

1. UVOD

Intenzivna globalizacija robnih i informacionih tokova je obilježila kraj 20.vijek. Konkurencija je dosegla neočekivane razmjere, a potrošači su postali još zahtjevniji, probirljiviji i informisaniji. U novo nastalnim okolnostima dotadašnja poslovna paradigma, zasnovana na konfliktnosti poslovnih subjekata u distributivnim kanalima biva neodrživa.

Kompanije sve više shvataju neophodnost razvoja efikasnih lanaca snabdijevanja i logističkih mreža širom svijeta sa intenziviranjem procesa globalizacije tržišta. Proučavanje lanca snabdijevanja može pomoći menadžmentu globalno orijentisane kompanije da identifikuje superiorne dobavljače, da poveća produktivnost u snabdijevanju, da smanji ukupne troškove poslovanja i da unaprijedi konkurentsku poziciju na ciljnim tržištima.

Globalizacija robnih i informacionih tokova utiče na formiranje novog pristupa upravljanju distributivnim kanalima. Globalne strategije lanaca snabdijevanja obuhvataju usredsređene fabrike, centralizacija zaliha i odlaganje dorade.

Cjelokupan lanac snabdijevanja podređen je zahtjevima finalnog potrošača, tj. korisnika usluge, što znači da je glavni moto svakog lanca snabdijevanja maksimiziranje potrošačke vrijednosti uz što niže troškove obezbjeđenja te vrijednosti, na nivou lanca u cjelini. Kako bi se ostvarila naznačena misija, profit koji zajednički ostvaruju svi subjekti (koordiniranim djelovanjem) mora biti veći od pukog zbira pojedinačnih poslovnih rezultata koji bi ostvarivali učesnici ukoliko bi samostalno nastupali. Ekonomsku opravdanost predmetni poslovni concept ima samo u navedenim okolnostima..