

Slika 5.4 Pretovar kontejnera

Potreban broj paleta (P_p) se izračunava po formuli:

$$P_p = \frac{Q_d}{C_p \times q}, \text{ pri čemu je:}$$

Q_d - količina robe koja u jednom danu treba da se preveze pomoću paleta,

C_p - broj obrta paleta dnevno,

q - količina robe po jednoj paleti.

Od ostalih pomoćnih sredstava treba spomenuti razne vrste platformi, kao što su ravne ili kose, fiksne i ravne ili kose pokretne platforme. Zadatak platforme je da izravna razliku između nivoa poda transportnog sredstva spoljašnjeg i unutrašnjeg transporta i time olakša i ubrza utovar, odnosno istovar robe. Ukoliko se razlika između nivoa poda dvaju transportnih sredstava ne može dovoljno izravnati platformom, u tom slučaju se za izravnavanje malih razlika u nivou koriste dodatni mostovi ili podlošci.

Kontejneri i specijalna oprema koja je potrebna da bi se sa njima manipuliralo zahtevaju značajna investiciona ulaganja. Ova činjenica je jedan od razloga za hitno rešavanje problema vezanih za standardizaciju kontejnera. Da bi se ostvarila trajna prednost kontejnera, potrebna je njihova standardizacija.

Sumarna analiza osnovnih prednosti i nedostataka kontejnerskog transporta:

Prednosti kontejnerskog transporta	Nedostaci primene kontejnerskog transporta
<ol style="list-style-type: none"> 1. snižavanje transportnih i ukupnih logističkih troškova 2. poboljšanja u svim segmentima fizičke distribucije roba 3. porast stepena iskorišćenja transportnih kapaciteta 4. povećanje brzine dostave robe 5. višestruko ubrzanje pretovarnih operacija 6. uštede u procesima proizvodnje, pakovanja i skladištenja 7. standardizovanje transportno-logističkih jedinica 	<ol style="list-style-type: none"> 1. mogućnosti "praznog hoda" kontejnerskih sistema 2. nedostatak kontejnerskih prevoznih sredstava 3. mogućnosti neslaganja kontejnerskog ipaletnog sistema 4. visoka investiciona ulaganja u kontejnersku tehnologiju 5. neophodnost ulaganja u celokupni system kontejnera na nivou države 6. teškoće u prilagođavanju novim tehnologijama transporta

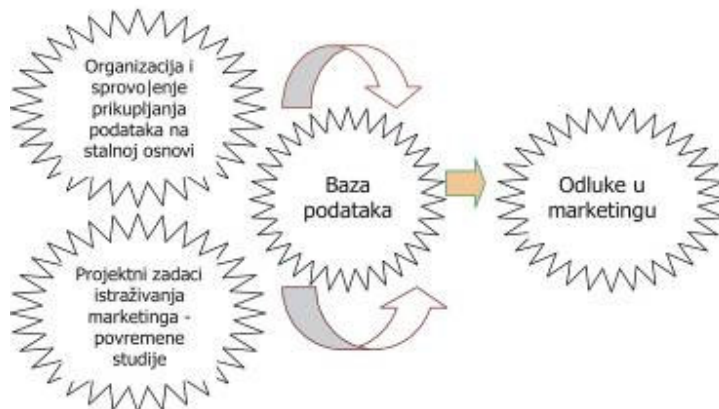


Slika 5.11 Tehnika utovara kontejnera u teretni avion

Kotler kaže da "marketing informacijski sistem sačinjavaju ljudi, oprema i procedure koji sakupljaju, sortiraju, analiziraju, ocenjuju i distribuiraju, u pravo vreme, tačne informacije za potrebe donosioca odluka u oblasti marketinga"¹. Dibb, Simkin, Pride i Ferrell u svom radu ukazuju na značaj marketinškog sistema informisanja i pri tome definišu "marketing informacijski sistem kao okvir za svakodnevno upravljanje i strukturiranje informacija koje se redovno prikupljaju unutar preduzeća i/ili izvan njega"².

Većina autora iz ove oblasti je složna u tome da je potrebno razlikovati marketing informacijski sistem i istraživanja u marketingu. Glavna razlika između ova dva pojma jeste u tome što je istraživanje tržišta proces prikupljanja informacija za neke specifične situacije, u određenim vremenskim prilikama, dok marketing informacijski sistem obezbeđuje stalan protok podataka i informacija sa tržišta.

Pri tome, marketing informacijski sistem i proces istraživanja tržišta nisu međusobno suprotstavljeni procesi već su to programi koji imaju jedan te isti cilj: obezbeđenje banke podataka neophodne za donošenje pravovremenih i kvalitetnih marketinških odluka, što se može videti sa naredne slike:

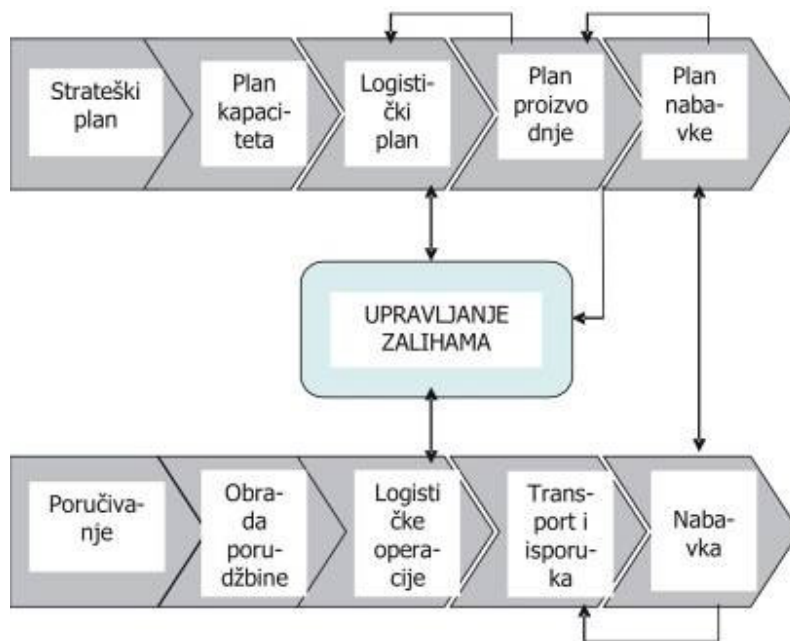


Slika 8.3 Sinergija marketing informacijskog sistema i istraživanja marketinga³

¹ Kotler, P. 1997. *Marketing management*. Prentice-Hall, Englewood, str. 110.

² Dibb, S., Simkin L., Pride W. i Ferrell O.C. 1991, *Marketing*, Mate, Zagreb, str. 174.

³ Dibb, S., Simkin L., Pride W. i Ferrell O.C. 1991, *Marketing*, op.cit., str. 179.



Slika 8.6 Logistički informacijski tokovi

Sa slike možemo videti da, logistički informacijski tokovi povezuju koordinirajuće aktivnosti u preduzeću, kao što su strateško planiranje, planiranje kapaciteta, plan logističkih aktivnosti, plan proizvodnje i plan nabavke; pri tome informacije iz plana nabavke ulaze kao inputi u proces proizvodnje, a informacije iz plana proizvodnje ulaze kao inputi u plan logistike. S druge strane, logistički informacijski tokovi su prisutni i u okviru operativnih logističkih podsistema počevši od procesa poručivanja, preko svih distributivnih radnji do transporta i isporuke proizvoda; informacije iz nabavke mogu biti input za izvršenje transportnih aktivnosti, za vršenje dopremanja proizvoda u preduzeće.

Logističke informacije vezane za zalihe raspoloživih proizvoda u proizvodnji i/ili u prometu su integrativni faktor između ova dva logistička toka; tačnije rečeno informacije iz procesa upravljanja zalihama su podjednako relevantne i za koncipiranje logističkog plana aktivnosti i za sprovođenje procesa skladištenja, manipulisanja robom, transporta i u finalu servisa potrošača. To znači da je zadatak upravljanja zalihama sinhronizacija kretanja tokova proizvoda i informacija u logističkom sistemu informisanja.

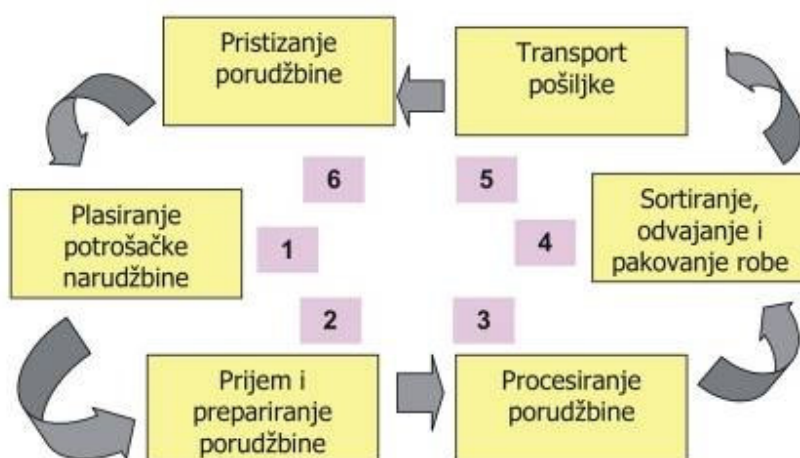
Procesiranje potrošačkih narudžbina nije moguće bez postojanja informacionih veza unutar logističkog sistema. Logistički informacioni sistem predstavlja krvotok procesiranja potrošačkih porudžbina. Upravljački informacioni sistem u okviru marketing logistike je vezivno tkivo između većeg ili manjeg broja proceduralnih koraka u procesu poručivanja.

Tipičan postupak u sistemu poručivanja ima nekoliko glavnih koraka koji moraju postojati u svakom preduzeću:

Prijem (slanje) narudžbine,

- 1) Prepariranje porudžbina,
- 2) Procesiranje porudžbina,
- 3) Odvajanje, pakovanje i sortiranje robe u skladištima i/ili prodavnicama,
- 4) Transport pošiljke i
- 5) Pristizanje robe na traženo mesto.

Ova, uopštena procedura se može predstaviti narednom slikom⁴:



Slika 8.8 Procesiranje potrošačke porudžbine (iz ugla potrošača)

⁴ Lambert D. & Stocs J. 1993, *Strategic logistics management*, McGraw-Hill Co., New York, str. 516.

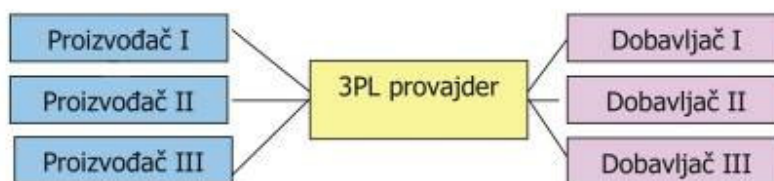
a) između dve firme



b) između jedne firme i njenih dobavljača i/ili kupaca



c) između više preduzeća uz posredovanje 3PL firme (logističkog posrednika)

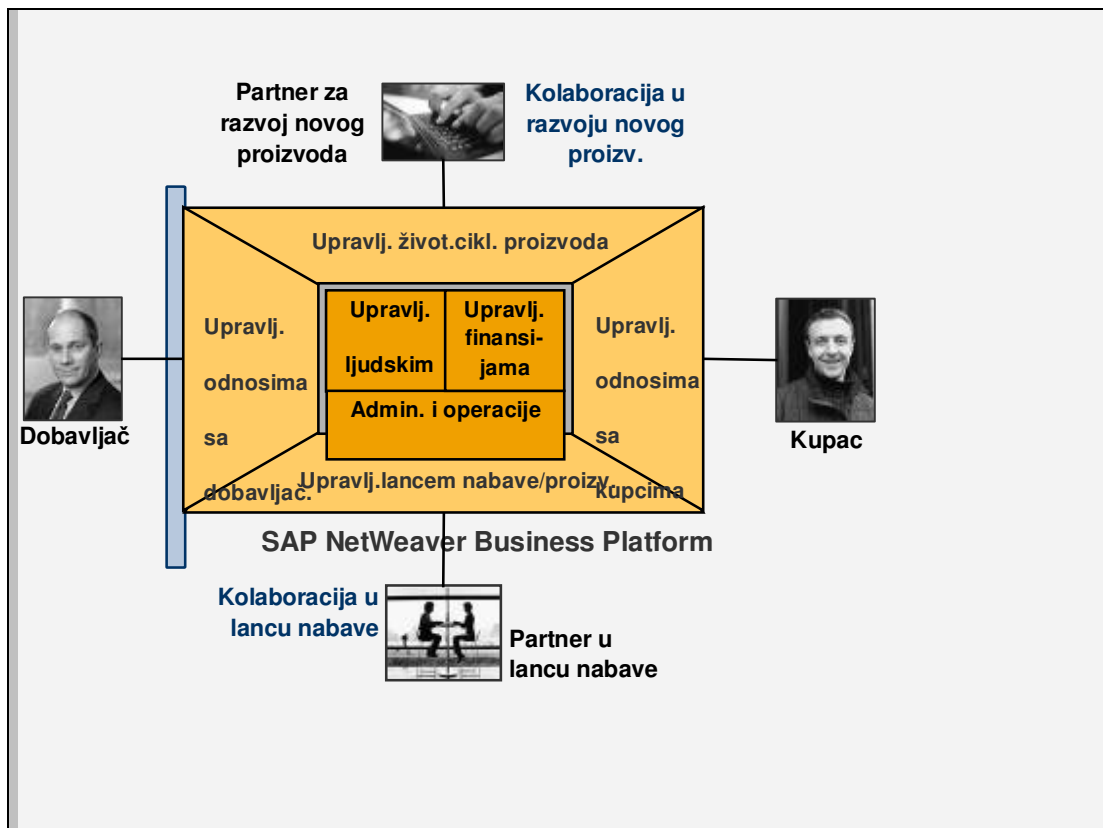


Slika 8.12 Tipični EDI sistemi

Generalno uzevši, EDI sistem obezbeđuje sledeće prednosti: (1) povećava internu produktivnost preduzeća, (2) poboljšava odnose u distributivnom kanalu (3) unapređuje eksternu produktivnost, (4) podiže na viši nivo konkurentnosti servisa isporuke i (5) snižava operativne logističke troškove. Praktično, EDI reducira troškove materijala (pre svega papirološke troškove), zatim troškove telefona i telefaksa i konačno troškove zaposlenih na određenim radnim mestima⁵.

Sistemi veštačke inteligencije i ekspertski sistemi (AIES) počivaju na timskom konceptu upravljanja informacionim tehnologijama uz osnovni cilj da se pomoću kompjuterskih programa imitira rezonovanje ljudi u procesima donošenja odluka. Sistemi veštačke inteligencije su u okvirima logističkog poslovanja prevashodno primenjuju u domenima automatizacije skladišta (tzv. savremena regalna skladišta), identifikovanja potreba za materijalom, pravljenja optimalne veličine isporuke itd.

⁵ Bowersox, D. & Closs D. 1996, *Logistics management*, op. cit., str. 205.



Slika 8.14 MySAP Business Suite

MySAP ERP JE GLAVNI PROIZVOD SAP-a, KLJUČNA KONKURENTSKA PREDNOST I NAJSVEOBUHVAJNIJE REŠENJE NA POSLOVNOM IT TRŽIŠTU – Pre 30 godina, uvođenjem integrisanog softvera sa kojim poslovni procesi mogu da se odvijaju u realnom vremenu, SAP je objavio početak nove ere. Sada se sa mySAP ERP na tržište pojavljuje nova generacija tog softvera koja obećava nastavak ove uspešne priče.

Sa mySAP ERP ponovo je demonstrirana vodeća uloga firme SAP koja je lider na tržištu softvera za planiranje resursa i softvera preduzeća. MySAP ERP uspostavlja nova merila i obezbeđuje optimizaciju integracije poslovnih procesa u heterogenim sistemskim okruženjima. Obiman spektar funkcija, fleksibilne mogućnosti proširenja i usmerenost na globalni nivo softvera, mySAP ERP predstavljaju temelj SAP-ove pozicije kao najsveobuhvatnijeg ERP rešenja koje može da se nađe na tržištu.