OBILJEŽJA ELEMENATA DISTRIBUCIJE U PRODAJNO-DISTRIBUCIJSKOM CENTRU

Galić, Anamarija

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:686340

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET

ZAVRŠNI RAD

OBILJEŽJA ELEMENATA DISTRIBUCIJE U PRODAJNO-DISTRIBUCIJSKOM CENTRU

Mentor:

doc. dr. sc. Pepur Mario

Student:

Galić Anamarija

Split, lipanj, 2018.

SADRŽAJ:

1. UVOD **1**
1.1. Definicija problema 1
1.2. Cilj rada 1
1.3. Metode rada 2
1.4. Struktura rada 2
2. DISTRIBUCIJA I ELEMENTI DISTRIBUCIJE S TEORIJSKOG ASPEKTA **3**
2.1. Pojam i uloga distribucije 3
2.1.1. Važnost korištenja posrednika 3
2.2. Distribucijski elementi – važnost i obilježja 5
2.2.1. Naručivanje i isporuka robe 6
2.2.2. Skladištenje robe 7
2.2.3. Upravljanje zalihama 8
2.2.4. Manipulacija robom 9
2.2.5. Transport 11
3. PROCES DISTRIBUCIJE NA PRIMJERU PODUZEĆA „BA-COM TRGOVINA“ D.O.O. **13**
3.1. Ba-com trgovina d.o.o. 13
3.1.1. Certifikati 13
3.1.2. HoReCa grupa 15
3.2. Ba-com Rogoznica 16
3.3. Distribucija 17
3.3.1. Naručivanje i isporuka robe – Ba-com kao kupac 17
3.3.2. Naručivanje i isporuka robe – Ba-com kao dobavljač 18
3.3.3. Skladištenje robe 20
3.3.4. Upravljanje zalihama 22
3.3.5. Manipulacija robom 23
3.3.6. Transport 26
4. ZAKLJUČAK **28**
LITERATURA **29**
SLIKE **30**
SAŽETAK **31**
SUMMARY **31**

1. UVOD

1.1. Definicija problema

U ovom radu će se razraditi obilježja distribucijskih elemenata u teoriji i njihovo funkcioniranje na praktičnom primjeru prodajno-distribucijskog centra Ba-com u Rogoznici. Kako je distribucija složen proces koji obuhvaća sve aktivnosti vezane za distribuciju raznih proizvoda od proizvođača, preko posrednika, pa sve do potrošača, jedan od problema s kojim bi se mogla susresti distribucijska poduzeća je optimalno i koordinirano funkcioniranje elemenata distribucije. Iako se svaki element može posebno opisivati i razraditi, potrebno je da oni koordinirano funkcioniraju. Samim time, ako poduzeća nisu posvetila dovoljno pažnje i pozornosti na određivanje pravila kojima će se voditi prilikom distribucije proizvoda, te ako poduzeća nisu donijela optimalne odluke pri izboru opreme i načina poslovanja, nastaju problemi koji mogu uvelike utjecati na poslovanje poduzeća, prvenstveno kad su u pitanju rokovi isporuke robe i zadovoljstvo kupaca. S obzirom da je danas vrijeme izuzetno dragocjeno, sporije obrađivanje narudžbi i isporuka mogu stvoriti nepotrebne troškove i probleme. Također, ako poduzeća pažljivo ne odluče o izboru prikladnih skladišta, može doći do problema vezanih za troškove održavanja, te do problema vezanih za držanje zaliha. Izbori o načinu manipulacije robom i njenom pakiranju mogu također utjecati na to hoće li roba biti dovoljno zaštićena. Ako roba nije dobro upakirana, može doći do raznih problema i oštećenja prilikom transporta robe. Uzevši u obzir da svaki element distribucije može stvoriti razne probleme ako poduzeća ne rade na njihovom poboljšavanju, ovaj rad je napisan kako bi se prikazalo na koje načine bi se rješavali problemi koji se odnose na ubrzanje i pojednostavljenje samog procesa distribucije robe do kupaca pomoću elemenata distribucije.

1.2. Cilj rada

Cilj završnog rada je da se na osnovu podataka prikupljenih iz literature objasni pojam distribucije i njena važnost, te pobliže opišu obilježja i važnosti naručivanja i isporuke robe, skladištenja, upravljanja zalihama, manipulacije robom i transporta u teoriji. Kod svakog elementa će se raščlaniti osnovne smjernice i pravila za efikasniji proces distribucije i samo poslovanje poduzeća. Također, cilj rada je da se usporede i prikažu obilježja svih distribucijskih elemenata na praktičnom primjeru prodajno-distribucijskog centra Ba-com u Rogoznici, te da se dobije uvid u funkcioniranje tih elemenata u poduzeću, i njihov utjecaj na pojednostavljenje distribucije robe do kupaca.

1.3. Metode rada

U ovom radu se koriste različite znanstvene metode istraživanja kako bi se došlo do što kvalitetnijih zaključaka u teorijskom, ali i praktičnom dijelu. Kod prikupljanja podataka za teorijski dio rada koriste se sekundarni izvori, odnosno literatura iz područja distribucije, s naglaskom na distribucijske elemente. Pri izradi teorijskog dijela rada koriste se metode analize i sinteze kako bi se složeni proces distribucije što jednostavnije raščlanio na naručivanje i isporuku robe, skladištenje, upravljanje zalihama, manipulaciju robom i transport, te kako bi svi ti elementi tvorili usklađenu cjelinu. Metodom deskripcije je svaki element zasebno opisan i objašnjen, a metodom klasifikacije su se određeni opći pojmovi razradili na posebne pojmove. Određeni podaci su predočeni grafičkim prikazom.

Pri izradi praktičnog dijela rada koriste se podaci raspoloživi na službenim stranicama Ba-com poduzeća, te informacije prikupljene od strane djelatnika poduzeća. Za terensko istraživanje je korištena metoda intervjua, odnosno razgovor sa djelatnikom poduzeća u svrhu dobivanja informacija potrebnih za izradu ovog rada. Kod ove metode se unaprijed odredio plan pitanja vezanih za elemente distribucije, kako bi se dobio uvid u proces distribucije u poduzeću.

1.4. Struktura rada

Završni rad podijeljen je u 4 dijela.

Prvi dio rada odnosi se na uvod u kojem se obrazlaže problem istraživanja, te ciljevi i metode rada pomoću kojih su prikupljene informacije za pisanje završnog rada.

Drugi dio rada je teorijski dio u kojem će se razraditi pojam i uloga distribucije, važnost i prednosti korištenja posrednika, te važnost i obilježja elemenata distribucije (naručivanje i isporuka robe, skladištenje, upravljanje zalihama, manipulacija robom i transport) s teorijskog aspekta.

U trećem dijelu rada su prikazani i opisani elementi distribucije, te njihovo funkcioniranje, na primjeru poslovanja prodajno-distribucijskog centra Ba-com u Rogoznici.

Četvrti dio rada sastoji se od zaključka i literature korištene pri izradi završnog rada. U zaključku su ukratko izneseni najvažniji dijelovi elemenata distribucije i kritički osvrt na cjelokupan rad.

2. DISTRIBUCIJA I ELEMENTI DISTRIBUCIJE S TEORIJSKOG ASPEKTA

2.1. Pojam i uloga distribucije

Distribucija je jedan od elemenata marketing miksa i predstavlja kretanje i put proizvoda od proizvođača do kupca, što obuhvaća razne aktivnosti od narudžbe proizvoda, skladištenja, upravljanja zalihama, manipulacije proizvoda, do transporta i isporuke proizvoda kupcu. Svrha distribucije je da se aktivnosti kretanja proizvoda od dobavljača do kupca odvijaju brzo i efikasno, u cilju smanjenja troškova prilikom skladištenja i prijevoza proizvoda.[1] Distribucijom se također postiže povećanje vrijednosti proizvoda, odnosno cijena koju kupci plaćaju za proizvode trebala bi biti viša od troškova nastalih proizvodnjom.[2] Što se tiče samog pojma distribucije, tu je potrebno razlikovati distribucijske kanale i fizičku distribuciju. Distribucijski kanali su zapravo put robe od proizvodnje do kupca, dok fizička distribucija predstavlja način na koji će ta roba doći do kupca.[3]

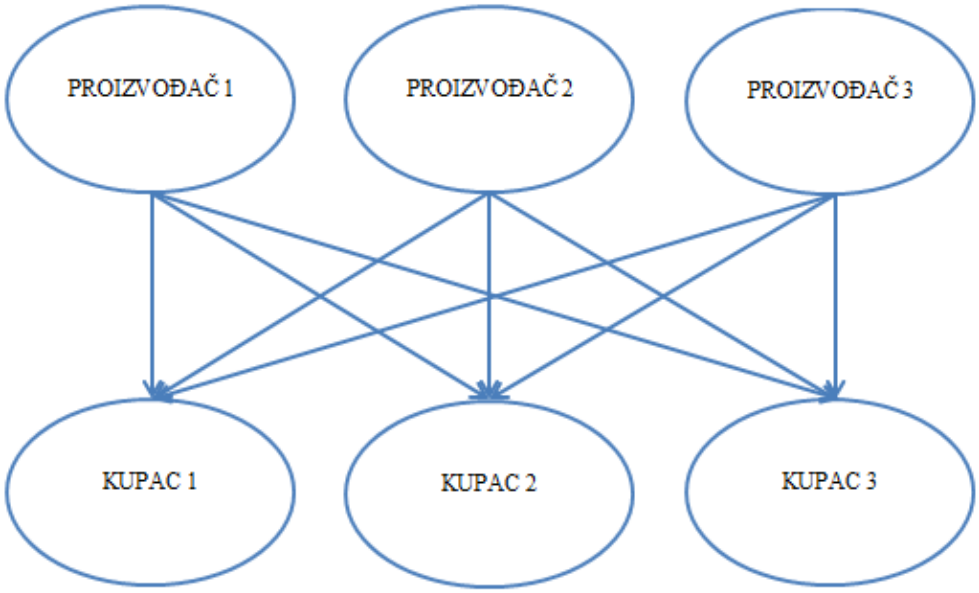
Prilikom razmatranja važnosti distribucije, potrebno je skrenuti pozornost i na prostornu i vremensku raspoloživost proizvoda kupcima. Teža dostupnost proizvoda donosi i veće cijene, a duže vrijeme čekanja predstavlja problem, što uglavnom negativno utječe na prodaju proizvoda potencijalnim kupcima.[4] Takvi problemi se rješavaju korištenjem posrednika u prodaji proizvoda.

2.1.1. Važnost korištenja posrednika

Kad je u pitanju distribucija proizvoda od proizvođača do potrošača, mnoga poduzeća koriste posrednike kako bi se poboljšala dostupnost proizvoda i smanjili troškovi distribucije. Kupcima je uglavnom potrebna roba različitih proizvođača u manjim količinama, a proizvođači proizvode svoju robu u velikim količinama, i tu su važni posrednici koji će od proizvođača kupovati velike količine robe, te zatim prodavati daljnjim kupcima količine koje su njima potrebne.[5]

[1] Marchant B. (1996.): Distribution – A practical guide to planning and operation, Kogan Page, London, str. 8
[2] Šamanović J. (2009.): Prodaja distribucija i logistika, Ekonomski fakultet, Split, str. 91
[3] Segetlija Z., Lamza-Maronić M. (2000.): Distribucija logistika informatika, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek, str. 11
[4] Martinović M. (2012.): Marketing u Hrvatskoj – 55 poslovnih slučajeva, MATE d.o.o., Zagreb, str. 332
[5] Kotler P., Armstrong G. (2016.): Principles of Marketing, Pearson Education Limited, Harlow, str. 378

Posrednike će koristiti poduzeća kojima je plaćanje posrednika isplativije nego da sami opskrbljuju trgovine i ugostiteljske objekte svojim proizvodima. Važnost posrednika također se ogleda u tome što posrednici vode računa o skladištenju i prijevozu proizvoda. Posrednici su specijalizirani za distribuciju proizvoda do kupaca, te im u prilog ide i upoznatost s tržištem. Na slici 1. je prikazana situacija u kojoj proizvođači posluju bez posrednika, te kako to utječe na stvaranje velikog broja kontakata i pravaca koje proizvođači moraju ostvariti s kupcima. Svaki od proizvođača u ovom slučaju izravno prodaje proizvod svakom od tri kupca, te se stvara sveukupno devet pravaca.[6] Ovakva situacija nije pogodna za proizvođače jer se proizvođači u ovom slučaju moraju fokusirati i na sve one aktivnosti kojima se inače bave posrednici, a tu se, između ostalog, ubrajaju i aktivnosti poput dostave proizvoda svakom kupcu, držanje velikih količina na skladištu i slično.[7]



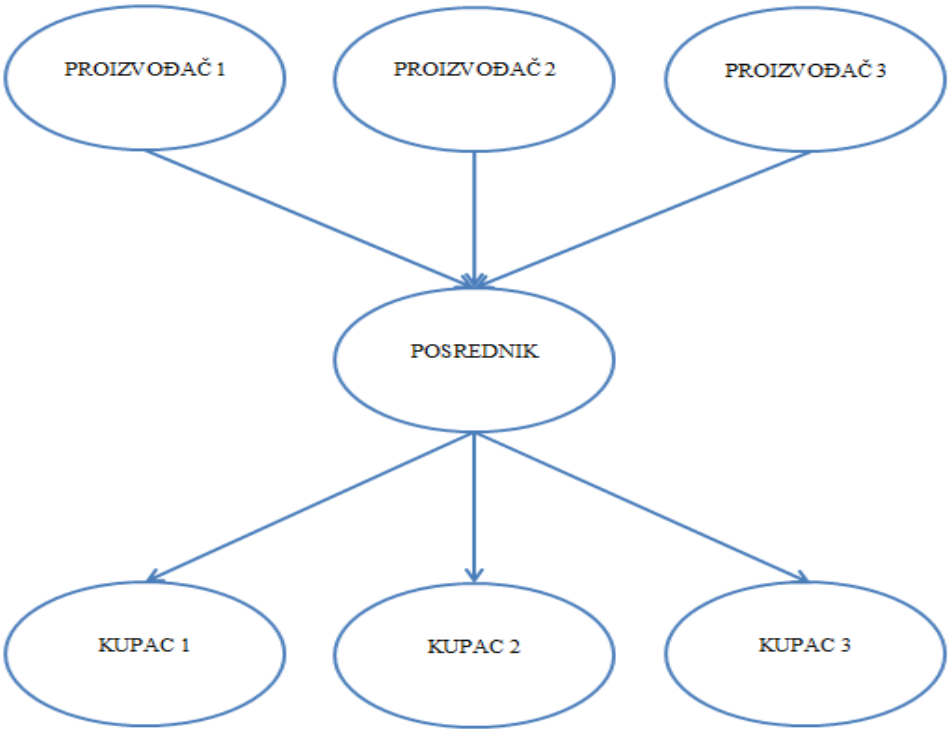
Slika 1: Prodaja bez korištenja posrednika

Izvor: Modificirano prema Tomašević Lišanin M., Palić M. (2004.): Marketing, Adverta d.o.o., Zagreb, str. 286

Za razliku od prethodne, slika 2. prikazuje kako se broj kontakata smanjuje kad se koristi posrednik za prodaju proizvoda. Proizvođači više ne moraju izravno prodavati

[6] Tomašević Lišanin M., Palić M. (2004.): Marketing, Adverta d.o.o., Zagreb, str.285-286
[7] Etzel M. J., Walker B. J., Stanton W. J. (2007.): Marketing, McGraw-Hill/Irwin, New York, str.379

proizvode svakom pojedinačnom kupcu, već to umjesto njih čini posrednik[8], a broj kontakata u ovom slučaju je šest.



Slika 2: Prodaja korištenjem posrednika

Izvor: Modificirano prema Tomašević Lišanin M., Palić M. (2004.): Marketing, Adverta d.o.o., Zagreb, str. 287

2.2. Distribucijski elementi – važnost i obilježja

Naručivanje i isporuka robe, skladištenje, upravljanje zalihama, manipulacija proizvodom i transport su elementi koji se ubrajaju pod fizičku distribuciju. Svaki od tih elemenata sa sobom nosi i niz odluka i raznih opcija između kojih se poduzeća moraju odlučiti kako bi poslovanje bilo najefikasnije. Tu su obuhvaćene razne odluke od onih većih poput odabira načina transporta i količine zaliha, pa sve do naizgled manjih odluka poput odabiranja vrste folije za pakiranje proizvoda. U cilju je da svi elementi fizičke distribucije optimalno funkcioniraju, odnosno da kupci budu zadovoljni uslugom, a troškovi budu što manji. Zahvaljujući napretku tehnologije i stalnim unapređenjima u području opreme i transportnih sredstava, ovi procesi se sve više pojednostavljuju i olakšava se posao.[9]

[8] Tomašević Lišanin M., Palić M. (2004.): op. cit., str. 287
[9] Segetlija Z., Lamza-Maronić M.(2000.): op. cit., str. 20-22

2.2.1. Naručivanje i isporuka robe

Naručivanje i isporuka robe su izrazito važni za distribuciju proizvoda potrošaču zato što se prilikom naručivanja i isporuke robe odvija razmjena informacija važnih za ispravnu i brzu dostavu robe kupcu. Također, vrijeme potrebno za obradu narudžbe i dostavu robe uvelike utječe na zadovoljstvo kupca uslugom. Kako bi isporuka robe bila što kvalitetnija, u cilju je da se osigura točna isporuka i da roba bude zaštićena od raznih lomova, te da se vrijeme od narudžbe do isporuke što više skrati tako da se odaberu optimalna prijevozna sredstva. Ovaj distribucijski element obuhvaća aktivnosti poput dostave narudžbe dobavljaču, obrade i pripreme narudžbe, te isporuke narudžbe i plaćanja isporučene robe.[10]

Proces distribucije robe započinje kad kupac pošalje narudžbu dobavljaču, a dobavljač ju zaprimi. Vrijeme zaprimanja narudžbe ovisi o načinu slanja narudžbe, a to može biti telefonski, putem faksa, elektroničke pošte i slično.[11] Kupac može poslati narudžbu na temelju ugovora sa dobavljačem, a i bez ugovora. Iznimno je važno da narudžba obuhvaća sve podatke koji se odnose na naručenu robu, kupca i dobavljača. Također, sve se narudžbe ispisuju u više primjeraka, a to ovisi o vrsti poduzeća i naručenoj robi.

Primitkom narudžbe započinje njena obrada. Prilikom obrade narudžbe dobavljač treba pregledati podatke na narudžbi i utvrditi njihovu točnost, te platežnu sposobnost kupca. Nadalje, potrebno je ustanoviti ima li u zalihama dovoljno proizvoda za sve narudžbe. Ukoliko dobavljač nema dovoljno proizvoda na zalihama, mora odabrati alternativno rješenje i odlučiti koliko će narudžba ispuniti, te kojim kupcima će dati prednost pri isporuci. Ako dobavljač na zalihama ima dovoljno proizvoda, prelazi se na pripremu narudžbe.

Priprema narudžbe obuhvaća aktivnosti vezane za prikupljanje robe za isporuku. U pripremu narudžbi spada i izdavanje dokumenata koji prate robu na putu do kupca. To su dokumenti poput otpremnice, tovarnog lista, liste pakiranja i slično. Ovisno o veličini narudžbe, postoje dvije vrste komisioniranja robe. Sumarno komisioniranje robe koristi se kad su u pitanju manje narudžbe, a zonsko komisioniranje se koristi kad su u pitanju velike narudžbe kod kojih je potrebno prikupljati robu po zonama.[12]

Otpremom narudžbe se realizira dostava robe kupcu, koju će kupac prilikom zaprimanja platiti. Pod otpremom narudžbe se također podrazumijeva i kretanje dokumenata s

[10] Šamanović J. (2009.): op. cit., str. 155-158
[11] Marchant B. (1996.): op. cit., str. 29
[12] Šamanović J. (2009.): op. cit., str. 159-164

robom.[13] Jedan od važnijih dokumenata koji prati robu je račun koji se uspoređuje s ostalim prijevoznim dokumentima. Prilikom dostave robe pregledavaju se prijevozni dokumenti te izvršava povrat trajne ambalaže. Kupac će pri preuzimanju utvrditi stanje robe i usporediti pristiglu robu s podacima koji su na dokumentima. Ovisno o karakteristikama robe, ona mora biti ispravna, bez ikakvih oštećenja i lomova. Ako se dogodi da je roba neispravna, kupac može od dobavljača tražiti manju cijenu, dostavu druge robe koja će biti ispravna, ili otklanjanje nedostataka.[14]

2.2.2. Skladištenje robe

Uzevši u obzir da većina poduzeća skladišti robu dok se ista ne proda, zadatak poduzeća je da odluči koliki broj skladišta je potreban, kakvu će vrstu skladišta imati, te na kojoj lokaciji.[15] Postoje brojne vrste, a prema funkciji skladišta mogu biti za pretovar, za izdavanje robe, te za razdiobu. Skladišta za pretovar služe samo za skladištenje robe na kratki rok, dok se skladišta za izdavanje uglavnom nalaze u blizini mjesta proizvodnje i služe za skladištenje već gotovih proizvoda. Skladišta za razdiobu su ona kod kojih se ravnomjerno i čuva i izdaje roba, što se najčešće viđa kod distribucijskih centara. Ako se gleda faktor gradnje skladišta, postoje zatvorena skladišta koja se uglavnom nalaze u zgradama, otvorena skladišta, te natkrivena skladišta koja su samo natkrivena krovom. Ovisno o tome, u skladištima se mogu čuvati gotovi proizvodi ili poluproizvodi, materijali, ambalaže i slično. Uzevši u obzir kako se obavljaju poslovi unutar skladišta i s kakvom tehnologijom, postoje skladišta u kojima se djelatnici koriste jednostavnijom opremom poput raznih kolica i viljuškara. Za razliku od takvih mehaniziranih skladišta gdje velik dio posla obavljaju djelatnici, u automatiziranim i robotiziranim skladištima je naglasak na računalnom upravljanju.[16]

Također, važan kriterij pri odabiru skladišta je i lokacija, kako bi dostava proizvoda do kupca bila što jednostavnija i brža. Odabir lokacije skladišta ovisi o raznim činiteljima, poput prometne infrastrukture i povezanosti s drugim mjestima. Nadalje, lokacija ovisi i o udaljenosti potrošača. Cilj je da se odabere lokacija koja će biti relativno blizu svim kupcima

[13] Marchant B. (1996.): op. cit., str. 32
[14] Šamanović J. (2009.): op. cit., str. 166-167
[15] Kotler P., Armstrong G. (2016.): op. cit., str. 396-397
[16] Šamanović J. (2009.): op. cit., str.172-174

u tom području kako bi se smanjili troškovi dostave. Lokaciju skladišta također određuje i stav lokalne zajednice prema gradnji i/ili korištenju skladišta na određenom mjestu.[17]

Glavne aktivnosti skladišta su zaprimanje, smještanje te izdavanje robe. Kod prijema robe postoji eksterni i interni prijem. Ukoliko se radi o eksternom prijemu, roba se zaprima u skladište na temelju prijevoznog dokumenta koji ovisi o načinu kojim se roba dostavlja. Kod pomorskog prijevoza se koristi teretnica, kod željezničkog prijevoza tovarni list, a kod cestovnog prijevoza otpremnica. Kad se radi o internom prijemu, uglavnom se koriste međuskladišnice ili povratnice. Kako će roba biti smještena u skladištu, i koliko će prostor biti dobro iskorišten, ovisi o poduzeću, te o pravilima i metodama kojima se vodi pri raspoređivanju robe. Pravila raspoređivanja robe nisu strogo određena, ali bilo bi idealno kad bi se kod raspoređivanja robe po skladištu uzimale u obzir karakteristike robe koja se skladišti, vodilo računa o raspoređivanju robe prema njenoj kvarljivosti, vrsti ambalaže, težini robe, te učestalosti zaprimanja i izdavanja robe. Što je roba bolje raspoređena po skladištu, to je lakše rukovanje robom prilikom njenog izdavanja. Izdavanje robe obuhvaća aktivnosti pripremanja dokumenata za izdavanje, a glavni dokument na temelju kojeg se izdaje roba je otpremnica. Među aktivnosti izdavanja robe također spada i pripremanje narudžbi, te ukrcavanje robe na prijevozno sredstvo.[18]

2.2.3. Upravljanje zalihama

Važnost upravljanja zalihama ogleda se u tome da bilo kakva odstupanja od određenih razina zaliha mogu prouzročiti neželjene troškove za poduzeće. Cilj je da zaliha ne bude ni previše, a ni premalo jer se kod previše zaliha stvaraju dodatni troškovi, a kod premalo zaliha postoji mogućnost da poduzeće ne može ispuniti narudžbu koju kupac zahtijeva. Velik broj poduzeća smanjuje troškove tako da na zalihama drže izrazito male količine robe kako bi se brzo prodavale, a nova roba dostavljala točno kad su prethodne zalihe pri kraju. Kod ove metode je najvažnije da poduzeća uspostavljaju točna predviđanja potrebe za robom, te da je prodaja i nabava nove robe učestala i dostupna po potrebi.[19] S obzirom na stalne napretke u tehnologiji i sve većoj primjeni informacijskih tehnologija, proces upravljanja zalihama postaje sve jednostavniji, a razina zaliha u poduzećima sve se više smanjuje.[20]

[17] Cooper J. (1994.): Logistics and distribution planning Strategies for Management, Kogan Page Limited, London, str. 175-176
[18] Šamanović J. (2009.): op. cit., str. 169-172, 193
[19] Kotler P., Armstrong G. (2016.): op. cit., str. 397
[20] Šamanović J. (2009.): op. cit., str. 213

Ovisno o robi koja se skladišti, zalihe se mogu sastojati od gotovih proizvoda, poluproizvoda i materijala. Optimalne zalihe predstavljaju količinu koja je dovoljna za kontinuiranu proizvodnju bez zastoja u prodaji, dok se minimalne zalihe sastoje od količine koja je dovoljna da se zadovolje obveze. Sezonske zalihe koriste se u poduzećima u kojima postoje izrazite razlike u prodaji tijekom različitih razdoblja godine, a sigurnosne zalihe se drže kako bi se poduzeće osiguralo od takvih promjena u prodaji.[21]

Koliko će poduzeće držati zaliha na skladištu, ovisi o raznim činiteljima poput troškova čuvanja zaliha, uvjeta na tržištu, naručivanja, broja skladišta i slično. Kad se uzima u obzir činitelj opsega prodaje, poduzeće bi trebalo što preciznije predviđati količinu prodaje. U takvim slučajevima trebaju se uzeti u obzir i moguće promjene na tržištu. Nadalje, poduzeća koja imaju veći broj skladišta uglavnom drže i veće količine sigurnosnih zaliha, što dovodi i do većih troškova. Uvjeti na tržištu igraju veliku ulogu u upravljanju zalihama jer promjene cijena dovode do promjena u ponudi i potražnji, pa tako i poduzeća mijenjaju razine zaliha.[22]

2.2.4. Manipulacija robom

Manipulacija robom obuhvaća zadatke vezane za skladištenje robe, njeno zaprimanje i izdavanje. Kod manipulacije robom postoje razne smjernice kojih bi se zaposleni trebali držati kako ne bi došlo do ikakvih propusta prilikom distribucije robe do kupca. Jedan od najvažnijih ciljeva ovog elementa distribucije je da sva roba bude zaštićena i u ispravnom stanju kroz cijelo razdoblje od dolaska robe u skladište, do njene isporuke kupcu.[23] Upravo zato odabir kvalitetne opreme i ambalaže može uvelike smanjiti troškove i vrijeme prenošenja robe s jednog mjesta na drugo, te umanjiti rizik od lomova i oštećenja.[24] Manipulacija robom može se promatrati iz tri glavna aspekta, a to su pakiranje, paletizacija i kontejnerizacija.

Pakiranje proizvoda je proces kojim se određeni proizvod, ovisno o njegovim karakteristikama, stavlja u odgovarajući omot ili kutiju kako bi se zatvorio i mogao jednostavnije premještati po skladištu. Materijal u koji će se proizvod upakirati treba biti dovoljno čvrst i točno odgovarajućeg materijala kako bi ispunio funkciju zaštite proizvoda od svih vanjskih utjecaja, te od potencijalnih nezgoda koje bi mogle nastati za vrijeme prijevoza i čuvanja proizvoda. Pravilno pakiranje ima izrazito veliku ulogu kod zaštite lako kvarljivih proizvoda jer se tako može produžiti njihova valjanost. Osim radi zaštite, proizvod se također

[21]Šamanović J. (2009.): op. cit., str. 205-208
[22]Ibid., str. 208-210
[23]Ibid., str. 233
[24] Etzel M. J., Walker B. J., Stanton W. J. (2007.): op. cit., str. 456

pakira kako bi bio privlačniji kupcu, te kako bi kupac odmah iz pogleda na pakiranje mogao identificirati proizvod i njegove glavne karakteristike. Dobro upakiran proizvod i privlačna ambalaža mogu poboljšati prodaju proizvoda, ali ambalaža proizvoda mora sadržavati osnovne podatke o proizvodu i razna upozorenja, te upute o korištenju. Sama ambalaža može biti napravljena od raznih materijala poput plastike, stakla, metala, kartona i slično, a prema vijeku trajanja može biti namijenjena za jednokratnu ili višekratnu upotrebu. Što se tiče funkcije, ambalaža se može podijeliti na maloprodajnu i transportnu. Maloprodajna ambalaža je ona ambalaža u kojoj se proizvod isporučuje kupcu, dok je transportna ambalaža većinom skupna ambalaža, te pojednostavljuje prijevoz proizvoda.[25]

Paletizacija je proces putem kojeg se proizvodi stavljaju na palete radi lakšeg i jednostavnijeg skladištenja, premještanja, te ukrcaja i iskrcaja. Postoje razne vrste paleta, a zajednički cilj je da se pomoću njih što bolje iskoristi prostor u skladištu ili prijevoznom sredstvu.[26] Osim boljeg korištenja prostora, prednosti paletizacije su također skraćivanje vremena utovara i istovara robe, te olakšanje rada zaposlenicima. Palete su postolja standardiziranih dimenzija, te mogu biti izrađena od različitih materijala. Ovisno o djelatnosti kojom se poduzeće bavi, mogu se koristiti ravne i specijalne palete, boks palete, te palete s nadgradnjom. Također, palete mogu biti za jednokratno i višekratno korištenje. Postoje mnogi načini slaganja robe na palete, a cilj je da se roba što ravnomjernije rasporedi po cijeloj paleti kako bi se prostor što bolje iskoristio. Palete sa robom mogu se slagati u blokove tako da se smještaju jedna do druge, ili primjerice u regale tako da se palete s robom uz pomoć viličara premjeste u regal. Roba na paletama pakira se poluetilenskim folijama kako bi se zaštitila, a ovisno o robi koristi se topla ili hladna tehnika. Kod tople tehnike potrebno je ugrijati foliju, i uglavnom se koristi kod proizvoda nepravilnih dimenzija, dok kod hladne tehnike nije potrebno ugrijati foliju.[27]

Kontejnerizacija je proces kojim se pomoću otvorenog ili zatvorenog sanduka, odnosno kontejnera, transportira roba do kupca. Kontejnerizacija dobiva sve veću važnost u transportu robe, a kontejneri se sve češće koriste zbog izrazito niskih cijena najma. Prednosti kontejnerizacije se također ogledaju i u činjenici da nije potreban vršiti pretovar robe prilikom transporta, te dolazi i do uštede u pakiranju robe.[28]

[25] Šamanović J. (2009.): op. cit., str. 234-238
[26] Marchant B. (1996.): op. cit., str. 23
[27] Šamanović J. (2009.): op. cit., str. 241-248
[28] Ibid., str. 248-251

2.2.5. Transport

Transport i odabir odgovarajućeg transportnog sredstva imaju ključnu ulogu pri dostavi robe kupcu u odgovarajućim rokovima, odnosno u što kraćem vremenu. Poduzeće se može odlučiti između nekoliko načina transporta, a to može biti zračnim, cestovnim, brodskim, željezničkim ili cjevovodnim prijevozom.[29] Zračni prijevoz je izrazito skup, ali to nadoknađuje brzinom. Idealan je za udaljene dostave, te se zračnim prijevozom uglavnom prevozi kvarljiva roba i lagani predmeti. Za razliku od zračnog prijevoza, cjevovod služi za prijevoz sirovih proizvoda poput nafte, a željeznicom se većinom prevoze šumarski proizvodi ili rasuti teret. Rasuti teret također se prevozi i brodskim transportom, ali takav način transporta je među najsporijima.[30] Cestovni prijevoz je način transporta za koji bi se moglo reći da je najvažniji.

Isporuka robe putem cestovnog prometa je brza zahvaljujući rasprostranjenim prometnim mrežama, te dostupnosti specijalnih vrsta vozila. Također, velika je prednost cestovnog prijevoza što je pri kraćim relacijama jeftiniji od ostalih načina prijevoza. S druge strane, nedostatci cestovnog prijevoza su visoke cijene pri duljim relacijama, ovisnost o uvjetima na cesti, te ograničenja brzine i otežani pristupi nekim lokacijama. Cestovni prijevoz se može na razne načine podijeliti, a najčešće su podjele na unutarnji i međunarodni prijevoz, prijevoz za vlastite potrebe i javni prijevoz, te na linijski i slobodni prijevoz. Efikasnost i brzina cestovnog prijevoza uvelike ovise o razvijenosti cestovne mreže na nekom području, jer bolje i razvijenije ceste omogućuju kvalitetniji prijevoz. Ceste se mogu podijeliti na državne, županijske i lokalne ceste, a poduzeću pogoduje ukoliko se nalazi u blizini neke od važnijih cesta koje povezuju više područja.[31]

Osim odabira načina transporta, poduzeća trebaju odabrati i vrstu teretnih i radnih vozila. Teretnim vozilima se prevoze proizvodi, i tu spadaju vozila s tradicionalnim tipom karoserije, s karoserijom koja se pokriva, džambo i kombi vozila, cisterne, kiperi, kombibusi, te vozila-kontejneri. Vozila s tradicionalnom karoserijom su prikladna za prijevoz otpornih vrsta tereta na koje ne utječu vremenske neprilike, džambo vozila su najbolja za prijevoz teških tereta, kiperima se uglavnom prevozi rasuti teret, a cisternama tekućine. Kod kombi vozila karoserija se može zaključavati, te su takva vozila optimalna za čuvanje i zaštitu

[29] Kotler P., Keller K. L. (2008.): Upravljanje marketingom, MATE d.o.o., Zagreb, str. 528
[30] Kotler P., Wong V., Saunders J., Armstrong G. (2006.): Osnove marketinga**,** MATE d.o.o., Zagreb, str. 886-887
[31] Šamanović J. (2009.): op. cit., str. 262-265

proizvoda. Kombibusevi imaju veliki prostor za prtljagu i putnike, a vozila-kontejneri imaju kontejner koji može biti ručni, električni ili hidraulični. S druge strane, radna vozila mogu biti razne dizalice, bageri i slično.[32]

Još jedan aspekt prijevoza koji je važan je unutarnji prijevoz. Unutarnjim prijevozom se smatra premještanje robe u poduzeću, uglavnom u skladištu. Transportna sredstva koja se koriste pri premještanju robe unutar poduzeća mogu biti ručna, mehanizirana ili automatizirana. Među ručna transportna sredstva uglavnom spadaju ručna kolica, dok su mehanizirana transportna sredstva većinom dizalice i razne vrste viličara, poput bočnog, regalnog i čeonog viličara. Viličari su sredstva koja omogućavaju lakše spuštanje i podizanje robe, te njeno premještanje po skladištu. Automatizirana transportna sredstva su prijenosne trake i dizala, a u posljednje vrijeme sve više raste i prisutnost robota kao transportnog sredstva unutrašnjeg prijevoza.[33]

[32]Šamanović J. (2009.): op. cit., str. 267-269, 271
[33]Ibid., str. 276, 338-341

3. PROCES DISTRIBUCIJE NA PRIMJERU PODUZEĆA „BA-COM TRGOVINA“ D.O.O.

3.1. Ba-com trgovina d.o.o.

Ba-com je vodeći distributer alkoholnih i bezalkoholnih proizvoda na području Dalmacije, te je usmjeren na distribuciju za ugostiteljstvo. U svom asortimanu ima jaka alkoholna pića, bezalkoholna pića, razna piva te vina iz Primorske Hrvatske, Zapadne kontinentalne te Istočne kontinentalne Hrvatske. Tvrtka je započela s radom 1990. godine, a danas ima više od 150 djelatnika i vozni park dostavnih, teretnih i osobnih vozila te pomoćnih strojeva. Sjedište Ba-coma se nalazi u Dicmu, te ima 8 distribucijskih centara smještenih u Dubrovniku, Metkoviću, Splitu, Trogiru, Rogoznici, Zadru, Rijeci te u Poreču.[34]

Slika 3: Logo Ba-com trgovine
Izvor: Ba-com, preuzeto s: http://ba-com.hr/ [17.03.2018.]

Misija Ba-coma je „zadovoljstvo kupaca i kvalitetna i pouzdana dostava“, a cilj poslovanja tvrtke je prepoznavanje potreba kupaca, i zato tvrtka stalno uvodi nove pristupe ostvarenju svojih usluga kako bi se mogli prilagoditi potrebama tržišta koje se uvijek mijenja.[35]

3.1.1. Certifikati

Ba-com se ponosi certifikatima i priznanjima, za koje smatra da su potvrda uspjeha. Među certifikatima se ističu Tuv Nord certifikati. Tuv Nord Grupa se bavi nadzorom u gradnji, tehničkom inspekcijom, certifikacijom sustava te certifikacijom proizvoda. Njihovi certifikati poboljšavaju imidž poduzeća koji ih posjeduju[36], a Ba-com je certificiran prema normi ISO 22000 i normi ISO 9001:2008.

[34] Izvor: Ba-com, raspoloživo na http://ba-com.hr/o-nama/ [17.03.2018.]
[35] Izvor: Ba-com, raspoloživo na https://bacom.fullbusiness.com/o-nama/kvaliteta.htm [17.03.2018.]
[36] Izvor: Tuv Nord, raspoloživo na https://www.tuv-nord.com/hr/hr/home/ [17.03.2018.]

Certifikat ISO 22000 je potvrda koja se odnosi na uspješno zadovoljavanje uvjeta norme ISO 22000 - Sustav upravljanja sigurnošću hrane[37].

Certifikat ISO 9001:2008 je potvrda da su se zadovoljili uvjeti norme koja se odnosi na Sustave upravljanja kvalitetom. Taj certifikat doprinosi popravljanju pozicije na tržištu, te je znak da tvrtka posvećuje posebnu pozornost kvaliteti svojih usluga.[38]

Slika 4: Tuv Nord Certifikati
Izvor: Ba-com, preuzeto s: http://ba-com.hr/ [17.03.2018.]

Ba-com je 2006. godine dobio status hrvatske gazele kao jedno od najbrže rastućih gospodarskih subjekata od 2003. do 2005. godine, s rastom prihoda većim od 20%.[39]



Slika 5: Priznanje hrvatske gazele
Izvor: Ba-com, preuzeto s: https://bacom.fullbusiness.com/ [17.03.2018.]

[37] Izvor: Tuv Nord, raspoloživo na https://www.tuv-nord.com/hr/hr/usluge/certifikacija-sustava/iso-22000fssc/ [17.03.2018.]
[38] Izvor: Tuv Nord, raspoloživo na https://www.tuv-nord.com/hr/hr/usluge/certifikacija-sustava/iso-9001/ [17.03.2018.]
[39] Izvor: Ba-com, raspoloživo na https://bacom.fullbusiness.com/o-nama/kvaliteta.htm [17.03.2018.]

3.1.2. HoReCa grupa

Ba-com je članica HoReCa grupe, odnosno gospodarskog interesnog udruženja čija je osnovna djelatnost distribucija alkoholnih i bezalkoholnih pića, te ostalih proizvoda za hotele, restorane i kafiće. Grupa je osnovana 25. veljače 2014. godine, a njene članice surađuju s domaćim proizvođačima i distributerima stranih proizvođača.

Ciljevi HoReCa grupe su osiguranje rasta članica, osiguranje ponude kvalitetnih proizvoda po konkurentnim cijenama, te ulaganje u hrvatsko gospodarstvo kroz suradnju s domaćim i stranim proizvođačima.[40] Misija im je da učvrste tržišnu poziciju te da stvore prepoznatljivi identitet, ali da članice svejedno zadrže svoju samostalnost. Vizija im je da postanu glavni lider u distribuciji proizvoda u HoReCa kanalu.[41]



Slika 6: Logo HoReCa grupe
Izvor: HoReCa grupa, preuzeto s: http://www.horecagroup.hr/hr/ [17.03. 2018.]

[40] Izvor: HoReCa grupa, raspoloživo na http://horecagroup.hr/hr/o-nama/ukratko-o-grupaciji-3 [17.03.2018.]
[41] Izvor: HoReCa grupa, raspoloživo na http://horecagroup.hr/hr/o-nama/misija-i-vizija-4 [17.03.2018.]

3.2. Ba-com Rogoznica

U Rogoznici se nalazi jedan od osam Ba-com distribucijskih centara, na adresi Ante Starčevića 1. Ovaj prodajno-distribucijski centar se nalazi odmah pored Jadranske magistrale, na ulazu u Rogoznicu. Lokacija je pogodna jer je dobavljačima i kupcima lako dostupna. Prodajno-distribucijski centar u Rogoznici je otvoren 2005. godine i sastoji se od dva skladišna prostora i ureda za administrativne poslove.

U centru radi petero stalnih zaposlenika, a taj broj se za vrijeme sezone povećava na petnaest djelatnika. U voznom parku preko godine imaju dva kombija i jedan Caddy, a za vrijeme sezone četiri kombija i dva Caddyja.



Slika 7: Ba-com prodajno-distribucijski centar u Rogoznici
Izvor: Izrada autora rada [16.03.2018.]

3.3. Distribucija

3.3.1. Naručivanje i isporuka robe – Ba-com kao kupac

Proces naručivanja i isporuke robe u prodajno-distribucijskom centru u Rogoznici započinje pregledavanjem stanja zaliha, na temelju čega se utvrđuje koju robu je potrebno naručiti i u kojim količinama. Djelatnik koji je pregledavao zalihe, također naručuje robu. U ovom prodajno-distribucijskom centru se roba od dobavljača naručuje telefonskim putem. U procesu naručivanja robe je važna i dobra komunikacija s dobavljačima. Kako je i Ba-comu i dobavljaču u cilju da roba bude brzo i ispravno dostavljena, važno je da se pri naručivanju ne izostave nikakvi podaci o narudžbi. Djelatnik koji naručuje robu treba jasno reći koju vrstu robe naručuje, te u kojoj količini. Iako velik broj današnjih poduzeća koristi automatsko naručivanje robe, prodajno-distribucijski centar u Rogoznici se još uvijek ne služi time, te nema određenih rokova isporuke robe. Cilj je da se roba isporuči u što kraćem vremenskom razdoblju, a to je najčešće 24 sata. S obzirom da je izvan sezone izrazito manji opseg posla, roba se naručuje samo jednom ili dvaput tjedno, dok se za vrijeme sezone roba naručuje otprilike pet puta tjedno. Naručena roba se dobavljaču plaća preko virmana, odnosno uplatnice za bezgotovinsko plaćanje. Takva uplatnica sadrži podatke o platitelju i primatelju, iznos koji se uplaćuje, broj računa primatelja, poziv na broj primatelja, te opis plaćanja.

Dobavljači alkoholnih pića su Badel, Maraska, Stock, G3 Spirits, Heineken, Zagrebačka Pivovara, Paulaner, Carlsberg i ostali. Dobavljači bezalkoholnih pića su Pago, Jamnica, Coca-Cola, Podravka, Atlantic Grupa, Badel, i Maraska. Velik dio dobavljača ima formiranu logističku službu, odnosno njihovi trgovački putnici izlaze na teren, te provjeravaju što fali u zalihama u skladištu kako bi znali što dostaviti.

Dio robe se nabavlja iz drugih prodajno-distribucijskih centara Ba-com tvrtke, pri čemu se koristi međuskladišnica. Međuskladišnica je dokument koji sadrži podatke o tome koji prodajno-distribucijski centar je naručio robu, a koji je dobavlja. Dokument sadrži i podatke o naručenoj robi poput naziva robe i bar-kod šifre, količine pojedine robe, nabavne cijene robe, fakturne vrijednosti, iznosa marže i cijene nakon marže, iznosa poreza, i prodajne cijene.

Kad dobavljač dostavi robu do centra, pregledava se tovarni list koji sadrži podatke o dobavljaču, kupcu, vrsti i količini robe, datumu dostave, te popisu isprava uz teretni list. Ukoliko su podaci na tovarnom listu i na primci ispravni, djelatnik koji zaprima robu će potpisati tovarni list. Djelatnik koji je u tom trenutku zadužen za zaprimanje robe, treba

prilikom pregledavanja robe obratiti pažnju na to da je sva roba u ispravnom stanju. Boce trebaju biti u neoštećenoj ambalaži i ne smije biti nikakvih lomova na robi. Ukoliko se dogodi da je određeni dio robe pogrešno donesen, djelatnik koji zaprima robu će na primci prekrižiti robu koja je pogrešno donesena i potpisati se. Pogrešno donesena roba će se vratiti dobavljaču, a roba koja je izvorno trebala biti dostavljena, dostaviti će se prilikom sljedeće isporuke robe.

Djelatnici prodajno-distribucijskog centra u Rogoznici originalni primjerak primke dobavljača šalju u drugi prodajno-distribucijski centar koji se nalazi u Žrnovnici, a u Rogoznici se ostavlja kopija primke. Na temelju originalne primke administrativni djelatnici iz centra u Žrnovnici sastavljaju ulaznu kalkulaciju koju će poslati prodajno-distribucijskom centru u Rogoznici. Kad djelatnici u Rogoznici zaprime ulaznu kalkulaciju, moraju provjeriti slažu li se podaci na ulaznoj kalkulaciji sa podacima na primci. Dokument ulazne kalkulacije sadrži ime i adresu dobavljača robe, te osnovne podatke o Ba-comu poput adrese sjedišta, adrese poslovne jedinice u Rogoznici. Nadalje, sadrži naziv robe, bar-kod šifru, količinu, iznos nabavne cijene, iznos rabata, fakturnu vrijednost, iznos marže i poreza, te prodajnu cijenu robe.

3.3.2. Naručivanje i isporuka robe – Ba-com kao dobavljač

Proces isporuke robe kupcu započinje tako da kupac prodajno-distribucijskom centru u Rogoznici dostavi narudžbu. Kupac naručuje robu telefonski ili putem e-maila, a narudžba koju šalje mora sadržavati podatke o kupcu, podatke o Ba-comu, te podatke o naručenoj robi poput naziva robe, cijene i količine naručene robe, te način plaćanja. Nakon što su djelatnici centra zaprimili narudžbu kupca, započinje njena obrada. S obzirom da u ovom prodajno-distribucijskom centru tijekom godine prevladava niska sistematizacija rada, obradu narudžbe obavlja djelatnik koji je zaprimio određenu narudžbu, a to je u najčešćem slučaju jedan od vozača ili skladištara. Taj djelatnik će prvo provjeriti na narudžbi jesu li točno navedeni svi podaci o naručenoj robi, te zatim provjeriti ima li na stanju zaliha dovoljno količina svih proizvoda koji su naručeni. Ukoliko se dogodi da u tom trenutku među zalihama nema određenih proizvoda, djelatnik ima nekoliko opcija. Jedna od opcija je da kontaktira kupca i obavijesti ga kakvo je stanje u zalihama, te mu ponudi da ostatak proizvoda kojih trenutno nema na zalihama dostavi sljedeći dan. Druga opcija je da djelatnik centra ponudi kupcu da mu u zamjenu za proizvode kojih trenutno nema u zalihama dostave proizvode koji su slični.

Primjerice, ako se radi o nekom negaziranom voćnom piću, može se ponuditi takvo voćno piće nekog drugog proizvođača. Kupac bi mogao prihvatiti takvu zamjenu ako nije obvezan nekim drugim ugovorom zbog kojeg mora nabavljati robu točno određenog proizvođača.

Narudžba se priprema prikupljanjem robe koja se treba isporučiti kupcu. Ovisno o veličini narudžbe, skladištari se koriste različitim pomagalima za pripremanje robe. Ako se radi o manjoj količini robe, roba će se slagati na ručna kolica, a kad je u pitanju veća količina robe koristiti će se palete. Skladištari će robu ravnomjerno posložiti na palete i zatim paletu premjestiti u transportno vozilo pomoću viličara. Svu pripremljenu robu prilikom prijevoza prate dva primjerka računa prodajno-distribucijskog centra u Rogoznici. U ovom centru djelatnici izdaju dvije različite vrste računa koji će pratiti robu, a razlikuju se po načinu plaćanja kojeg kupac odabere.

Ako kupac odluči da će platiti naručenu robu odmah po njenoj dostavi, onda će djelatnici s robom poslati „Račun gotovinski R-1“. Taj račun sadrži osnovne podatke o Ba-comu poput adrese sjedišta, adrese poslovnice u Rogoznici, OIB-a, IBAN-a, telefona i faxa. Također sadrži i podatke o kupcu robe poput adrese i OIB-a. Potrebno je da sadržava i podatke o datumu isporuke robe, datumu plaćanja, načinu plaćanja, vremenu i mjestu izdavanja računa, te broju računa. Nadalje, račun sadrži sve podatke o naručenoj robi, u što spadaju: naziv robe, jedinica mjere, količina, cijena prije rabata i PDV-a, te konačna cijena. Ispod toga je navedena sveukupna cijena narudžbe brojčano i u slovima. Drugi način je kad kupac odluči platiti robu preko transakcijskog računa, odnosno sa petnaest dana odgode plaćanja. Takav račun sadrži sve podatke o dobavljaču, kupcu i robi kao i gotovinski račun, ali u dijelu gdje je naveden način plaćanja mora pisati „transakcijski račun.“

Prilikom dostave robe na odredište, kupac najprije treba pregledati prijevozni dokument da vidi jesu li podaci na računu u skladu s naručenom robom, te pregledava robu koja je dostavljena kako bi bio siguran da nema oštećenja. Jedan primjerak računa ostaje kupcu, a drugi primjerak kupac potpisuje i taj račun će se vratiti u prodajno-distribucijski centar. Kupac će nakon potpisivanja računa pristupiti preuzimanju robe. Kupac je dužan prodajno-distribucijskom centru vratiti ambalažu robe. Ukoliko ne vrati, Ba-com će ga zadužiti za nevraćenu ambalažu, koju će kupac morati platiti.

Djelatnicima prodajno-distribucijskog centra u Rogoznici je u cilju da su računi uvijek u skladu s narudžbom, da ima što manje grešaka i da se roba kupcu dostavlja u što kraćem

roku, a to je većinom u toku tekućeg dana kad je zaprimljena narudžba od strane kupca. Ba-com svojim kupcima nudi i pogodnosti poput povremenih akcija „3+1“, tako da se uz kupnju određena tri proizvoda četvrti dobije gratis. Također, Ba-com daje kupcima rabat, što znači da na veće količine robe kupci dobiju određeni postotak smanjenja cijene.

3.3.3. Skladištenje robe

Prodajno-distribucijski centar u Rogoznici ima dva skladišta za razdiobu u kojima skladište, zaprimaju i izdaju gotove proizvode, odnosno alkoholna i bezalkoholna pića. Jedno skladište je manje kvadrature i u sklopu njega se također nalazi i ured za administrativne poslove. Drugo, veće skladište, se nalazi na udaljenosti par metara od prvog skladišta. To skladište je preko zime velikim dijelom prazno jer se skladišta popunjavaju tako da se prvo popuni manje skladište, a roba koja ne stane u manje skladište, ide u veće. Važnije je da se roba koja se češće izdaje nalazi u skladištu koje je u sklopu ureda. Oba skladišta su zatvorenog tipa, jedno-etažna, i ti objekti nisu u vlasništvu Ba-coma, već su u najmu. Skladišta su pod video-nadzorom, a kamere se nalaze na ulazima. Iz sigurnosnih razloga, odnosno radi zaštite od provale, na prozorima skladišta se nalaze metalne rešetke.

Skladište je locirano na ulazu u Rogoznicu, što je izrazito blizu kupcima robe na područjima prema Šibeniku. Lokacija i okolina skladišta su jako važni kako bi se olakšao prijevoz robe i smanjilo vrijeme dostave. U ovom prodajno-distribucijskom centru je pogodno što se skladište nalazi u neposrednoj blizini Jadranske magistrale, s koje se može direktno pristupiti centru. U krugu skladišta se nalazi prostrani parking za vozila centra, sa dovoljno parkirnih mjesta za dobavljače i za kupce.



Slika 8: okolina skladišta

Izvor: Izrada autora rada [16.03.2018.]

Unutar skladišta se nalaze materijali potrebni za prodaju i gotovi proizvodi, odnosno alkoholna i bezalkoholna pića. Dio robe je smješten po policama metalne strukture, s drvenim plohama. Ostatak robe je upakiran u transportnu ambalažu i smješten na paletama ili na podu, ako su u pitanju pive. Prilikom raspoređivanja robe po skladištu, skladištari se drže određenih pravila. S obzirom da je dio pića upakiran u staklene ambalaže, izrazito je važno da se roba smješta po skladištu sa pažnjom i oprezom kako ne bi došlo do lomova. Roba koja se češće izdaje iz skladišta, smješta se što bliže ulazu u skladište kako bi se olakšao posao i smanjilo vrijeme potrebno za izdavanje robe. Roba koja se rjeđe prodaje se smješta prema stražnjem dijelu skladišta. Kod slaganja robe na police, važno je da se na police koje su nadohvat ruke slaže roba koja se češće izdaje iz skladišta, a na visoke police se slaže roba koja se rjeđe izdaje. Ispod svake robe se nalazi priložena deklaracija koja sadrži naziv proizvoda, bar-kod, te cijenu. Također, radnici svakih deset do petnaest dana provjeravaju rokove na proizvodima kako bi bili sigurni da je roba ispravna. To svakako utječe na kvalitetu usluge jer su onda sigurni da se neće kupcu greškom dostaviti roba kojoj je istekao rok. Skladištari robu koja je lakše težine mogu raspoređivati i slagati na police rukama. Kad se radi o težoj robi i većim količinama, djelatnici se koriste viličarima koji im olakšavaju posao skladištenja robe.



Slika 9: Unutrašnji dio skladišta

Izvor: Izrada autora rada [30.03.2018.]

Proces skladištenja robe započinje dostavom robe do skladišta. Sva roba se zaprima u skladište na temelju primke, dokumenta koji sadrži osnovne podatke o dobavljaču i o Ba-comu, broj dokumenta, te podatke o dostavljenoj robi. U podatke o dostavljenoj robi spadaju naziv robe, bar-kod robe, količina robe, cijena. Skladištar prilikom prijema vrši provjeru robe koja je dostavljena, odnosno kvalitativne i kvantitativne provjere. Potrebno je provjeriti jesu li

dostavljeni točni proizvodi i u točnim količinama. Također se provjerava ispravnost robe, odnosno dostavljena roba mora biti u neoštećenim ambalažama. Ukoliko se dogodi da je dio robe pogrešno dostavljen, skladištar će na primci prekrižiti proizvod koji je pogrešno dostavljen i potpisati se, a pogrešno dostavljen proizvod će se vratiti dobavljaču.

Izdavanje robe iz skladišta započinje zaprimanjem narudžbe od strane kupca. Djelatnik koji je zaprimio narudžbu pregledava nalazi li se u skladištu sva roba koja je naručena. Kad se pregledom ustanovi da se među zalihama nalazi sva roba koja se treba prodati, skladištari pripremaju robu za otpremu. Pri pripremanju robe za otpremu, skladištari se koriste skladišnom opremom poput ručnih kolica ili paletara, vozila koje služi za skupljanje veće količine robe. Roba se pomoću paletara stavlja na palete i omotava Stretch folijom, te premješta u transportno vozilo kojim će se roba dostaviti kupcu.

3.3.4. Upravljanje zalihama

Zalihe u prodajno-distribucijskom centru u Rogoznici dijele se na zalihe materijala koji se koriste u procesu distribucije, te na zalihe gotovih proizvoda. Među zalihama materijala se nalaze palete koje služe za transport proizvoda, te stretch folije koje se koriste za pakiranje robe. Zalihe gotovih proizvoda se sastoje od jakih alkoholnih pića, bezalkoholnih pića, te piva i vina. Među jaka alkoholna pića spadaju žestoka pića poput: Bailey's, Johnnie Walker, Jägermeister, Cosmopolitan Vodka, Ballantine's, Chivas, Pelinkovac, Amaro, Jack Daniel's, Orahovac, i slično. Nadalje, od ostalih alkoholnih pića u zalihama se nalaze razna vina koja su najčešće iz Primorske Hrvatske, te više vrsta piva: Ožujsko, Staropramen, Tomislav, Karlovačko, Heineken, Paulaner, Pan, Somersby, Amstel.. Od bezalkoholnih pića, među zalihama se nalaze Pago sokovi, Maraska sokovi, To sokovi, Jana, Jamnica, Coca-cola, Fanta, Sprite, Cappy, Nestea, i slično.

Djelatnici u prodajno-distribucijskom centru u Rogoznici upravljaju zalihama prema obujmu posla i učestalosti narudžbi određenih proizvoda. Primjerice, postoje određena pića s relativno kratkim rokovima, koja se češće naručuju i prodaju ljeti nego zimi. Zimi će se držati minimalne zalihe takvih pića. Takve minimalne zalihe su dovoljne za održavanje prodaje, te se pazi kako ne bi došlo do isteka rokova na takvim pićima i povećanih troškova. Visine zaliha ovise o opsegu posla, te o broju skladišta. Primjerice, izvan sezone se sva roba skladišti u skladištu koje se nalazi u sklopu ureda, dok je drugo skladište skoro u cijelosti prazno. Za

vrijeme sezone su oba skladišta puna radi izrazito većeg opsega posla. Optimalne zalihe osiguravaju održavanje redovite prodaje[42] i u ovom prodajno-distribucijskom centru su to zalihe pive koje su među proizvodima koji se najčešće prodaju.

U ovom prodajno-distribucijskom centru djelatnik koji obavlja administrativne poslove poput izdavanja računa i obrade narudžbi, također planira i potrebne količine zaliha. Potrebne količine zaliha planira tako da procjeni koliko se često određena roba naručuje i u kojem razdoblju se prodaje više, a u kojem manje. Na računalu u uredu postoji program pod nazivom „Zalihe“ iz kojeg djelatnici mogu vidjeti točno stanje zaliha. U programu se nalaze svi podaci vezani za proizvode, poput: šifra i naziv proizvoda, trenutna količina svakog proizvoda, raspoloživa količina svakog proizvoda, informacija o tome postoji li rezervacija određenog proizvoda, cijena proizvoda, te bar-kod proizvoda. Program također sadrži opcije poput ispisa, promjene cijene, te sortiranja. Pregledom zaliha djelatnici utvrđuju koju će robu naručiti od dobavljača.

Dva puta godišnje se provodi inventura koju dolaze nadgledati troje djelatnika iz Ba-com centra koji se nalazi u Žrnovnici. To su najčešće dvoje djelatnika iz računovodstvenog ureda, te jedan radnik zadužen za poslove u skladištu. Na inventurama se pregledava točno stanje zaliha, provjerava ispravnost robe i rokovi.

3.3.5. Manipulacija robom

Manipulacija robom u prodajno-distribucijskom centru u Rogoznici obuhvaća sve poslove koji su vezani za protok robe za vrijeme njenog zaprimanja, skladištenja, te otpreme. Kod manipulacije robom u prodajno-distribucijskom centru Ba-com važni su pakiranje i paletizacija.

Pakiranje robe je posao koji se treba pažljivo i propisno odraditi jer je svrha pakiranja zaštita robe. Roba u Ba-comu se sastoji od raznih vrsta pića, od kojih je velik dio u staklenoj ambalaži koja se vrlo lako može slomiti ako se s njom neoprezno rukuje. Sva pića se trebaju dostaviti kupcu u ispravnom stanju ambalaže, ne smije biti nikakvih pukotina kroz koje bi se mogla izliti tekućina i oštetiti proizvod. Na pakiranju proizvoda treba biti otisnuta deklaracija i znak poduzeća. Deklaracija proizvoda mora biti uočljiva, sadržavati naziv proizvoda, datum

[42] Šamanović J. (2009.): op. cit., str. 206

proizvodnje, rok do kojeg se proizvod može upotrijebiti i slično. Deklaracija olakšava kupcima identificiranje proizvoda.

U ovom prodajno-distribucijskom centru se ambalaža robe dijeli na ambalažu koja je namijenjena za maloprodaju, i transportnu ambalažu. Pod maloprodajnu ambalažu spadaju boce različitih sokova ili alkoholnih pića. To su uglavnom staklene i plastične boce, te tetrapaci u kojima se nalazi mlijeko. Djelatnici maloprodajnu ambalažu ne otvaraju, već je njena namjena da dođe do krajnjih kupaca. Na takvoj ambalaži nalaze se sve informacije o proizvodu, poput naziva proizvoda, loga proizvođača, bar-kod šifre, deklaracije, podatke o proizvodnji, te postotka alkohola ukoliko se radi o alkoholnom piću.

Pod transportnom ambalažom se podrazumijevaju plastične gajbe ili kartonske ambalaže u kojima se nalazi više komada istih vrsta pića upakiranih u maloprodajnu ambalažu. Gajbe su namijenjene za višekratnu uporabu, a kartonska ambalaža u kojoj se, primjerice, odvija transport mlijeka je namijenjena za jednokratnu uporabu. Transportna ambalaža olakšava prijevoz i dostavu robe kupcu, te štiti proizvode od mogućih lomova prilikom transporta. Prilikom rukovanja robom za vrijeme transporta može se dogoditi da dođe do neočekivanih lomova i padova, zato je važno da je transportna ambalaža čvrsta i da su proizvodi u njoj dobro raspoređeni kako bi kupci bili zadovoljni uslugom koju su dobili. Kupci ambalažu trebaju vratiti prodajno-distribucijskom centru jer im se u suprotnom šalje financijsko zaduženje, odnosno račun za ambalažu. Račun sadrži osnovne podatke o Ba-comu, osnovne podatke o kupcu, broj računa, te podatke o ambalaži poput naziva robe, količine, PDV-a i cijene.

Djelatnici centra robu upakiranu u transportnu ambalažu slažu na palete. Palete olakšavaju transport robe i smanjuju težinu rada jer će se puno bolje iskoristiti prostor ako se roba složi na palete, nego da se svaki proizvod posebno i ručno slaže u transportno vozilo. Zahvaljujući paletizaciji, djelatnici ovog prodajno-distribucijskog centra puno brže mogu dostaviti naručenu robu kupcima. Skladištari robu na palete slažu tako da od dna palete prema gore slažu robu koja ima čvrstu ambalažu, poput gajbi pive. Roba se slaže ravnomjerno kako bi se maksimalno iskoristio prostor, a poviše čvrstih ambalaža ide roba s mekšim pakiranjima poput pića čija je ambalaža kartonska. Kako bi se dodatno zaštitila, djelatnici robu na paleti trebaju omotati stretch folijom. Koristi se ručna stretch folija koja je prozirne boje, čvrsta i vrlo elastična.



Slika 10: Stretch folija

Izvor: Izrada autora rada [30.03.2018.]

U ovom prodajno-distribucijskom centru se koriste euro i industrijske palete. Obje vrste paleta koje se koriste su dimenzija 800x1200 mm. To su ravne palete izrađene od drveta i namijenjene za višekratnu upotrebu. Palete olakšavaju rukovanje robom i njeno premještanje do transportnog vozila. Djelatnici u ovom centru premještaju palete s robom pomoću viličara. Viličar je vozilo koje služi za dizanje i spuštanje paleta, a koristi se tako da vilice ovog vozila prođu ispod palete i zatim je podignu kako bi paletu prenijelo do potrebnog mjesta. Kad se roba dostavi kupcu, kupac mora prodajno-distribucijskom centru vratiti palete. Ba-com također vraća palete dobavljačima nakon što se zaprimi roba, jer u suprotnom dobavljač financijski zaduži Ba-com za te palete.



Slika 11: Euro palete

Izvor: Izrada autora rada [30.03.2018.]

3.3.6. Transport

Transport je važan u poslovanju prodajno-distribucijskog centra u Rogoznici jer djelatnici nastoje da se sva roba koju kupci naruče isporuči u najkraćim rokovima, sigurno i kvalitetno. Uz prijevoz robe, transport obuhvaća i poslove koji se odvijaju prije i nakon prijevoza, a to su utovar i istovar robe. Ovaj prodajno-distribucijski centar se koristi kopnenim prijevozom, odnosno sav prijevoz robe se odvija cestovnim prometom. Centar se nalazi na samom ulazu u Rogoznicu, u neposrednoj blizini Jadranske magistrale. Jadranska magistrala je državna cesta koja povezuje razna mjesta duž Dalmacije, što pogoduje bržoj dostavi robe kupcima. Vozni park se zbog izrazite sezonalnosti posla mijenja tijekom godine. Izvan sezone se vozni park sastoji od dva kombija marke Iveco i jednog Caddyja, a taj se broj za vrijeme sezone povećava na četiri kombija i dva Caddyja. Djelatnici dodatna vozila nakon sezone odvode u distribucijski centar koji se nalazi u Žrnovnici, gdje se nalaze do sljedeće sezone.



Slike 12 i 13: Transportna vozila

Izvor: Izrada autora rada [16.03.2018.]

Prijevoz u prodajno-distribucijskom centru u Rogoznici je većinom slobodni prijevoz i nije definiran prema određenom voznom redu. Samo jedan kombi kreće svaki dan u 13:00 sati za Šibenik, a ostala vozila se koriste ovisno o obujmu posla i žurnosti narudžbe jer je cilj da se roba što prije dostavi kupcima. Transport robe se vrši samo u Šibensko-kninskoj županiji, točnije u naseljima od Rogoznice prema Šibeniku, jer su za ostala područja zaduženi drugi prodajno-distribucijski centri Ba-coma.

Prijevoz robe započinje utovarom robe u prijevozno sredstvo. Djelatnici trebaju u skladištu prikupiti robu za utovar, što ovisi o veličini narudžbe. Ukoliko se radi o manjoj narudžbi, djelatnici će robu prenijeti do vozila ručnim kolicima. Ručna kolica spadaju u

transportna sredstva s ručnim upravljanjem[43], te se sastoje od dva kotača, površine na koju se stavlja roba i dvije ručke. U slučaju da je narudžba opsežna, djelatnici će robu posloženu na palete premjestiti pomoću viličara, koji spada u transportna mehanizirana sredstva[44] i koristi se za dizanje i spuštanje paleta.



Slika 14: Ručna kolica i viličar

Izvor: Izrada autora rada [30.03.2018.]

Robu za vrijeme prijevoza do kupca prate i dva primjerka računa prodajno-distribucijskog centra, koji mora sadržavati podatke o Ba-comu, kupcu, datumu isporuke i datumu plaćanja, točnom vremenu izdavanja računa i sve podatke o naručenoj robi. Kad vozači dostave robu, kupac treba vratiti palete koje će se istim transportnim vozilom vratiti nazad u prodajno-distribucijski centar.

[43] Šamanović J. (2009.): op. cit., str. 340
[44] Ibid.

4. ZAKLJUČAK

Elementi distribucije i njihovo optimalno funkcioniranje igra važnu ulogu u poslovanju raznih poduzeća, pa tako i u poslovanju prodajno-distribucijskih centara. Pobliže opisivanje elemenata distribucije olakšava uvid u kompleksnost samog procesa distribucije, te važnost efikasne i brze distribucije robe od proizvođača do potrošača. Kako bi se poslovanje što više ubrzalo, potrebno je obratiti pozornost na pažljivo koordiniranje i usklađivanje svih elemenata distribucije. Elementi distribucije međusobno se isprepleću u raznim aktivnostima i zadacima, te optimalno funkcioniranje jednog elementa pomaže funkcioniranju drugog elementa.

Prilikom razmatranja ovih elemenata na primjeru prodajno-distribucijskog centra poduzeća Ba-com, sa lokacijom u Rogoznici, može se zaključiti da je ovaj prodajno-distribucijski centar jedan od manjih centara, ali ima odličnu lokaciju i dobru dostupnost kupcima. Centar ima dosta prostora za napredak, posebice u području upravljanja zalihama i unapređenju cijelog procesa naručivanja robe i zaprimanja narudžbi. Usprkos tome, može se zaključiti da, bez obzira što ne koristi najnoviju tehnologiju u svim područjima, ovaj prodajno-distribucijski centar sve to nadoknađuje djelatnicima koji dosta pozornosti posvećuju timskom radu, te predano rade svoj posao kako bi sva roba bila kvalitetna dostavljena kupcima u najkraćim mogućim rokovima.

LITERATURA

1. Ba-com, raspoloživo na: http://ba-com.hr/ [24.03.2018.]
2. Ba-com, raspoloživo na: https://bacom.fullbusiness.com/ [24.03.2018.]
3. Cooper J. (1994.): Logistics and distribution planning Strategies for Management, Kogan Page Limited, London
4. Etzel M. J., Walker B. J., Stanton W. J. (2007.): Marketing, McGraw-Hill/Irwin, New York
5. HoReCa grupa, raspoloživo na: http://www.horecagroup.hr/hr/ [24.03.2018.]
6. Kotler P., Armstrong G. (2016.): Principles of Marketing, Pearson Education Limited, Harlow
7. Kotler P., Keller K. L. (2008.): Upravljanje marketingom, MATE d.o.o., Zagreb
8. Kotler P., Wong V., Saunders J., Armstrong G. (2006.): Osnove marketinga, MATE d.o.o., Zagreb
9. Marchant B. (1996.): Distribution – A practical guide to planning and operation, Kogan Page, London
10. Martinović M. (2012.): Marketing u Hrvatskoj – 55 poslovnih slučajeva, MATE d.o.o., Zagreb
11. Perreault W. D., McCarthy E. J. (2006.): Essentials of Marketing, McGraw-Hill/Irwin, New York
12. Segetlija Z., Lamza-Maronić M.(2000.): Distribucija logistika informatika, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek
13. Šamanović J. (2009.): Prodaja distribucija i logistika, Ekonomski fakultet, Split
14. Tomašević Lišanin M., Palić M. (2004.): Marketing, Adverta d.o.o., Zagreb
15. Tuv Nord grupa, raspoloživo na: https://www.tuv-nord.com/hr [24.03.2018.]

SLIKE

Slika 1: Prodaja bez korištenja posrednika 4

Slika 2: Prodaja korištenjem posrednika 5

Slika 3: Logo Ba-com trgovine 13

Slika 4: Tuv Nord Certifikati 14

Slika 5: Priznanje hrvatske gazele 14

Slika 6: Logo HoReCa grupe 15

Slika 7: Ba-com prodajno-distribucijski centar u Rogoznici 16

Slika 8: okolina skladišta 20

Slika 9: Unutrašnji dio skladišta 21

Slika 10: Stretch folija 25

Slika 11: Euro palete 25

Slike 12 i 13: Transportna vozila 26

Slika 14: Ručna kolica i viličar 27

SAŽETAK

Danas se zahvaljujući stalnim unapređenjima u tehnologiji sve lakše rješavaju problemi vezani uz distribuciju robe do kupca. Svaki element distribucije ima svoja obilježja, te određene smjernice koje prodajno-distribucijski centri mogu primijeniti u svojem poslovanju kako bi spriječili potencijalne probleme koji mogu nastati pri distribuciji robe do kupca. Pojednostavljuje se proces naručivanja robe koji postaje sve više automatiziran, a pažljivim planiranjem zaliha se sve više smanjuju troškovi držanja zaliha na skladištu. Najnovije tehnologije vezane za skladište omogućile su lakša unutarnja kretanja i transport robe do prijevoznog sredstva, a manipulacijom robe i njenom paletizacijom su omogućene velike uštede u prostoru, te zaštita robe prilikom prijevoza do kupca.

Ključne riječi: distribucija, elementi, obilježja

SUMMARY

Thanks to the constant improvements in technology, solving distribution problems becomes easier every day. Every distribution element has its characteristics and certain guidelines which sales and distribution centers can apply in their management, in order to prevent potential problems connected to distribution of the goods to the customer. Ordering goods becomes more simplified and automated, and careful stock planning is reducing the costs of keeping stocks in warehouses. Newest warehouse technologies are enabling easier internal transports, and transport of the goods from the warehouse to the vehicle. Manipulation of the goods and palettization are contributing to great savings in space, and improving protection of the goods while being transported.

Keywords: distribution, elements, characteristics