Značaj i uloga dokumenata u trgovini drvom

Sesar, Robert

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Forestry / Sveučilište u Zagrebu, Šumarski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:108:608343

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

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

Repository / Repozitorij:

University of Zagreb Faculty of Forestry and Wood Technology

zir.nsk.hr

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
ŠUMARSKI FAKULTET
DRVNOTEHNOLOŠKI ODSJEK

PREDIPLOMSKI STUDIJ
DRVNA TEHNOLOGIJA

ROBERT SESAR

ZNAČAJ I ULOGA DOKUMENATA U TRGOVINI DRVOM

ZAVRŠNI RAD

Zagreb, rujan 2020.

PODACI O ZAVRŠNOM RADU

AUTOR:	Robert Sesar 28.11.1994. 0068223675
NASLOV:	ZNAČAJ I ULOGA DOKUMENATA U TRGOVINI DRVOM
PREDMET:	Trgovina drvom i drvnim proizvodima
MENTOR:	prof. dr. sc. Darko Motik
IZRADU RADA JE POMAGAO:	prof. dr. sc. Darko Motik
RAD JE IZRAĐEN:	Sveučilište u Zagrebu - Šumarski fakultet Zavod za organizaciju proizvodnje
AKAD. GOD.:	2019./2020.
DATUM OBRANE:	04.09.2020.
RAD SADRŽI:	Stranica: 34 Slika: 8 Navoda literature: 11

SAŽETAK:

U trgovinskom poslovanju pojavljuje se cijeli niz različitih dokumenata. Neki od njih su propisani zakonima i ostalim nacionalnim propisima dok se neki dokumenti upotrebljavaju kao kreacija poslovne prakse. Bez poznavanja osnovnih dokumenata u trgovini drvom nemoguće je pratiti i razumijeti tijek poslova. Zbog tih razloga u ovome završnom radu će se navesti dokumenti koji su značajni u trgovini drvom i imaju svoju ulogu u poslovnim procesima.

	IZJAVA **O IZVORNOSTI RADA**	**OB ŠF 05 07** Revizija: 1 Datum:28.6.2017.

„Izjavljujem da je moj *završni rad* izvorni rezultat mojega rada te da se u izradi istoga nisam *koristio* drugim izvorima osim onih koji su u njemu navedeni“.

_____

vlastoručni potpis

Robert Sesar

U Zagrebu, *04.09.2020.*

SADRŽAJ

DOKUMENTACIJSKA KARTICA I

IZJAVA O IZVORNOSTI RADA II

SADRŽAJ III

POPIS SLIKA IV

1. UVOD 1

2. CILJEVI RADA 1

3. POSLOVNI PROCESI 2

4. FAZE POSLOVNOG PROCESA U TRGOVINI POSLOVNE KOMUNIKACIJE 4

4.1. INICIJATIVA 4

4.1.1.Upit 4

4.1.2. Ponuda 6

4.1.3. Predračun 8

4.2. ZAKLJUČAK POSLA 9

4.2.1.Ugovor o prodaji robe 9

4.2.2.Narudžba 13

4.2.3.Potvrda primitka narudžbe 16

4.3. REALIZACIJA 17

4.3.1.Izvješće o isporuci robe (Otpremnica/Dostavnica) 17

4.3.2.Skladišna primka 18

4.3.3. Račun 20

4.3.4. Podmirenje obveze 24

4.3.5. Obavijest o podmirenju obveze 26

5. ZAKLJUČAK 27

6. LITERATURA 28

POPIS SLIKA

Slika 1. Primjer procesa nabave.....2

Slika 2. Tri stupa koja drže organizaciju na okupu.....3

Slika 3. Narudžbenica.....14

Slika 4. Otpremnica izrađena (generirana) putem poslovnog (ERP) sustava Microsoft Dynamics Navision 4.0.....18

Slika 5. Primka izrađena (generirana) putem poslovnog (ERP) sustava Microsoft Dynamics Navision 4.0.....20

Slika 6. Obrazac HUB 1 (prva strana).....25

Slika 7. Obrazac HUB 1 (druga strana-kopija).....25

Slika 8. Obrazac HUB 1-1.....26

1.UVOD

Trgovina je gospodarska djelatnost u kojoj pojedinci i tvrtke, odnosno fizičke i pravne osobe, posreduju između proizvodnje i potrošnje kao kupci i prodavatelji dobara i usluga te organizatori tržišta. Kao posebna djelatnost trgovina omogućuje najbržu i najuspješniju povezanost proizvođača i potrošača. Kako bi trgovina funkcionirala potrebno je izvršiti niz radnji, promjena ili funkcija koje donose određeni rezultat, a to nazivamo poslovnim procesima.

Za poslovne procese potrebni su dokumenti koji su jedan od bitnijih faktora u trgovinskom poslovanju proizvoda od drva i bez kojih isto to poslovanje nije moguće ostvariti. Dokument je pisani sastav kojim se pokreće, dopunjuje, mijenja, prekida ili završava neka službena radnja kod organa uprave i organizacija. Neki od dokumenata propisani su zakonima i nacionalnim propisima koji su od iznimne važnosti.

Zakonom o trgovini uređuju se uvjeti za obavljanje djelatnosti trgovine, radno vrijeme u djelatnosti trgovine, mjere zabrane nepoštenog trgovanja, zatim nadzor i upravne mjere. Temeljna pitanja ustanovljena Zakonom odnose se na sprječavanje pojavnih oblika sive ekonomije, ukidanje administrativnih barijera do potrebe za uređenjem postojećih oblika trgovine i inspekcijskih poslova, uz brigu o radnicima i potrošačima u smislu njihove opskrbljenosti robama i uslugama te pravilima koja vrijede na jedinstvenom tržištu EU-a.

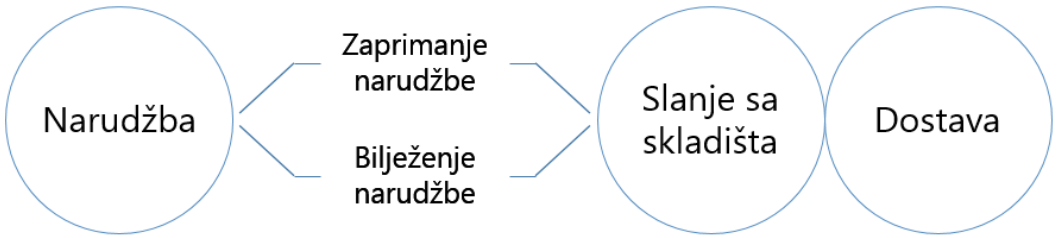
2. CILJEVI RADA

Cilj ovog rada je istražiti dokumentaciju u trgovini drvom te utvrditi značaj i ulogu te dokumentacije. Osnovni ciljevi rada su :

- uvod u poslovne procese
- podijela poslovnih procesa
- uvod u inicijativu i opis dokumenata koji se nalaze u toj fazi
- uvod u zaključak posla i opis dokumenata koji se nalaze u toj fazi
- uvod u realizaciju prodajnog posla i opis dokumenata koji se nalaze u toj fazi.

3. POSLOVNI PROCESI

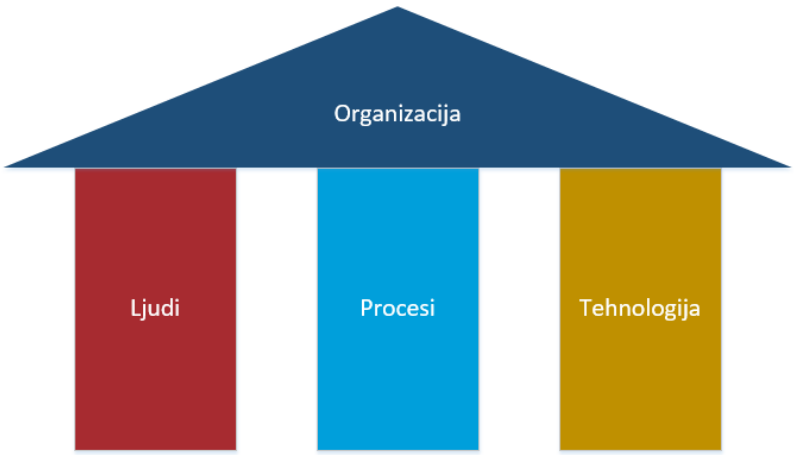
Poslovni procesi predstavljaju skup složenih povezanih slijednih aktivnosti kojima se poslovi organiziraju, koordiniraju i usmjeravaju čime se omogućuje tijek roba, informacija, znanja i novca kako bi se proizveo proizvod s određenom tržišnom vrijednošću i time ostvario poslovni cilj. Uspješnost poslovanja ovisi o tome kako su dizajnirani poslovni procesi. Jedan primjer takvog procesa je proces nabave (slika 1). Svrha nabave (kao konačan cilj) je dostavljanje proizvoda od točke A do B. Taj poslovni proces počinje kada B napravi narudžbu od A. U međuvremenu se događa niz radnji koje ostvaruju svrhu procesa – dostavljanje proizvoda. U primjeru nabave cilj organizacije A je dostaviti proizvod organizaciji B. To je specifični cilj - dostava. Poslovni proces bi onda uključivao sve aktivnosti koje su između početne i krajnje točke. Primjer jedne od aktivnosti je dojavljivanje upravitelju skladišta da je potrebno pripremiti i poslati određeni broj proizvoda za pošiljku. Upravitelj skladišta onda ima nekoliko aktivnosti kojima to zbilja i ostvaruje. Sve te aktivnosti dio su poslovnog procesa(www.evision.hr).



Slika 1.*Primjer procesa nabave*

(Izvor: https://www.evision.hr/hr/Novosti/Stranice/zasto-razumjeti-poslovne-procese-upravljati-procesima.aspx)

Važnost poslovnih procesa - u gotovo svakoj organizaciji postoje tri važna stupa koja drže organizaciju na okupu, a to su ljudi, procesi i tehnologija (slika 2). Sva tri su povezana i, ako jedan od njih ne funkcionira dobro, ostali se lako mogu raspasti. Sva tri elementa su važna. Bez ljudi ne možete, a procesi i tehnologija moraju biti na razini s ljudima i pripremljeni za rad s njima i za njih (www.evision.hr).



Slika 2. ***Tri stupa koja drže organizaciju na okupu***

(Izvor: https://www.evision.hr/hr/Novosti/Stranice/zasto-razumjeti-poslovne-procese-upravljati-procesima.aspx)

4. FAZE POSLOVNOG PROCESA U TRGOVINI I POSLOVNE KOMUNIKACIJE

Možemo ih podijeliti u tri faze:

1. Inicijativa
2. Zaključak posla
3. Realizacija prodajnog posla

4.1. INICIJATIVA

Inicijativa je pokretanje poslovnog procesa i izražavanje ekonomskog interesa za sklapanje posla. Komercijalni posao započinje na temelju inicijative prodavatelja ili kupca. Prodavatelj komercijalni posao inicira ponudom, a kupac upitom. Dokumenti u komercijalnom poslu mogu se izraditi računalom na klasičan, sad već pomalo zastarjeli način gdje računalo služi samo kao zamjena za pisaći stroj, a moguće ih je izraditi i putem poslovnog sustava (Komorčec i dr.,2007). U fazu 1 možemo razvrstati dokumente kao što su: upit, ponudu i predračun koji je vrsta ponude.

4.1.1. Upit

Upit kupca predstavlja poslovno pismo sa kojim se kupac obraća prodavaču, sa molbom da se obavijesti o određenoj robi (proizvodu, usluzi), o karakteristikama, mogućnosti kupovine i o svim uvjetima prodaje. Kupac uz molbu može tražiti dodatne informacije od prodavača, da mu pošalje cjenik proizvoda, katalog, razne prospekte, uzorke i druge informacije, da bi se bolje upoznao sa proizvodom ili uslugom radi donošenja odgovarajuće poslovne odluke. Kupac svoj upit može poslati prodavaču sa kojim je imao do tada poslovne kontakte i suradnju, kao i upit novom kupcu sa kojim tek treba započeti poslovnu suradnju. Upit za poznatog kupca je obično kratak, sažet sa osnovnim zahtjevima i informacijama o proizvodu ili usluzi. Upit za nepoznatog kupca je po pravilu opširniji, sa detaljnijim istraživanjem informacija i karakteristikama traženih proizvoda, sa objašnjenjem zašto traži tog prodavača i dr. informacije od

obostrane važnosti. Prodavač bi trebao u skladu sa poslovnom etikom, odgovorit na upite kupaca, a taj odgovor može biti pozitivan ili negativan (www.wikipedia.org).

U odnosu na opširnost i općenitost upite dijelimo na:

1. **opći upit**,
2. **točno definirani upit,**
3. **specijalni upit,**
4. **ponovljeni upit.**

1. **Opći upit** sastavlja kupac koji želi započeti suradnju s novim, nepoznatim ili nedovoljno poznatim proizvođačem, prodavateljem ili dobavljačem. Opći upit upućuje i dosadašnjem poslovnom partneru. Ako je opći upit poslan poslovnom partneru (proizvođaču, prodavatelju, dobavljaču) čiji predmet poslovanja kupac dovoljno ne poznaje, kupac traži potrebne informacije koje može dobiti putem kataloga, cjenika, prospekta, ili čak uzorka nekog proizvoda. Ako se opći upit šalje već poznatom poslovnom partneru (proizvođaču, prodavatelju, dobavljaču), dakle, dosadašnjem poslovnom partneru, upitom se pokazuje želja za daljnjom poslovnom suradnjom, provjerava se asortiman proizvođača, te je li došlo do novih prodajnih uvjeta (cijena, način dostave, mogućnost obročnog plaćanja, sukcesivna isporuka, novi asortiman i sl.).

2. **Točno definiranim upitom** kupac traži informacije o određenom, već poznatom, proizvodu ili usluzi. Točno definirani upit sastavlja kupac kada želi proširiti asortiman proizvoda, popuniti zalihe proizvoda koji će zbog potražnje uskoro biti prodan i slično.

3. **Specijalni upit** javlja se najčešće u komuniciranju sa stalnim poslovnom partneru, a upućuje se već poznatom proizvođaču, dobavljaču, prodavatelju.

4. **Ponovljeni upit** kupac šalje i sastavlja iz dva razloga:Ako prodavatelj u roku od osam dana nije odgovorio na već upućeni mu upit i ako je odgovor prodavatelja na poslani upit nejasan (Komorčec i dr.,2007).

4.1.2. Ponuda

Ponuda je dokument proizvođača (dobavljača) kojim se u pisanom obliku nude proizvodi ili usluge pod određenim uvjetima potencijalnim kupcima (Barčić, 2018). Ne postoji neka određena forma ili struktura, uglavnom je to dokument u kojem se predstavlja proizvod ili usluga, obično (ali ne nužno) navodi cijena te ostali komercijalni uvjeti. Ponuda se ne knjiži i nema nikakve posljedice u slučaju da ste vašem potencijalnom klijentu poslali ponudu i on ju nije prihvatio. Ponuda može i ne mora imati broj, to ovisi o samom izdavatelju i njegovom poslovnom procesu.Ponuda je dakle isključivo informativnog karaktera (baš kao i letak u poštanskom sandučiću) (www.minimax.hr).

Ponuda sadrži ove elemente:

- naziv proizvoda,
- kakvoću (kvalitetu) proizvoda,
- cijenu,
- način otpreme,
- vrstu ambalaže,
- način i rok plaćanja,
- način i rok isporuke.

Prema sadržaju razlikujemo nekoliko vrsta ponuda:

1. **Opća ponuda -** U ovoj ponudi prodavatelj upoznaje potencijalnog kupca sa svojim proizvodom. Nudi svoju robu ili uslugu kao i uvjete prodaje.
2. **Pojedinačna ponuda -** U ovoj se ponudi dosadašnjim ili novim kupcima (poslovnim partnerima) nudi jedan ili više određenih proizvoda i usluga uz određene uvjete prodaje.
3. **Specijalna ponuda -** Ovom se ponudom nudi točno određeni proizvod ili usluga prema potrebi kupca.
4. **Odgovor na upit -** Ova se ponuda sastavlja na temelju kupčeva upita.
5. **Protuponuda -** Protuponuda je dopis koji sastavlja kupac na temelju ranije primljene ponude. On protuponudom nastoji neke bitne elemente ponude

prodavatelja izmijeniti i modificirati (npr. cijenu, rokove plaćanja, način i rok isporuke i slično) (Komorčec i dr.,2007).

Naveden je primjer ponude propisan zakonom o trgovini:

VLADA REPUBLIKE HRVATSKE

Na temelju članka 6. stavka 3. Zakona o trgovini (»Narodne novine«, br. 87/08, 116/08, 76/09, 114/11, 68/13 i 30/14), Vlada Republike Hrvatske je na sjednici održanoj 17. rujna 2015. godine donijela

UREDBU

O DRAŽBI ODREĐENIH DRVNIH SORTIMENATA

PONUDA

Članak 4.

(1) Pri izradi ponude, ponuditelj se mora pridržavati zahtjeva i uvjeta objavljenih u dokumentaciji za nadmetanje.

(2) Pri izradi ponude ponuditelj ne smije mijenjati i nadopunjavati tekst dokumentacije za nadmetanje.

Članak 6.

(1) Ponuda mora sadržavati sljedeće podatke:

1. Naziv ponuditelja

2. Osobni identifikacijski broj ponuditelja

3. Grupu – redni broj

4. Upravu šuma, podružnicu

5. Šumariju

6. Stovarište ili gospodarsku jedinicu, odjel, odsjek

7. Mjesto prodaje – paritet (franco: pomoćno stovarište, glavno stovarište, na panju, kraj panja oboreno, kraj panja izrađeno)

8. Vrstu drva

9. Kvalitetu drvnih sortimenata

10. Količinu i jedinicu mjere (m3, t)

11. Iskličnu jediničnu cijenu po jedinici (kn/m3, t)

12. Ponuđeni postotak povećanja početne cijene

13. Ponuđenu vrijednost (kuna)

14. Naznaku krajnjeg odredišta robe, odnosno zemlje izvoza i naznaku izvoznika ukoliko se radi o izvozu (www.narodne-novine.nn.hr).

4.1.3. Predračun

Predračun je vrsta ponude u kojoj se specificiraju uvjeti izvršenja posla u obliku koji je izgledom sličan računu, kupac predračun dobiva od prodavača da bi mogao izvršiti uplatu prije isporuke robe (Barčić, 2018). Predračun služi za plaćanje unaprijed, a na taj način se može platiti i na temelju ponude. Predračun se može priložiti umjesto računa, ali je prodavač dužan kupcu ispostaviti račun po plaćenoj, odnosno primljenoj robi (www.minimax.hr). Treba napomenuti da predračun nije isto što i račun (Barčić, 2018)!

4.2. ZAKLJUČAK POSLA

Zaključak posla je izraz volje kupca i dobavljača za izvršenje posla, definiranja uvjeta i izvršenja kupnje/prodaje(Barčić, 2018). Nakon prvog dijela kupoprodajnog posla, posao (koji sadržava upit i ponudu) koji je inicijativa za daljnji razvoj kupoprodaje, slijedi zaključivanje kupoprodajnog posla. Pri zaključivanju posla odvijaju se uobičajene, standardne poslovne komunikacije (poslovna pisma): ugovor, narudžba i potvrda primitka narudžbe (Komorčec i dr.,2007).

4.2.1. Ugovor o prodaji robe

Ugovor je suglasnost volje dviju ili više osoba do koje dolazi s ciljem da seustanovi, promijeni ili ukine neki pravni odnos.Ugovor o kupoprodaji robe je dokument u kojem se prodavatelj obvezuje da će isporučiti kupcu robu ili izvršiti uslugu pod određenim (ugovorenim) uvjetima, a kupac da će preuzeti robu i platiti njenu vrijednost.Ugovori nastaju voljom stranaka (fizičkih i pravnih osoba) i one u načelu same određuju njihov sadržaj. Mogu se sklapati u usmenoj i pisanoj formi (Komorčec i dr.,2007).

Prilikom pisanja ugovora najbitnije je točno naznačiti:

1. **podatke o strankama** koje stupaju u ugovorni odnos, pri čemu treba precizno navestinazive, adrese i matične brojeve;
2. **prava koja pojedina stranka stječe**, odnosno obveze koje preuzima na temelju ugovora;
3. **odredbu o sudu** koji je nadležan za rješavanje sporova iz ugovora ako do njih dođe
4. **potpise ugovornih stranaka** ili njihovih opunomoćenika, te datum sklapanja ugovora (Komorčec i dr.,2007).

Prema tome, možemo izvesti zaključak da ugovor poglavito ima sljedeće sastavne dijelove:

- uvodni dio(u kojem se navode imena, prezimena i adrese fizičkih osoba, odnosno nazivi i adrese pravnih osoba koje sklapaju ugovor);

- naziv dokumenta (ugovor o prodaji);

- tekst ugovora (koji se sastoji od određenog broja članaka);

- završni dio ugovora (u kojem se naznačuje mjesto i datum sklapanja ugovora, te imena i prezimena osoba koje sklapaju ugovor, odnosno imena i prezimena ovlaštenih osoba koja u ime pravnih osoba sklapaju ugovor i njihovi potpisi)(Komorčec i dr.,2007).

Ugovor o prodaji je dokument kojim se jedna strana (prodavatelj) obvezuje da stvar kojuprodaje preda drugoj strani (kupcu) tako da kupac stekne pravo raspolaganja, a kupac seobvezuje da će robu preuzeti i prodavatelju platiti cijenu.

Ugovor o prodaji moguće je sklopiti:

- usmeno, kad se kupac i prodavatelj (dobavljač) dobro poznaju i već duži niz godina vrlo uspješno posluju, no i takav usmeni ugovor valja pismeno potvrditi;

- brzojavom, telefaksom, kad je kupcu hitno potrebna roba, posao se obavlja urgentnim načinom, a naknadno ga i pismeno potvrđuje;

- šutke; kupac šutke prihvaća inicijativu prodavatelja (dobavljača) kad su dobri dugogodišnji poslovni partneri;

- u pisanom obliku; najčešći način sklapanja ugovora u praksi jer pismeni oblik ugovora eliminira već na početku sve moguće nesuglasice i nesporazume, a u slučaju eventualnog spora postoje valjani pravni dokazi u pismenom obliku.

Prema važnosti dijelovi ugovora mogu biti:

a) **bitni** i

b) **manje bitni**.

Bitni dijelovi ugovora su: oznaka ugovornih stranaka, naziv robe, količina robe, cijena robe.

Manje bitni dijelovi ugovora jesu: rok otpreme, mjesto dostave, način otpreme, rok i način plaćanja, vrsta ambalaže, kvantitativno i kvalitativno preuzimanje, rok za reklamaciju, vrsta osiguranja, jamstvo, ugovorne kazne, nadležnost suda, uvjeti za raskid ugovora (Komorčec i dr.,2007).

Primjer ugovora koji je propisan zakonom za djelatnosti drvne i papirne industrije:

KOLEKTIVNI UGOVOR

ZA DJELATNOSTI DRVNE I PAPIRNE INDUSTRIJE

I. TEMELJNE ODREDBE

Članak 1.

(1) Ovim Kolektivnim ugovorom stranke potpisnice Kolektivnog ugovora uređuju međusobna prava i obveze, te određena pravila i pitanja iz radnih odnosa i u svezi s radnim odnosom radnika u djelatnosti drvne i papirne industrije.
(2) Ovim Kolektivnim ugovorom stranke ugovora utvrđuju određena minimalna prava i obveze poslodavaca i radnika u djelatnosti drvne i papirne industrije.

II. POSTUPAK KOLEKTIVNOG PREGOVARANJA

Članak 2.

Stranke su dužne u dobroj vjeri pregovarati o sklapanju Kolektivnog ugovora u svezi sa pitanjima koja prema Zakonu o radu mogu biti predmet Kolektivnog ugovora.

Članak 3.

(1) Za provođenje postupka pregovaranja stranke će odabrati pregovaračke odbore sastavljene od 5 do 7 članova sa svake strane.

(2) Pregovarački odbori svake od ugovornih strana samostalno utvrđuju način svog rada i donošenja odluka, a zajednički dogovaraju pregovaračke sastanke na kojima razmatraju iznesene prijedloge koji se odnose na specifične uvjete mogućih sporazuma o pitanjima koja su predmet i sadržaj Kolektivnog ugovora.

Članak 4.

(1) Osobe koje zastupaju stranke Kolektivnog ugovora moraju imati pisanu punomoć za kolektivno pregovaranje i sklapanje Kolektivnog ugovora.
(2) Udruga poslodavaca drvne i papirne industrije dužna je prije početka pregovora drugoj strani dostaviti cjeloviti popis poslodavaca članova udruge u čije se ime pregovara i broj zaposlenih radnika zaposlenih kod tih poslodavaca.

Članak 5.

Kolektivni ugovor obvezno se sklapa u pisanom obliku.

Članak 6.

(1) Po potpisivanju Kolektivnog ugovora stranke su dužne o sadržaju obavijestiti sve osobe na koje se on primjenjuje i u dobroj vjeri ispunjavati njegove odredbe.
(2) Potpisani Kolektivni ugovor stranke su dužne dostaviti nadležnom tijelu i javno ga objaviti (www.narodne-novine.nn.hr).

1.2.2. Narudžba

Narudžba je kupčev nalog prodavaču (dobavljaču) u kojem naručuje robu ili uslugu i određuje uvjete izvršenja naloga. Dostavlja se u obliku poslovnog pisma ili na obrascu (narudžbenici). Piše se na temelju ponude, prijašnje isporuke, oglasa, usmenog razgovora (Barčić, 2018).

S komunikološkog motrišta narudžba može biti:

- usmena narudžba – prema Zakonu o obveznim odnosima nije izričito navedeno da usmena narudžba mora biti i pismeno potvrđena, pa ukoliko dođe do nesporazuma u vezi s realizacijom narudžbe, teško je utvrditi koja je stranka u pravu. Iz ovih razloga usmena narudžba je neprikladna;

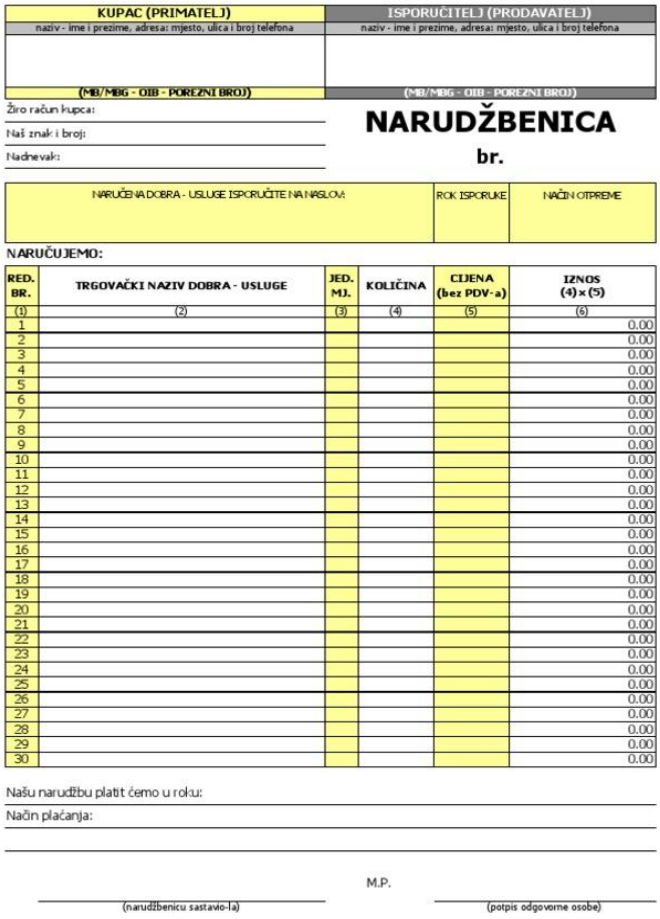
- pismena narudžba – sigurnija je za oba partnera, a potrebni podaci o naručenoj robi, tj. proizvodima mogu biti preciznije opisani pa je ovaj način narudžbe uobičajeniji.

U pismenom obliku narudžba može biti:

u obliku poslovnog pisama – upotrebljava se pri sklapanju narudžbe s novim kupcem ili ako kupac ima posebne zahtjeve

u obliku tiskanice (narudžbenica) – na njoj su otisnuti osnovni elementi narudžbe koje treba samo popuniti, a naročito se primjenjuju u poslovanju sa stalnim poslovnim partnerima gdje su uvjeti prodaje poznati. Način naručivanja robe pomoću tiskanice je brži, ekonomičniji. Tiskanica može biti unificirana ili izrađena prema vlastitim potrebama kupca.

Elementi narudžbe su:zaglavlje, naziv robe ili usluge, količina robe ili obujam usluge, mjesto dostave, cijena, rok otpreme/dostave, način otpreme, rok i način plaćanja, način ambalažiranja(Komorčec i dr., 2007).



KUPAC (PRIMATELJ)	ISPORUČITELJ (PRODAVATELJ)
naziv - ime i prezime, adresa: mjesto, ulica i broj telefona	naziv - ime i prezime, adresa: mjesto, ulica i broj telefona
(MB/MBG - OIB - POREZNI BROJ)	(MB/MBG - OIB - POREZNI BROJ)

Žiro račun kupca:

Naš znak i broj:

Nadnevak:

NARUDŽBENICA

br.

NARUČENA DOBRA - USLUGE ISPORUČITE NA NASLOV:	ROK ISPORUKE	NAČIN OTPREME

NARUČUJEMO:

RED. BR.	TRGOVAČKI NAZIV DOBRA - USLUGE	JED. MJ.	KOLIČINA	CIJENA (bez PDV-a)	IZNOS (4) x (5)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1					0.00
2					0.00
3					0.00
4					0.00
5					0.00
6					0.00
7					0.00
8					0.00
9					0.00
10					0.00
11					0.00
12					0.00
13					0.00
14					0.00
15					0.00
16					0.00
17					0.00
18					0.00
19					0.00
20					0.00
21					0.00
22					0.00
23					0.00
24					0.00
25					0.00
26					0.00
27					0.00
28					0.00
29					0.00
30					0.00

Našu narudžbu platit ćemo u roku:

Način plaćanja:

M.P.

(narudžbenicu sastavio-la) (potpis odgovorne osobe)

Slika 3. *Narudžbenica*

(izvor: https://www.scribd.com/doc/123311032/Narud%C5%BEbenica-NN-UT-I-14-NCR)

Narudžba se može i stornirati (opozvati), a opoziv vrijedi: ako prodavatelj nije primio narudžbu, teako opoziv stigne zajedno s narudžbom.Narudžbu se može opozvati poslovnim pismo, a sve češće se opoziva elektroničkom poštom ili telefaksom. Narudžbu je moguće opozvati i telefonski, ali u svakom slučaju nakon telefonskog razgovora treba poslati opoziv narudžbe i u pisanom obliku (Komorčec i dr., 2007).

Primjer zakona o zaštiti potrošača koji je Hrvatski sabordonio na sjednici 21. ožujka 2014. godine:

ZAKONO ZAŠTITI POTROŠAČA

Dio III.

POTROŠAČKI UGOVORNI ODNOSI

Slanje proizvoda bez narudžbe potrošača

Članak 46.

(1) Isporuka robe ili pružanje usluge koje potrošač nije naručio, a za koje bi bio obvezan izvršiti bilo kakvo plaćanje, predstavlja nepoštenu poslovnu praksu u smislu odredbi dijela I. glave IV. ovoga Zakona.

(2) Ako trgovac suprotno stavku 1. ovoga članka pošalje potrošaču određenu robu ili izvrši određenu uslugu, ta roba ili usluga smatraju se promidžbenim darom trgovca.

(3) Ništavna je odredba u općim uvjetima trgovca, ponudi, narudžbenici ili bilo kojem drugom dokumentu koji je trgovac dostavio potrošaču uz nenaručenu robu ili uslugu kojom bi bilo predviđeno da šutnja potrošača znači prihvat ponude.

(4) Odredbama stavaka 1. do 3. ovoga članka ne dovode se u pitanje odredbe ovoga Zakona ili drugih zakona o prešutnom obnavljanju ugovora (www.narodne-novine.nn.hr).

4.2.3. Potvrda primitka narudžbe

Potvrda o primitku narudžbe jest dokument u kojem prodavatelj izvješćuje kupca da je primio njegovu narudžbu i da priprema otpremu. Ovaj dopis narudžbi daje snagu ugovora sklopljenog između kupca i prodavatelja, te kupcu pruža sigurnost izvršenja njegove narudžbe.Potvrdu o primitku narudžbe potrebno je obavezno pisati ako je narudžba uslijedila usmeno ili telefonom, ako se osniva na neobaveznoj ponudi, ako u narudžbi nisu navedeni svi potrebni elementi za isporuku ili ako se predlaže modifikacija narudžbe.

Priprema otpreme, a i sama otprema, može biti:

- **potpuna** (prodavatelj može otpremiti svu naručenu robu),

- **nepotpuna** (prodavatelj ne može otpremiti svu naručenu robu, jer npr. nekog artikla iz narudžbe nema trenutačno na skladištu, a u tom se slučaju piše tzv. individualna potvrda o primitku narudžbe).

Potvrda o primitku narudžbe sadrži sljedeće dijelove:

1. **uvod**, 2. **bit**, 3. **završetak**, 4. **pozdrav**.

1. U **uvodu** prodavatelj izvješćuje da je primio narudžbu te tako izaziva pozornost kupca.
2. U **biti** ovog dokumenta ponavljaju se svi podaci iz narudžbe (naziv robe, količina, rok i način otpreme itd.), a time se pokazuje da je narudžba ispravno shvaćena.
3. U **završetku** prodavatelj izvješćuje kupca kada će roba biti dostavljena, a može dati obavijest o novim proizvodima i uslugama koji mogu biti predmet novog prodajnog posla.
4. **Pozdrav** je uljudbeni završetak potvrde o primitku narudžbe.

Kako potvrda o primitku narudžbe sadrži iste ili slične podatke kao i narudžba, dobro ju je pisati u obliku tiskanice što ubrzava njeno slanje kupcu jer treba ispuniti samo specifične podatke (Komorčec i dr., 2007).

4.3. REALIZACIJA

U trećoj fazi se izvršava zaključeni posao. Kad je prodavatelj (dobavljač) primio narudžbu (ili sklopio ugovor s kupcem), i kad je prihvatom narudžbe obavijestio kupca da prihvaća nalog i priprema isporuku (Komorčec i dr., 2007), isporučuje se roba sa skladišta zajedno s pratećom dokumentacijom, zaprima se roba od strane kupaca i plaća se za isporučenu robu. Dokumenti koji se nalaze u fazi realizacije su: izvješće o isporuci robe, račun, skladišna primka i nalog za plaćanje.

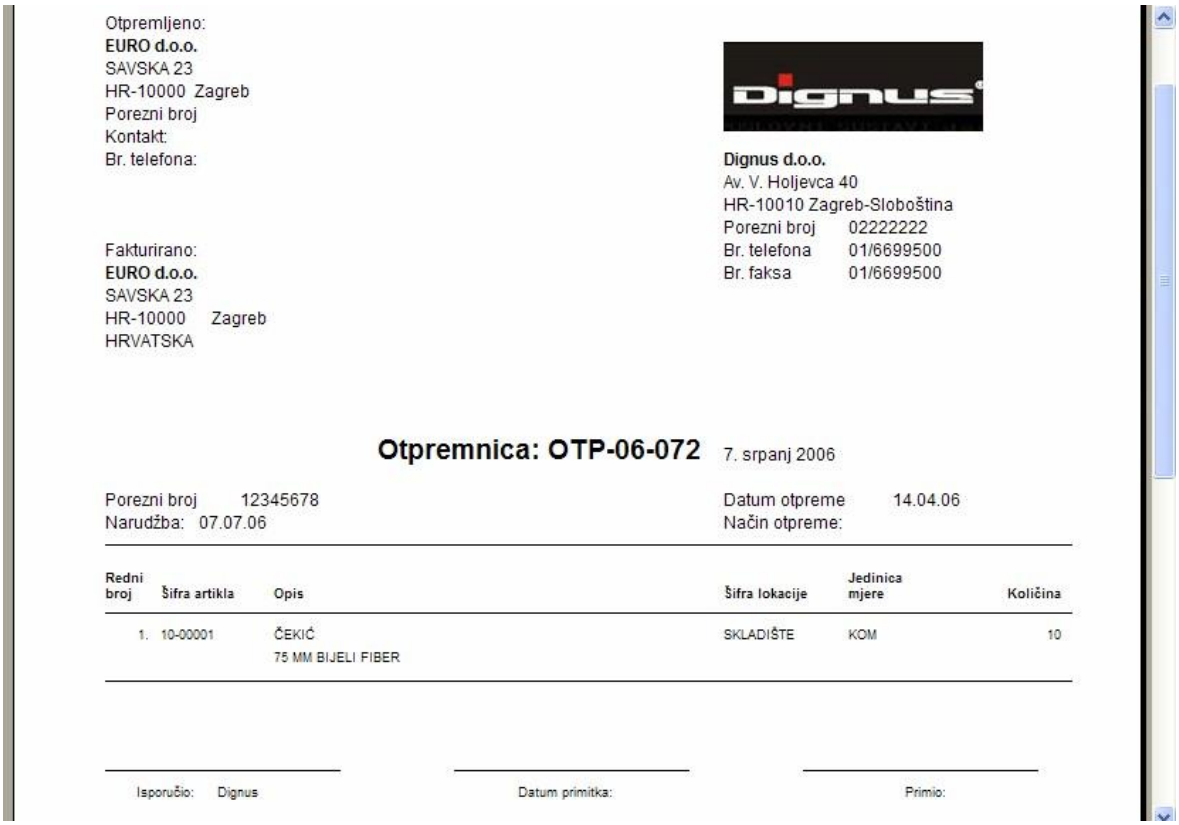
4.3.1. Izvješće o isporuci robe (Otpremnica/ Dostavnica)

Otpremnica je robni dokument koji prati robu prilikom njezina otpremanja sa skladišta u slučaju kada roba mijenja vlasnika, tj. kada je prodana kupcu. Izdaje se na temelju naloga za otpremu. Sastavlja se obično u više primjeraka od kojih se original šalje kupcu zajedno sa materijalom, jedna kopija dostavlja se u prodajnu službu, a druga u računovodstvenu službu. Nakon što prodajna služba ili računovodstveni odjel dobije otpremnicu, sastavlja se faktura (Komorčec i dr., 2007).

Dokument Otpremnica koristi se za izdavanje robe sa skladišta kupcu, a upotrebljava se samo ako se za fakturiranje koristi dokument Račun. Ako se za fakturiranje koristi dokument Račun-otpremnica, tada se dokument Otpremnica ne koristi, jer je dokument Račun-otpremnica istovremeno i račun i otpremnica. Račun je komercijalni dokument za razliku od otpremnice koja je skladišni dokument. Robu sa zalihe ne može skinuti račun, robu sa zalihe može skinuti jedino otpremnica kao skladišni dokument (Barčić, 2018).

Dostavnica ili izdatnica je dokument o otpremi robe koji se najčešće izdaje kad se roba otprema vlastitim poslovnim jedinicama (npr. trgovinama i slično).Kada govorimo o otpremnici i dostavnici kao dokumentima koji prate robu i odašilju se iz skladišta prodavatelja, potrebno je spomenuti i dokument koji piše skladištar kupca prilikom preuzimanja robe, tj. prilikom ulaska robe u njegovo skladište. Skladištar je obvezan za svaki ulaz robe ili ambalaže u skladište sastaviti dokument kojim potvrđuje njezin prijem. Pritom sastavlja dokument o

prijemu robe koji u praksi ima više naziva, a najčešći je skladišna primka (Komorčec i dr., 2007).



Otpremljeno:
EURO d.o.o.
SAVSKA 23
HR-10000 Zagreb
Porezni broj
Kontakt:
Br. telefona:

Dignus d.o.o.
Av. V. Holjevca 40
HR-10010 Zagreb-Sloboština
Porezni broj 02222222
Br. telefona 01/6699500
Br. faksa 01/6699500

Fakturirano:
EURO d.o.o.
SAVSKA 23
HR-10000 Zagreb
HRVATSKA

Otpremnica: OTP-06-072 7. srpanj 2006

Porezni broj 12345678
Narudžba: 07.07.06

Datum otpreme 14.04.06
Način otpreme:

Redni broj	Šifra artikla	Opis	Šifra lokacije	Jedinica mjere	Količina
1.	10-00001	ČEKIĆ 75 MM BIJELI FIBER	SKLADIŠTE	KOM	10

Isporučio: Dignus | Datum primitka: | Primio:

Slika 4. ***Otpremnica izrađena (generirana) putem poslovnog (ERP) sustava Microsoft Dynamics Navision 4.0***

(Komorčec i dr., 2007)

4.3.2. Skladišna primka

Skladišna primka je robni dokument kojim kupac na temelju otpremnice (dostavnice) u svojem informacijskom sustavu knjiži količinu robe koja mu je dostavljena. Primka je skladišni dokument i njezinom izradom zaprima se roba na skladištu (Barčić, 2018). Skladištar je kao osoba zadužen za zaprimanje i izdavanje robe.

Skladišna primka se sastavlja u najmanje tri primjerka od kojih se:

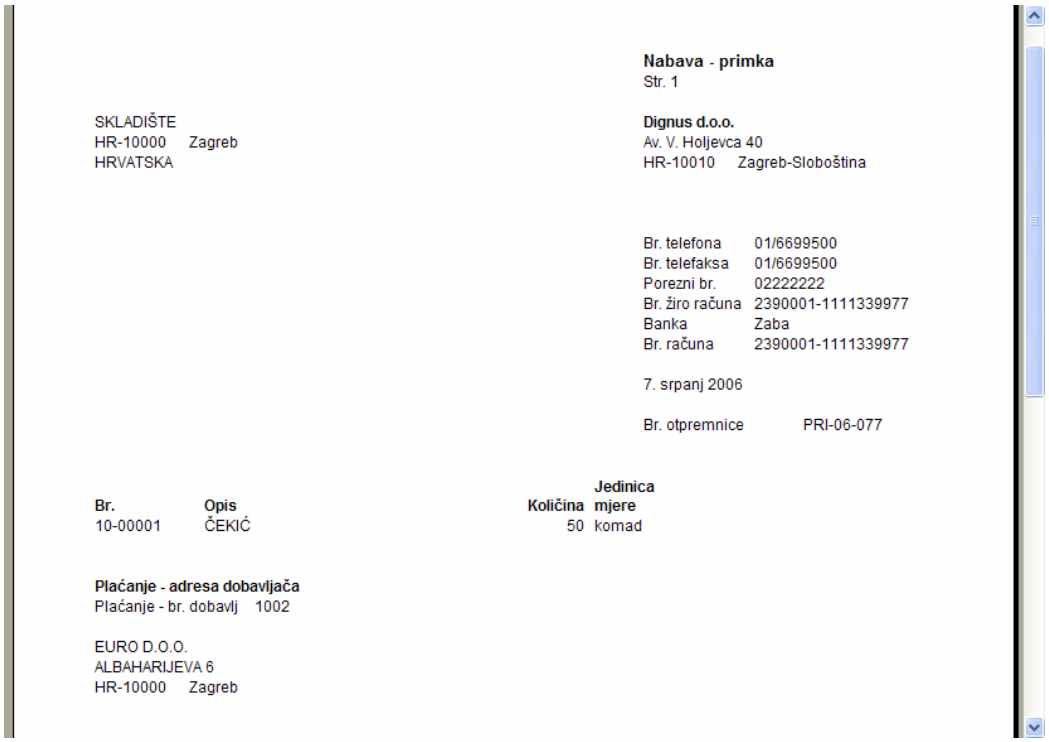
- **prvi primjerak** dostavlja u robno knjigovodstvo,

- **drugi primjerak** dostavlja u likvidaturu (na temelju njega rade se fakture i izdaje nalog za njihovo podmirenje),

-**treći primjerak** ostaje u bloku i služi za knjiženje podataka i za skladišnu kartoteku.

Skladišna primka u pravilu sadrži ove podatke:

1. **naziv poduzeća** (kupca),
2. **sjedište i oznaku skladišta**,
3. **datum preuzimanja robe**,
4. **naziv i broj dokumenta kojim je roba dopremljena**,
5. **naziv dobavljača i način dopreme**,
6. **nazivi i broj popratnih dokumenata**,
7. **popis robe koja se zaprima u skladište**, a sadrži: šifru robe, jedinicu mjere, količinu, cijenu i iznos,
8. **potpis skladištara**, **kontrolora otpreme**(Komorčec i dr., 2007).



Nabava - primka
Str. 1

SKLADIŠTE
HR-10000 Zagreb
HRVATSKA

Dignus d.o.o.
Av. V. Holjevca 40
HR-10010 Zagreb-Sloboština

Br. telefona 01/6699500
Br. telefaksa 01/6699500
Porezni br. 02222222
Br. žiro računa 2390001-1111339977
Banka Zaba
Br. računa 2390001-1111339977

7. srpanj 2006

Br. otpremnice PRI-06-077

Br.	Opis	Količina	Jedinica mjere
10-00001	ČEKIĆ	50	komad

Plaćanje - adresa dobavljača
Plaćanje - br. dobavlj 1002

EURO D.O.O.
ALBAHARIJEVA 6
HR-10000 Zagreb

Slika 5. ***Primka izrađena (generirana) putem poslovnog (ERP) sustava Microsoft Dynamics Navision 4.0***

(Komorčec i dr., 2007)

4.3.3. Račun

Račun je temeljni financijski dokument na temelju kojega kupac plaća prodavaču za isporučenu robu ili učinjene usluge. Izrađuje ga prodavač i dostavlja kupcu zajedno s robom ili uz izvješće o isporuci robe(Barčić, 2018). Faktura (račun) danas ima oblik tiskanice, a najčešće se izrađuje računalno (s logom poduzeća), što također pridonosi bržem završetku ove faze prodajnog posla (Komorčec i dr., 2007).

Primjeri računa koji su propisani zakonom:

Na temelju računa obračunava se porez. Zakon o porezu na dodatnu vrijednost (ZOPDV) u **čl. 79** propisuje elemente računa:

1. broj računa i datum izdavanja,
2. ime i prezime (naziv), adresu, osobni identifikacijski broj ili PDV identifikacijski broj poreznog obveznika koji je isporučio dobra ili obavio usluge (prodavatelja),
3. ime i prezime (naziv), adresu, osobni identifikacijski broj ili PDV identifikacijski broj poreznog obveznika kome su isporučena dobra ili obavljene usluge (kupca),
4. količinu i uobičajeni trgovački naziv isporučenih dobara te vrstu i količinu obavljenih usluga,
5. datum isporuke dobara ili obavljenih usluga ili datum primitka predujma u računu za predujam, ako se taj datum može odrediti i ako se razlikuje od datuma izdavanja računa,
6. jediničnu cijenu bez PDV-a, odnosno iznos naknade za isporučena dobra ili obavljene usluge, razvrstane po stopi PDV-a,
7. popuste ili rabate ako nisu uključeni u jediničnu cijenu,
8. stopu PDV-a,
9. iznos PDV-a razvrstan po stopi PDV-a, osim ako se primjenjuje posebni postupak za koji je u smislu ovoga Zakona taj podatak isključen,
10. zbrojni iznos naknade i PDV-a (www.narodne-novine.nn.hr).

Primjeri računa koji su propisani zakonom:

ODLUKUO PROGLAŠENJU ZAKONA O ZAŠTITI POTROŠAČA, POSLOVANJE TRGOVACA S POTROŠAČIMA

Račun

Članak 9.

(1) Trgovac je dužan potrošaču omogućiti provjeru ispravnosti zaračunatog iznosa u odnosu na kupljene proizvode, odnosno pružene usluge.

(2) Ispostavljanje računa nije dopušteno naplaćivati.

(3) Na ispostavljanje i sadržaj računa na odgovarajući se način primjenjuju odredbe posebnih propisa kojima se uređuje obveza ispostavljanja računa (www.narodne-novine.nn.hr).

Primjeri računa koji su propisani zakonom:

Uputa o obvezi izdavanja računa prema propisima iz nadležnosti Porezne uprave

A) OPĆI DIO O OBVEZI IZDAVANJA RAČUNA

I. Obveza izdavanja računa

Obveza izdavanja računa propisana je odredbama Općeg poreznog zakona, kao i posebnim poreznim propisima.

1. Opći porezni zakon

Obveza izdavanja računa propisana je odredbom članka 54. Općeg poreznog zakona (Narodne novine, broj: 147/08, 18/11, 78/12, 136/12, 73/13) prema kojoj su svi porezni obveznici dužni izdavati račune te voditi poslovne knjige i evidencije radi oporezivanja prema propisima kojima se uređuje pojedina vrsta poreza.

B) POSEBNI DIO O OBVEZI IZDAVANJA RAČUNA PREMA ZAKONU O PDV-u

Ova pravila se primjenjuju na obveznike poreza na dodanu vrijednost, koji su prema Zakonu o PDV-u dužni izdavati račune.

I. Rok izdavanja računa

Račun se mora izdati najkasnije 15-og dana u mjesecu iza mjeseca u kojem je obavljena oslobođena isporuka dobara unutar Europske unije (uključujući isporuke novih prijevoznih sredstava, dobra koja podliježu trošarinama te premještanje dobara). Navedeni rok odnosi se i na obavljene usluge za koje je primatelj obvezan platiti PDV, međutim ne odnosi se na isporuke dobara i usluga obavljene u tuzemstvu.

C) ČUVANJE RAČUNA I OSTALE DOKUMENTACIJE

Porezni obveznik mora sukladno članku 82. Zakona o PDV-u čuvati kopije računa koje je izdao ili ih je u njegovo ime i za njegov račun izdala treća osoba ili kupac odnosno primatelj dobara ili usluga te sve račune koje je primio. Računi se mogu čuvati u papirnatom ili elektroničkom obliku. Porezni obveznik koji izdane ili primljene račune pohranjuje pomoću elektroničkih uređaja kojima se jamči online pristup podacima mora na zahtjev omogućiti tijelu koje obavlja nadzor pravo pristupa, preuzimanja i korištenja tih računa. Ako tuzemni porezni obveznik odluči kopije računa koje je izdao i račune koje je primio, čuvati izvan Republike Hrvatske, mora o tome izvijestiti nadležnu ispostavu Porezne uprave i Poreznoj upravi i drugim tijelima nadležnim za nadzor na njihov zahtjev bez odlaganja omogućiti uvid u iste. Porezni obveznici moraju izdane i primljene račune, dokumente o ispravcima računa, dokaze o izvozu odnosno uvozu, dokumente temeljem kojih su korištena oslobođenja od plaćanja PDV-a, obračune PDV-a, poslovne knjige i knjigovodstvene isprave kao i svu drugu dokumentaciju bitnu za utvrđivanje i plaćanje PDV-a čuvati u rokovima propisanima Općim poreznim zakonom, odnosno 10 godina od početka tijeka zastareprava na utvrđivanje porezne obveze, uz uvjet da posebni propisi ne određuju dulje rokove njihova čuvanja.Zakon o računovodstvu (Narodne novine, broj 109/07 i 54/13)propisuje rok od najmanje 11 godina za čuvanje isprava temeljem kojih su uneseni podaci u poslovne knjige, pri čemu rok za čuvanje navedenih knjigovodstvenih isprava počinje teći zadnjeg dana poslovne godine na koju se odnose poslove knjige u koje su isprave upisane. Dokumentacija koja se odnosi na oporezivanje nekretnina prema Zakonu o PDV-u, mora se čuvati 10 godina od proteka godine na koju se odnosi (www.porezna-uprava.hr).

1.3.4. Podmirenje obveze

Kad kupac primi robu dužan ju je preuzeti i komisijski utvrditi odgovara li ona uvjetima iz narudžbe ili ugovora. Ako roba odgovara količinom i kvalitetom i uz nju su dostavljeni svi potrebni dokumenti (robni i transportni), kupac je dužan izvršiti plaćanje, tj. podmiriti svoju obvezu koju ima prema prodavatelju (dobavljaču), a koja proizlazi iz sklopljenog ugovora ili ponude prihvaćene narudžbom. To je završna faza kupoprodajnog posla i tada se dokumentacija sređuje i djelomice odlaže u arhiv, a djelomice dostavlja privredno-računskoj službi (Komorčec i dr., 2007).

Podmirenje obveze kupca ili plaćanje robe odvija se u dvije faze:

1. faza – komercijala izdaje fakturu dobavljaču (prodavaču)

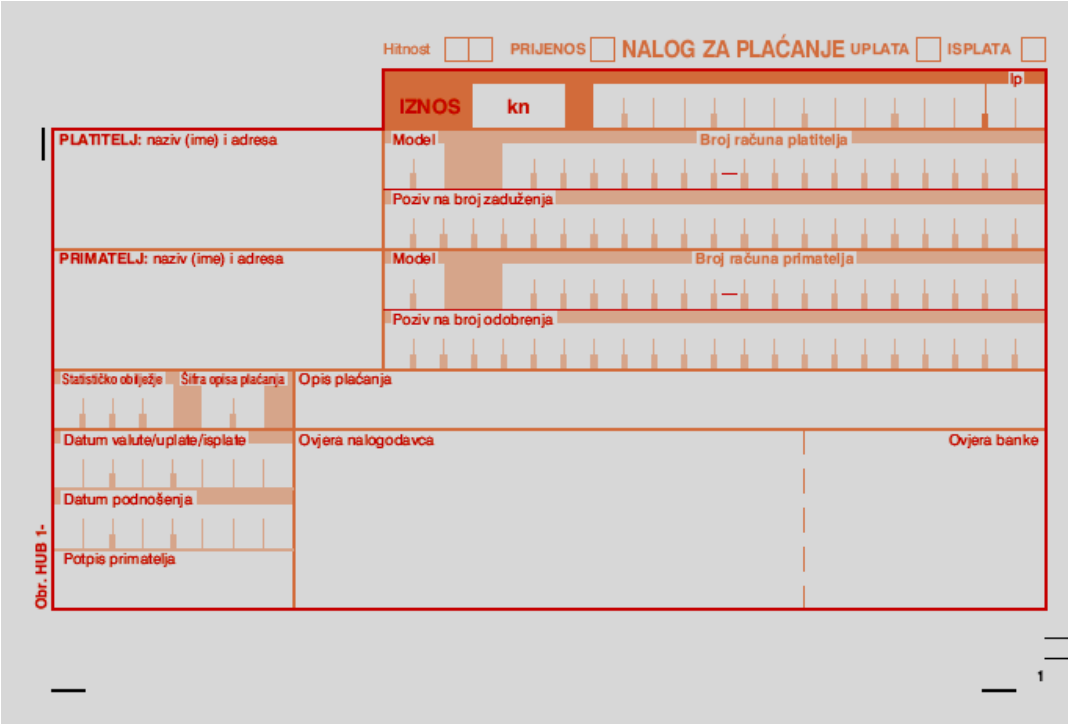
2. faza – komercijalna ili nabavna služba sastavlja poslovno pismo o završenom poslu (obavijest o podmirenju obveze).

Komercijala kupca izvršit će podmirenje duga ispostavljanjem bezgotovinskog naloga putem službe za platni promet (to može biti banka ili FINA) gdje ima položen svoj žironovac, tj. otvoren žiroračun. To je moguće napraviti i osobno pomoću računala (tzv. e-banking).Plaćanje robe ili usluge najčešće se obavlja bezgotovinskim virmanskim nalogom.

Standardizirani papirnati nalog za plaćanje – obrasci HUB 1 i HUB 1-1 je instrument pomoću kojeg se obavlja najveći dio plaćanja u zemlji. Ovi obrasci služe za uplatu novčanih sredstava, isplatu novčanih sredstava i za bezgotovinsko plaćanje (prijenos) novčanih sredstava.

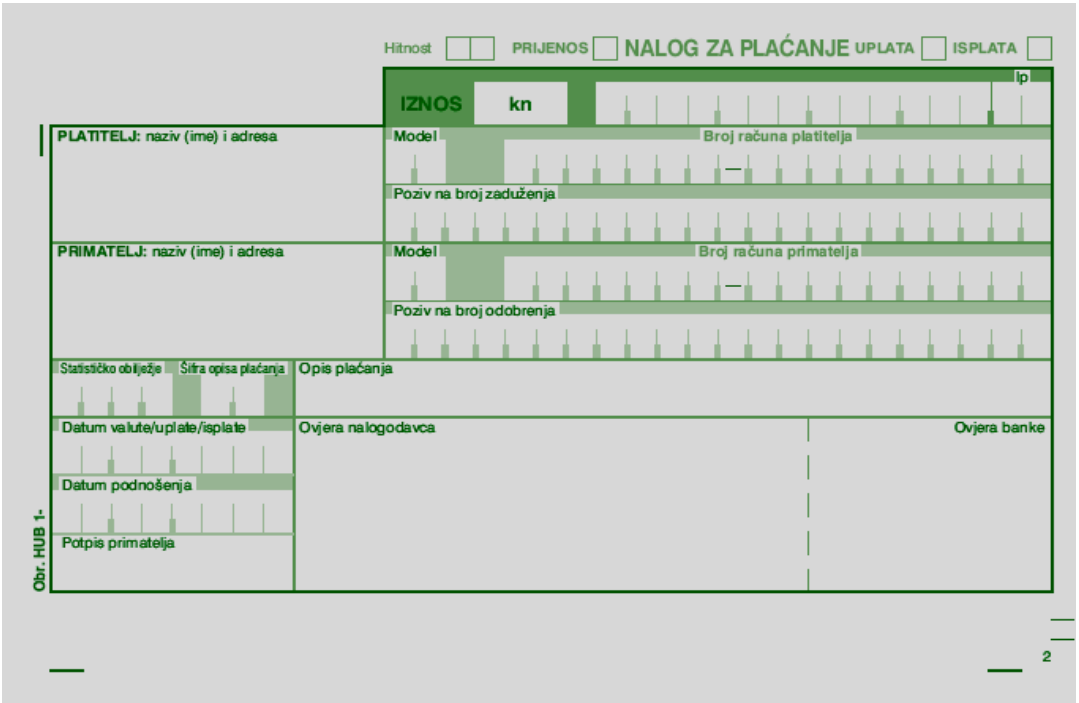
Opći nalog za prijenos je tiskanica od tri dijela:

1. **primjerak** zadržava služba za platni promet institucije u kojem je otvoren žiroračun nalogodavcakao temelj za prijenos sredstava,
2. **primjerak** – izvješće o odobrenju,
3. **primjerak** je izvješće o zaduženju.



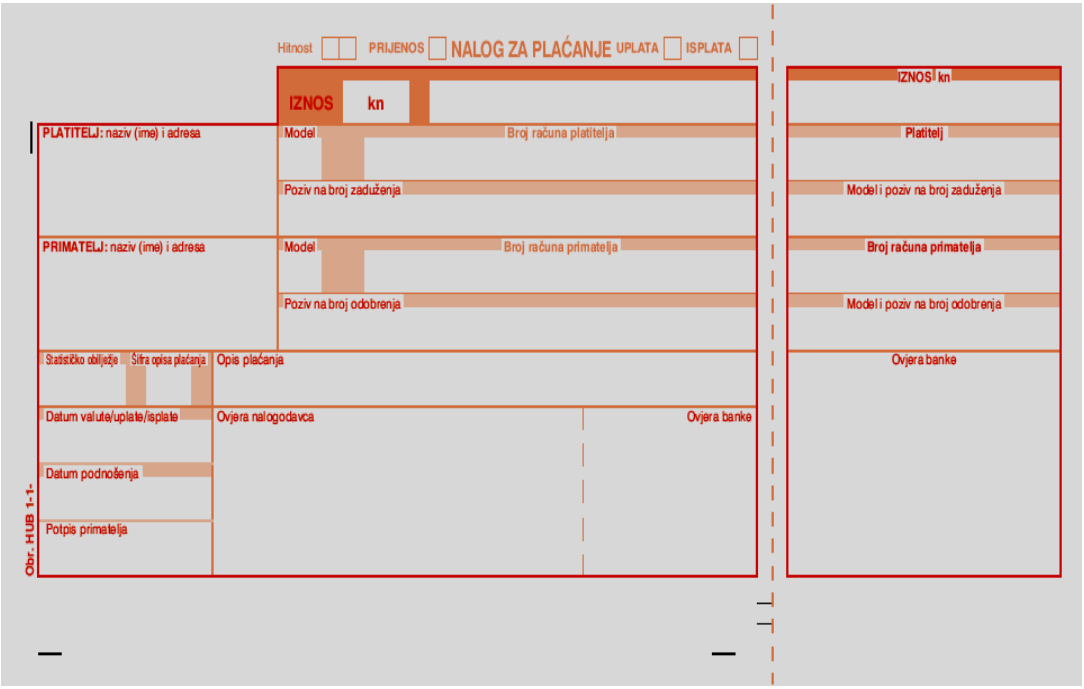
Slika 6. ***Obrazac HUB 1 (prva strana)***

(Komorčec i dr., 2007)



Slika 7. ***Obrazac HUB 1 (druga strana – kopija)***

(Komorčec i dr., 2007)



Slika 8. ***Obrazac HUB 1-1***

(Komorčec i dr., 2007)

4.3.5. Obavijest o podmirenju obveze

Obavijest o podmirenju obveze je dopis u kojem kupac obavještava prodavatelja (dobavljača) o primitku robe i podmirenju obveze. U ovom će dopisu kupac navesti je li zadovoljan primljenom robom, ima li neke primjedbe, navest će datum kad je podmirio dug, te iznos koji je uplatio na žiro račun prodavatelja (dobavljača). U poslovnom pismu obavijest o podmirenju obveze u završnom dijelu, kupac može iskoristiti kao upit, tražeći od prodavatelja (dobavljača) informacije o nekim proizvodima, osobito ako je zadovoljan dosadašnjim poslom, ali to može biti i početak nove poslovne (kupoprodajne) suradnje. Ako tijekom kupoprodajnog posla nije nastupila nikakva teškoća i obje su strane zadovoljne poslom, naplatom duga i izvješćem o tome, prodajni posao završava (Komorčec i dr., 2007).

5. ZAKLJUČAK

Tema završnog rada bila je opisati značaj i ulogu dokumenata u trgovini drvom. U ovom radu dokumenti nisu nužno opisani za drvnu industriju, već cjelokupno za trgovinu. Kratki opis posla kroz tri faze poslovnog procesa u trgovini:

- Svaki komercijalni posao započinje na temelju inicijative prodavatelja ili kupca. Prodavatelj inicira posao ponudom, a kupac upitom.
- Nakon toga slijedi zaključak posla u kojem prodavatelj i kupac ako uspiju definirati uvjete sklapaju posao poslovnom komunikacijom odnosno poslovnim pismom (ugovor, narudžba, potvrda primitka narudžbe).
- Na kraju dolazi realizacija prodajnog posla. Nakon što prodavatelj prima narudžbu i sklapa ugovor s kupcem, i kada ga prihvatom narudžbe obavještava da prihvaća nalog i priprema isporuku, slijedi faza u kupoprodajnom poslu koja obuhvaća pripremu robe, robne i transportne dokumentacije, izradu računa ili fakture i otpremanje robe s dokumentacijom kupcu.

U trgovinskom poslovanju proizvoda od drva vidimo da posao nije moguće obaviti bez dokumenata koji su uz organizaciju i ranije spomenuta „tri stupa” (ljude, procese, tehnologiju) koja drže organizaciju na okupu, najbitnije stavke za uspješno poslovanje.

6. LITERATURA

1. Barčić, A. P., 2018: Trgovina drvom i drvnim proizvodima.Interna skripta, Šumarski fakultet, Zagreb.
2. Blaće, D., Zašto je važno razumjeti poslovne procese i upravljati njima? 7.9.2015.
   URL: https://www.evision.hr/hr/Novosti/Stranice/zasto-razumjeti-poslovne-procese-upravljati-procesima.aspx (27.7.2020.)
3. Hrvatski sabor, Narudžba, 31.3.2014. Odluka o proglašenju zakona o zaštiti potrošača, čl. 46.
   URL: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2014_03_41_723.html (27.7.2020.)
4. Hrvatski sabor, Račun, 18.6.2013. Odluka o proglašenju zakona o porezu na dodanu vrijednost, čl. 79.
   URL: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2013_06_73_1451.html (27.7.2020.)
5. Hrvatski sabor, Račun, 31.3.2014. Odluka o proglašenju zakona o zaštiti potrošača, čl. 9.
   URL: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2014_03_41_723.html (27.7.2020.)
6. Komorčec, M.; Gaćeša, N.; Montel, N. S.; Šipušić, J. J., 2007: Poslovne komunikacije 2. Zagreb.
7. Porezna uprava, Račun, 22.7.2013. Uputa o obvezi izdavanja računa prema propisima iz nadležnosti Porezne uprave.
   URL:https://www.poreznauprava.hr/HR_publikacije/Lists/mislenje33/Display.aspx?id=18716 (27.7.2020.)
8. Vlada Republike Hrvatske, Ponuda, 17.9.2015. Uredba o dražbi određenih drvnih sortimenata.
   URL: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2015_09_100_1942.html (27.7.2020.)

9. ***2016: Ponuda ili predračun, 23.11.2016.
   URL: https://www.minimax.hr/blog-ponuda-ili-predracun (27.7.2020.)
10. ***2008: Ugovor o prodaji robe, 24.10.2008. Kolektivni ugovor za djelatnosti drvne i papirne industrije
   URL: https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2008_10_123_3541.html (27.7.2020.)
11. ***, Upit kupca, wikipedia.
   URL: https://sr.wikipedia.org/sr-el (27.7.2020.)