

SADRŽAJ

1. UVOD.....	8
1.1. Predmet i problem.....	10
1.2. Cilj rada	10
1.3. Metode.....	10
1.4. Operacionalizacija pojmova	10
1.5. Struktura rada	11
2. UPRAVLJANJE LANCIMA SNABDIJEVANJA	12
2.1. Problemi na nivou konfiguracije - Odluke o bazi snabdevanja	13
2.2. Odluke o lokaciji postrojenja.....	13
2.3. Odluke o portfelju proizvoda.....	13
2.4. Odluke o informacionoj podršci	13
2.5. Odluke o protoku informacija.....	14
2.6. Odluke o novčanim tokovima	14
2.7. Odluke o kapacitetima	14
3. SLOŽENOSTI POVEZANE SA LANCIMA SNABDEVANJA	15
3.1. Više agenata.....	15
3.2. Neizvesnost	15
3.3. Asimetrija informacija	16
3.4. Vreme isporuke	16
3.5. Konkurencija.....	16
4. NEEFIKASNOST UPRAVLJANJA LANCEM SNABDEVANJA	18

4.1. Slabo korišćenje inventarne imovine.....	18
4.2. Iskrivljavanje informacija	18
4.3. Zalihe	18
4.4. Izazovi prilagođavanja	19
5. NOVI RAZVOJ U UPRAVLJANJU LANCEM SNABDEVANJA	20
5.1. Globalni lanci snabdevanja.....	20
5.2. Održivi lanci snabdevanja	20
5.3. Humanitarni lanci snabdevanja	21
5.4. Nove tehnologije koje utiču na lance snabdevanja i velike podatke	21
6. ISTRAŽIVANJE LANCA SNABDEVANJA: PROŠLOST, SADAŠNJOST I BUDUĆNOST	23
7. LANCI SNABDIJEVANJA U TRGOVINI	26
7.1. Optimizacija logistike lanca snabdevanja	26
7.2. Minimiziranje efekata poremećaja lanca snabdevanja	27
7.3. Uobičajeni lanci trgovine i snabdevanja	28
8. UPRAVLJANJE LANCEM SNABDEVANJA USLUGA	29
9. MODEL USLUŽNO ORIJENTISANOG UGOSTITELJSKOG LANCA SNABDEVANJA ..	33
9.1. Karakteristike uslužno orijentisanog ugostiteljskog lanca snabdevanja	33
9.2. Izgradnja uslužno orijentisanog modela lanca snabdevanja ugostiteljstvom.....	34
9.3. Funkcija uslužno orijentisanog ugostiteljskog lanca snabdevanja	35
9.3.1. Integracija dobavljača.....	35
9.3.2. Integracija resursa lanca snabdevanja	35
9.3.3. Obrada i distribucija.....	35
9.3.4. Usluge za korisnike.....	36
10. LANAC SNABDIJEVANJA NA PRIMJERU KOMPANIJE COCA-COLA I MCDONALDS	37
10.1. Primjer Coca-Cola	37
10.1.1. Coca-Cola strategija upravljanja lancem snabdevanja	37

10.1.2. Pristup franšiznog ugovora u upravljanju strategijom lanca snabdevanja	37
10.1.3. Strategija upravljanja lancem snabdevanja poslovnog pristupa holdinga	39
10.1.4. Strategija upravljanja lancem snabdevanja u vidu akcionarstva	39
10.2. Primjer McDonalds	40
10.2.1. Industrija maloprodaje hrane	41
10.2.2. Slučaj za celodnevni doručak	42
10.2.3. Višeslojna mreža lanca snabdevanja	42
11. ZAKLJUČAK	44
LITERATURA	45
SPISAK SLIKA I TABELA	47