ULOGA I ZNAČAJ PROCESA DISTRIBUCIJE NA PRIMJERU PODUZEĆA APFEL d.o.o.

Topić, Tea

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

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:124:754451

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

ULOGA I ZNAČAJ PROCESA DISTRIBUCIJE NA PRIMJERU PODUZEĆA APFEL d.o.o.

Mentor:

doc. dr. sc. Mario Pepur

Student:

Tea Topić

4175425

Split, kolovoz, 2019. godina

SADRŽAJ:

1. UVOD 3

1.1. Predmet i problem istraživanja 3

1.2. Ciljevi rada 3

1.3. Metode rada 4

1.4. Struktura rada 4

2. TEORIJSKI DIO RADA 5

2.1. Pojmovno određenje distribucije 5

2.2. Fizička distribucija 6

2.3. Kanali distribucije 7

2.4. Elementi distribucije 9

2.4.1. Naručivanje i isporuka robe 9

2.4.2. Skladištenje robe 10

2.4.3. Upravljanje zalihama 11

2.4.4. Manipulacija robom 11

2.4.5. Transport 11

3. EMPIRIJSKI DIO RADA NA PRIMJERU PODUZEĆA APFEL d.o.o.13

3.1. APFEL d.o.o. kroz vrijeme 14

3.2. Certifikati i sustavi 15

3.3. Faze distribucije 17

3.3.1. Naručivanje i isporuka robe – APFEL kao kupac 17

3.3.2. Naručivanje i isporuka robe – APFEL d.o.o. kao dobavljač 19

3.3.3. Skladištenje robe 22

3.3.4. Upravljanje zalihama 24

3.3.5. Manipulacija robom 26

3.3.6. Transport 30

4. ZAKLJUČAK 33

LITERATURA 34

PRILOZI 35

SAŽETAK **36**

SUMMARY **37**

1. UVOD

1.1. Predmet i problem istraživanja

Predmet ovoga rada je istražiti i analizirati proces distribucije na primjeru Apfel d.o.o. kojeg možemo definirati kao prodajni koncept koji je organiziran kao sustav veleprodaje i maloprodaje ugostiteljske opreme te sitnog inventara, supermarket i gastro centar. Istraživanjem se želi obratiti pozornost na važnost distribucije kao gospodarskog međusustava te njezine uloge u gospodarskom sustavu. Distribucija je bitan čimbenik uspješnosti poslovanja svakog poduzeća, te je potrebno uspješno uskladiti njezine elemente. Iako se svaki element može posebno opisivati i razraditi, potrebno je da oni zajedno koordinirano funkcioniraju. U ovom radu definirat će se i istražiti pojam distribucije, te pojedinačno elementi od kojih se sastoji na primjeru Apfel d.o.o.

Kao problem istraživanja uzet će se organiziranost poduzeća u fazama procesa distribucije te važnost usklađenosti elemenata iste. Kroz opis poduzeća navedene su osnovne informacije o poduzeću, djelatnost poduzeća, certifikati kao i druge opće informacije, te je detaljno analizirano i prikazano pet faza procesa distribucije koje u svakom poduzeću moraju biti povezane, te organizirane da zajedno stvaraju uspješan proces distribucije. Sve faze distribucije od narudžbe i isporuke, skladištenja robe, upravljanja zalihama, manipulacije robom do prijevoza robe, bit će prikazane kroz poslovanje poduzeća na primjeru Apfel d.o.o. Primjenom znanja stečenog tijekom fakultetskog obrazovanja, pomoću literature, djelatnika Apfel d.o.o. i drugih internetskih izvora, analizirat će se i prikazati proces distribucije na primjeru poduzeća.

1.2. Ciljevi rada

Cilj završnog rada je da se pomoću podataka prikupljenih iz literature dokažu teorijska istraživanja na primjeru poduzeća. Također, cilj rada je da se objasni pojam distribucije i njena važnost, te pobliže opišu elementi od kojih se sastoji, koji će biti prikazani na konkrenom primjeru Apfel d.o.o. Kod svakog elementa će se raščlaniti osnovne smjernice i pravila za efikasniji proces distribucije i samo poslovanje poduzeća. Bit će prikazan cjelokupan proces distribucije i kroz elemente distribucije način poslovanja. Ukratko, kroz cijeli rad, cilj je ukazati na važnost odnosa prodaje i distribucije koji moraju biti usklađeni da bi se osigurala opskrba kupaca, te da bi kupci bili naposljetku zadovoljni.

1.3. Metode rada

Rad se sastoji od dva dijela: teorijskog dijela i praktičkog dijela. Pri izradi teorijskog dijela koristila se stručna i znanstvena literatura iz područja distribucije kao i informacije dostupne na internetu. Pri izradi praktičnog dijela koriste se direktne informacije od djelatnika Apfel d.o.o. Tijekom izrade završnog rada koristilo se više različitih metoda istraživanja:

- metoda analize i sinteze;
- metoda deskripcije;
- komparativna metoda;
- induktivna metoda;
- metoda intervjua.

Za detaljan opis procesa distribucije koristila se metoda analize i sinteze. Za opis uloge i značaja distribucije koristila se metoda deskripcije, dok je za sadržaj empirijskog dijela kod donošenja zaključaka korištena induktivna metoda. Metoda intervjua se koristila kod pisanja praktičnog dijela rada, pri čemu su bile intervjuirane djelatnice poduzeća Apfel d.o.o. koje su iznosile potrebne informacije poduzeća za rad.

1.4. Struktura rada

Ovaj teoretsko – empirijski završni rad sastoji se od četiri dijela. Prvi dio je uvodni dio u kojem su definirani predmet i problem istraživanja, ciljevi i svrha istraživanja, korištene metode prilikom istraživanja, te sama struktura završnog rada. U drugom dijelu rada definirani su pojmovi distribucije kao ključnog dijela marketinškog plana. Analizirani i pojmovno pojedinačno objašnjeni su kanali distribucije i fizička distribucija. Treći dio rada je ujedno i istraživački dio rada u kojemu je provedena analiza i interpretacija rezultata istraživanja poduzeća Apfel d.o.o. Predstavljeni su osnovni podaci kao i opće informacije poduzeća, sve od njegova osnivanja. Interpretirani su rezultati istraživanja distribucijskih kanala (distribucija robe, odnosno, od naručivanja, skladištenja i upravljanja zalihama, manipulacije postojećom robom do konačno transporta robe). Četvrti dio rada je zaključak i kritički osvrt što je ujedno i završni dio rada. Osim zaključka, na kraju je priložen popis korištene literature.

2. TEORIJSKI DIO RADA

2.1. Pojmovno određenje distribucije

U općem značenju, riječju distribucija označava se upravna mjera državnih tijela kojom se roba (sirovine, živežne namirnice,..) izuzimaju iz slobodnog prometa i raspodjeljuju njihovim korisnicima (industriji, trgovini, pojedinačnim potrošačima) na temelju utvrđenog plana nadležnih državnih tijela.[1]

U ekonomskoj literaturi termin distribucija se koristi kao skupni naziv za sve makroekonomske i općedruštvene funkcije trgovine. Distribucija je jedna od najvažnijih instrumenata za ostvarenje konkurentske prednosti poduzeća na tržištima i jedna od temeljnih funkcija marketinga. Područje djelovanja distribucije je jako dinamično, zbog čega se mora mijenjati i prilagođavati sukladno raznim prilikama i zahtjevima koji se pred nju postavljaju. Distribucija predstavlja djelotvorno kretanje gotovih proizvoda od proizvodne linije pa u konačnici do potrošača. Ove aktivnosti uključuju teretni prijevoz, skladištenje, rukovanje materijalima, pakiranje, kontrolu zaliha, odabir lokacije skladišta, obradu narudžbi, obradu tržišta i servis za potrošače.[2]

Jednostavnije rečeno, distribucija označava efikasan prijenos dobara od mjesta proizvodnje do mjesta potrošnje, uz minimalne troškove i prihvatljivu uslugu kupcima. Interes za izučavanje uvjetovan je sve većim zahtjevima kupaca za kvalitetnijim distribucijskim uslugama, ali i sve većim rastom distribucijskih troškova.[3] Cilj distribucije je svesti troškove na najmanju moguću mjeru uz održavanje željene razine usluge. Zaključno, cilj distribucije je da krajnji korisnik bude uslužen na najbrži i najkvalitetniji način, uz najmanje troškove. Prilikom razmatranja važnosti distribucije, potrebno je predati pažnju prostornoj kao i vremenskoj raspoloživosti proizvoda kupcima. Teža dostupnost proizvoda predstavlja i veću cijenu, a duže vrijeme čekanja određenog proizvoda predstavlja problem, što uglavnom negativno utječe na prodaju proizvoda potencijalnim kupcima. Ključne funkcije distribucije su zemljopisni smještaj i upravljanje distributivnim centrima, rukovanje proizvodima, kontrola zaliha, obrada narudžbi, izbor prijevoznih sredstava i metoda prijevoza.[4]

[1]Bratko-Henich-Obraz (1996.): Prodaja, Narodne Novine, Zagreb, str. 210.
[2]Grbac, B. (2010.): Marketinške paradigme – stvaranje i razmjena vrijednosti, Ekonomski fakultet u Rijeci, Rijeka, str. 188.
[3]Šamanović, J. (2009.): Prodaja distribucija logistika , Ekonomski fakultet Split, Split, str. 89.
[4]Previšić, J., Ozretić Došen, Đ. (2007.): Osnove marketinga, Adverta, Zagreb, str. 256.-257.

Distribucija se sastoji od dva kompleksna područja:

1. Fizičke distribucije;
2. Kanala distribucije.

Pod fizičkom distribucijom se smatra fizički procesi dostavljanja, skladištenja, rukovanja i čuvanja robe, a pod kanalima distribucije putovi kojima roba teče od proizvođača do kupca. [5] Kanalom distribucije (marketinga, prodaje,..) Buckin razumijeva skup institucija koje obavljaju sve one aktivnosti (funkcije) koje se koriste u kretanju proizvoda i njegova vlasništva od proizvodnje do potrošnje.[6] Roba neće biti uspješno prodana ukoliko se ne omogući dostupnost te robe na mjestima gdje i kada ju potrošači žele kupiti. Distribucija predstavlja organiziranu aktivnost koja ima za zadatak da roba od proizvođača dođe do potrošača na vrijeme, mjesto i u formi pogodnoj za uporabu. Svrha joj je da omogući širok asortiman proizvoda i usluga koje kupci traže i po cijeni koju su spremni platiti. Fizička distribucija se razlikuje od kanala distribucije po tome što ona ima procesno, a kanali institucijsko obilježje.

2.2. Fizička distribucija

Fizička distribucija predstavlja način na koji će određena potrebna roba doći do krajnjeg potrošača. Fizička je distribucija skup aktivnosti koje omogućuju djelotvorno kretanje gotovih proizvoda s kraja proizvodnog procesa do potrošača.[7] Pod fizičkom distribucijom podrazumijevaju se fizički tokovi (procesi) dostavljanja, skladištenja, rukovanja i čuvanja robe, a pod kanalima distribucije putovi kojima roba ide (teče) od proizvođača do kupca. Putove, tj. kanale personificiraju posrednici koji obavljaju fizičku distribuciju, kao što su trgovinska poduzeća na veliko i malo, te skladišna, transportna, brokerska i druga poduzeća ili institucije.[8]

Fizička distribucija kreira vrijeme i mjesto koje je pogodno za dostupnost proizvoda kad se oni traže, sa adekvatnom uslugom i minimalnim troškovima. Stoga su glavni ciljevi fizičke distribucije da se roba distribuira u pravo vrijeme, na pravom mjestu, u optimalnim količinama, u odgovarajućem asortimanu, uz svođenje troškova na minimum. Temeljna

[5]Šamanović, J. (2009.): op. cit., str. 91.
[6]Bratko-Henich-Obraz (1996.): op. cit., str. 211.
[7]Šamanović, J. (2009.): op. cit., str. 92.
[8]Ibid., str. 91.

karakteristika fizičke distribucije jest stalan tok materijala ili proizvoda, s tim da taj tok na određenim točkama doživljava zastoje.

Načela poslovanja fizičke distribucije su osigurati kvalitetu proizvoda ili usluge prema zahtjevu kupca te isporučiti narudžbu na pravo mjesto, osiguranje isporuke robe u odgovarajućem vremenu i sve distribucijske aktivnosti obaviti uz najniže troškove.

2.3. Kanali distribucije

Skup institucija koje obavljaju sve one aktivnosti koje se koriste u kretanju proizvoda i njegova vlasništva od proizvodnje do potrošnje predstavljaju kanali distribucije. U širem smislu, kanali distribucije predstavljaju međuovisne institucije koje su povezane zajedničkim poslovnim interesom čija je svrha da se olakša prostorna i vremenska transformacija dobara od proizvođača do potrošača.[9] Kanali prodaje su instrument marketing mix-a koji proizvođač koristi kao sredstvo da dođe u kontakt s kupcima i time doprinosi stabilnom opsegu proizvodnje i prodaje kao i rentabilnom poslovanju. Kako proizvođači imaju mogućnost izravnog nastupa na tržištu, tj. direktno prodavanje proizvoda kupcima, postavlja se pitanje motiva, odnosno razloga zbog čega dolazi do opredjeljenja većine poduzeća za put opskrbe tržišta svojim proizvodima. Kao razlozi u stručnoj literaturi se navode: nedostatak financijskih sredstava za realizaciju neposrednog marketinga s obzirom da direktni marketing zahtijeva da mnogi proizvođači postanu posrednici za komplementarne proizvode drugih proizvođača kako bi ostvarili uštede na masovnoj distribuciji; lakše poslovanje posredstvom široke distributivne mreže privatnih institucija; veća djelotvornost da na ciljnim tržištima, proizvode učine pristupačnijim i dostupnijim; marketinški posrednici svojim kontaktima, specijalizacijom i brojnim trgovačkim operacijama pružaju tvrtki više no što bi, u pravilu, ona sama mogla postići.[10]

Proizvođač i konačni potrošač dio su svakog distribucijskog kanala. Kanal se može sastojati od većeg ili manjeg broja članova, odnosno može imati različitu dužinu ovisno o vrsti proizvoda i ciljnom tržištu. Dužina kanala nema veze s fizičkom udaljenosti između sudionika distribucije te raste s uključivanjem posrednika različitih razina. Tako će kanal koji se sastoji od proizvođača koji izravno prodaje konačnom potrošaču biti kanal nulte razine, jer između

[9] Šamanović, J. (2009.): op. cit., str. 93.
[10] Bratko-Henich-Obraz (1996.): op. cit., str. 212.

njih nema posrednika.[11] Kanali distribucije se svrstavaju u četiri skupine prema broju sudjelovanja posrednika u plasmanu roba od proizvođača do potrošača.

Kanal nulte razine naziva se još i direktni marketinški kanal. U njemu se vrši neposredna prodaja krajnjim potrošačima. Kanal u prvoj skupini se bazira na jednom posredniku. Ukoliko se radi o proizvodima široke potrošnje, to je malo prodavač, a ako se radi o proizvodima koji su namijenjeni industrijskim potrošačima, onda taj posao obavlja zastupnik, broker ili prodajni agent. U trećoj skupini je kanal u kojem se plasman obavlja u dvije razine. Te dvije razine uključuju dva posrednika, od kojih je najčešće jedan veletrgovac, a drugi malo prodavač. Četvrta skupina ujedinjuje kanal s tri razine u kojem djeluju tri posrednika plasmana to su: veletrgovac, preprodavač i malo prodavač.[12]

Zaključno, proizvođači se pri određivanju kanala distribucije mogu odlučiti na tri opcije:

- Izravni kanali distribucije su kanali putem kojih proizvođači sami prodaju svoje proizvode krajnjim korisnicima. Prednosti ovakvih kanala distribucije su neposredan kontakt s kupcima, kontrola nad proizvodima i veća prodajna cijena. S druge strane izravna prodaja zahtijeva veća ulaganja novca i rada, manje slobodnog vremena te poznavanja pravnih propisa.

- Neizravni kanali distribucije se koriste u većini slučajeva, jer većina poduzeća/gospodarstava nije u stanju odnosno nema financijske mogućnosti da samostalno organizira prodaju pa je u tom slučaju prepušta drugim za to specijaliziranim poduzećima. [13]
- Povratni kanali distribucije se koriste u slučaju kada se dobra kreću od potrošača prema proizvođaču.

[11]Grbac, B. (2010.): op.cit., str. 188 .
[12]Bratko-Henich-Obraz (1996.): op. cit., str. 216.
[13] Preuzeto s: http://hcpm.agr.hr/biznis/mplan-kdistribucije.php (27.06.2019.)

2.4. Elementi distribucije

2.4.1. Naručivanje i isporuka robe

Djelokrug nabavnog poslovanja započinje kod prvog obraćanja tržištu na kojem se obavlja nabava robe i usluga. Nabava i isporuka robe jest širi pojam od kupovanja, koje predstavlja samo jedan čin u nizu poslova vezanih za izvršenje nabavke. Zato tijek narudžbi u sebe uključuje potrebno vrijeme od izdavanja narudžbenice od strane kupca prodavatelju, te vrijeme transporta robe, obrade i kontrole podataka, do isporuke naručene robe i popratnih dokumenata kupcu.[14] Dostavljanje, obrada i isporuka narudžbi je osnova robnih i informacijskih tokova u logističkom i distribucijskom sustavu. U cilju što učinkovitije fizičke distribucije robe i što boljeg servisa isporuke potrebno je:[15]

- skratiti vrijeme od naručivanja do isporuke robe,
- uspostaviti što bolje komunikacijske veze između kupaca i dobavljača,
- zaštititi robu od oštećenja, kvara i krađe,
- osigurati točnost isporuke,
- uspostaviti logistički orijentiranu organizaciju tijeka narudžbi.

U tijeku narudžbi kupci i dobavljač kao glavni sudionici imaju svoje posebne prioritete. Kupci žele da njihove narudžbe budu korektno tretirane, točno i u što kraćem vremenu isporučene. Dobavljači žele da kupci budu zadovoljni i da plate robu na vrijeme. Ciklus narudžbe započinje kada kupac pošalje narudžbu, a završava isporukom robe kupcu. Narudžbe su u biti veza između distribucijske logistike dobavljača i nabavne logistike kupca. Tijek narudžbi i njezina obrada usko su povezana. Tijek narudžbi u sebe uključuje potrebno vrijeme od izdavanja narudžbenice od strane kupca prodavatelju, vrijeme transporta robe, obrade i kontrolu podataka, do isporuke naručene robe i popratnih dokumenata kupcu.[16]

Sustav dostavljanja i obrada narudžbi uključuje slijedeće aktivnosti:[17]

- dostavu narudžbi i praćenje njihova izvršenja,
- obradu narudžbi,
- pripremu narudžbi,

[14]Šamanović, J. (2009.): op. cit., str. 155.
[15]Ibid., str. 156.
[16] Ibid., str. 157.
[17]Ibid., str. 158.-159.

- otpremu i isporuku naručene robe i
- plaćanje računa dobavljaču.

2.4.2. Skladištenje robe

Kako bi poduzeće moglo održavati kontinuitet proizvodnje i prodaje, potrebno je da ima mogućnost skladištenja određene količine robe. Skladištenjem robe omogućuje poduzeću da osigura dovoljnu količinu robe kako bi moglo nesmetano poslovati. S logističkog stajališta skladište je čvor ili točka u logističkoj mreži na kojem se roba prije svega prihvaća ili prosljeđuje u nekom drugom smjeru unutar mreže. Skladište u užem smislu predstavlja mjesto smještaja, čuvanja i izdvajanja robe, dok gledano u širem smislu, to je ograđeni ili neograđeni prostor, zatvoreni ili poluzatvoreni prostor, za uskladištenje robe i svega onoga što je u izravnoj vezi sa skladištenjem.[18]

Zadaci skladišne služe su brojni, a među njima se posebno ističu:[19]

1. prijem robe,
2. smještaj i čuvanje i
3. izdavanje i otprema robe.

Prijem robe se odnosi na poslove i zadatke istovara, kontrole i evidencije primanja robe u skladište. Poslovi smještaja i čuvanja se odnose na sortiranje, sustavno smještanje istovrsne robe uvijek na isto mjesto, pakiranja, očuvanje fizičkih i kemijskih svojstava robe, čuvanje od krađe i oštećenja i kontrola razine zaliha u skladu s poslovnom politikom poduzetnika. Izdavanje i otprema robe se odnosi na poslove i zadatke pripreme dokumenata za izdavanje i otpremu robe, komisioniranje narudžbi, pakiranje, izdavanje, kontrolu točnosti izdavanja i utovara robe na transportna sredstva.

Načela skladišnog poslovanja:[20]

- što ekonomičnije koristiti prostor te oblikovati optimalne jedinice tereta,
- minimizirati skladišne troškove,
- osigurati minimalno kretanje sredstava za prijevoz robe i što bolje radne uvjete,
- ubrzati protok robe.

[18]Sekso, M. (2010.): Prodaja i distribucija, Veleučilište „Marko Marulić“ Knin, Knin, str. 110.
[19]Šamanović, J. (1999.): op. cit., str.169.
[20] Ibid., str. 171.

2.4.3. Upravljanje zalihama

Zalihe predstavljaju onu količinu robe koja je akumulirana radi trajnog opskrbljivanja vremenski i prostorno bliže ili daljnje proizvodne ili osobne potrošnje. Upravljanje zalihama spada među jedan od najvažnijih zadataka poduzeća jer proces naručivanja robe započinje utvrđivanjem stanja zaliha robe unutar skladišta. Potrebno je odrediti minimalnu i maksimalnu količinu zaliha robe koja se trenutno nalazi u skladištu.[21] Da bi se upravljalo zalihama, od suštinske je važnosti da poduzeće ima ažurno organizirano knjiženje zaliha na skladištu te da se zalihe nalaze unutar postavljenih normativa. Činitelji koji utječu na visinu zaliha su opseg proizvodnje, troškovi držanja zaliha, broj skladišta u distributivnoj mreži, uvjeti skladištenja i transporta, uvjeti na domaćem i stranom tržištu te učestalost naručivanja.

2.4.4. Manipulacija robom

Manipulacija robom predstavlja najvažniju aktivnost svakog poduzeća zbog toga što roba koja se šalje na tržište mora udovoljavati određenim kriterijima u pogledu pakiranja, ambalaže i njenog upravljanja te izbora najprikladnijeg tipa i veličine jedinice tereta.[22]

Pod manipulacijom robe podrazumijevaju se aktivnosti koje pospješuju cirkulaciju robe prilikom njenog skladištenja, utovara, istovara, i drugih radnji. Najvažniji elementi manipulacije robe su:[23]

- pakiranje,
- palatizacija i
- kontejnerizacija.

2.4.5. Transport

Transport se može definirati kao djelatnost kojom se omogućava premještanje dobara s jednog mjesta na drugi kroz logistički i distribucijski sustav. Uključuje sve poslove i zadatke kojima se vrši utovar, istovar, pretovar i dostava robe od proizvođača do kupca, koji se može

[21]Šamanović, J. (1999.): op. cit., str. 203.
[22]Ibid., str. 233.
[23]Ibid., str. 233.

obavljati različitim prometnim granama, različitim prijevoznim sredstvima, te prema prijevoznom procesu.[24]

U praksi se prijevoz najčešće dijeli prema sljedećim kriterijima:[25]

- infrastrukturi koju koristi,
- području djelovanja u logičkom sustavu,
- načinu organiziranja i
- teritorijalnom obilježju.

[24]Šamanović, J. (1999.): op. cit., str. 259.
[25]Ibid., str. 259.

3. EMPIRIJSKI DIO RADA NA PRIMJERU PODUZEĆA APFEL d.o.o.

APFEL D.O.O. možemo definirati kao prodajni koncept koji je organiziran kao sustav veleprodaje i maloprodaje ugostiteljske opreme te sitnog inventara, supermarket i gastro centar. Apfel je osnovan s idejom da olakša i ubrza nabavu hrane i pića hotelima, restoranima i kafićima. Vrlo brzo ponudu širi na uvoz i prodaju ugostiteljske opreme, sitnog inventara te stolova i stolica. Na taj način na jednom mjestu obuhvaća sve potrebno za opremanje ugostiteljskih objekata i pojednostavljuje poslovanje svojim partnerima. Može se također pohvaliti vodećom pozicijom u distribuciji hrane i pića na Makarskoj rivijeri, dok se opremanjem ugostiteljskih objekata bavi na području cijele Hrvatske. Lokacija veleprodajnog centra Apfela se nalazi u Makarskoj u Dubrovačkoj ulici 35.

Apfel se sastoji od 8 prodajnih jedinica (odjela):

- Odjel ugostiteljske opreme;
- Odjel sitnog inventara;
- Diskont pića;
- Apfel supermarket;
- Gastro centar;
- MarketApfel;
- Market Macel;
- PJ Split.



Slika 1: Prodajna jedinica Split

Izvor:https://www.google.com/search?biw=788&bih=748&tbm=isch&sa=1&ei=aXF9XPKiLMydsAfJhp7QBA&q=apfel+split&oq=apfel+split&gs_l=img.3..0j0i24.3599.5455..6424...0.0..0.131.1310.0j11.....1....1..gws-wiz-img.....35i39j0i67j0i10j0i30j0i10i30.lBL0m-_HXAY#imgrc=hmsdRQqS3tROaM: (skinuto: 20.02.2019.)

3.1. APFEL d.o.o. kroz vrijeme

Apfel d.o.o. je osnovan 1996. godine s idejom da olakša i ubrza nabavu hrane i pića hotelima, restoranima i kafićima. Osnivač poduzeća i direktor je Milorad Pašalić. Prvi prodajni objekt se nalazio u mjestu Baško Polje, pokraj Makarske. Prodavaonica je poslovala u sklopu turističkog kampa u navedenom naselju te je radila za potrebe turističke sezone. Nakon uspješnog početka poslovanja godine 1999.

Apfel prelazi u svoju zgradu na današnjoj adresi u Makarskoj, a 2007. godine prostor se proširuje na izložbeno-prodajni kompleks od 3000 m^2. 2010. godine Apfel prodaju i distribuciju hrane seli u svoj novi Supermarket Gastro centar na 1100 m^2 prodajnog i distributivnog prostora. On se nalazi na izlazu iz Makarske, prema Dubrovniku. Gastro Centar opskrbljiva hotele i ugostiteljske objekte sa prehrambenim namirnicama.

Početkom 2017. godine, sukladno zahtjevima tržišta, u Splitu otvara prodajno-izložbeni salon ugostiteljske opreme, sitnog inventara, stolova i stolica. Nakon 20 godina rada Apfela, direktor Milorad Pašalić naglašava da ne bi uspjelo njegovo "carstvo" bez odgovornih i dobrih ljudi koji tu rade od samih početaka. U prosjeku Apfel zapošljava 175 ljudi s tim da je zimi 150, a ljeti 50 zaposlenih više.

Slika 2: Logo poduzeća Apfel

Izvor:https://www.google.com/search?biw=1600&bih=789&tbm=isch&sa=1&ei=KXJ9XKOwIcKwkwWsy4OoBA&q=apfel+makarska+logo&oq=apfel+makarska+logo&gs_l=img.3...5640.6972..7590...0.0..0.227.1271.0j8j1.....1....1..gws-wiz-img.CKcOR7vfkKA#imgrc=73imSu5AacDPsM: (skinuto: 20.02.2019.)

3.2. Certifikati i sustavi

Point2000- POS sustav obuhvaća sve potrebne funkcije za rad blagajne u prodavaonici ili u ugostiteljskom objektu. POS omogućuje rad sa neograničenim brojem vrsta plaćanja, kao i rad sa više valuta. Izdani računi automatski se prenose u knjigovodstveni sustav te u porezne knjige. Na blagajni je moguće izdavati R1 račune, koji se u knjigovodstvenom sustavu evidentiraju kao normalna veleprodaja.



Slika 3: POS sustav logo

Izvor: https://www.google.com/search?biw=1600&bih=789&tbm=isch&sa=1&ei=jXJ9XNmbFsKBkwWKv6bABg&q=pos+sustav+logo&oq=pos+sustav+logo&gs_l=img.3..35i39.10060.10762..10935...0.0..0.110.536.0j5.....1....1..gws-wiz-img.....0i30.918zgNlIi00 (skinuto: 20.02.2019.)

U Apfel centru je verificiran HACCP sustav (Hazard Analysisand Critical Control Point). HACCP sustav je sustavni preventivni pristup kojim se osigurava sigurnost hrane. Zadatak HACCP-a je pronalaženje i analiza opasnosti i utvrđivanje preventivnih mjera kojima se rizik nastanka potencijalno opasne hrane za ljudsko zdravlje svodi na minimum ili potpuno uklanja. Uvođenjem HACCP sustava Apfel potvrđuje izvrsnost u poslovanju u skladu sa suvremenim svjetskim standardima u sustavu maloprodaje i veleprodaje.



Slika 4: HACCP logo

Izvor:https://www.google.com/search?q=haccp+logo&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwi1ksyTk-ngAhUixIUKHTilAW8Q_AUIDigB&biw=1600&bih=789#imgrc=YMf4e7uqS8Jp1M: (skinuto: 20.02.2019.)

U Apfelu je verificiran ISO 9001 certifikat pomoću kojeg se kontrolira proizvodnja. ISO 9001 je međunarodna norma koja definira zahtjeve koje organizacija mora ispunjavati kako bi mogla obavljati svoju djelatnost u skladu sa zahtjevima kupaca i relevantnim propisima.



Slika 5: ISO 9001 logo

Izvor:
https://www.google.com/search?q=iso+9001+logo&tbm=isch&source=iu&ictx=1&fir=G7DGUgFRk11O7M%253A%252CGfHJVwNTmGJKlM%252C_&usg=AI4_-kQLnjpf4-ljUHgbrSMIIAuVvA2hfQ&sa=X&ved=2ahUKEwiDlPa9k-ngAhXD-aQKHcHSBoIQ9QEwA3oECAYQCg#imgrc=G7DGUgFRk11O7M: (skinuto: 20.02.2019.)

HoReCa sustav je najznačajnije udruženje hrvatskih distributera pića, opreme te drugih proizvoda. Apfel, već dugi niz godina vodeća kompanija na Makarskoj rivijeri u distribuciji hrane i pića je visoko i čvrsto pozicioniran na HoReCa segmentu tržišta.



Slika 6: HoReCa logo

Izvor:
https://www.google.com/search?biw=1600&bih=789&tbm=isch&sa=1&ei=z3N9XIvRGtPUgwewya6IDA&q=horeca+&oq=horeca+&gs_l=img.3..35i39l2j0i19l8.13398.13555..13714...0.0..0.112.220.0j2.....1....1..gws-wiz-img.....0i30i19.O-Awv4KRcBs#imgrc=dZkcky3VwYaEWM: (skinuto: 20.02.2019.)

3.3. Faze distribucije

3.3.1. Naručivanje i isporuka robe – APFEL kao kupac

Distribucija[26] je djelotvoran prijenos dobara od mjesta proizvodnje do mjesta potrošnje uz minimalne troškove i prihvatljivu uslugu kupcima. Proces naručivanja robe započinje utvrđivanjem manjka robe na osnovi koeficijenta obrtaja,[27] koji se odnosi na stanje zaliha koje se nalaze unutar skladišta, pomoću kojeg se vrši proces nabave robe. Svakodnevno se prate zalihe potrebne robe za kontinuirano poslovanje bez smetnji. Komercijalni odjel prati kretanje zaliha i naručuje robu prema potrebi. Apfel kao kupac nabavlja robu i kod domaćih i kod inozemnih dobavljača (kroz stjecanja iz zemalja Europske Unije ili kroz uvoz iz trećih zemalja).

Prije samog čina naručivanja robe kod dobavljača, potrebno je da Apfel kao poslovni kupac sklopi ugovor o poslovnoj suradnji u kojem su utvrđene osnovne komponente o poslovnim strankama, rokovima isporuke, rokovima plaćanja te ostalim pogodnostima. Roba se naručuje telefonski, email-om ili faksom preko narudžbenica[28] koje se ispunjavaju nakon što se odabere proizvod koji je potreban tj. predmet interesiranja, temeljem ponude, kataloga ili cjenika. E-mailom je potrebno poslati potvrde o narudžbi zbog mogućih komplikacija, a da u tom slučaju postoji pisani trag kao dokaz o narudžbi. Također, ako se roba prebacuje iz jednog skladišta u drugo, radi se interna otpremnica, tj. međuskladišnica[29].

Dobavljač nakon primljene narudžbenice šalje odgovor Apfelu o dostupnosti naručene robe i ukoliko u tom trenutku roba nije dostupna, nudi mu druge opcije poput zamjenskog proizvoda. Ukoliko Apfel ne prihvaća zamjenski proizvod dobavljač mu šalje ostatak narudžbe, odnosno naručenu robu koju već ima u skladištu. Temeljem narudžbenice dostavlja se roba u prethodno ugovorenom roku sa dobavljačem. Također je potrebno prethodno ugovoriti uvjete sa dobavljačem kao što su uvjeti plaćanja, rok plaćanja i mogući rabat. Narudžbenica se sastavlja u dva primjerka pri čemu original ostaje dobavljaču, a kopiju je potrebno sačuvati u komercijalnom odjelu Apfela. Nakon što dobavljač primi narudžbu

[26]Šamanović, J. (2009): op. cit., str. 91.
[27]Koeficijent obrtaja je pokazatelj efikasnosti kojim poduzeće koristi svoja sredstva, pokazuje koliko se puta u određenom razdoblju obrnu pojedine vrste sredstava u poduzeću.
[28]Narudžbenica je komercijalni dokument izdan od strane kupca prodavaču, koji ukazuje na vrstu, količinu i cijene proizvoda ili usluga koje će prodavač pružiti kupcu.
[29]Međuskladišnica je interni dokument koji se koristi za prebacivanje artikala s jednog skladišta na drugo, unutar istog poduzeća te predstavlja dokument razduženja skladišta s kojeg se skidaju artikli, a ujedno stvara zaduženje drugog skladišta.

Apfela sastavlja otpremnicu, na čijoj se osnovi vrše novčana potraživanja za naručenu količinu robe.

Prije samog istovara, potrebno je provjeriti određene stavke na narudžbenici i usporediti ih sa stavkama na otpremnici od dobavljača. Nakon provjere narudžbe, na pisaču se ispisuju naljepnice koje sadrže bar-kod i naziv artikla, te se šalje nalog za preuzimanje robe, nakon čega je roba spremna za istovar. Roba se kod preuzimanja, obavezno kontrolira prije ulaska u skladišta i unosa primke[30]. To uglavnom rade šefovi ili skladištari. Na otpremnicu[31] dobavljača se upisuje broj primljenih paketa, a u slučaju manjka, viška ili oštećenja robe potrebno je to također odmah navesti. U slučaju određenih neispravnosti u reklamacijski zapisnik upisuje se naziv artikla i vrsta oštećenja, a ukoliko se artikl sastoji iz više paketa, upisuje se i broj oštećenog paketa. Reklamacijski zapisnik svojim potpisom ovjeravaju skladištar i vozač kamiona.

Po završetku istovara i kontrole robe od strane djelatnika ureda skladišta, djelatnik potpisuje i ovjerava dokumente uz oznaku da je roba primljena te vraća vozaču njegov primjerak. Nakon kontrole robe unosi se primka, tj. dokument koji predstavlja potvrdu da su određeni artikli primljeni u skladište. U jednoj primki se može navesti najmanje jedna stavka koja je određena sa artiklom. Primka je određena svojim rednim brojem, datumom kada su navedeni artikli (ili samo jedan artikl) stigli u skladište, u koje skladište su pohranjeni artikli, koliko je iznosio rabat, koliko je iznosio zavisni trošak, naziv i adresa dobavljača, popis artikala koji su primljeni na skladište, pri dnu obrasca "Primka" se nalaze polja sa iznosima.

Način plaćanja je preko transakcijskog računa u roku dospijeća koji je naznačen na računu dobavljača, a računi većine dobavljača dolaze poštom i onda se prilažu uz primke. Nakon toga se potraživanja za naručenu robu prenose kroz likvidaturu na račun dobavljača.

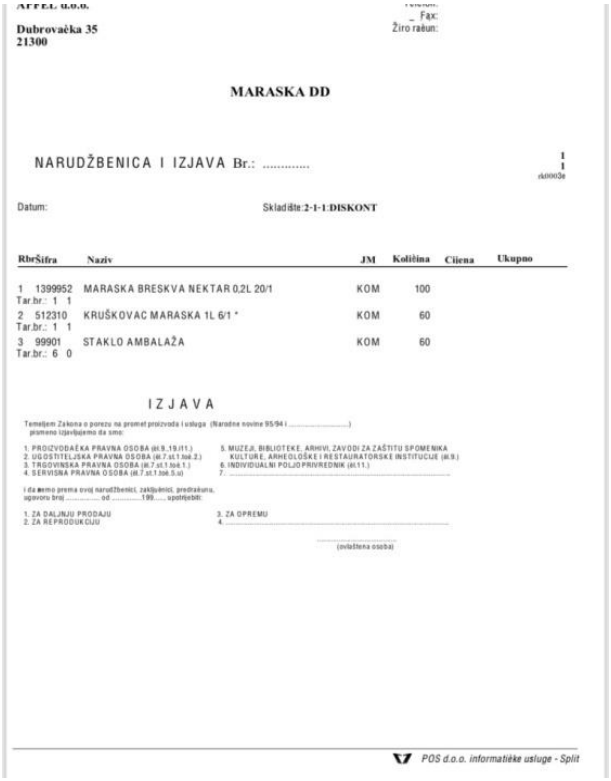
Najveći domaći dobavljači: Metro, Dukat, Vindija, Petason, Accra, Adria Snack, Adriaticon, Agrolaguna, Alca, Awt, Apimel, Atlantic, Ba- Com, Dalmatinski sirevi, Drniška pršutana, Filir, Flamma, Eljuga, Elmag, Heineken, Zagrebačka pivovara, Kandit, Marjan voće, Podravka, Pik, Zdenka i drugi.

Najveći strani dobavljači: Steklarna Hrastnik, Churchill, Fast, Paderno, Werzalit, Mccain, Honved i drugi.

[30]Primka je dokument preko kojega robu kupljenu od dobavljača zaprimamo na skladište.
[31]Otpremnica je dokument koji nastaje u procesu fakturiranja i materijalnog poslovanja. Na osnovi otpremnice primatelj robe potvrđuje prijem robe.

3.3.2. Naručivanje i isporuka robe – APFEL d.o.o. kao dobavljač

Poduzeće Apfel ima individualne kupce i poslovne kupce. Poslovni kupci su hoteli, restorani, kafići, noćni klubovi, trgovine na malo, neprofitne organizacije. Najveći postotak u prodaji kod poslovnih kupaca zauzimaju ugostiteljski objekti za pružanje usluga hrane i pića (restorani, kafići i slično). Prije samog čina naručivanja robe, potrebno je da poslovni kupac sklopi ugovor sa Apfel-om o poslovnoj suradnji u kojem su utvrđene osnovne komponente o poslovnim strankama, rokovima isporuke, rokovima plaćanja te ostalim pogodnostima. Proces naručivanja robe u Apfelu odvija se dospijećem narudžbenice od strane kupaca.



APFEL d.o.o.
Dubrovačka 35
21300

Fax:
Žiro račun:

MARASKA DD

NARUDŽBENICA I IZJAVA Br.: .....

Datum: Skladište:2-1-1:DISKONT

RbrŠifra	Naziv	JM	Količina	Cijena	Ukupno
1 1399952 Tar.br.: 1 1	MARASKA BRESKVA NEKTAR 0,2L 20/1	KOM	100		
2 512310 Tar.br.: 1 1	KRUŠKOVAC MARASKA 1L 6/1 *	KOM	60		
3 99901 Tar.br.: 6 0	STAKLO AMBALAŽA	KOM	60		

IZJAVA

Temeljem Zakona o porezu na promet proizvoda i usluga (Narodne novine 95/94 i .....)
pismeno izjavljujemo da smo:

1. PROIZVOĐAČKA PRAVNA OSOBA (čl.9.,10./11.)
2. UGOSTITELJSKA PRAVNA OSOBA (čl.7.st.1.toč.2.)
3. TRGOVINSKA PRAVNA OSOBA (čl.7.st.1.toč.1.)
4. SERVISNA PRAVNA OSOBA (čl.7.st.1.toč.5.u)
5. MUZEJI, BIBLIOTEKE, ARHIVI, ZAVODI ZA ZAŠTITU SPOMENIKA KULTURE, ARHEOLOŠKE I RESTAURATORSKE INSTITUCIJE (čl.9.)
6. INDIVIDUALNI POLJOPRIVREDNIK (čl.11.)
7. .....

i da ćemo prema ovoj narudžbenici, zaključnici, predračunu, ugovoru broj ..... od .....199..... upotrijebiti:

1. ZA DALJNJU PRODAJU
2. ZA REPRODUKCIJU
3. ZA OPREMU
4. .....

(ovlaštena osoba)

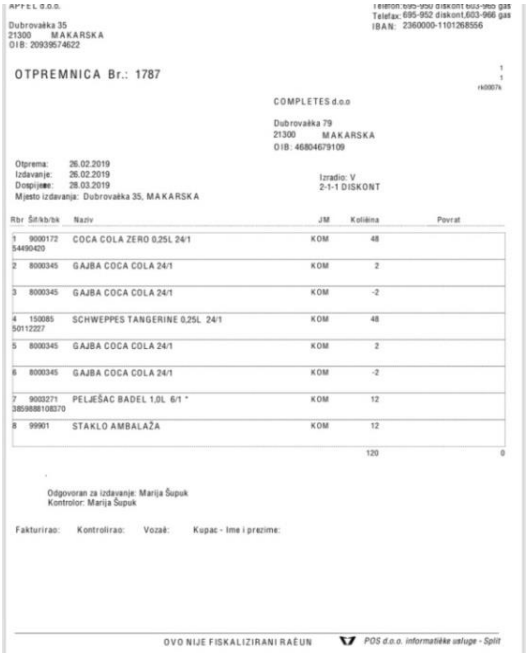
POS d.o.o. informatičke usluge - Split

Slika 7: Primjer narudžbenice Apfela

Izvor: Apfel d.o.o.

Narudžbe kupaca se vrše telefonski, faksom ili mailom. Nakon što Apfel primi narudžbu slijedi njena obrada. Proces izvršavanja narudžbe započinje dospijećem narudžbenice koja sadrži sve potrebne informacije vezane za kupca i dobavljača. Zatim se šalje odgovor kupcima o dostupnosti naručene robe na skladištu i ukoliko je nema na zalihama nudi se druga zamjenska roba. Ako kupac odbije zamjensku robu šalje se ona količina robe koja je dostupna u tom trenutku.

Nakon što se prikupi sva naručena roba, šalje se na blagajnu gdje radnici evidentiraju svu robu te ispostavljaju izlazni račun ili račun/otpremnicu. Robu koja se isporučuje kupcima vlastitim transportnim sredstvom potrebno je pripremiti za otpremu tako da bude zaštićena od oštećenja i gubitka u transportu, te da utovar i istovar robe s transportnog sredstva traju što je moguće kraće. Skladištar na temelju otpremnice za dostavu priprema robu. Skladištar koji preuzima robu mora pregledati dokument i provjeriti da li roba odgovara kvalitativno i kvantitativno naručenoj robi. Nakon što je robu pripremio skladištar na otpremnicu upisuje od koliko paketa se roba sastoji i potpisom potvrđuje da je roba pripremljena. Skladištar predaje robu vozačima koji sami tovare robu na vozilo. Po utovaru robe na dostavno vozilo skladištar potpisom uz oznaku da je roba izdana potvrđuje da je robu predao vozaču, a vozač potpisom potvrđuje da je robu primio. Jedan primjerak otpremnice uzima vozač, a drugi primjerak ostaje u skladištu za potrebe arhiviranja.



Dubrovačka 35
21300 MAKARSKA
OIB: 20939574622

Telefax: 695-952 diskont,603-966 gas
IBAN: 2360000-1101268556

OTPREMNICA Br.: 1787

COMPLETES d.o.o
Dubrovačka 79
21300 MAKARSKA
OIB: 46804679109

Otprema: 26.02.2019
Izdavanje: 26.02.2019
Dospijeće: 28.03.2019
Mjesto izdavanja: Dubrovačka 35, MAKARSKA

Izradio: V
2-1-1 DISKONT

Rbr	Šifra/bk	Naziv	JM	Količina	Povrat
1	9000172 54490420	COCA COLA ZERO 0,25L 24/1	KOM	48	
2	8000345	GAJBA COCA COLA 24/1	KOM	2	
3	8000345	GAJBA COCA COLA 24/1	KOM	-2	
4	150085 50112227	SCHWEPPES TANGERINE 0,25L 24/1	KOM	48	
5	8000345	GAJBA COCA COLA 24/1	KOM	2	
6	8000345	GAJBA COCA COLA 24/1	KOM	-2	
7	9003271 3859888108370	PELJEŠAC BADEL 1,0L 6/1 *	KOM	12	
8	99901	STAKLO AMBALAŽA	KOM	12	
				120	0

Odgovoran za izdavanje: Marija Šupuk
Kontrolor: Marija Šupuk

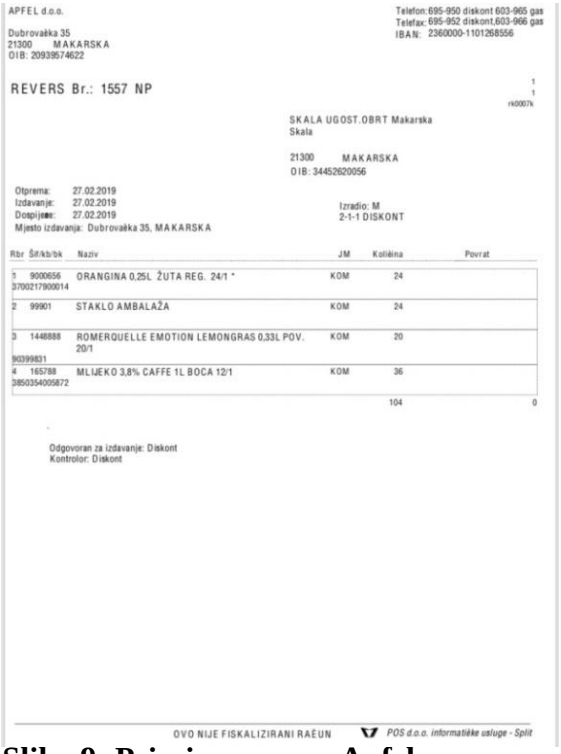
Fakturirao: Kontrolirao: Vozač: Kupac - Ime i prezime:

OVO NIJE FISKALIZIRANI RAČUN POS d.o.o. informatičke usluge - Split

Slika 8: Primjer otpremnice Apfela

Izvor: Apfel d.o.o.

Kad se roba dostavi na adresu kupca vozači pregledavaju prijevozne dokumente te ih uspoređuju s ostalim priloženim dokumentima, a zatim se kupcu predaje roba. Ovlaštena osoba koja preuzima robu mora pregledati dokument i provjeriti da li roba odgovara naručenoj robi. Ukoliko se uvide nedostatci na robi ispunjava se komisijski zapisnik kojim se roba vraća Apfelu. Ukoliko je sve u redu ovlaštena osoba potpisuje dokument i preuzima robu.



APFEL d.o.o.
Dubrovačka 35
21300 MAKARSKA
OIB: 20939574622

Telefon: 695-950 diskont 603-965 gas
Telefax: 695-952 diskont,603-966 gas
IBAN: 2360000-1101268556

REVERS Br.: 1557 NP

SKALA UGOST.OBRT Makarska
Skala

21300 MAKARSKA
OIB: 34452620056

Otprema: 27.02.2019
Izdavanje: 27.02.2019
Dospijeće: 27.02.2019
Mjesto izdavanja: Dubrovačka 35, MAKARSKA

Izradio: M
2-1-1 DISKONT

Rbr	Šif/kb/bk	Naziv	JM	Količina	Povrat
1	9000656 3700217900014	ORANGINA 0,25L ŽUTA REG. 24/1 *	KOM	24	
2	99901	STAKLO AMBALAŽA	KOM	24	
3	1448888 90399831	ROMERQUELLE EMOTION LEMONGRAS 0,33L POV. 20/1	KOM	20	
4	165788 3850354005872	MLIJEKO 3,8% CAFFE 1L BOCA 12/1	KOM	36	
				104	0

Odgovoran za izdavanje: Diskont
Kontrolor: Diskont

OVO NIJE FISKALIZIRANI RAČUN

POS d.o.o. informatičke usluge - Split

Slika 9: Primjer reversa Apfela

Izvor: Apfel d.o.o.

Kupcima daje mogućnost plaćanja gotovinom ili preko transakcijskog računa. Ako se roba plaća preko transakcijskog računa u tom slučaju se otpremnica odmah šalje uz robu, ako kupac plaća robu gotovinom tada se odmah uz robu izdaje revers. Revers[32] kupac plaća direktno na blagajni ili vozaču koji donosi novac na blagajnu. Kad se novac donese, revers se zaključuje i pretvara u račun.

Među najveće kupce spadaju hoteli poput Radisson Blu Resort, Marmont, Atrium, Park, Katarina Dugopolje, Olympia Vodice, hoteli Valamar, Maistra, Milenij hoteli, Jadranski luksuzni hoteli te brojni drugi. Kod restorana može izdvojiti kavanu-restoran Perivoj i Dvor,

[32]Revers je dokument za evidentiranje izlaza robe sa skladišta koja se privremeno izdaje i za koju se očekuje povrat na skladište.

tu su kavana Bajamonti, Biberon, Bota Šare, Arkada, Makina Vodice, Cukarin i još na stotine kupaca.

3.3.3. Skladištenje robe

Skladište[33] je čvor ili točka na logističkoj mreži na kojem se roba prije svega prihvaća ili prosljeđuje u nekom drugom smjeru unutar mreže**.** Apfel svojim velikim skladištem uspješno konkurira ostalima, te mu kvalitetno isplanirane zalihe nude sigurnost u odnosu na konkurenciju.

Apfel skladište se može definirati kao zatvoreni tip jedno-etažnog prizemnog skladišta u kojem se skladište različite vrste roba. Sva skladišta su prizemna osim skladišta ugostiteljske opreme i sitnog inventara i nalaze se u glavnoj zgradi Apfela. Na prvom katu zgrade je odjel ugostiteljske opreme, a na drugom katu odjel sitnog inventara, kojima je zajedničko skladište na trećem katu glavne zgrade. Apfel ima više prodajnih jedinica : Odjel ugostiteljske opreme, Odjel sitnog inventara, Diskont pića, Apfel supermarket, Gastro centar, Market Apfel, Market Macel i PJ Split. Svaka od navedenih prodajnih jedinica ima svoj vlastiti skladišni prostor u glavnoj zgradi, osim Gastro centra i Apfel supermarketa koji imaju zajednički skladišni prostor, ali različite, tj. odvojene primke.

Skladište se nalazi u neposrednoj blizini prometnice (D8), Dubrovačka ulica 35, te je prilaz skladištu jako pristupačan. Unutrašnji dio Apfel skladišta se sastoji od 11 "zona". Svaka zona označava skladišni prostor pojedinog odjela. Ispred ulaza u skladište nalazi se veliko parkiralište za kupce, kao i za vozila za prijam robe.

[33]Šamanović, J. (2009.): op. cit., str. 169.



Slika 10: Glavna zgrada Apfel d.o.o.-a

Izvor:https://www.google.com/search?q=apfel+makarska&hl=hr&authuser=0&source=lnms&tbm=isch&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEwjK_7eW_qXhAhUEx4sKHU3_CM0Q_AUIDigB&biw=1366&bih=657#imgrc=7gz76OQI1Tkl1M: (skinuto: 20.02.2019.)

Pri dolasku robe skladištari dočekuju transportna vozila. Unutar skladišta prevladava fizički tj. ručni rad gdje poslove većinom obavljaju skladišni radnici pomoću jednostavne skladišne opreme kao što su viličari, paletari i kolica. Roba se prije slaganja na police kontrolira. Skladištar preuzima odgovornost kontrole i na temelju primke, prijevoznog dokumenta zaprima robu. Primka sadrži sve potrebne elemente, kao što su datum dospijeća robe u skladište, iznos rabata ukoliko postoji, naziv i adresa dobavljača, iznos zavisnog troška, popis robe koja je primljena u skladište te polja sa ukupnim iznosima. Nakon kontrole ukoliko je roba ispravna otpremnica se potpisuje od strane skladištara, te proces preuzimanja robe može završiti. Ukoliko roba nije ispravna nakon kontrole skladištar odmah treba reagirati tako da ispunjava reklamacijski zapisnik, a ta ista roba se vraća dobavljaču.

Roba se u skladištu odlaže po zonama, a unutar svake zone skladišni radnik sam, prema vlastitoj želji, odnosno iskustvu, odabire skladišnu lokaciju na koju će uskladištiti robu. Na paletne se regale roba odlaže uz primjenu posebne opreme (paleta) i pomoću transportnog sredstva (viličar). Roba koja se odlaže u skladište, a ima osjetljiv rok trajanja kao npr. mlijeko, jogurt, salama, voće, povrće i slično, skladišti se u hladnjacima, a smrznuta roba u komorama po temperaturama koje su unaprijed propisane. Potrebna je svakodnevna kontrola robe koja ima osjetljiv rok trajanja da bi se izbjegle nepotrebne komplikacije u vezi robe. Kada radnici izlože robu na police, šef odjela je dužan prekontrolirati izvršeno skladištenje te

ispod svakog artikla iznijeti i pismeno priložiti vrstu proizvoda, težinu proizvoda, bar-kod proizvoda, osnovnu cijena proizvoda te cijena u koju je uključen PDV.

Roba se skladišti na paletnim regalima po utvrđenim pravilima. Skladištenje robe obavljaju određeni skladištari koji su odgovorni za slaganje robe nakon prijema. Teža roba se odlaže na niže police, dok se lakša odlaže na više razine. Slaganje robe u skladište, skladištari obavljaju na vlastiti način koji je naj pregledniji njima i najjednostavniji za kontroliranje kao i za kasniji pronalazak određene robe za izdavanje kupcima.

Proces izdavanja robe iz skladišta započinje primitkom narudžbenice od strane kupca, nakon čega se provjerava da li određeni kupac ima dugova Apfelu, tj. nepodmirenih računa. Ukoliko je kupac uredno platio prethodno naručenu robu, provjerava se stanje na zalihama, dostupnost naručene robe i sukladno tome se odvija daljnji proces izdavanja robe sa skladišta. Radnici od strane šefa prodaje dobivaju narudžbenice kupaca i po njima pripremaju robu za otpremu.

Nakon uspješne obrade narudžbenice roba se evidentira na blagajni skladišta te se izdaje kao otpremnica. Na njoj je naznačeno ime poduzeća i osnovni podaci kao adresa, telefon, broj računa i sl., zatim ime i osnovni podaci kupca, datum isporuke. Na dnu otpremnice nalazi se iznos kupljene robe te mjesto za potpis blagajnika koji je izdao račun. Naručena roba i pripadajuća otpremnica se utovaruju u transportno vozilo pomoću paletara i dostavljaju kupcu.

3.3.4. Upravljanje zalihama

Upravljanje zalihama[34] predstavlja jedan od najvažnijih zadataka menadžmentu poduzeća jer one predstavljaju osiguranje od mogućih rizika. Glavni cilj menadžmentu je da zalihe budu što manje,a u svrhu kontinuirane proizvodnje i prodaje poželjno je stalno držati odgovarajuću količinu zaliha robe. Održiva količina zaliha je idealna, dok višak zahtjeva dodatne troškove, a manjak zaliha uzrokuje mogući prekid prodaje. Komercijalni odjel Apfela prati kretanje zaliha i naručuje robu prema potrebama. Komercijalni odjel mora paziti na količine zalihe robe zbog toga što bi dostupne količine zaliha trebale biti dovoljne za nesmetano poslovanje do sljedeće nabave potrebnih zaliha i dostave robe u skladište. Kretanje zaliha u Apfelu se prati u pravilu svakodnevno, tako da se po vrstama proizvoda naručuje dnevno, tjedno ili mjesečno. Kada se na zalihama robe nađe roba kojoj ubrzo ističe rok, prioritetna je za

[34]Šamanović, J. (2009.): op. cit., str. 203. Zalihe predstavljaju onu količinu robe koja je akumulirana radi trajnog opskrbljivanja vremenski i prostorno bliže ili daljnje proizvodne ili osobne potrošnje.

prodaju, a to se najlakše proda smanjivanjem cijena. Također, sa zalihama usklađuje ciljeve dobavljača radi ostvarivanja mogućeg rabata. Prema vrsti robe koja se skladišti zalihe se dijele na minimalne, optimalne, prosječne, sigurnosne, špekulativne, sezonske i nekurentne zalihe.

Minimalna količina zaliha, odnosno minimalne zalihe[35] predstavlja najmanju količinu robe koja je potrebna za pravovremeno zadovoljenje obaveza poduzeća po količini i asortimanu. U kategoriju minimalne količine zaliha u Apfelu spada lako pokvarljiva roba koja se slabije prodaje ili roba koja neovisno o roku trajanja ima slab koeficijent obrtaja, ali ju poduzeće unatoč tome mora imati u svom asortimanu.

Optimalne zalihe[36] osiguravaju redovnu i potpunu opskrbu proizvodnje uz minimalne troškove skladištenja i naručivanja robe. Roba koja je lako pokvarljiva kao npr. voće i povrće se naručuje se na dnevnoj bazi. Mliječni proizvodi kao npr. jogurt, mlijeko, sir se naručuju minimalno dva puta tjedno ili više ovisno o potrebi tj. o prodanoj količini. Ostala prehrambena i neprehrambena kao npr. stolni i posteljni program, ručnici, radna odjeća i slično roba se naručuje ovisno od mjeseca do mjeseca, odnosno također u ovisnosti o prodanoj količini.

Prosječne zalihe čine prosjek stanja zaliha robe tijekom određenog vremenskog razdoblja (najčešće godine dana).

Sigurnosne zalihe[37] predstavljaju količinu robe u skladištu koja se drži radi osiguranja od nepredviđenih promjena u potražnji ili ponudi robe. U vrijeme sezone povećava se potražnja za pićem, zbog otvorenja sezonskih hotela, restorana, kafića i drugih kojima je Apfel dobavljač. Zbog toga Apfelov odjel pića posebice vodi računa o stanju sigurnosnih zaliha. Nakon odjela pića, Apfelov odjel ugostiteljske opreme u sezoni treba također obratiti pažnju na sigurnosne zalihe zbog velike potražnje za potrebnom opremom.

Špekulativne zalihe su količine robe u skladištu sakupljene s namjerom da se prodaju kada se cijene znatnije povećaju, što se može i namjerno izazvati pomoću određenih špekulantskih akcija.

[35]Minimalne zalihe su ona količina robe ispod kojih se zaliha ne bi smjela spustiti ako se želi održavati kontinuitet proizvodnje.
[36]Šamanović, J. (2009.): op. cit., str. 208.
[37]Ibid., str. 208.

Sezonske zalihe[38] su količine robe sakupljene tijekom godine, a namijenjene su zadovoljenju povećane potražnje u kratkom razdoblju u sezoni. Zalihe na koje obraća pažnju posebice odjel opreme, jer se tijekom sezone povećava potražnja pa isto tako i ponuda za suncobrane, ležaljke, plastične stolice i stolovi, razni jastuci i drugi koji pripadaju kategoriji plažnog programa u katalogu.

Nekurentne zalihe[39] označavaju robu u skladištu koja se zbog starosti, gubitka potrebnih svojstava, demodiranosti ili nekih drugi razloga ne može prodati kupcu, osim uz osjetno snižene cijene. Apfel se nastoji riješiti robe prije isteka roka posebnim ponudama i akcijama, a blaže oštećenoj robi se osjetno cijene snize u cilju prodaje odnosno smaknuća sa zaliha. Teže oštećenu, gotovo i neupotrebljivu robu poduzeće razdužuje nakon čega mu ona predstavlja trošak.

3.3.5. Manipulacija robom

Manipulacija robom[40]označava aktivnosti koje pomažu kretanju robe prilikom njenog skladištenja, utovara, istovara i drugih radnji. Predstavlja najvažniju aktivnost svakog poduzeća. Elementi manipulacije robom:

- pakiranje robe[41],
- paletizacija robe[42],
- kontejnerizacija robe[43].

Robu koja se isporučuje potrebno je pripremiti za otpremu tako da bude zaštićena od oštećenja i gubitka u transportu, te da utovar i istovar robe s transportnog sredstva traju što je moguće kraće. Zadaća pakiranja robe je da roba stigne budućem vlasniku u ispravnom stanju. Prilikom pakiranja robe treba voditi računa i o zakonskim odredbama i pravilnicima koji se odnose na težinu proizvoda i način pakiranja za prijevoz određenim prijevoznim sredstvima.

[38]Sezonske zalihe predstavljaju onu količinu robe sakupljene tijekom godine namijenjene zadovoljenju povećane potražnje u sezoni

[39]Nekurentne zalihe predstavljaju zalihe robe u skladištu koje se zbog zastarjelosti, gubitka svojstava, zastarjelosti i sl. ne može prodati ili može tek uz nižu cijenu

[40]Šamanović, J. (2009.): op. cit., str. 233

[41]Ibid, str. 233. Pakiranje robe je postupak stavljanja ili umotavanja robe u odgovarajuće kutije, omote te razne druge materijale odgovarajuće kakvoće, oblika i zatvaranja.

[42]Paletizacija čini skup organizirano povezanih tehničkih sredstava i postupaka koji omogućuju mehanizirano manipuliranje u svim fazama obrade i prometa primjenom paleta i viličara.

[43]Kontejnerizacija je skup međusobno organizacijski povezanih sredstava za rad i tehnoloških postupaka za automatizirano manipuliranje i transport okrupnjenim jedinicama tereta – kontejnerima od sirovinske baze do potrošača.

Zaštitna funkcija pakiranja ima zadatak da robu zaštiti od gubitaka kvalitete te gubitaka kao što su lom, rastur i kalo. Roba se slaže na palete. Skladištar koji slaže robu na paletu sam odlučuje o redoslijedu slaganja robe pri čemu vodi računa da prilikom slaganja robe i transporta ne dođe do oštećenja robe zbog težine paketa koji su složeni jedan na drugog. Na paletu se najprije slažu teži paketi, a prema vrhu palete slažu se lakši paketi. Paketi moraju biti složeni na paletu tako da ni s jedne strane ne izlaze izvan dimenzija palete, kako prilikom utovara palete na transportno sredstvo ili tijekom transporta ne bi došlo do oštećenja robe. Nakon što je roba složena na paletu, ovisno o vrsti robe na pojedinoj paleti, omata se folijom, što osigurava cjelovitost palete tijekom transporta, te štiti robu od gubitka i oštećenja. Ovako pripremljena paleta označava se otpremnicom koja sadrži popis robe na paleti, a na paletu se napiše za koga je namijenjena.

Prilikom slanja robe iz skladišta, ona mora biti upakirana u svoju ambalažu. Ambalaža[44] štiti robu prilikom transporta i skladištenja od oštećenja, loma, kvara, krađe i drugih štetnih utjecaja. Ambalaža robe predstavlja sve proizvode, bez obzira na prirodu materijala od kojeg su izrađeni.

Prema materijalima od kojih je ambalaža izgrađena, razlikuje se:

- metalna ambalaža,
- drvena ambalaža,
- staklena ambalaža,
- plastična ambalaža,
- papirnata i kartonska ambalaža,
- tekstilna ambalaža,
- ambalaža od ostalih materijala kao što su keramika, stiropor, i slično.[45]

Prilikom pakiranja robe za prijevoz proizvođači moraju paziti da im proizvodi budu pakirani u odgovarajuću ambalažu. Na ambalaži mora biti naznačen naziv proizvoda, godina proizvodnje, zemlja porijekla, ime uvoznika i njegovi podatci te bar- kod.

Ukoliko je roba lomljiva, na ambalaži se to treba naznačiti. Postoje određena pravila kojih se radnici zaduženi za pakiranje robe trebaju pridržavati. Pažnja se obraća na to, koje je vrste roba, na materijal čemu se olakšava fizički rad zaposlenika te smanjuju različite vrste

[44]Šamanović, J. (2009.): op. cit., str. 237.
[45]Ibid., str. 238.

troškova i gubitaka na robi. Palete služe za oblikovanje jediničnih tereta, odnosno transportnih jedinica, prikladnih za mehanizirano prenošenje. U Apfelu roba se odlaže na drvene palete različitih dimenzija. Za skladištenje robe koriste se palete dimenzija 2300 mm x 1200 mm, 2000mm x 1200mm kao i standardne palete dimenzija 1200mm x 800mm (Euro palete). Teret je najbolje rasporediti ravnomjerno po cijeloj površini palete, jer je tada pritisak tereta na jedinicu površine najmanji, a prostor je najbolje iskorišten. Robe, težinu robe, lomljivost robe i druge bitne elemente, te se sukladno tome roba razvrstava za pakiranje. Ovisno o elementima robe postoje različiti načini pakiranja. Primjer kartonske ambalaže, pakiranje čaša i ostale staklene opreme. Oni se pakiraju na način da se roba slaže u kartonske kutije koje su prilagođene veličinama pojedinih proizvoda. Ukoliko se više staklenih predmeta pakira u jednu kutiju, potrebno je osigurati zaštitu istih na način da se proizvodi međusobno direktno ne dodiruju, tj. da postoji "pregrada" između njih.

Kao jedinice tereta se najčešće primjenjuju palete i kontejneri. Paletizacija je najjednostavniji i najvažniji oblik spajanja tereta pomoću kojeg se vrši racionalizacija transporta i uskladištenja robe. Roba se prilikom transporta i uskladištenja slaže na palete.



Slika 11: Palete
Izvor:https://www.google.com/search?q=palete&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwi91svlmungAhWOtYsKHSbOAaEQ_AUIDigB&biw=1600&bih=740#imgrc=53CW8c96czzMxM (skinuto: 24.02.2019.)

Najvažnije sredstvo za rad u sustavu paletizacije je viličar. Za unutarnji transport robe u skladištu koriste se razne izvedbe viličara (električni i ručni viličar) i ručnih kolica. Viličar je specifično mehanizirano, transportno-pretovarno sredstvo opskrbljeno s posebnim vilicama koje podilaze ispod paleta, koju podiže ili spušta u cilju prenošenja s jednog mjesta na drugo prilikom uskladištenja ili iskladištenja, utovara, istovara ili pretovara.



Slika 12: Ručni viličar

Izvor: https://www.google.com/search?q=rucni+vilicar&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjKtPeHl-ngAhVBJBoKHV9TBREQ_AUIDigB&biw=1600&bih=740#imgrc=PjVQzCzQUsQR7M: (skinuto: 25.02.2019.)



Slika 12: Električni viličar

Izvor:https://www.google.com/search?q=elektricni+vilicar&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjBz6X2l-ngAhVDxoUKHV3iAoEQ_AUIDigB&biw=1600&bih=740#imgrc=VknFsoUXwfbWGM: (skinuto: 25.02.2019.)



Slika 14: Ručna kolica

Izvor:https://www.google.com/search?q=rucna+kolica&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjftba9mOngAhWFjYsKHRQNA9cQ_AUIDigB&biw=1600&bih=740#imgrc=Thy73w8y0s8pPM: (skinuto: 25.02.2019.)

Kontejnerizacijaje korištenje većih ili manjih sudova ili sanduka pri prijevozu robe sa svrhom homogenizacije različite vrste robe u jednu transportnu jedinicu što omogućuje transport robe od proizvođača do kupca bez prepakiranja. Apfel se kod isporuka vlastite robe ne koriste kontejnerizacijom. Iako Apfelovi dobavljači uglavnom robu dobivaju od dobavljača koji se pri transportu služe upravo kontejnerizacijom, Apfel zasad još nema potrebu kontejnerizacije.

3.3.6. Transport

Prijevoz[46] uključuje sve poslove i zadatke kojima se vrši utovar, istovar, pretovar i dostava robe od proizvođača do kupca, koji se može obavljati različitim prometnim granama, različitim prijevoznim sredstvima. U sustavu Apfela upotrebljava se isključivo cestovni prijevoz za vlastite potrebe. Dostava robe odnosno vanjski transport, obavlja se kombi vozilima i dostavnim kamionima.

Firma raspolaže sa 15 kombi vozila, te 4 dostavna kamiona. Kombi vozila se upotrebljavaju za veće količine robe, koja se slaže na palete i transportnim se sredstvima ukrcava u vozilo da bi se dostavila kupcima. Takvim se vozilima najčešće prevozi piće, stočna hrana te veće količine mješovite naručene robe. Dostavni kamioni se upotrebljavaju za velike količine proizvoda većih dimenzija kao što su stolovi, stolice, proizvodi potrebni u fastfoodu, šanku, profesionalnoj kuhinji i slično.

Po dolasku predviđenog kamiona na istovar na područje Apfela, vozač predaje transportne dokumente u ured skladišta. Potrebni transportni dokumenti su otpremnica i kamionski

[46]Šamanović, J. (2009.): op. cit., str. 259.

tovarni list tj. CMR. Također, prilikom dostave kupcima od strane Apfela radnici trebaju ispuniti otpremnicu i kamionski tovarni list (CMR). Djelatnici u uredu skladišta kontroliraju narudžbu pomoću računalnog sustava „SHD“. Što se tiče stranih dobavljača potrebno je provjeriti „IMP“, oznaku u računalnom sustavu, koja označava da je roba prošla carinski pregled. Robu je potrebno odmah detaljnije pregledati zbog mogućih oštećenja u transportu. Prije samog istovara, u računalnom se sustavu provjeravaju određene stavke na narudžbi i uspoređuju sa stavkama na otpremnici od dobavljača, odgovara li primljena roba kvaliteti i kvantiteti naručene robe i slično, da ne bi došlo do pogrešaka.



Slika 15: Dostavni kombi

Izvor:https://www.google.com/search?tbm=isch&q=apfel+makarska+doo+dostava&spell=1&sa=X&ved=0ahUKEwirwIybnOngAhWoNOwKHdjhBPMQBQg4KAA&biw=1600&bih=740&dpr=1#imgrc=KaDJKXzLJYi4yM: (skinuto: 25.02.2019.)



Slika 16: Dostavni kamion

Izvor:https://www.google.com/search?q=kamion+apfel&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjZzMaXmengAhUkqYsKHbhDA8oQ_AUIDigB&biw=1600&bih=740#imgrc=utuxa7GNJRWeKM: (skinuto: 25.02.2019.)

Nakon provjere narudžbe, na pisaču za naljepnice ispisuju se naljepnice koje sadrže bar-kod i naziv artikla, te se nakon toga šalje nalog za preuzimanje robe nakon čega je roba spremna za istovar. Ako je roba utovarena na kamion složena na palete, tada skladištar pomoću viličara istovara robu paletno. Prilikom ručnog istovara paketi se slažu na kolica ili na paletu, a na pakete je potrebno obavezno zalijepiti naljepnice s podacima o artiklu. Na otpremnicu

dobavljača se upisuje broj primljenih paketa, a u slučaju manjka, viška ili oštećenja robe potrebno je to također navesti u otpremnicu. Nakon što se sva roba istovari i prekontrolira od strane djelatnika ureda skladišta, djelatnik potpisuje i ovjerava dokumente uz oznaku da je roba primljena te vraća vozaču njegov primjerak.

Apfel nastoji svojim kupcima isporučiti naručenu robu u što kraćem mogućem roku. Prilikom dostavljanja naručene robe pojedini vozač može izvršiti dostavu više kupaca, odnosno onoliko koliko u kombi vozilo, odnosno dostavni kamion može biti spakirano zbog maksimalnog iskorištenja dostavnih vozila. Broj dostavnih paketa istovremeno, ovisi o veličini i materijalu naručene robe. Transportni radnici odgovorni su za proizvode koje prevoze, tj. proizvode koje dostavljaju na prodajno mjesto poslovnog kupca. Nakon istovara robe kupcu i provođenja kontrole, prodavači ili poslovođe su dužni potpisati dokument o preuzimanju robe čime proces distribucije završava. U transportno vozilo vozači vraćaju zadužene palete ili povratnu ambalažu (ambalaža od pića) i vraćaju u Apfel skladište gdje se kupca razdužuje za palete ili ambalažu.

Za unutarnji transport robe koriste se ručni i električni viličari i ručna kolica. Na razini firme Apfel raspolaže sa trinaest viličara, od kojih su osam ručnih (paletari) i pet električnih viličara. Ručni viličari koriste se za transport paletizirane i komadne robe u skladištu. Ovi viličari služe za podni transport kada nije potrebno slaganje tereta na veće visine. Također na raspolaganju radnicima u unutarnjem transportu stoje ručna kolica kojih ima oko šezdeset na razini firme. Za transport i skladištenje proizvoda većih dimenzija koriste se izvedbe ručnih kolica. Ova se kolica također koriste i za izdavanje robe kupcima koji dolaze osobno odabrati robu po svojim željama.

4. ZAKLJUČAK

Distribucija kao jedan od elemenata marketing miksa koji predstavlja kretanje i put proizvoda od proizvođača do kupca, što obuhvaća razne aktivnosti, ima jako bitnu ulogu u poslovanju svih poduzeća. Dobro poznavanje i razumijevanje elemenata od kojih se distribucija sastoji olakšava uvid u složenost i važnost procesa distribucije u poslovanju. Usklađenost elemenata dovodi do uspješnijeg poslovanja, efikasnijeg i bržeg kretanja proizvoda od dobavljača do kupca, iz čega naposljetku proizlazi zadovoljstvo kupaca uz minimalne moguće troškove.

Proces distribucije se sastoji od pet faza koje su podjednako važne u poslovanju poduzeća i svaka od njih zahtjeva stručno vođenje i kontroliranje te međusobnu povezanost, koja proizlazi iz dobre organiziranosti.

Prilikom razmatranja ovih elemenata distribucije na primjeru poduzeća Apfel d.o.o. može se zaključiti da su svi elementi prisutni u poslovanju poduzeća. Pravilno upravljanje poduzeća distribucijo, rezultira povećanom vrijednošću robe što u konačnici dovodi do smanjenja troškova poslovanja.

LITERATURA

Knjige:

1. Bratko-Henich-Obraz (1996): Prodaja, Narodne Novine, Zagreb
2. Grbac, B. (2010): Marketinške paradigme – stvaranje i razmjena vrijednosti, Ekonomski fakultet u Rijeci, Rijeka
3. Previšić, J., Ozretić Došen, Đ. (2007): Osnove marketinga, Adverta, Zagreb
4. Sekso, M. (2010): Prodaja i distribucija, Veleučilište „Marko Marulić“ Knin, Knin
5. Šamanović, J. (2009): Prodaja distribucija logistika , Ekonomski fakultet Split, Split
6. Stručna arhiva poduzeća Apfel d.o.o.

Izvori s interneta:

1. Apfel, raspoloživo na: http://apfel.hr/, (25.2.2019.)
2. Dalmatinski portal, raspoloživo na: http://dalmatinskiportal.hr/zivot/intervju-mia-pasalic--apfel-je-otvaranjem-salona-u-splitu-napravio-novi-iskorak--prve-reakcije-kupaca-su-odlicne/18887, (25.2.2019.)
3. Makarska post, raspoloživo na: http://www.makarska-post.com/index.php/apfel-sve-za-dom-otvoren-novi-prodajni-centar-tvrtke-apfel/, (25.2.2019.)
4. Kanali distribucije, raspoloživo na: http://hcpm.agr.hr/biznis/mplan-kdistribucije.php (27.06.2019.)

PRILOZI

Slika 1: Prodajna jedinica Split 10

Slika 2: Logo poduzeća Apfel 11

Slika 3: POS sustav logo 12

Slika 4: HACCP logo 13

Slika 5: ISO 9001 logo 13

Slika 6: HoReCa logo 14

Slika 7: Primjer narudžbenice Apfela 16

Slika 8: Primjer otpremnice Apfela 17

Slika 9: Primjer reversa Apfela 18

Slika 10: Glavna zgrada Apfel d.o.o.-a 20

Slika 11: Palete 25

Slika 12: Ručni viličar 26

Slika 13: Električni viličar 26

Slika 14: Ručna kolica 27

Slika 15: Dostavni kamion 28

Slika 16: Dostavni kombi 28

SAŽETAK

U radu se analizira uloga i značaj distribucije na primjeru poduzeća Apfel d.o.o. Detaljno se obrađuju temeljni elementi distribucije od procesa naručivanja robe, skladištenja, upravljanja zalihama, manipulacije robom do prijevoza robe na primjeru spomenutog poduzeća. Naglasak se također stavlja i na sudionike distribucije, dva kompleksna područja, fizičku distribuciju te kanale distribucije. Analiza se vrši u cilju, ukazivanja na važnost odnosa prodaje i distribucije koji moraju biti usklađeni da bi se osigurala opskrba kupaca, te da bi kupci bili naposljetku zadovoljni.

Ključne riječi: distribucija, dobavljači, nabava, Apfel d.o.o.

SUMMARY

The paper analyzes the role and importance of distribution on the example of Apfel d.o.o. The basic elements of distribution from the process of ordering goods, warehousing, inventory management, merchandise manipulation to goods transport on the example of the mentioned company are handled in detail. Emphasis is also placed on distribution participants, two complex areas, physical distribution and distribution channels. The analysis is done for the purpose, pointing to the importance of sales and distribution relationships that must be aligned to ensure the supply of customers and that the customers will ultimately be satisfied.

Keywords: Distribution, Suppliers, Procurement, Apfel d.o.o.