

## SADRŽAJ

1. UVOD .....	4
2. ZNAČAJ MENADŽMENTA LANACA SNABDIJEVANJA U KOZMETIČKOJ INDSTRJI.....	5
2.1. Pojam i karakteristike savremenog upravljanja lancima snabdjevanja u kozmetičkoj industriji .....	5
2.1.1. Osnove lanca snabdjevanja u kozmetičkoj industriji .....	7
2.1.2. Marketing u kozmetičkoj industriji .....	7
2.1.3. Inventar kojim upravlja dobavljač.....	8
2.1.4. Pakovanje .....	8
2.1.5. Ulazna logistika.....	8
2.2. Održiva inovacija u kozmetičkoj industriji.....	9
2.3. Uvođenje društvenih i ekoloških praksi u lance snabdjevanja u kozmetičkoj industriji.....	11
2.3.1. Procjene rizika i učinka dobavljača.....	13
2.3.2. Upravljanje lancem snabdjevanja za održive proizvode .....	14
2.3.3. Održivost u lancima snabdjevanja i strategijama inovacija u kozmetičkoj industriji.....	15
2.4. Strategija davanja “industriji ljepote” novog lanca snabdjevanja.....	17
2.5. Usklađenost kontrole temperature u lancu snabdjevanja.....	18
2.6. Uslovi isporuke i praćenje lanaca snabdjevanja u kozmetičkoj industriji .....	18
2.7. E-trgovina i kozmetička industrija.....	20
2.7.1. Digitalna ekonomija i e-trgovina.....	22
2.7.2. M-Commerce (mobilna trgovina) .....	23
2.7.3. E-nabavke (elektronske nabavke) .....	23
2.7.4. Poslovni modeli vezani za e-trgovinu .....	24
3. UPRAVLJANJE TROŠKOVIMA U KOZMETIČKOJ INDUSTRIJI .....	26
3.1. Pozicioniranje cijena i strategija .....	26
3.2. Formiranje “zdrave cijene” kozmetičkih brendova .....	27
3.3. Segmentacija kupaca.....	28

3.4.	Cijene novih kozmetičkih proizvoda .....	29
3.5.	Izazovi izlaska na tržište .....	
3.6.	Implementacija povećanja cijene kozmetičkog proizvoda .....	
3.7.	Optimizacija asortimenta .....	31
3.8.	Tri stuba održivosti troškova u kozmetičkoj industriji .....	32
3.8.1.	Aspekti životne sredine .....	32
3.8.2.	Socijalni aspekti .....	34
3.8.3.	Ekonomski aspekti .....	35
3.9.	Kvalitetan pristup u proizvodnji kozmetike.....	36
4.	ZAKLJUČAK .....	38
5.	LITERATURA.....	40