa isporuke
- kulturološke razlike
- pravni propisi o uvozu i izvozu robe u zemlji izvoza
- mogućnost naplate robe“ [1]



Slika 3.1. Činitelji oblikovanja međunarodnog logističkog i distribucijskog sustava [1]

Načina za stupanje poduzeća na inozemna tržišta iz dana u dan sve je više te su sve različiti. Dok su se u prošlosti mnogi finalni proizvodi izravno izvozili, u današnje vrijeme se na inozemna tržišta plasiraju putem inozemne proizvodnje (vlastita proizvodnja ili suradnja s inozemnim partnerom). Tipični slučajevi su da poduzeća, kad dođe do otežane situacije zbog administrativnih/tehničkih ili drugih prepreka u jednoj zemlji, prebacuju proizvodnju u drugu zemlju u kojoj je situacija povoljnija. Postoje i slučajevi da poduzeća izvoze dijelove ili sirovine iz jedne u drugu zemlju kako bi se proizvod završio (postao finalnim) zbog čega poduzeća, prije stupanja na neko tržište, moraju donijeti važne strateške odluke oko odabira kanala distribucije i načina kako će upravljati međunarodnom logistikom. Pritom mogu izravno izvoziti proizvod, izvoziti ga preko posrednika, izvoziti preko vlastite inozemne proizvodnje, izvoziti preko franšize, lizinga i dr.

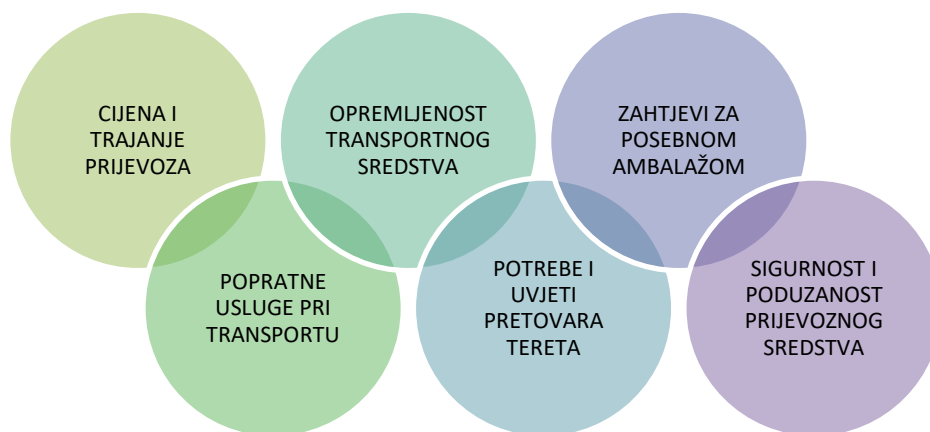
Troškovi i kvaliteta prijevoznih usluga jedan su od činitelja oblikovanja međunarodnog logističkog i distribucijskog sustava, a određeni su sljedećim varijablama:

- „duljinom prijevoza
- gustoćom i kvalitetom putne mreže
- brojem i tehničkom opremljenošću prijevoznih sredstava
- razinom komunikacijsko – informacijske tehnologije te
- organizacijskom sposobnošću menadžmenta prijevoznih poduzeća“ [1]

Međunarodni logistički sustav specifičan je po tome što se, za razliku od nacionalnog sustava jedne zemlje, govori o većim udaljenostima što utječe na dulje vrijeme nabave te veću

nesigurnost glede prognoziranja potražnje, ali i veće troškove zaliha i prijevoza. Veća transportna udaljenost utječe na potrebu za većim brojem sudionika i drugih faktora u distribuciji, stoga manipulacija robe ima posebnu važnost, a sve u cilju sprečavanja oštećenja, krađe ili gubitka robe. U cilju sprečavanja neželjenih posljedica poduzeća mogu odabrati prikladnije pakiranje robe (paziti na troškove pakiranja), optimalnije prometno sredstvo (što manje manipulacije robom) te manje transportne jedinice mogu udružiti u veće što će utjecati na smanjenje manipulacije robom, a posljedično i smanjenje mogućnosti da se roba na putu ošteti. Uz to, važno je da transportne jedinice budu prilagođene karakteristikama vlastitog skladišta i prijevoznih sredstava, ali i karakteristikama svih drugih sudionika uključenih u logistički proces.

Prilikom organizacije međunarodnog transporta robe važno je odabrati optimalno transportno sredstvo, transportni put i odgovarajuće manipulativne tehnike. Činitelji koji utječu na izbor transportnog sredstva i puta prikazani su na sljedećoj slici.



Slika 3.2. Čimbenici izbora transportnog sredstva i transportnog puta [1]

Kako bi se omogućio što lakši, brži i ekološki prihvatljiviji protok robe na međunarodnom tržištu te postigli što niži transportni troškovi, prilikom prijevoza robe preporuča se korištenje kombiniranog transporta (kombiniranje različitih prijevoznih sredstava – ekološki prihvatljiviji prijevoz robe).

Razina servisa isporuke sastoji se od sljedećih elemenata: brzina, točnost, pouzdanost te raspoloživost rezervnih dijelova, a o kojima često ovisi odluka o kupnji određene robe. Često je upravo razina servisa isporuke jedan od ključnih čimbenika u modeliranju međunarodnog logističkog i distribucijskog sustava. S obzirom da međunarodnu logistiku i distribuciju sve

više karakterizira kombinirani transport kojeg karakteriziraju različita prijevozna obilježja – specifične vrste pakiranja, etiketiranja i sl., roba za transport treba biti pripremljena na najoptimalniji način. Uz to, brzina, točnost, preciznost te sigurnost isporuke, ali i post – prodajne i servisne usluge postaju jednim od ključnih čimbenika u međunarodnoj logistici i distribuciji. Važno je i pratiti specifičnosti elemenata servisa u pojedinoj zemlji kako bi se modeliranje međunarodnog logističkog i distribucijskog sustava izvelo korisno za sve strane koje sudjeluju u procesu.

Činjenica je da u međunarodnoj logistici i distribuciji često sudjeluje više država koje imaju, svaka za sebe, posebna zakonska i administrativna obilježja o kojima treba voditi računa prilikom modeliranja logističkog sustava – *pravni propisi i administrativne formalnosti pri izvozu robe na međunarodno tržište*. Česta je situacija da zakonski propisi, administrativni postupci i drugi akti diskriminiraju inozemna poduzeća, a da bi se to izbjeglo, razvijaju se odgovarajući kanali distribucije koji uključuju zajednička ulaganja između domaćeg i inozemnog partnera. Različite administrativne sheme uključuju i različite dokumente koji prate robu, a koji se od države do države razlikuju po formi, sadržaju i drugim karakteristikama, što može znatno otežati komunikaciju te povećati logističke i distribucijske troškove. Kako bi se zaštitilo domaće gospodarstvo, države često uvode različite zakonske propise kojima diskriminiraju inozemne izvoznike – financijske subvencije izvoznicima, carina na uvezenu robu, obvezno osiguranje robe, robni kontingenti, administrativni postupci i sl. Kako bi se to izbjeglo modeliraju se odgovarajući međunarodni marketinški kanali.

Kulturološke razlike među zemljama odnose se na različite životne navike, sustav obrazovanja, mentalitet ljudi, jezike i dr., a koji su često prepreka za normalno odvijanje međunarodnog logističkog sustava. Prije nego poduzeće nastupi na nekom stranom tržištu, svoj proizvod mora prilagoditi zahtjevima kupaca u toj zemlji, a one se mogu odnositi na osobine proizvoda, pakiranje, cijene, teme i medije oglašavanja, etiketiranje itd. U suvremenom poslovanja razvija se praksa standardizacije proizvoda i prodaje istih na cjelokupnog tržištu, ali u skladu s nacionalnom kulturom i običajima zemlje u koju se proizvod plasira.

Mogućnost naplate robe jedan je od najvažnijih čimbenika oblikovanja međunarodnog logističkog i distribucijskog sustava, a odnosi se na mogućnosti i načine kako bi izvoznici naplatili izvezenu robu. U današnje vrijeme, često se susreću s brojnim problemima i

preprekama kako bi naplatili ono izvezeno pa su prisiljeni koristiti različite načine i transakcije. Osim klasične naplate putem banke, s vremenom su se razvili i drugi načini naplate izvoznih potraživanja:

- „državni zajmovi
- državne garancije
- kontura trgovina (trampa)
- factoring“ [1]

Ugovorom se određuje rok i način plaćanja uvezene/izvezene robe, a da bi se smanjio rizik naplate nastoji se koristiti plaćanje u čvrstoj valuti te se od partnera traži korištenje različitih garancija. Stranke dogovaraju vrijeme plaćanja, koje može biti prije ili nakon primitka robe. Pri međunarodnim transakcijama važno je voditi brigu o valjanosti dokumenata, jer suvremeno poslovanje omogućuje velike mogućnosti krivotvorenja istih. Prodavatelj prilikom izbora poslovnog partnera treba voditi računa da je to poduzeće za koje se zna ili da poznaje nekog tko za njih zna ili je radio s njima, da ponuda nije iznimno povoljna (prepovoljni uvjeti) te da ugovor nije krivo sročeno. Domaćim se tvtkama stoga preporučuje da umjesto izravne naplate osnuje podružnicu u državi u kojoj se partner nalazi radi lakše naplate, a najbolje je koristiti pravilo – plati pa vozi. U cilju sprečavanja neželjenih posljedica važno je sastaviti adekvatan ugovor u kojem će sve točke biti jasno i detaljno precizirane.

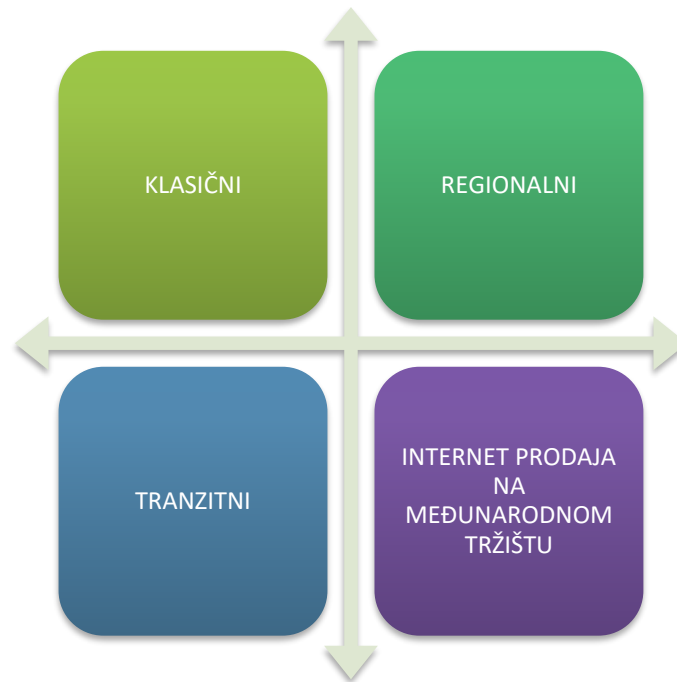
3.3. Modeli organizacije međunarodnog logističkog i distribucijskog sustava

Suvremeni način poslovanja bilježi nagli porast međunarodne razmjene zbog čega se nacionalna gospodarstva sve više integriraju u međunarodni, globalni sustav te se procesi odvijaju na globalnoj razini. Međunarodna logistička strategija je smatrane dijelom strategije internacionalizacije, a logističke teškoće rješavaju se u sklopu međunarodnog menadžmenta, odnosno međunarodnog tržišnog nastupa. S obzirom da poduzeća na međunarodnom tržištu mogu nastupiti na različite načine, postoje i različiti modeli organizacije logističkog i distributivnog sustava.

Pritom treba razlikovati:

- logističke sustave kod izravnog izvoza
- logističke sustave kod neizravnog izvoza (posrednici, ulaganje u vlastitu ino-proizvodnju, franšiza, lizing)

Prilikom obavljanja izravnog izvoza poduzeće mora uskladiti svoj logistički sustav s logističkim sustavom zemlje u koju izvozi. U tom slučaju, povećavaju se zahtjevi za međunarodni logistički know-how. U teoriji se razlikuju četiri modela organizacije logističkog i distribucijskog sustava za izravni izvoz.



Slika 3.3. Modeli organizacije logističkog i distribucijskog sustava kod izravnog izvoza [8]

Klasični model organizacije logističkog i distribucijskog sustava kod izravnog izvoza karakterističan je po tome što se roba distribuira preko jednog ili više centraliziranih skladišta. Kao prednosti navode se: mogućnost formiranja velikih transportnih jedinica pa su troškovi prijevoza po jedinici količine niži, carinske pristojbe na izvezenu robu su niže jer se plaćaju na interne cijene poduzeća, a ne na prodajne cijene, postoje jednostavnije administrativne formalnosti jer se smanjuje broj izvoznih dokumenata i dr. S druge strane, kao najveći nedostatak navodi se otežan pristup široko rasprostranjenom tržištu pa je i mogućnost opskrbe svim kupcima otežana, a to je ujedno i prilika da se poduzeće odluči na distribuciju robe preko više skladišta kako bi lakše opsluživalo teritorijalno raspršene kupce. U praksi je čest slučaj da lokacija skladišta bude smještena bliže kupcima koji naručuju više robe kako bi transportni troškovi bili što niži. Pitanje koje izvozna poduzeća često postavljaju odnosi se na isplativost izgradnje vlastitog skladišta ili skladištenje u tuđem skladištu. Kriteriji za donošenje odluke su različiti – iznos ulaganja, trošak po jedinici uskladištene robe u

vlastitom, odnosno tuđem skladištu, mogućnost kontrole robe, raspoloživost skladišnog prostora i sl.

KRITERIJI/VRSTE SKLADIŠTA	PRIVATNO	JAVNO
Početna ulaganja	Vrlo visoka	Visoka
Prosječni trošak po jedinici uskladištene robe	Obrnuto proporcionalan s količinom uskladištene robe	Neelastičan
Stupanj kontrole	Visok	Nizak
Raspoloživost skladišnog prostora	Visoka	Da i ne (ovisno o situaciji)
Rizik	Postoji (zbog promjena)	Minimalan

Tablica 3.1. Kriteriji za izbor privatnog ili javnog skladišta [9]

Dakle, u tablici iznad prikazane su opcije i kriteriji za izbor privatnog ili javnog skladišta, a odluka izbora ponajprije ovisi o planiranim troškovima pojedine varijante. Smatra se da poduzeća koja imaju veće oscilacije u količini izvezene robe rađe odabiru najam tuđeg skladišta jer su troškovi najma u pravilu niži nego troškovi vlastitog skladišta (troškovi vlastitog skladišta su zbog stalnih fiksnih troškova relativno visoki u slučaju neiskorištenja skladišnog kapaciteta). S druge strane, privatno skladište dobra je opcija u slučaju ako se organizira kao distribucijski centar. Konačno, pri donošenju finalne odluke treba uzeti u obzir sve okolnosti i specifičnosti na pojedinim tržištima.

Kako i sam naziv kaže, regionalni model organizacije međunarodne logistike i distribucije osmišljen je na način da se roba iz jednog distribucijskog centra plasira u više regija ili zemalja. „U cilju što ekonomičnijeg i profitabilnijeg poslovanja u posljednje vrijeme velike multinacionalne kompanije sve češće reduciraju broj skladišta tako da ukidaju pojedinačna skladišta i otvaraju pojedinačno ili zajednički distribucijske centre za opskrbu pojedinih širih područja“ [1]. Primjerice, azijske kompanije plasiraju robu trajne vrijednosti (automobile, uredsku opremu i sl.) koriste zajedničku distribucijsku mrežu za europska tržišta. Nissan, automobilski gigant, u Amsterdamu je osnovao distribucijski centar preko kojeg plasira svoje automobile u čitavu Europu. U ovom slučaju centar se nalazi u slobodnoj carinskoj zoni gdje se roba najčešće doručuje u posebnim pogonima čime se minimiziraju troškovi jer su carinske pristojbe niže te se plaćaju tek nakon isporuke robe inozemnim kupcima.

Tranzitni model organizacije međunarodne logistike i distribucije robe specifičan je po tome što se roba u inozemnim skladištima ne zadržava već se odmah distribuira kupcima, dok skladište služi isključivo kao mjesto gdje se roba pretovaruje. Da bi se to omogućilo, potrebno je angažirati brza prijevozna sredstva i skladišta za pretovar, a sve u cilju isporuke robe kupcima na vrijeme i na kvalitetan način. Kod ovog modela troškovi transporta su viši, a skladištenja niži u odnosu na klasični model.

Posljednji model izravnog izvoza vezan je uz prodaju robe na međunarodnom tržištu putem interneta pa se inozemni kupci izravno opskrbljuju iz zemlje podrijetla robe. Isporuka roba najčešće se obavlja poštom ili putem specijaliziranog distributivnog poduzeća.

Kod neizravnog izvoza robe u inozemstvo razlikuju se sljedeći sustavi:

- „proizvođač svoju robu prodaje domaćem vanjskotrgovinskom poduzeću koje je specijalizirano za poslovanje na ino-tržištu i koje tu robu u plasira na to tržište u svoje ime i za svoj račun
- proizvođač posao izvoza svoje robe povjeri specijaliziranom vanjskotrgovinskom posredniku koji tu robu izvozi u inozemstvo uz naplatu provizije koja je prethodno dogovorena

Prilikom izvoza robe preko posrednika u pravilu se za sve poslove oko izvoza brinu se upravo posrednici zbog čega izvozna poduzeća ne trebaju organizirati međunarodni logistički i distribucijski sustav. „Posrednici su najčešće domaći izvoznici koji mogu biti: domaći izvozni agenti proizvođača, brokeri, domaći trgovci na veliko i malo, distributeri, izvozni prekupci i sl.“ [1].

Uloga posrednika je brinuti se o:

- prijevozu robe
- istraživanju inozemnog tržišta
- izlaganju proizvoda inozemnim sajmovima
- pribavljanju izvoznih dokumenata (carinska deklaracija, potvrda o osiguranju robe, razni certifikati o podrijetlu i kakvoći robe, označavanje robe i sl.)
- osiguranju financijskih sredstava za nastup na inozemnom tržištu

- promociji proizvoda (oglašavanje u inozemnom tisku, televiziju, tisku i distribuciji kataloga i prospekata i sl.)
- korespondenciji sa stranim partnerima
- drugim poslovima koji su neophodni da se osigura potrebna razina servisa isporuke robe inozemnom kupcu“ [1]

Drugi model organizacije međunarodnog logističkog i distribucijskog sustava kod neizravnog izvoza je onaj putem inozemne proizvodnje, prilikom čega treba razlikovati izvozi li se putem inozemne montažne proizvodnje ili u obliku zajedničkog ulaganja s inozemnim partnerom (joint – venture). Kod zajedničkog ulaganja s inozemnim partnerom postoji opcija korištenja postojećeg logističkog i distribucijskog sustava inozemnog partnera, dok montažna proizvodnja dolazi do izražaja ukoliko djeluje u zemlji gdje je radna snaga jeftina, kreditni uvjeti su bolji, porezi su niži te postoje mala administrativna i druga ograničenja. U ovom modelu važno je osigurati opskrbu proizvodnje dijelovima pa se tako koristi pakiranje i dostava točno na vrijeme (just i time). U kontekstu dobrog protoka dobara i informacija, važno je proizvodna mjesta informacijski adekvatno povezati što također iziskuje određene troškove s kojima prilikom planiranja lanca treba računati.

Posljednji model međunarodnog logističkog i distribucijskog sustava kod neizravnog izvoza je onaj putem franšize, poslovnog udruživanja, licence, lizinga i dr. Trenutno najatraktivniji oblik jest franšiza, a u EU je najraširenija vlasnička franšiza „po kojoj vlasnik ustupa pravo prodaje perspektivnim posrednicima, koji se žele vezati za neku afirmiranu tvrtku ili marku proizvoda, a istovremeno zadržati određeni stupanj poslovne samostalnosti“ [1]. Na taj način korisnik izlazi na tržište bez izravnog ulaganja i previše rizika, a osim ugleda već postojeće tvrtke čiju franšizu koristi dobiva i marketinška saznanja te isprobani međunarodni logistički i distribucijski sustav. Pritom je važno napomenuti da se franšizom „kombinira znanje i tehnologija davatelja franšize s lokalnim znanjem, iskustvom i poduzetničkim duhom primatelja franšize“ [1]. Najpoznatiji primjer franšize svakako je američki lanac restorana McDonalds. Od ostalih oblika valja spomenuti licenciranje koje omogućuje nastup poduzeća na inozemnom tržištu bez većih ulaganja, a odnosi se na prodaju prava na patent, zaštitni znak, odnosno prava na korištenje tehnoloških procesa.

3.4. Dokumentacija u međunarodnom robnom prometu

Logično je kako međunarodni robni promet karakterizira korištenje većeg broja dokumenata koji prate robu te veći rizik isporuke i naplate robe. Rizici se očituju kroz mogućnost promjene tečaja valute, zakašnjelog plaćanja ili nenaplate robe, oštećenja na putu, neispravne dokumente, različite prijave te druge nepogodne okolnosti.

U cilju ubrzanja toka robe i informacija između sudionika u međunarodnom robnom prometu provodi se unificiranje dokumenata te poboljšanja glede administrativnih i zakonskih regulativa. Europski parlament ističe kako je unutarnje tržište područje je napretka i slobode koje omogućava pristup robi, uslugama, radnim mjestima, poslovnim mogućnostima i kulturnim bogatstvima. Potrebno je uložiti dodatan trud kako bi se postiglo daljnje produbljivanje jedinstvenog tržišta, od kojeg bi koristi imali potrošači u EU-u i poduzeća. Osim navedenog programa, promišlja se o uvođenju posebnog programa koji bi sadržavao informacije o pojedinoj zemlji te njenim zakonskim regulativama, porezima, kamatama, bankarskom sustavu, osiguranjima i dr., a sve kako bi se ubrzao protok robe i informacija te transakcije postale sigurnije i kvalitetnije.

U Hrvatskoj je Zakonom o vanjskotrgovinskom poslovanju donijeta Uredba prema kojoj su glavni dokumenti koji prate međunarodni robni promet:

- „tovarni list, teretnica ili konosman, kamionski tovarni list, zrakoplovni tovarni list i sprovednica (svaki tovarni list naziva se s obzirom na pojedinu vrstu prijevoza)
- komercijalna faktura kojom se specificira kakvoća i količina otpremljene robe
- polica osiguranja kojom se osigurava roba na putu ako je to potrebno
- potvrda ili certifikat o kakvoći robe kojom se potvrđuje da otpremljena roba ima kakvoću koja je specificirana ugovorom
- carinska uvozna ili izvozna deklaracija na temelju koje se roba carini
- potvrda ili certifikat o porijeklu robe
- potvrda o standardu robe
- nalog za devizne doznake i nalog za otvaranje akreditiva
- neki drugi dokumenti ukoliko je u pitanju privremeni uvoz ili izvoz, radi oplemenjivanja (prerada, dorada, obrada), lizing i sl.“ [10]

Uvjeti poput roka isporuke, načina plaćanja ili cijene izvezeno robe specificira se ugovorom dok se rizik poslovanja nastoji smanjiti na način da se plaćanje ugovara u određenoj čvrstoj valuti te različitim garancijama. Izbor načina plaćanja često se gleda prema kredibilitetu kupca (uvoznika), uvoznih ograničenja ako ih ima te uvjetima koju daje konkurencija, ukoliko je ona prisutna. Platni promet obavlja se preko inozemnih računa ili preko računa domaćih banaka, a prema zakonskim propisima. Kao instrumenti plaćanja u međunarodnom robnom prometu uglavnom se koriste:

- dokumentarni akreditiv – najčešći i najsigurniji instrument plaćanja, a predstavlja izjavu kupčeve banke kojom se ona obvezuje da će na ime određene pravne osobe i pod određenim uvjetima izvršiti plaćanje korisniku akreditiva (prodavatelju)
- bankarska doznaka – instrument plaćanja kojim jedna banka po nalogu svog komitenta nalaže inozemnoj banci isplatu određene svote novca korisniku (prodavatelju)
- kreditno pismo – pismeni nalog banke jedne države banci druge države da izvrši isplatu točno određenog iznosa novca prodavatelju
- kreditna kartica – koristi se prilikom plaćanja robe i podizanja novčanih iznosa na šalterima/bankomatima
- inkaso dokument – koriste ga poslovni partneri u međunarodnom prometu na temelju čvrsto uspostavljenih poslovnih odnosa i međusobnog povjerenja
- bankarska garancija – osigurava se plaćanje i izvršavanje ugovorenih obveza

Već je spomenuto kako u međunarodnom prometu robe postoji mogućnost nastanka problema vezanih uz naplatu robe. Stoga je važno da svi sudionici pažljivo prate vjerodostojnost dokumenata jer postoji mogućnost krivotvorenja istih. Najčešći krivotvoreni dokumenti su tovarni list i teretnica jer ujedno predstavljaju i vrijednosni papir.



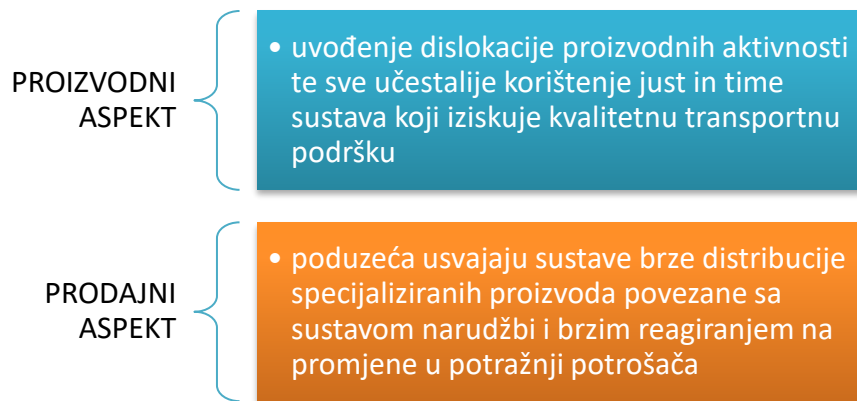
Slika 3.5. Mogućnosti prijevare i akcije za suzbijanje prijevara u međunarodnom prometu [1]

U cilju lakše naplate isporučene robe izvozcima se preporuča otvaranje inozemnog računa u zemlji izvoza jer će se tako roba lakše naplatiti. Ukoliko se strane ne mogu dogovoriti na način da se roba prvo plati pa onda isporučiti, potrebno je u ugovor staviti dodatna jamstva ili koristiti depozit kupca. Osim toga, ugovor mora biti sklopljen jasno i precizno kako kasnije nebi došlo do problema. Također, pojava interneta uzrokovala je pojavu „kibernetskog kriminala“, a organizacije diljem svijeta se bore kako bi se izbjegle internetske prijevare.

3.5. Suvremeni pristup modeliranja logističkih strategija

Logistika je u suvremenom poslovanju postala jedno od glavnih čimbenika postizanja konkurentskih prednosti, a sve kako bi odgovorila na nove tržišne trendove:

- „sve zahtjevniji potrošači
- skraćivanje životnog ciklusa proizvoda
- skraćivanje vremena potrebnog za dostavu proizvoda
- pojava i upotreba novih tehnologija
- globalizacija i jačanje konkurencije
- rast elektroničke trgovine
- outsourcing“ [11]

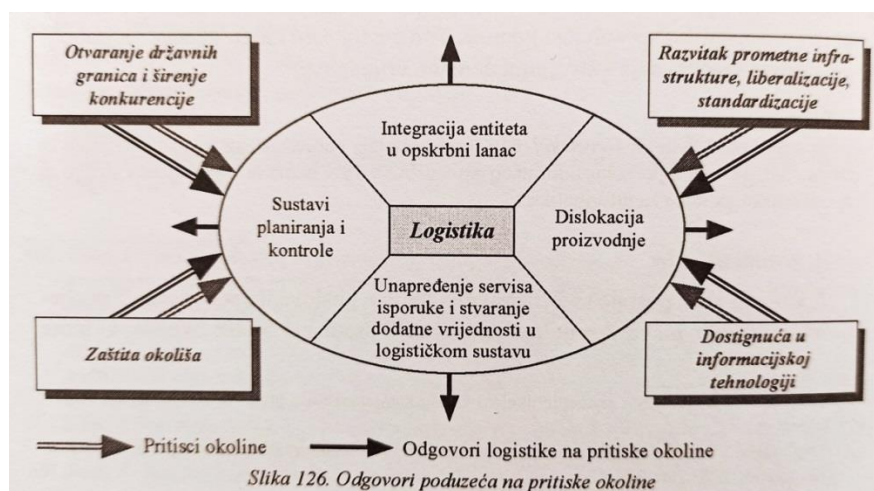


Slika 3.6. Promjene u transportnoj logistici u suvremenom poslovanju [11]

Navedeni trendovi utjecali su na potrebu za razvojem novih logističkih strategija koje će omogućiti iskorištavanje pozitivnosti, a izbjegavanje negativnosti globalizacije. „Pod logističkom strategijom podrazumijeva se vještina upravljanja i kontrole operacija koje se odnose na ostvarivanje logističkih ciljeva“ [1].

Logističke strategije provode se pomoću strateških odluka koje se odnose na:

- „integriranje sudionika distribucijskog kanala u opskrbni lanac
- planiranje i kontrolu zaliha
- dislokaciju proizvodnje
- unapređenje usluga kupcima“ [1]



Slika 3.7. Odgovori poduzeća na pritiske okoline [1]

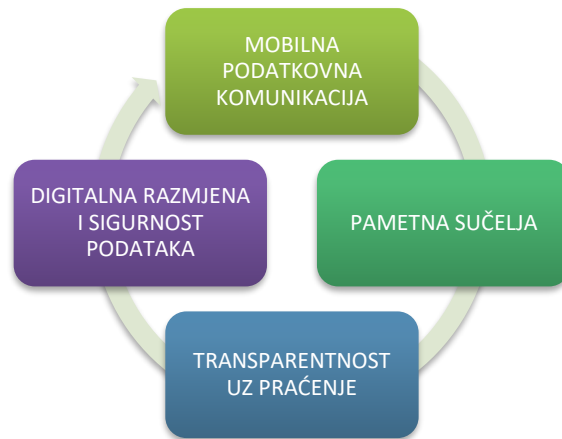
Može se primijetiti kako pritisci okoline nisu logističkog karaktera, ali je logistika jedna od najvažnijih funkcija u poduzeću koja na njih može uspješno odgovoriti. Zbog novonastalih uvjeta na tržištu logistička strategija nije samo dio opće strategije nego postaje „integrirajuća snaga i ključni čimbenik pri nastupu poduzeća na tržištu“ [1].

Kako bi se logistika nosila s suvremenim trendovima, nije dovoljno koristiti klasična marketinška rješenja koja se odnose na 4P (proizvod, cijena, promocija i mjesto isporuke), već se uvode nove vrste kapitala i vrijednosti, a tu se ponajviše misli na intelektualni kapital koji se prema mnogima smatra razvojnim resursom logističkih kompanija za 21. stoljeće. Intelektualni kapital smatra se čimbenikom efikasnog osmišljavanja logističkih procesa, a djelotvorno primjenjeno znanje u funkciji proizvodnje i unapređenja postojećih kreiranja novih logističkih usluga, pripada primarno mjesto u stjecanju konkurentskih prednosti na tržištu.

3.6. Logistika i web trgovina

Prije desetak godina hrvatska su poduzeća prepoznala prednosti i mogućnosti web trgovine što je značajno utjecalo na promjene u logističkom poslovanju. „Logistika je prisiljena pratiti sve promjene u novim kanalima prodaje koji se pojavljuju. Narudžbe koje dolaze online preko internetskih trgovina potrošače opskrbljuju direktno i komadno te se transportiraju pojedinačno kombi vozilima“ [12]. Povezano s time, kao dobro rješenje prilagodbe trendovima razvoja logistike u svrhu opskrbe na području web trgovine javlja se outsourcing. Upravo tako svako ozbiljnije poduzeće upravlja procesima i troškovima u cilju realiziranja veće dobiti i konkurentnosti. „Hrvatskim je poduzećima otvaranje granica omogućen ulazak u utakmicu gdje su veliki logistički igrači na domaćem terenu, što za Hrvatsku čini veliki izazov. U HGK navode kako su logističke tvrtke s EU pedigreeom otvaranjem granica ubrzale protok roba, čime je položaj domaćih logističara postao nezahvalan. Pozitivan efekt pristupanja EU je definitivno ubrzan protok roba“ [13].

Preduvjeti za uspješno poslovanje logističke industrije u Hrvatskoj još uvijek nisu dovoljno razvijeni, a tu se posebice misli na kvalitetu infrastrukture te vrijeme isporuke. U Hrvatskoj se godinama preslabo ulagalo u sve vrste prometa (izuzev cestovnog) što za posljedicu ima probleme u brzini i kvaliteti isporuke – posebice vezano uz web trgovinu.



Slika 3.8. Ključni elementi za budućnost logistike [14]

Kao što se može vidjeti na slici 3.8. ključni elementi za budućnost logistike su mobilna podatkovna komunikacija, pametna sučelja, transparentnost uz praćenje te digitalna razmjena i sigurnost podataka. Ti elementi omogućuju adekvatno zadovoljavanje sve većih potreba kupaca za dobivanjem naručenog proizvoda u što kraćem vremenu i na što jednostavniji način.

Najveća razlika između distribucije nekad i danas ogleda se u tome što se nekad distribucija podrazumijevala uglavnom u fizičkom obliku, dok danas, zbog samog sadržaja i vrste proizvoda koji se distribuiraju, to više nije slučaj – glazba, software, filmovi i sl. Tako je razmjena preko Interneta i drugih kanala u stalnom porastu pa takva distribucija postaje normalnom, odnosno klasičnom. Tu je riječ o digitalnoj, odnosno online distribuciji.

U posljednje vrijeme sve se češće spominje robotizirani pristup u međunarodnoj distribuciji, odnosno princip autonomnog logističkog robota koji će se samostalno i neovisno kretati među robom, ljudima i drugim logističkim vozilima, njegov rad temelji se na vizualnoj percepciji, metodama dubokog učenja sa stereoskopskim kamerama te smanjenju troškova.

4. AKTIVNOSTI LOGISTIKE I DISTRIBUCIJE NA PRIMJERU PODUZEĆA

U nastavku će biti prikazan primjer aktivnosti logistike i distribucije na poduzeću Ivančica, jedne od najpoznatijih i najvećih proizvođača obuće na prostoru Republike Hrvatske.

4.1. Općenito o poduzeću

Poduzeće Ivančica d.d. osnovano je 1946. godine kao Postolarska zadruga Ivančica u koju se udružilo 10 ivanečkih postolara. S vremenom se opseg posla naglo povećavao, a najviše su se proizvodile cipele za potrebe vojske i policije te zaštitna obuća u proizvodnim djelatnostima. Postupnim udruživanjima i transformacijama poduzeće je 1973. godine osnovano kao Ivančica, a s vremenom započinje i izvoz prvih proizvoda na područje Njemačke. Kasniji rast utjecao na proširenje proizvodnih kapaciteta, a 70e i 80e važne su kao godine intenzivnog rasta i razvoja poduzeća.



Slika 4.1. Proizvodni pogon Ivančica d.d. [15]

Nakon uspostave nezavisne države Hrvatske poduzeće je privatizirano te nastavilo djelovati kao dioničko društvo. Razvoj novih vlastitih brendova utjecao je na dugoročnu suradnju s austrijskom tvornicom obuće Paul Green. Godine 2013. poduzeće je postalo većinski vlasnik

poduzeća Bambi d.o.o., poznatog varaždinskog proizvođača obuće. Poduzeće je pretežito izvozno orijentirano (70% proizvoda izvozi) te zapošljava 700 – tinjak zaposlenika. U Hrvatskoj posjeduje 30 – ak maloprodavaonica, a diljem svijeta putem prodajne partnerske mreže više od 600.

Kako navode u poduzeću, smatraju da čovjek dnevno napravi više od 18.000 koraka pa im to predstavlja veliku odgovornost zbog čega svojim potrošačima nude visokokvalitetne i zdravstveno ispravne proizvode čija se proizvodnja temelji na zaštiti zdravlja i okoliša.

Vizija poduzeća – „naša vizija temelji se na povećanju tržišnog udjela na stranim tržištima uz najkvalitetnije, najmodernije i najudobnije cipelice“ (Ivančica.hr, 2020). Misija poduzeća – „Stvaramo inovativnu, visokokvalitetnu i funkcionalnu obuću koja nastaje u poticajnom okruženju, na zadovoljstvo kupaca, zaposlenika i vlasnika“ [13]. Veliki naglasak poduzeće stavlja na brigu o okolišu, stoga posjeduju certifikat 14001:2015 te su korisnici znaka ZelEn – prijatelj prirode.

4.2. Poslovanje poduzeća

U 2018. godini poduzeće je u odnosu na godinu ranije ostvarilo rast poslovnih prihoda od 7% što je posljedica povećanog izvoza. Najveća investicijska ulaganja odnose se na izgradnju logističko distributivnog centra „koji ima za cilj optimizirati uvjete za skladištenje, pakiranje i otpremu robe kupcima u ugovorenim količinama i ugovorenim rokovima isporuke“ [13].

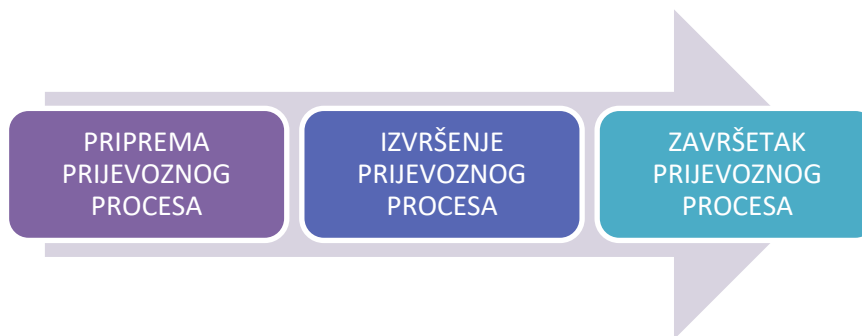
U istoj godini od ukupnih prihoda od prodaje, 77% ostvareno je u izvozu što govori u korist činjenici kako je Ivančica d.d. pretežito izvozno orijentirano poduzeće. Prihod od prodaje vlastitih proizvoda tako su 2018. godine iznosili 79,2 milijuna kuna što je u odnosu na godinu ranije povećanje od 28%. Najznačajnije zemlje u koje poduzeće izvozi svoje proizvode su Njemačka, Francuska i Ujedinjeno Kraljevstvo, s time da je predvodnik Njemačka u koju poduzeće plasira preko 50% svojih proizvoda, odnosno 52%, a slijede Francuska s 8% te UK s 7%.

4.3. Distribucijske i logističke aktivnosti poduzeća s inozemnim tržištem

Nakon ulaska Republike Hrvatske u Europsku uniju u neku su ruku prekinute aktivnosti obavljanja izvožno – uvoznih carinskih kontrola na državnim granicama zemalja članica pa se od tada može govoriti o robnoj razmjeni između zemalja, a ne o uvozu/izvozu robe. To znači da hrvatski gospodarstvenici i gospodarstvenici drugih zemalja EU uvoze/izvoze robu bez obavljanja prijašnjih carinskih formalnosti.

Temeljna isprava koju poduzeće Ivančica d.d. koristi kako bi dokazala carinski status robe Unije jest T2L dokument koji prati robu tokom njenog kretanja po zemljama Unije. Kao zamjenu za jedinstvenu carinsku deklaraciju poduzeće koristi sustav prikupljanja podataka o robnoj razmjeni nazvan Intrastat na temelju kojeg Unija prati tok robe među zemljama članicama. Prilikom izvoza robe poduzeće, uvoznik ili treća osoba mora ispuniti Intrastat obrazac koji služi kao izvještajna jedinica.

S obzirom da Ivančica d.d. većinu robe izvozi u zemlje članice EU kontrole su puno manje, ali ipak postoje određeni obrasci i dokumenti. U ovom slučaju špediter ili otpremnik nisu potrebni sve do trenutka predaje ranije spomenutog Intrastat obrasca i to Carinskoj upravi. Prijevozni postupak u ovom se poduzeću odvija u fazama prikazanim u nastavku.




Slika 4.2. Faze prijevoznog postupka u poduzeću Ivančica d.d. [13]

U prvoj fazi prijevoznog procesa sklapa se ugovor s prijevozničkim poduzećem Međimurje Express d.o.o. u kojem se definiraju uvjeti po kojima će prijevoznik otpremiti robu na određeno mjesto, a proizvođač platiti u skladu s ugovorom. Na temelju ugovora prijevozno poduzeće odabire prijevozno sredstvo, prijevozni put te izdaje račun, međunarodni tovarni list koji prati robu u cijeloukupnom procesu, obavezno mora biti ovjeren od svih strana

(pošiljatelja, primatelja i prijevoznika). Uz međunarodni tovarni list obavezna je faktura ili otpremnica. U drugoj fazi vozač dolazi ili do proizvodnog pogona poduzeća ili do distributivnog centra, utovaruje robu te ju uz međunarodni tovarni list i prateću izvoznu ispravu istovaruje na dogovorenom istovarnom području. S obzirom da između zemalja članica više ne postoji carinjenje robe, vozač prolazi isključivo policijsku kontrolu. U posljednjoj fazi vozač se vraća u sjedište svog poduzeća te priprema vozilo za naredni prijevozni postupak. Disponent preuzima međunarodni tovarni list, prateću izvoznu ispravu i provodi daljnje aktivnosti obračuna troškova, isplativosti prijevoza i sl.

U skladu s zakonima i pravilima, Ivančica d.d. je dužna ispuniti Intrastat obrazac za sve takve postupke za prošli mjesec. Postoje specijalizirana poduzeća koja ispunjavaju takve obrasce, a analizirano poduzeće koristi usluge poduzeća Zagrebšped d.o.o. Na temelju svih dostavljenih faktura od strane Ivančice d.d. za prethodni mjesec, Zagrebšped d.o.o. obavlja daljnje poslove predaje Intrastat obrasca na temelju tih faktura za prethodni mjesec.

INTRASTAT 

1. Podaci o izvještajnoj jedinici OIB: 36020246002 Naziv: Ivančica d.d. Adresa: Ivanec, P. Preradovića 12		0 TOK ROBE 2							
4. Podaci o deklarantu: OIB: HR02573674713 Naziv: Zagrebšped d.o.o. Adresa: Vodovodna 20a, Zagreb Zemlja: Hrvatska		5. Carinarnica Varaždin Odjel za Intrastat Vilka Novaka 48c HR - 42000 Varaždin Hrvatska							
2. Razdoblje izveštavanja 01 2019	3. Ukupan broj stavaka 00930	6. Vrsta obrasca I	7. Evidencijski broj 1400016539						
9. Stavka 00030	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center; font-weight: bold; font-size: 1.2em;">UKUPNO</td> <td style="padding: 5px;"> 17. Neto masa (kg) 594667,000 </td> <td style="padding: 5px;"> 18. Količina u jedinicu mjera </td> </tr> <tr> <td></td> <td style="padding: 5px;"> 19. Fakturna vrijednost (kn) 580000,000 </td> <td style="padding: 5px;"> 20. Statistička vrijednost (kn) 580000,000 </td> </tr> </table>		UKUPNO	17. Neto masa (kg) 594667,000	18. Količina u jedinicu mjera		19. Fakturna vrijednost (kn) 580000,000	20. Statistička vrijednost (kn) 580000,000	8. Datum 27.05.2020.
UKUPNO	17. Neto masa (kg) 594667,000	18. Količina u jedinicu mjera							
	19. Fakturna vrijednost (kn) 580000,000	20. Statistička vrijednost (kn) 580000,000							

Slika 4.3. Prvi dio Intrastat obrasca za otpremu robe u zemlje EU [16]

Dakle, u prvoj fazi Zagrebšped d.o.o. dobiva sve fakture za prošli mjesec, a svaka je faktura vezana uz određeni posao koji dobiva broj pozicije te se pod tim brojem otvara posebna pozicijska mapa. U drugoj fazi slijedi obrada podataka te se ispunjava Intrastat obrazac, dok faza zaključivanja posla uključuje obračun i fakturiranje i isporučivanje fakture poduzeću Ivančica d.d. Na kraju slijedi saldiranje, naplata te arhiviranje pozicijske mape. Dokumenti koji se još koriste u takvom postupku prikazani su u nastavku.

EUROPSKA ZAJEDNICA		VRSTA DEKLARACIJE (1)		19HR030325E0109863		
PRATEĆA IZVOZNA ISPRAVA	Podizatelj/izvoznik (2) Br. HR53925646045 IVANČICA d. d. Petra Preradovića 12 42240 Ivanec HR	EX	Y	Dotič (PO (32))	---	
	Primatej (8) Br. --- PROEKSIM DOD JEVREJSKA 1 72000 ZENICA BA	Država (3)	001	Slp. ozn. (500)	002	S
		30446 (5)	3	Ukupno paketa (4)	98	
	Deklarant/Zastupnik (14) Br. HR53925646045 IVANČICA d. d. Petra Preradovića 12 42240 Ivanec HR	Referentni broj (7)		000-00-01142		
	Identitet prijevoznog sredstva pri polasku (18): A58M437K19A061	Sila načina plaćanja prijevoznih naklada (S20)		Sila zemlje izvoznice (15)		Sila zemlje odredišta (11)
Vrsta prijevoza na granici (25)	Mjesto robe (30)	Zastupnik osobe koje podnosi obrazac deklaracije (14b)		Br. ---		
Izlazni carinski ured (28) HR070521	Broj paketa (520)		---			
Oznake i brojevi - Broj(ovi) kontejnera - Broj i vrsta		Bruto masa (kg) (35)		579,000		
Pakiranje i opis robe (31)						
12 Br. stavka	Broj i vrsta paketa, komadi, corole i brojevi paketa (31/1)	Opis robe (31/2)				
Podizatelj/izvoznik (2)		Primatej (8)				
Identitet prijevoznog sredstva pri polasku (18)		Sila robe (33)				
Jedinstveni referentni broj podjke (7)		Siločena deklaracija/pratećna isprava (4b)				
Prateća isprava / pakete (44c)		Broj kontejnera (30/1)		Broj paketa (520)		
Poslovno nazivane (3a/2)		Površak (27)	Zemlja izvoza (15a)	Zemlja odredišta (17a)	Bruto masa (kg) (35)	
UMDG (44a)	Sila načina plaćanja prijevoznih naklada (S20)	Vrsta deklaracije (1)		Statistička vrijednost (4c)	Neto masa (kg) (38)	
1	98 CT(Karton) BEZ OZNAKA			Obuća s vanjskim potplatom od plastične mase i s gornjim dijelom od kože; ostala obuća; koja pokriva gležanj; ostala; koja pokriva gležanj, ali ne i dio lista, s unutarnjom dužinom; manjom od 24 cm, art. DJEČJA GLEŽNJACA		
---				44039111 00 0000 0000		
---	N730(Cestovni tovarni list) 237/27.11.2019. N380(Komercijalni račun) 6900/V01/1, 26.11.2019. Y900(Deklarirana roba nije predmetom Washingtonske konvencije (CITE5)) BB Y922(Roba različita od mačjeg ili psećjeg krzna obuhvaćenog Uredbom (EC) br. 1523/2007 (Oj L 343)) BB C512(SDE - Odobrenje za uporabu pojednostavnjene deklaracije (stupac 7a Priloga A Delegiranoj uredbi (EU) 2015/2446)) HRSDIE/HR030554/2019/000023 N864(Izjava na računu ili izjava o podrijetlu koju je sastavio bilo koji izvoznik na računu ili drugoj komercijalnoj ispravi) 6900/V01/1, 26.11.2019.			---		
SV003(Troškovi prijevoza/osiguranja koji se uključuju/ isključuju kod SV kod izvoza) 899.42		1000	---	---	401,000	
---				90,678,00		
---				351,180		

Slika 4.4. Prateća izvozna isprava [16]

Na slici 4.4. prikazana je prateća izvozna isprava koja služi kao dopuna izvoznom poslu, a dobiva se na temelju podataka dobivenih iz izvozne deklaracije, odnosno podataka koji prate Intrastat obrazac u izvoznom postupku. Na njoj se nalaze podaci o obje ugovorne strane i podaci vezani uz vrstu isprave – vrsta robe, oznaka robe, popis pratećih dokumenata i sl.

ADR-Beförderungspapier für Freigrenzentransporte nach 1.1.3.6 ADR

Absender	Empfänger
Firma	Firma
Paul-Green GmbH	Ivančica
HAAG 10	P.Preradovica 12
A-5163 Mattsee	HR-42240 Ivanec

Beförderte(s) gefährliche(s) Gut(Güter)

Produktbezeichnung	Versandstücke		Vollständige offizielle Klassifizierung nach ADR:	Menge je Versandstück	Mengen-einheit	Gesamtmenge	x Faktor =	Gefahren-punkte
	Anzahl	Beschreibung						
ISA Verdünnern 330	3	Fass	UN 1993, entzündbarer flüssiger Stoff, N.A.G., (enthält Aceton, Ethylmethylketon), 3, VG II, (D/E)	9	kg	27	3	101
Isarment 5434	3	Fass	UN 1133, Klebstoffe, 3, VG II, (D/E), UMWELTGEFÄHRDEND	10	KG	30	3	106
Isarment 5437	4	Fass	UN 1133, Klebstoffe, 3, VG II, (D/E), UMWELTGEFÄHRDEND	10	KG	40	3	141
Isartrans Perfekt X	2	Fass	UN 1133, Klebstoffe, 3, VG III, (D/E), UMWELTGEFÄHRDEND	15	KG	30	1	35
Reiniger 10-14	5	Fass	UN 1263, Farbzubehörstoffe, 3, VG II, (D/E)	10	L	50	3	205
Ultraflex 4010 Y	4	Fass	UN 1133, Klebstoffe, 3, VG II, (D/E)	10	KG	40	3	136
Ultraflex 4814	6	Fass	UN 1133, Klebstoffe, 3, VG III, (D/E)	10	KG	60	1	69
Ultraflex PU/D	2	Kanister aus Stahl	UN 1133, Klebstoffe, 3, VG II, (D/E)	15	KG	30	3	112




Beförderung ohne Überschreitung der in Unterabschnitt 1.1.3.6 festgesetzten Freigrenzen

DATUM: 02.06.2020

SEITE 1 VON 2

Slika 4.5. ADR – sporazum o prijevozu opasnih tvari u Europi [16]

Prema slici 4.5. može se vidjeti isprava ADR koja prikazuje sporazum o prijevozu opasnih tvari u Europi, a koristi se za transport na cestovnom prometu vezan uz ambalažu, osiguravanje tereta te označavanje opasnih tvari. U poduzeću Ivančica ovaj dokument moraju imati svi vozači kamiona – ADR potvrda o osposobljenosti vozača vozila koji prevoze opasne tvari. Na temelju njega se definiraju svi postupci vezani uz transport opasnih tvari.

1 Pošiljalac (ime, adresa, zemlja) Expéditeur (nom, adresse, pays)		MEĐUNARODNI TOVARNI LIST LETTRE DE VOITURE INTERNATIONALE						237			
"IVANČICA" DD P. PRERADOVIĆA 12 42240 IVANEC, HRVATSKA		16 Prijevoznik (ime, adresa, zemlja) Transporteur (nom, adresse, pays)						A58M437/K19A061			
2 Primačac (ime, adresa, zemlja) PROEKSIM DOO JEVREJSKA 1 72000 ZENICA, BIH		17 Ostali prijevoznici (ime, adresa, zemlja) Transporteurs successifs (nom, adresse, pays)									
3 Mjesto isporuke (mjesto, zemlja, datum) ZENICA, BIH		18 Primjedbe i ograničenja prijevoznika Réserves et observations du transporteur									
4 Mjesto i datum preuzimanja pošiljke na prijevoz (mjesto, zemlja) Lieu et date de la prise en charge de la marchandise (lieu, pays) Ivanec, 27.11.2019.											
5 RN/6900/V01/1											
6 Oznaka broj Margues et numéros	7 Broj koleta Nombre des colis	8 Vrsta ambalaže Nature de l'emballage	9 Vrsta robe Désignation des marchandises	10 Statistički broj No. statistique	11 Bruto težina, kg Poids brut, kg	12 Zapremina m ³ Volume m ³					
98 KARTONA OBUČE					579,00						
TOTAL:					579,00						
Razred Classe	Broj Chiffre	Slovo Lettre	ADR								
13 Uputstva pošiljalca (za carinske i druge radnje) Instructions de l'expéditeur exp: IVANČICA DD				19 Posebni dogovori Conventions particulières							
14 Odredbe o plaćanju vozarine / Prescriptions d'affranchissement <input type="checkbox"/> Plaća pošiljalac / Franco <input type="checkbox"/> Plaća primačac / Non Franco				20 Plaća A payer par		Pošiljalac Expéditeur		Valuta Monnaie		Primačac Le destinataire	
				Prijevazni troškovi Prix de transport							
				Sniženje Réductions							
				Ostatak Solde							
				Dodatak Suppléments							
				Ostali troškovi + Frais accessoires							
				UKUPNO TOTAL							
21 Ispostavljeno u Etabli à Ivanec, 27.11.2019.				15 Povratna Remboursement							
22 				23 				24 Pošiljku preuzeo: Marchandises reçues: Mjesto Lieu dana le 20			
Potpis i pečat pošiljalca Signature et timbre de l'expéditeur				Potpis i pečat primačaca Signature et timbre du destinataire							

Slika 4.6. Međunarodni tovarni list [16]

Međunarodni tovarni list u izvoznom postupku poduzeća Ivančica d.d. nezaobilazan je dokument, a smatra se obveznim dokumentom carinske deklaracije. To je određeni oblik

fakture koji se mora koristiti u postupku izvoza proizvoda na strano tržište. Na njemu se nalaze podaci o izvozniku, podaci o primatelju robe, naziv robe, težina tereta i sl. Nadalje, iako se u praksi počeo koristiti Intrastat obrazac, neki izvozni poslovi još se uvijek temelje na jedinstvenoj carinskoj deklaraciji (slika 4.7.).

EUROPSKA ZAJEDNICA					1 DEKLARACIJA		A CARINARNICA ODREDIŠTA	
B Primjerak za primatelja/izvoznika	2 Pošiljatelj/izvoznik SAMOSTALNA RADNJA MILAMI MORAVSKA BB 12000, POZAREVAC, XS Indikator AEO: 0 - NE				Br: ---		HR030325 RGP VARAŽ. I SL.ZONA 20.01.2020 08:33:49 MRN 20HR030325U0002271	
	8 Primateelj IVANČICA d. d. Petra Preradovića 12 42240, Ivanec, HR Indikator AEO: 0 - NE				Br: HR53925646045		9 Osoba odgovorna za financijsko porevničanje	
	14 Deklarant/Zastupnik [1] IVANČICA d. d. Petra Preradovića 12 42240, Ivanec, HR Indikator AEO: 0 - NE				Br: HR53925646045		15 Zemlja otpreme/izvoza Srbija	
	18 Identitet i nacionalnost prijevoznog sredstva u dolasku NS362TTAK995NS				19 KTR 0		20 Uvjeti isporuke EXW POZAREVAC	
	21 Identitet i nacionalnost aktivnog prijevoznog sredstva koje prelazi granicu XS				22 Valuta i ukupan iznos iz fakture EUR 42.214,58		23 Tečaj valute 7,43972400	
	25 Vrsta pr. na gra. 3				26 Vrsta pr. u unut. 3		27 Mjesto istovara	
	29 Carinarnica ulaska HR070386				30 Mjesto robe VOZILO		32 Br.	
	34 Sif. zem. podr. a				35 Bruto masa (kg) 1.980,000		36 Prefer.	
	37 Postupak				38 Neto masa (kg)		39 Kvota	
	44/1 Instrument osiguranja: (J0008) (11002/2017/0067/7/HR53925646045)				41 Posebna mjerna jedinica		42 Vrijednost stavke	
48 Odgođeno plaćanje				49 Oznaka skladišta		45 Statistička vrijednost		
43 Mjesto i datum Ivanec, 20.01.2020.				Potpis, ime i prezime deklaranta/zastupnika: HR53925646045, Malčić Jasminka Malčić Jasminka, deklarant		53 Određena carinarnica (i zemlja)		
54 Mjesto i datum Ivanec, 20.01.2020.				Potpis, ime i prezime deklaranta/zastupnika: HR53925646045, Malčić Jasminka Malčić Jasminka, deklarant		55 Određena carinarnica (i zemlja)		

Slika 4.7. Jedinstvena carinska deklaracija [16]

Na slici 4.7. može se vidjeti primjer jedinstvene carinske deklaracije na kojoj se nalaze podaci o pošiljatelju i primatelju (ugovorne strane), deklarantu, jamstva, osiguratelj i drugi podaci koji prate robu. Jedan od najvažnijih dokumenata i isprava bez koje izvozni postupak ne može postojati jest račun koji prikazuje naziv poduzeća, proizvode koji su izvezeni te iznose vezane uz postupak.

"NOVA IVANČICA" d.o.o.
Proizvodnja obuće

Kozarac, 02.06.2020
Strana : 1

"NOVA IVANČICA" d.o.o. Proizvodnja obuće
Prijedor, 4. jula bb, 79202 Kozarac, B i H Republika Srpska
Tel: +387 52 346 222, + 387 52 346 210 Fax: + 387 52 346 220

Matični broj : 11021026
JIB: 4402639690003
Žiro-račun br.: 5512051126089417, Unicredit bank a.d., Banja Luka
Marije Bursać 7, 78000 Banja Luka, B i H
Account Nr.: 29021426001
S.W.I.F.T. Code: BLBABA22 IBAN: BA395514904800352614

225440

RAČUN br. 2020/230/19

IVANČICA d.d.
Proizvodnja obuće i trgovina
Petra preradovića 12
42240 Ivanec, HRVATSKA

Ugovor o poslovnoj suradnji : U-NI-1/2015

VAT: HR53925646045

ARTIKL	O P I S	JedMj	KOLIČINA	CIJENA EUR	UKUPNO EUR	TARIFNI BROJ
G1700261-1	Gornji dijelovi obuće	Par	110	1,710	188,10	640610900
G1700263	Gornji dijelovi obuće	Par	180	1,880	338,40	640610900
G1700265	Gornji dijelovi obuće	Par	221	1,200	265,20	640610900
G2110092-3	Gornji dijelovi obuće	Par	24	6,140	147,36	640610100
G2130204	Gornji dijelovi obuće	Par	54	2,790	150,66	640690300
G2130204-1	Gornji dijelovi obuće	Par	47	2,790	131,13	640690300
G2130212-5	Gornji dijelovi obuće	Par	79	4,420	349,18	640690300
G2130212-8	Gornji dijelovi obuće	Par	40	4,310	172,40	640690300
G3110151-3	Gornji dijelovi obuće	Par	47	6,500	305,50	640610100
G3110152-1	Gornji dijelovi obuće	Par	78	6,240	486,72	640610100
G3160130-5	Gornji dijelovi obuće	Par	67	5,700	381,90	640610100
G3160131-3	Gornji dijelovi obuće	Par	74	5,180	383,32	640610100
G1700261-1	Tabanice/ispune	Par	110	0,110	12,10	640690900
G1700263	Tabanice/ispune	Par	180	0,110	19,80	640690900
G1700265	Tabanice/ispune	Par	221	0,120	26,52	640690900
G2110092-3	Tabanice/ispune	Par	24	0,050	1,20	640690900
G3110151-3	Tabanice/ispune	Par	47	0,020	0,94	640690900
G3110152-1	Tabanice/ispune	Par	78	0,020	1,56	640690900
G3160130-5	Tabanice/ispune	Par	67	0,020	1,34	640690900
G3160131-3	Tabanice/ispune	Par	74	0,050	3,70	640690900

TOTAL : **3.367,03**

Pakovanje: 16 kartona
Paritet: exw Kozarac
Plaćanje : 30 dana nakon isporuke
Težina : Bruto 300,00 kg, Neto 286,19 kg
Napomena: Odobrenje br. 03/6-2-/I-18-3-UP/I-673/20

Vrijednost usluge : EUR 3.367,03
Vrijednost materijala : EUR 9.045,77
UKUPNO : EUR 12.412,80

Potpisnik : Suzana Marčetić

Oslobođeno PDV Član 27. zakona o PDV, službeni glasnik BIH broj 09/05 od 24.02.2005.

Slika 4.8. Račun [16]

5. ZAKLJUČAK

Međunarodni protok roba može se definirati kao transformacija istih od točke A do točke B, odnosno između proizvođača i kupaca, a među različitim zemljama. Distribucija i logistika temeljne su aktivnosti koje taj proces omogućuju.

Nakon ulaska Republike Hrvatske u Europsku uniju došlo je do značajnih promjena u uvoznoj i izvoznoj praksi kada je riječ o robnoj razmjeni između zemalja EU. Ulaskom u Uniju Hrvatska je postala dio jedinstvene carinske unije gdje se roba slobodno kreće između zemalja članica, nema carinskog nadzora niti se ne koriste dokumenti koji su se raniji koristili, što znači da EU propisuje jedinstveni sustav protoka roba između članica. Najveća novina vezana je uz uvođenje dokumenta Intrastat koji je u funkciji dosadašnje jedinstvene carinske deklaracije i osnova je za sve postupke vezane uz protok roba na području EU.

S obzirom da analizirano poduzeće Ivančica d.d. većinu svojih proizvoda izvozi na tržišta zemalja Europske unije u svojim uvoznim i izvoznim postupcima koristi dokument Intrastat. Prijevozni postupak vrlo je jednostavan i odvija se kroz tri faze. U prvoj fazi prijevozni se proces priprema, a drugoj fazi izvršuje dok se u trećoj završava. Kao i druga poduzeća, Ivančica d.d. ima svoju špeditersku firmu s kojom surađuje, a to je Zagrebšped d.o.o. Na temelju dostavljenih faktura za mjesec ranije kooperant izrađuje izvješće Intrastat koji je osnova svakog izvoznog/uvoznog posla između zemalja članica.

Može se zaključiti kako su distribucija i logistika veoma važne i neophodne aktivnosti za odvijanje poslovnog procesa, a poseban naglasak je na izvoznim poduzećima koja se u postupku otpreme susreću s brojnim poteškoćama i administrativnim ograničenjima. Ulaskom u EU poduzećima Republike Hrvatske i drugih zemalja članica bitno je olakšana i ubrzana razmjena robe što pogoduje rastu gospodarstva ali i većim mogućnostima svakog gospodarskog subjekta. U suvremenom poslovanju obje aktivnosti mogu bitno utjecati na poslovni uspjeh i ostvarivanje konkurentskih prednosti, poduzeća i gospodarstava u cjelini.

U Varaždinu, 21. rujna 2020.

IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, Denis Novoselec (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom Distribucija robe na inozemna tržišta (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Denis Novoselec
(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, Denis Novoselec (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom Distribucija robe na inozemna tržišta (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Denis Novoselec
(vlastoručni potpis)

LITERATURA

- [1] Šamanović, J.: Prodaja – distribucija – logistika, Ekonomski fakultet, Split, 2009.
- [2] Ahlert, G.: Distributionspolitik, Gustav Fischer Verlag, Stuttgart – New York, 1985.
- [3] Alfier, D.: Uvod u ekonomiku unutrašnje trgovine, Informator, Zagreb, 1967.
- [4] Ballou, H. R.: Business Logistics Management, Englewood Cliffs, New Jersey, 1992.
- [5] Jurum, G.: Europska unija uvodi nove mjere radi poboljšanja funkcioniranja jedinstvenog tržišta, RIF br. 8., 1997.
- [6] Kotler, P.: Upravljanje marketingom, Mate, Zagreb, 2001.
- [7] Marchand, B.: Distribution, Kopgan Page Limited, London, 1996.
- [8] Phofl, H. CH.: Logistiksysteme, Springer Verlag, Berlin – Heidenbert – New York – London – Paris – Hong Kong – Barcelona, 1990.
- [9] <https://www.bib.irb.hr/479365>, dostupno 26.02.2020.
- [10] https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2003_03_49_624.html, dostupno 16.04.2020.
- [11] <http://www.efos.unios.hr/upravljanjemarketingom/wpcontent/uploads/sites/431/2013/04/8.-predavanje.pdf>, dostupno 17.03.2020.
- [12] <https://www.poslovni.hr/domace/razvoj-internetske-trgovine-mijenja-sektor-logistike-222128>, dostupno 17.05.2020.
- [13] <https://www.jatrgovac.com/logistika-otvorenost-i-konsolidacija-trzista/>, dostupno 09.06.2020.
- [14] <https://www.hrvatskiprijevoznik.hr/ova-4-trenda-odreduju-buducnost-logistike/> (10.07.2020)
- [15] <https://www.ivancica.hr/tvornica/o-nama>, dostupno 20.06.2020.
- [16] Službeni dokument poduzeća Ivančica d.d.

POPIS SLIKA

Slika 2.1. Odnos logistike i distribucije	2
Slika 2.2. Definicija distribucije s dva aspekta	3
Slika 2.3. Temeljni cilj distribucije	4
Slika 2.4. Sudionici procesa distribucije	6
Slika 2.5. Načela fizičke distribucije.....	7
Slika 2.6. Oblici povezanosti u kanalima distribucije	11
Slika 3.1. Činitelji oblikovanja međunarodnog logističkog i distribucijskog sustava	14
Slika 3.2. Čimbenici izbora transportnog sredstva i transportnog puta	15
Slika 3.3. Modeli organizacije logističkog i distribucijskog sustava kod izravnog izvoza.....	18
Slika 3.5. Mogućnosti prijave i akcije za suzbijanje prijave u međunarodnom prometu ..	24
Slika 3.6. Promjene u transportnoj logistici u suvremenom poslovanju	25
Slika 3.7. Odgovori poduzeća na pritiske okoline	25
Slika 4.1. Proizvodni pogon Ivančica d.d.....	28
Slika 4.2. Faze prijevoznog postupka u poduzeću Ivančica d.d.	30
Slika 4.3. Prvi dio Intrastat obrasca za otpremu robe u zemlje EU.....	31
Slika 4.4. Prateća izvozna isprava	32
Slika 4.5. ADR – sporazum o prijevozu opasnih tvari u Europi	33
Slika 4.6. Međunarodni tovarni list.....	34
Slika 4.7. Jedinstvena carinska deklaracija	35
Slika 4.8. Račun	36

POPIS TABLICA

Tablica 2.1. Standardi elemenata distribucijskih usluga	8
Tablica 2.2. Vrste distribucijskih kanala	10
Tablica 3.1. Kriteriji za izbor privatnog ili javnog skladišta	19

Prilog 2. ADR

ADR-Beförderungspapier für Freigrenztransporte nach 1.1.3.6 ADR

Absender	Empfänger
Firma	Firma
Paul-Green GmbH	Ivanecia
HAAG 10	P.Preradovica 12
A-5163 Mattsee	HR-42240 Ivanec

Beförderte(s) gefährliche(s) Gut(Güter)

Produktbezeichnung	Versandstücke		Vollständige offizielle Klassifizierung nach ADR:	Menge je Versandstück	Mengen-einheit	Gesamtmenge	x Faktor =	Gefahren-punkte
	Anzahl	Beschreibung						
ISA Verdünner 330	3	Fass	UN 1993, entzündbarer flüssiger Stoff, N.A.G., (enthält Aceton, Ethylmethylketon), 3, VG II, (D/E)	9	kg	27	3	101
Isarment 5434	3	Fass	UN 1133, Klebstoffe, 3, VG II, (D/E), UMWELTGEFÄHRDEND	10	KG	30	3	106
Isarment 5437	4	Fass	UN 1133, Klebstoffe, 3, VG II, (D/E), UMWELTGEFÄHRDEND	10	KG	40	3	141
Isartrans Perfekt X	2	Fass	UN 1133, Klebstoffe, 3, VG III, (D/E), UMWELTGEFÄHRDEND	15	KG	30	1	35
Reiniger 10-14	5	Fass	UN 1263, Farbzubehörstoffe, 3, VG II, (D/E)	10	L	50	3	205
Ultraflex 4010 Y	4	Fass	UN 1133, Klebstoffe, 3, VG II, (D/E)	10	KG	40	3	136
Ultraflex 4814	6	Fass	UN 1133, Klebstoffe, 3, VG III, (D/E)	10	KG	60	1	69
Ultraflex PU/D	2	Kanister aus Stahl	UN 1133, Klebstoffe, 3, VG II, (D/E)	15	KG	30	3	112

Beförderung ohne Überschreitung der in Unterabschnitt 1.1.3.6 festgesetzten Freigrenzen

DATUM: 02.06.2020

SEITE 1 VON 2

ADR-Beförderungspapier für Freigrenzentransporte nach 1.1.3.6 ADR

Absender	<u>Empfänger</u>
Firma	Firma
Paul-Green GmbH	Ivancica
HAAG 10	P.Preradovica 12
A-5163 Mattsee	HR-42240 Ivanec

Beförderte(s) gefährliche(s) Gut(Güter)

Produktbezeichnung	Versandstücke		Vollständige offizielle Klassifizierung nach ADR:	Menge je Versandstück	Mengen-einheit	Gesamtmenge	x Faktor	Gefahren-punkte Summe
	Anzahl	Beschreibung						
	Summe							Punkte: 905
	29							
Summe der Beförderungskategorie:			Kategorie	Menge L od KG				
			2	217				
			3	90				



Beförderung ohne Überschreitung der in Unterabschnitt 1.1.3.6 festgesetzten Freigrenzen
 DATUM: 02.06.2020

SEITE 2 VON 2

Prilog 3. Međunarodni tovarni list (CMR)

EUROPSKA ZAJEDNICA				1 DEKLARACIJA		A CARINARNICA ODREDIŠTA HR030325 RGP VARAŽ. I SL.ZONA 20.01.2020 08:33:49 MRN 20HR030325U0002271		
8	2 Pošiljatelj/izvoznik SAMOSTALNA RADNJA MILAMI MORAVSKA BB 12000, POZAREVAC, XS Indikator AEO: 0 - NE			3 Obrasci 001 002		4 Tov. listovi		
	8 Primateļ IVANČICA d. d. Petra Preradovića 12 42240, Ivanec, HR Indikator AEO: 0 - NE			5 Stavke 1		6 Broj koleta 9 0004-2020		
	14 Deklarant/Zastupnik [1] IVANČICA d. d. Petra Preradovića 12 42240, Ivanec, HR Indikator AEO: 0 - NE			15 Zemlja otpreme/izvoza Srbija		16 Zemlja podrijetla Hrvatska		
	18 Identitet i nacionalnost prijevoznog sredstva u dolasku NS362TTAK995NS			19 KTR 0		20 Uvjeti isporuke EXW POZAREVAC		
	21 Identitet i nacionalnost aktivnog prijevoznog sredstva koje prelazi granicu XS			22 Valuta i ukupan iznos iz fakture EUR 42.214,58		23 Tečaj valute 7,43972400		
	25 Vrsta pr. na gra. 3			26 Vrsta pr. u unut. 3			27 Mjesto istovara	
	29 Carinarnica ulaska HR070386			30 Mjesto robe VOZILO			32 Br.	
	34 Sif. zem. podr. a			35 Bruto masa (kg) 1.980,000			36 Prefer.	
	37 Postupak			38 Neto masa (kg)			39 Kvota	
	41 Posebna mjerna jedinica			42 Vrijednost stavke			43 MV	
44/1 Instrument osiguranja: (J0008) (11002/2017/0067/7/HR53925646045)			Sifra HRK			45 Prilagodavanje		
46 Statistička vrijednost			48 Odgođeno plaćanje			49 Oznaka skladišta		
Obračun davanja			B POJEDINOSTI O OBRAČUNU LRN: 539256460452000000004 Datum puštanja robe: 20.01.2020. Dodatno jamstvo: 0,00 HRK Datum plaćanja davanja:					
Vrsta			Osnovica			Stopa		
Iznos			0,00			79.297,38		
Uk. iznos duga:			HRK			79.297,38		
Uk. iznos dod. jamstva:			HRK			0,00 R		
50 Glavni obveznik			Br.			Potpis:		
Zastupan po:			Mjesto i datum:			C CARINARNICA OTPREME		
Osiguranje ne vrijedi za			Sifra			53 Određena carinarnica (i zemlja)		
54 Mjesto i datum Ivanec, 20.01.2020.			Potpis, ime i prezime deklaranta/zastupnika: HR53925646045, Malčić Jasminka Malčić Jasminka, deklarant					
55 Status: Deklaracija završena			Datum zadnje izmjene: 20.01.2020.					

Ispis elektroničke deklaracije u skladu s čl. 225. Uredbe Komisije 2454/93.

Prilog 5. Račun

"NOVA IVANČICA" d.o.o.
Proizvodnja obuće

Kozarac, 02.06.2020

Strana : 1

"NOVA IVANČICA" d.o.o. Proizvodnja obuće
Prijedor, 4. jula bb, 79202 Kozarac, B i H Republika Srpska
Tel: +387 52 346 222, + 387 52 346 210 Fax: + 387 52 346 220

Matični broj : 11021026

JIB: 4402639690003

Žiro-račun br.: 5512051126089417, Unicredit bank a.d., Banja Luka

Marije Bursać 7, 78000 Banja Luka, B i H

Account Nr.: 29021426001

S.W.I.F.T. Code: BLBABA22 IBAN: BA395514904800352614

225440

RAČUN br. 2020/230/19

IVANČICA d.d.

Proizvodnja obuće i trgovina

Petra preradovića 12

42240 Ivanec, HRVATSKA

Ugovor o poslovnoj suradnji : U-NI-1/2015

VAT: HR53925646045

ARTIKL	O P I S	JedMj	KOLIČINA	CIJENA EUR	UKUPNO EUR	TARIFNI BROJ
G1700261-1	Gornji dijelovi obuće	Par	110	1,710	188,10	640610900
G1700263	Gornji dijelovi obuće	Par	180	1,880	338,40	640610900
G1700265	Gornji dijelovi obuće	Par	221	1,200	265,20	640610900
G2110092-3	Gornji dijelovi obuće	Par	24	6,140	147,36	640610100
G2130204	Gornji dijelovi obuće	Par	54	2,790	150,66	640690300
G2130204-1	Gornji dijelovi obuće	Par	47	2,790	131,13	640690300
G2130212-5	Gornji dijelovi obuće	Par	79	4,420	349,18	640690300
G2130212-8	Gornji dijelovi obuće	Par	40	4,310	172,40	640690300
G3110151-3	Gornji dijelovi obuće	Par	47	6,500	305,50	640610100
G3110152-1	Gornji dijelovi obuće	Par	78	6,240	486,72	640610100
G3160130-5	Gornji dijelovi obuće	Par	67	5,700	381,90	640610100
G3160131-3	Gornji dijelovi obuće	Par	74	5,180	383,32	640610100
G1700261-1	Tabanice/ispune	Par	110	0,110	12,10	640690900
G1700263	Tabanice/ispune	Par	180	0,110	19,80	640690900
G1700265	Tabanice/ispune	Par	221	0,120	26,52	640690900
G2110092-3	Tabanice/ispune	Par	24	0,050	1,20	640690900
G3110151-3	Tabanice/ispune	Par	47	0,020	0,94	640690900
G3110152-1	Tabanice/ispune	Par	78	0,020	1,56	640690900
G3160130-5	Tabanice/ispune	Par	67	0,020	1,34	640690900
G3160131-3	Tabanice/ispune	Par	74	0,050	3,70	640690900

TOTAL :

3.367,03

Pakovanje: 16 kartona

Paritet: exw Kozarac

Plaćanje : 30 dana nakon isporuke

Težina : Bruto 300,00 kg, Neto 286,19 kg

Napomena: Odobrenje br. 03/6-2-/I-18-3-UP/I-673/20

Vrijednost usluge : EUR 3.367,03

Vrijednost materijala : EUR 9.045,77

UKUPNO : EUR 12.412,80

Potpisnik : Suzana Marčetić