

"Логистика је процес којим се људски напор и одговарајући извори усмеравају ка циљу стратегије и подржавању трупа на бојишту."

Логистика прекрива низ пословних активности усмерених на одвијање процеса физичких токова сировина и репроматеријала од изворишта до места прераде готових производа, као и токове готових производа до крајњих потрошача. У питању су, пре свега, активности транспорта, складиштења, држања залиха, манипулација са робом, паковања итд. Ове активности су неизбежан предуслов одвијања дистрибутивних и производних процеса репродукције производа у робној привреди. У савременим условима, које карактеришу процеси глобализације светске привреде, брзог развоја и примене нових технологија и информатике, обим логистичких активности, које подржавају дистрибуцију огромног асортимана и количине производа на све веће удаљености, континуелно и динамично се повећава. Паралелно са тим нарастају привредни и пословни ресурси (материјално технички, финансиски, људски) ангажовани на обављању ових активности, као и трошкови обављања логистичких послова на микро и макро нивоу. Ти трошкови, почетком 21. века већ достижу ниво око 4 милијарде долара односно око 15% сбитског бруто друштвеног производа. И у апсолутном и у релативном смислу логистика данас представља изузетно значајан део свеукупног светског бизниса. (табеле 1, 2) Ефективност и ефикасност обављања логистичких активности битно опредељује конкурентност и профитабилност пословања свих привредних субјеката, посебно произвођача и дистрибутера производа. Ефикасност и ефективност се не могу обезбедити без великих напора усмерених на квалитетно управљање логистичким активностима и процесима. Управљање тим активностима и процесима је дуго, све до 60-тих година 20. века било занемаривано, да би последњих 20-так

1

година, управо разлози конкурентности и профитабилности, логистику избацило у најбитније домене управљања пословањем фирми. Како са практичног тако и са теориског аспекта управљање логистиком је данас насушна практична потреба, али и велики изазов за теорискометодолошка истраживања. Управљање логистиком је веома комплексно питање, које захтева интердисциплинарни приступ. Табела 1. Учешће логистичких трошкова у ДБП-у

ГОДИНА	1971	1978	1990	1994	1999
АПСЛУТАН ИЗНОС (милијарде долара)	230	400	600	660	920
РЕЛАТИВНО УЧЕШЋЕ (у %)	26	20	11	9,8	9,9

Табела 2. Висина и учешће трошкова логистике у ДБП-у Британије 1976 1986

Трошкови залиха	1976	1986
9.955.000.000€	21.896.000.000€	

Трошкови складиштења и манипу.	11.448.000.000€	25.179.000.000€
Трошкови транспорта	9.940.000.000€	25.478.000.000€
Укупно трошкови логистике	31.343.000.000€	72.553.000.000€
Бруто национални производ	113.790.000.000€	319.089.000.000€
% учешћа трошкова залиха	8,7%	6,7%
% учешћа трошкова складиштења	10,1%	7,9%
% учешћа трошкова транспорта	8,7%	8,1%
% учешћа трошкова логистике	27,5%	22,7%

2

Дефинисање маркетинг логистике

Маркетинг логистика (физичка дистрибуција) је ужи појам од дистрибуције и обухвата активности физичког покретања производа од произвођача до потрошача односно корисника. У продаји робе разликују се комерцијална активност где спада закључивање уговора о купопродаји и активности физичке дистрибуције које следе комерцијалне активности и обухватају активности физичког превоза робе од произвођача до потрошача и корисника. Мора се посматрати као део укупне активности предузећа које је маркетинг оријентисано. Према Лејзеру подсистем логистике има две важне компоненте: укупни систем транспорта и укупни систем складиштења. Логистика у предузећу је првенствено оријентисана на кретање и стокирање производа и снабдевање. Бави се изузетно и

кретањем људи. Сматра се да пословна логистика обухвата све активности које омогућавају кретање производа и координацију понуде и тражње укључујући дотур производа на време и место које одговара потрошачу односно кориснику. Тражња се идентификује на основу налога и информација истраживања тржишта. За логистику су потребни уређаји за држање и манипулисање производима, као и за преношење, обраду и чување логистичких информација. Логистика се у литератури различито дефинише. Врло често се појмови физичка дистрибуција и пословна логистика користе као синоними. По неким је логистика пословна функција као маркетинг и финансије што се оспорава са разлогом. Наиме, логистика је пре системски начин размишљања о проблему тока материјала у предузећу. У томе смислу је маркетинг логистика која се бави кретањем готових производа односно физичка дистрибуција, део пословне логистике која укључује и бављење сиров

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

[www.maturskiradovi.net](http://www.maturskiradovi.net)

**МОЖЕТЕ НАС КОНТАКТИРАТИ НА E-MAIL: [maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)**