

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Logističke strategije u organizacijama". Rad ima 19 strana. Ovde je prikazano oko 500 reči izdvojenih iz rada.

Napomena: Rad koji dobijate na e-mail ne izgleda ovako, ovo je samo DEO TEKSTA izvučen iz rada, da bi se video stil pisanja. Radovi koje dobijate na e-mail su uređeni (formatirani) po svim standardima. U tekstu ispod su namerno izostavljeni pojedini segmenti.

Ako tekst koji se nalazi ispod nije čitljiv (sadrži kukice, znakove pitanja ili nečitljive karaktere), molimo Vas, prijavite to ovde.

Uputstvo o načinu preuzimanja rada možete pročitati ovde.

JU UNIVERZITET I TUZLI

EKONOMSKI FAKULTET

AKADEMSKA 2008/2009

LOGISTIČKE STRATEGIJE U ORGANIZACIJAMA

SADRŽAJ

UVOD

I POJAM I TEMELJNA OBILJEŽJA STRATEGIJE

Pojam strategija, vizija i misija

Određivanje logističkih strategija

II RAZVOJ I ZNAČAJ STRATEGIJA U SAVREMENOM POSLOVANJU

2.1 Proces razvoja i ocjene logističkih strategija

2.2.

III STRATEŠKE MJERE I KONTROLNE AKTIVNOSTI

UVOD

Tema seminarskog rada jeste logističke strategije u preduzeću, pri tome su obrađena temeljna obilježja kao što su pojmovi strategije, vizije i misije, ukazano je na njihovu povezanost, značaj za uspjeh poslovanja preduzeća i sl.

Logistika je zahtjevna i važna aktivnost jer služi kao funkcija koja integrira i premošćuje ograničenja. Ona povezuje dobavljače s kupcima i integrira funkcijske jedinice unutar kompanije. Ključno je da logistika bude usklađena sa strategijom kompanije. Osim usklađivanja sa strategijom kompanije. Osim usklađivanja, kompanije bi morale aktivno istražiti način na koji logistika može doprinijeti boljem tržišnom položaju kao izvor konkurentne prednosti.

Zatim je obrađen proces određivanja strategije u preduzećima, ukazano na značajne faktore koji su dominantni pri određivanju konkretne strategije za pojedina preduzeća.

Jednom kada kompanija shvati strateški potencijal logistike, suočava se s izazovom stvarne realizacije tog potencijala.

Istakli smo karakteristike pojedinih strategija, uticje strategija na ostvarenje poslovnih rezultata. Obradili smo isto tako SWOT / TOWS analizu, ukazali na karakteristike procesa razvoja logističkih strategija, istakli međuzavisnost marketinških i logističkih strategija.

Cilj seminarskog je bio na što jednostavni način istaći sve značajne i korisne podatke vezane za pojam logističkih strategija i njihovu konkretnu primjenu u određenim organizacijama.

I POJAM I TEMELJNA OBILJEŽJA STRATEGIJE

. Pojam strategija, vizija i misija

Slično razmatranju o pojmu strategije i ukazivanju na porijeklo riječi logistika(koja kao što znamo vodi porijeklo iz grčkog), i pojam strategija svoje porijeklo vodi iz grčkog jezika i to iz riječi «strategija» koji je, dugo korišćen skoro isključivo u vojnim primjenama. Danas se strategijama intenzivno bave organizacione, ekonomske i menadžment naučne discipline.

Osnovni smisao pojma strategija je da se pronađe i naznači pravac i način ili metod po kome će se vizija i misija iz idejnog ili konceptualnog oblika konvertovati u realnost.

Prvi korak u korištenju moći logistike leži u razumijevanju usklađenog načina rada sastavnih dijelova logističkog sustava kako bi se stvorila kupovna vrijednost za kupca, a strateška vrijednost za firmu. Kao što je prikazano na slici, postoji deset ključnih komponenti logističke strategije, koja je organizirana u četiri ključne razine, koje moraju biti u potpunosti usklađene i integrirane kako bi dale svjetske logističke rezultate.

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com