

EFIKASNIM PROMETNIM SUSTAVOM DO ČISTIJE OKOLINE I NIŽE CIJENE KRAJNJEG PROIZVODA

Almir Hodžić, MA, Perutnina Ptuj BH d.o.o., Mob: + 387 62 346 780,
e-mail: almir.alla.hodzic@gmail.com

Sažetak: Konzumerizam, kao ekonomska kategorija, ne zaobilazi ni prometnu znanost iz prostog razloga što ta znanost ima jednu od ključnih uloga u globalnom gospodarskom razvoju, kao i razvoju gospodarstva svake zemlje. U vremenu ekonomske krize, svaka privredna grana i naučna ekspertiza treba da bude usmjerena ka postizanju najniže cijene pri isporuci usluge, jer tako najdirektnije utiču na formiranje najniže cijene koštanja jediničnog proizvoda na trgovačkim policama. Pojedine kompanije u tehnološkom pristupu proizvodnji, da bi postigle najnižu cijenu, zagađuju i čovjekovu okolinu. Međutim, to kod prometnog sustava nije slučaj. Analizom prometnih sustava u cestovnom, željezničkom i vodenom transportu, da bi se postigla niža cijena prijevoza roba i putnika, definitivno je da jedan od pristupa problemu, uz pažljivo planiranje svake aktivnosti, mora biti ekološki aspekt. Dakle, pomirenjem interesa ekološke i prometne znanosti na najbolji način doprinosimo nižoj cijeni krajnjeg proizvoda, a cijena je jedan od četiri ključna elementa marketing miksa.

Ključne riječi: Prometni sustav, ekologija, zaštita okoline, krajnji proizvod, niža cijena, marketing miks.

EFFICIENT TRANSPORT SYSTEM TO CLEANER ENVIRONMENT AND LOWER PRICES OF END PRODUCT

Abstract: Consumerism, as an economic category, do not bypass the traffic science for the simple reason that science has a key role in global economic development, as well as the economic development of each country. In times of economic crisis, every economic sector and scientific expertise should be aimed at achieving the lowest prices on delivery services, because so most directly influence the formation of the lowest cost per unit of the product on the shelves of shopping. Some companies in the technological approach to manufacturing, to achieve the lowest price, and pollute the human environment. However, with this transport system is not the case. The analysis of transport systems in road, rail and water transport, in order to achieve lower prices for goods and passengers, it is definitely that one of the approaches to the problem, with careful planning of each operation must be environmental impact. Thus, the reconciliation of interests of environmental and traffic science in the best way we contribute to a lower price of the end product, and the price is one of the four key elements of the marketing mix

Keywords: traffic system, ecology, environmental protection, end product, lower price, marketing mix.

1. Uvod

Pod marketing miks konceptom podrazumjevamo odgovarajuću kombinaciju instrumenata (proizvod, cijena distribucija i promocija) koji čine ponudu bilo koje kompanije koja treba da se bazira na informacijama o potrebama i zahtjevima ciljnog tržišta. Marketing miks koncept teži ka tome da objasni mogućnost kombiniranja različitih instrumenata pri prilagođavanju

ponude pojedinim tržišnim segmentima. On je rezultat napora organizacije da izađe u susret potrebama kupaca¹²⁵. To je ono što kupac dobija od neke kompanije, ili ustanove. Skup svih elemenata organizacijskog marketing miksa koji potiču razmjenu, uspostavljanje zajedničkog značenja s potrošačima odnosno klijentima čini marketinšku komunikaciju. Svi elementi marketing miksa imaju svoju komunikacijsku vrijednost u odnosu prema potrošaču. S druge strane, promet kao specifična gospodarska djelatnost transporta ljudi i roba, svojom kvalitetom i prilagođenošću ljudskim potrebama znatno pridonosi oblikovanju životnog prostora i privrednom razvoju u cjelini, gdje se mobilnost javlja kao neophodna stavka za ukupni razvoj tržišta. Permanentni privredni rast, povećanje proizvodnje, potrošnje, a time i obima prometa, sve više negativno djeluje na čovjekovu okolinu te iscrpljuje obnovljive, a pogotovo neobnovljive prirodne resurse.

Marketing je organizaciona funkcija i set procesa kreiranja, komuniciranja i isporuka vrijednosti potrošačima i upravljanja odnosima sa kupcima, na način koji donosi korist organizaciji i njenim stakeholderima¹²⁶.

Simplificirano, marketing miks kreira potrebu, a transport je jedan u nizu alata koji tu istu potrebu zadovoljava na najefikasniji način. Kako kod prijevoza putnika, tako i kod prijevoza roba transport igra značajnu ulogu pri formiranju krajnje maloprodajne cijene proizvoda ili usluge, a cijena je, naravno, jedan od elemenata marketing miksa.

Empirijski, razvoj transporta je uvijek korespondirao sa razvojem gospodarstva te društveno-političkom situacijom u društvu. Četiri su revolucionarna razdoblja razvoja transporta najuže povezana sa ekonomskim tranzicijama Zapadne Europe:

- Hanseatičko razdoblje, od trinaestog do šesnaestog stoljeća, tijekom kojeg su se razvili plovni sustavi;
- Zlatno razdoblje šesnaestog i sedamnaestog stoljeća, tijekom kojeg se rapidno razvio vodni promet;
- Razdoblje industrijske revolucije od polovine devetnaestog stoljeća, tijekom kojeg je izum parnog stroja generirao nove transportne oblike, prvenstveno željeznicu;
- Razdoblje informatičke revolucije, koje determinira posljednji kvartal dvadesetog stoljeća uvođenjem marketinških i logističkih načela u prometni sektor.

Infrastrukturalna ekspanzija i industrije prijevoznih sredstava, pogotovo automobilske industrije glavni je čimbenik dosadašnjeg razvoja transporta. Obzirom na pokazatelje rasta pojedinih prometnih oblika, teoretičari označavaju aktuelni status prometnog razvoja tzv. petom prometnom revolucijom, odnosno, razdobljem personalizacije i individualizacije prometa.

Transport roba i usluga, u kontekstu razvoja tržišta u cjelini bitno utiče na kvalitetu proizvoda ili usluga, kao i na maloprodajnu cijenu istih. Kako je u proteklih dvadesetak godina uočen značajan porast transporta ljudi i roba, nužno je okrenuti se razvoju i organizaciji prometa po načelu održivog razvoja. Slijedeći koncepciju održivog razvoja, dolazi se do zaključka da se mora preusmjeriti pažnja na razvoj prometa uz minimiziranje troškova transporta i njegovog štetnog utjecaja na ekološku ravnotežu i zdravlje ljudi. To znači minimizirati upotrebu prometnih grana koje negativno utiču na formiranje maloprodajne cijene nekog proizvoda ili

¹²⁵ Pod terminom „Kupac“ u ovom radu mislim na klijenta, konzumenta, potrošača, etc.. U nastavku ću koristiti samo termin kupac

¹²⁶ Philip Kotler, Kevin Keller: „Marketing management“ 2nd edition 2012.

usluge, kao i onih koje negativno utiču na okoliš i iscrpljuju fosilna goriva, a povećati korištenje onih prometnih grana na alternativna pogonska goriva, te poticati organizaciju jeftinijih, ali i onih oblika prijevoza koji imaju manje štetan utjecaj na okoliš. To znači da formiranje maloprodajne cijene kao elementa marketing miksa i štetan utjecaj transporta na okoliš nisu obrnuto proporcionalne kategorije, nego, upravo naprotiv, one su u mnogo čemu kompatibilne. U trci za dostizanjem najniže cijene transporta, tj. u našem slučaju, maloprodajne cijene proizvoda, pobjeđuje upravo onaj takmac koji vodi računa o okolišu i koji prati najsavremenije trendove. Nove tehnologije za prijevozna sredstva i održivo upravljanje prometom ključne su u smanjivanju cijene koštanja transporta od tačke A do tačke B, kao i u smanjivanju ispušnih plinova iz prometa.

U brojnim razvijenim zemljama danas postoje modeli organizacije transporta koji ciljano djeluju na smanjenje štetnog utjecaja prometa na čovjeka i okoliš. Osim usavršavanja javnog gradskog prijevoza, kao okosnice prometne politike, dolazi do značaja prednost željezničkog prijevoza u prometu roba i transportu ljudi, kao i do koristi od upotrebe inteligentnih transportnih sistema u organizaciji prometa, a ujedno i do organizacije multimodalnog oblika prijevoza kao racionalnog rješenja prometnih problema. Osim toga, razvijene europske zemlje pripremaju niz restriktivnih mjera, te postavljaju stroge zahtjeve prema naftnoj industriji u cilju proizvodnje čistijih fosilnih goriva, bez emisije štetnih plinova. Dovođenjem u korelaciju brige za čovjekov okoliš sa jedne, i cijene koštanja transporta kao bitnog čimbenika u formiranju maloprodajne cijene bilo kojeg proizvoda ili usluge, s druge strane, ovim radom želim dati svoj doprinos na primarni cilj branše u cjelini.

2. Postojeće stanje prometnog sustava

Sektor transporta jedan je od najvažnijih sektora današnjice. Ujedno, ovaj sektor je značajan nositelj te okosnica gospodarskog i društvenog razvoja svake zemlje i kao takav mora biti učinkovit. Transport omogućuje privredni rast i stvaranje poslova i shodno tome mora biti održiv i u kontekstu izazova s kojima je privreda svakodnevno suočena. Transport se odvija na globalnom nivou, stoga je za učinkovito djelovanje potrebna međunarodna suradnja. U kontekstu ovog naučnog istraživanja, transport ima niz zadataka pri formiranju krajnje maloprodajne cijene proizvoda ili usluge. Dakle, u ovom smislu, maksima organizacije transporta je: **postići najnižu cijenu transporta uz najveću efikasnost u transportu roba u lancu: sirovina - proizvođač - skladište distributera - trgovac – krajnji potrošač; poštujući dogovorene rokove pri isporuci između svake od karika posebno.**

Osim pozitivnog društveno-ekonomskog utjecaja, transport ima i negativnu dimenziju u koju spada onečišćenje okoliša, prometne nezgode te zagušenje. Te tri dimenzije predstavljaju najznačajnije kategorije eksternih troškova prometa, koje uzročno – posljedično utiču na formiranje cijene koštanja jediničnog proizvoda ili usluge. Eksterni troškovi prometa u zemljama Europske Unije se procjenjuju na iznos od 8% BDP-a, pri čemu je cestovni promet odgovoran za 90% troškova.¹²⁷ Ekspanzija transporta kao posljedica rasta životnog standarda te prometne kulture, dovela je do povećanog broja vozila koji prometne mreže ne mogu kvalitetno uslužiti, pa zbog navedenog dolazi do zagušenja u prometnom sustavu. Taj problem se javlja jer razvoj prometnih sustava nije adekvatno pratio gospodarski razvoj. Rješenja se javljaju adekvatnim razvojem javnog prijevoza te razvojem prigradske željeznice,

¹²⁷Breglec, D.,: Program smanjenja negativnog utjecaja prometa na okoliš, Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture, Zagreb, 2009. god. str. 5.

što bi dovelo do povećanog korištenja ovih vrsta prijevoza, te bi se smanjila upotreba osobnih automobila. Smanjenjem upotrebe osobnih automobila, došlo bi do smanjenja gužvi u prometnom sustavu, kao i do manjeg negativnog utjecaja prometa na formiranje cijene proizvoda i okoliš. Promet je zbog upotrebe fosilnih goriva odgovoran za više od 26% globalnih emisija ugljikovog oksida.¹²⁸ Razvoj prometa koji je uvjetovan velikom mobilnošću ljudi, roba i usluga, mora biti usklađen s načelima održivog razvoja.

Ovdje bih napravio jednu digresiju, u smislu trenutnog stanja u Bosni i Hercegovini. Pri organizaciji transporta zateći ćemo više apsurdnih situacija, a da bih najslikovitije objasnio sve teškoće svakodnevne organizacije transporta, osvrnuću se na transport goriva kao materije neophodne kako za proizvodnju, tako i za funkcioniranje prometa u cjelini. Uzmimo kao inpute sljedeće zvanične podatke:

- Još od kraja rata u BiH 92-95. uz kupovinu novog osobnog automobila proizvođači daju garanciju, osim na kvarove prouzrokovane lošim gorivom.
- Imamo ekspanziju benzinskih pumpi (630 u FBiH, a za RS podatak nepouzdan).
- Imamo, vjerovatno, najlošije ceste u Evropi. Mreža magistralnih puteva u dužini od 2.040 km, najviše građena u periodu od '68. do '85. godine, po tehničko-eksploatacionim parametrima koji su skromni i koji teško mogu odgovoriti današnjem intenzitetu i strukturi saobraćaja. Tako je prema podacima Federalne uprave policije (FUP) samo u 2014. godini evidentirano 33.658 nezgoda u čitavoj BiH, od toga njih 25.077 u FBiH. Živote u tim nesrećama izgubilo je ukupno 249 osoba u BiH. Podaci JP Ceste Federacije BiH kažu da prosječno godišnje na cestama širom BiH pogine 380 osoba, a čak 11 hiljada bude ozlijeđeno. Stopa smrtnosti u prometu je 10,3 poginulih na 100.000 građana, što je tri puta više u odnosu na razvijene zemlje zapadne Evrope. Istraživanja pokazuju da samo u FBiH ima oko 250 poginulih i više od 6.800 ozlijeđenih osoba svake godine i da ekonomija FBiH gubi više od 400 miliona eura godišnje (više od pet posto svog godišnjeg BDP-a), ako se uzmu u obzir ukupni troškovi medicinskog liječenja, oštećenje imovine, administrativni rad, gubitak produktivnosti, itd.
- Željeznički transport je *po defaultu* jeftiniji i sigurniji od cestovnog;
- Svaki mjesec entitetske vlade iz svojih budžeta moraju izdvajati značajna sredstva za održavanje „hladnog pogona“ u „Željeznicama FBiH“ i „Željeznicama RS“, ali to nije dovoljno! Gubitak „Željeznica FBiH“ u 2013. godini je 34,1 milion KM, osnovni kapital firme je 598.826.958 KM što jesmanjenje kapitala za devet godina od 800 miliona KM. Iznos kreditnog zaduženja 142.492.407 KM, a dug za porez je posebna kategorija. Ukupan broj zaposlenih u 2013. godini je 3.680. Troškovi plaća i ostalih ličnih primanja 72.735.092 KM¹²⁹. Kompanija „Željeznice RS“ broje 3.297 zaposlenih. Ukupan kapital „Željeznica Republike Srpske“ na kraju 2013. godine iznosio je 341,4 miliona KM, akumulirani gubitak 207,8 miliona KM, dok je poslovni gubitak u 2012. bio 10,9 miliona KM¹³⁰.
- Preko jednog miliona tona nafte se godišnje troši u BiH, no tačna količina uvezene i potrošene nafte ostaje upitna, prvenstveno zbog načina uvoza. Prema javnoj statistici, u 2014. godini FBiH je uvezla 619.638 tona, dok je RS uvezla 295.774 tona nafte.
- Tri četvrtine nafte korištene u BiH odlazi na prijevoz, a samo 9% u industrijske svrhe.

¹²⁸Božićević, J.,: Ekološki problemi prometnog razvoja, Zbornik radova s međunarodnog znanstvenog skupa, Zagreb, 2011. god. str. 11.

¹²⁹Izvor: <http://www.avaz.ba/clanak/129789/za-place-u-10-javnih-preduzeca-u-fbih-gradani-lani-izdvojili-525-miliona-km#sthash.Mvj6hOzz.dpuf>

¹³⁰Izvor: <http://www.nezavisne.com/posao/analize/U-Zeljeznicama-RS-visak-852-radnika-182470.html>

- Pošto ne postoje nikakve naftne rezerve u BiH koje bi ekonomski bile od koristi za izvoz, sva nafta se uvozi iz inostranstva. Slovenija i Hrvatska su prve po redu zemlje iz kojih BiH uvozi naftu (što samo za Hrvatsku čini 23% njenog ukupnog izvoza nafte)¹³¹.

Logičnim se čini pitanje: „Zašto se gorivo u BiH ne transportuje i uvozi isključivo željeznicom”? Na taj način bismo skoro pa sigurno doprinijeli rješenju gore nabrojanih problema. Sasvim sigurno uz jeftiniji i sigurniji transport, bolji nadzor nad tržištem goriva u BiH, te efikasniji sistem robnih rezervi profitirali bi *stakeholderi*. U tom kontekstu, mislim da je na akademskoj zajednici da napravi pritisak na zakonodavne organe BiH.

Održivi promet je promet koji ne ugrožava javno zdravlje i okoliš, a istovremeno kontinuirano zadovoljava prijevoznu potražnju kroz:

- racionalno korištenje prirodno obnovljivih izvora i
- racionalno korištenje neobnovljivih izvora.

3. Održivi razvoj transporta

Saobraćajna struka i nauka mora preuzeti planiranje transporta, iz prostog razloga, što se planiranje transporta ne može temeljiti na zadovoljavanju potražnje na način „*so far, so good*”, nego mora kontrolirati prometni rast i ciljano ga usmjeravati u svrhu zadovoljenja potreba, sa jedne, i dostizanja što veće efektivnosti i rentabilnosti, sa druge strane.

Cijeli sistem transporta zahtijeva integrativni intermodalni pristup te poznavanje temeljnih postulata održivog razvoja. Sintagma održivog razvoja podrazumijeva ekonomski rast, uz uvjetovanje ekološkom ravnotežom i društvenim napretkom.

Eksterni troškovi, kao negativna dimenzija prometa, bitno utiču na profitabilnost istog, što sa aspekta strategije podrazumijeva planiranje orijentirano isključivo na ekonomski rezultat.

Trend u zemljama Europske Unije je težnja za ukidanjem subvencioniranja sektora prometa i smanjenje utjecaja državne uprave kroz različite oblike decentralizacije i privatizacije. Razmišljanje „svijet kao globalno selo“ i interesi kapitala bukvalno tjeraju svaku državu na zaokret u prometnoj politici. Implementacija prometne politike na nivou svake od zemalja članica EU, treba biti koordinirana kroz zajedničku prometnu strategiju Europske unije.

Transportna industrija ima važnu ulogu u privredi Europske unije sa udjelom od 7% u bruto domaćem proizvodu, zapošljava 7% ukupno uposlene populacije, 40% svih investicija i 30% energetske potrošnje. Konzumerizam, u ekonomskom smislu, rezultira rastom potražnje za transportom roba i putnika koji bilježi konstantu u posljednjih dvadeset godina sa stopom od 2,3% u robnom prometu i 3,1% u putničkom prometu. Očigledno, prometna politika podrazumijeva primjenu tehnoloških i operativnih mjera od povećanja učinkovitosti potrošnje goriva i menadžmenta prometne potražnje do razvoja i primjene alternativnih goriva.

Upravljanje prometom, pored regulatornog, investicijskog i fiskalnog, jedno je od ključnih područja prometne politike, koje ima izrazite društveno-ekonomske učinke – sa jedne strane u smanjivanju eksternih troškova prometa, a sa druge strane u afirmaciji intermodalnog

¹³¹ Izvor: <http://ekologija.ba/index.php?w=c&id=62>

transporta i logistike. Društveno-ekonomske beneficije primjene inteligentnih transportnih sustava kao infrastrukturne nadgradnje, u prometnom se inženjerstvu manifestiraju u:¹³²

- smanjenju prometnih zagušenja i čekanja
- smanjenju troškova putovanja i transporta roba
- povećanju sigurnosti
- reduciranju štetnih emisija i potrošnje goriva
- povećanju učinkovitosti prijevoznika
- poboljšanju efektivnosti investicija u mrežnu infrastrukturu.

4. Cijena proizvoda kao element marketing miksa iz ugla troškova logistike

Kod zaključenja kupoprodajnog posla, **cijena** mora biti predmet sistematske obrade i analize u toku pripremnih radnji.

Ugovorena cijena predmeta kupoprodaje, u načelu treba da bude određena u svim njenim pojedinostima (*direktna cijena*). Ako se ugovorne strane, tekstom kupoprodajnog ugovora, pozivaju na neko treće lice, izvor koji će na određeni način utvrditi cijenu robe ili prihvataju cijenu važeću na određeni dan ili prosječnu u toku određenog vremena važeću na izvesnom tržištu (berza, aukcija), onda je to *indirektna cijena*. Konačna visina ukupne cijene predmeta kupoprodaje zavisi od sljedećih faktora:

- *Obim isporuke robe ili usluge odgovarajuće povećava ili smanjuje konačnu cijenu (popust u cijeni na količinu robe).*
- *Paritet, znači da ugovorna cijena do mjesta isporuke, pokriva i troškove uobičajene ambalaže, transporta, rukovanja robom, rizika, osiguranja, taksa i dažbina (klauzule Incoterms).*

Tržišna cijena nastaje pod dejstvom tržišnih zakona ponude i potražnje u određenom mjestu, pokrajini ili nacionalnom tržištu – to je najniža moguća cijena koja se u određeno vreme postiže na tačno određenom tržištu za utvrđenu vrstu i kvalitet robe i paritet njene isporuke.

Pri spoljnotrgovinskoj kalkulaciji **konačna kalkulacija** ima poslovno-analički cilj i karakter. Radi se po okončanju posla na ugovoreni način i na osnovu dokumenata o stvarno nastalim troškovima. Radi se poslije obračuna svih učesnika u poslu, kupaca, dobavljača, banaka, osiguranja, špedicije, transporta, carine, kontrolnih organa, poreza prema državi, znači zaokruženjem svih troškova i njihovim upoređenjem sa ostvarenim prihodima.

Izvozna kalkulacija je u suštini kategorija prodajne kalkulacije koja, pored ostalog, uklapa i dejstvo odgovarajućih instrumenata režima spoljnotrgovinske razmjene.

Uvozna kalkulacija po svojoj suštini je kategorija nabavne kalkulacije, koja uz ostale elemente obuhvata i dejstvo odgovarajućih instrumenata režima spoljnotrgovinske razmjene u pogledu uvoza robe stranog porijekla.

Kalkulacija specijalnih spoljnotrgovinskih poslova (reeksport, kompenzacije, dorada, prerada, tranzitni poslovi i dr.) pored elemenata praktikovane izvozne ili uvozne kalkulacije, uzima u obzir i posebne okolnosti i ciljeve konkretnog specijalnog spoljnotrgovinskog posla. U

¹³²Bošnjak, I., Badanjak, D.: Osnove prometnog inženjerstva. Sveučilište u Zagrebu, Fakultet prometnih znanosti, Zagreb, 2005.

posebne karakteristike ove vrste kalkulacija ubrajaju se kao specifični, uslovi, mjesto i valuta plaćanja, zatim okolnosti složenijeg rukovanja i transporta robe i pitanja njenog carinskog statusa na putu od mjesta nabavke do mjesta njene konačne potrošnje.

Radi lakšeg praćenja ovog istraživačkog rada, ovdje ću napraviti jednu digresiju. Ako sagledamo globalizacijske trendove u savremenoj trgovini, trgovinski lanci šire svoje poslovanje iz zemlje u zemlju. Trgovina se sve više koncentriše, posebno na tržištu roba široke potrošnje. U EU samo sedam trgovinskih lanaca obavlja preko polovine prometa prehrambenih proizvoda, a u nekim zemljama samo četiri kompanije obavljaju preko 70% ovoga prometa.

5. Efikasna i kvalitetna logistika

Teorija 4R (richtiges Produkt, richtiger Zustand, richtige Zeit, richtiger Ort):

Zadaća logistike je da se tačka prijema opskrbljuje od tačke isporuke pravim proizvodom, u pravom stanju, u pravo vrijeme, na pravom mjestu, a sve uz minimalna troškove.

Najčešći oblici efikasnog organiziranja logistike su:

- a) **Klasična logistika:** Svaka kompanija ima svoj sistem organizacije logistike. Logistika takvog poslovnog sustava ima svoje zaposlene, skladištare, koji se brinu o skladištenju, pakiranju, komisioniranju i distribuciji. Investicije u logistiku i njezinu opremu su skupe (skladišta postaju sve veća, zemljišta sve skuplja, rokovi isporuke sve kraći).
- b) **3 PL logistika:** Jedan od načina organizacije logistike jest *outsourcing* ili korištenje treće strane, poznato pod nazivom 3PL (eng. third-party service provider). Možemo reći da je ovo trend, pogotovo u distribuciji roba široke potrošnje. Vanjska opskrba (*outsourcing*) logističkih usluga predstavlja dio težnje kompanije da prenese pojedine aktivnosti na za to specijalizirane firme koje te aktivnosti izvode na visokom nivou. Korištenje treće strane logističkih pružatelja usluga, postaje sve popularnije i sve se češće koristi. Koeficijent iskorištenosti voznog parka je mnogo veći, a samim time i troškovi dostave po komadu robe niži. 3PL upravlja kompletnim logističkim lancem ili samo određenim logističkim aktivnostima (realizacijom transporta, čuvanjem i skladištenjem robe, upravljanjem zalihama, pakiranjem, etiketiranjem, itd.)
- c) **4PL logistika:** 4PL (eng. fourth party logistics provider), osmišljava čitav logistički lanac, koristeći svoje raspoložive resurse i savremene informacijske tehnologije da bi se što bliže povezaao sa samim klijentom i njegovom organizacijom. 4PL se još i naziva LLP odnosno eng. lead-logistics provider ili vodeći isporučilac usluge logistike koji na sebe preuzima kompletno rješenje, upravljanje i razvoj cijelog sustava logistike, odnosno, SCM. 4PL ili LLP, odabran kao partner od strane proizvođača, nije samo isporučilac usluge i organizator logistike ili lanca nabave, već on ulazi i u sferu poslovanja kompanije, sudjeluje u donošenju strateških odluka, odluka vezanih uz poslovne procese, kao i u internim odlukama. Koncept 4PL se bazira na dugoročnoj saradnji i strateškom partnerstvu.

Zaključak

Iz prethodnog teksta evidentno je da trenutni nivo primjene efikasnog prometnog sustava ne odgovara stvarnim potrebama sistema logistike niti organizacija transporta u zemljama regiona jugoistočne Europe u cjelini prati trendove globalnog tržišta. U sektoru trgovine primjetan je trend ukрупnjavanja u smislu da jaki trgovci kroz akvizicije ili ekspanziju postaju još jači. U toj fazi postaju i distributeri ili poddistributeri i/li veletrgovci. Priča oko ukрупnjavanja ovdje ne završava. Primjetan je trend uskog specijaliziranja aktivnosti distribucije, a samim tim i distributeri dobivaju više programa za distribuciju, tj. proizvođači se odlučuju za *outsourcing* službe distribucije. Outsourcing distribucije je poželjan za proizvođača jer na taj način postiže niže troškove distribucije, veći koeficijent popunjenosti voznog parka, smanjuje investicije u osnovna sredstva kroz kupovinu vozila i održavanje voznog parka, te minimizira trošak izgradnje ili najma skladišnog prostora kao i trošak radne snage. Specijaliziranje distribucije na ovaj način, omogućava specijaliziranje proizvođača u smislu investicionog planiranja, tehnološke modernizacije proizvodnje i osmišljavanja novih proizvoda. Sve ovo u konačnici ima jedan cilj, a to je niža cijena! Neophodno je početi razmišljati u pravcu implementacija savremenih tehnologija i inteligentnih sustava logistike u cilju kakvog-takvog ritma držanja koraka sa globalnim igračima na tržištu. Efikasnijim prometnim sustavom, ne samo da doprinosimo razvoju sistema logističke podrške, nego i očuvanju čovjekove okoline, ali i nižim troškovima logistike i cijene koštanja jediničnog proizvoda. Potrebno je samo bolje planirati i kordinirati svaku u lancu aktivnosti (nabava, proizvodnja, prodaja, distribucija...). Implementacijom inteligentnih transportnih sustava i savremenih transportnih tehnologija u transportni sustav poboljšao bi se sistem logističke podrške što bi direktno rezultiralo sniženju maloprodajne cijene proizvoda. U interesu svakog tržišta i svake kompanije je ostvariti što veću profitabilnost. Takođe, to je jedan od načina kako tržište samo sebe štiti od različitih uvoznih proizvoda, tj da bi se konkurentski proizvod stranog porijekla prodavao u zadovoljavajućem volumenu, morao bi postići bolji kvalitet za istu cijenu, ili jeftiniju cijenu za isti kvalitet ili kvalitet sličan domaćem proizvodu što nije nimalo jednostavno ukoliko se stvari ne postave kako treba.

Literatura

- [1] Bošnjak, I., Badanjak, D.: Osnove prometnog inženjerstva. Sveučilište u Zagrebu, Fakultet prometnih znanosti, Zagreb, 2005. godine
- [2] Božićević, J.: Ekološki problemi prometnog razvoja, Zbornik radova s međunarodnog znanstvenog skupa, Zagreb, 2011. godine
- [3] Breglec, D.: Program smanjenja negativnog utjecaja prometa na okoliš, Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture, Zagreb, 2009. Godine
- [4] Deljanin, A.: „Logistika i ITS-interna skripta“, Fakultet za saobraćaj i komunikacije, Sarajevo 2011. godine
- [5] Kotler P., Keller K.: „Marketing management“ 2nd edition. Naklada MATE, 2012. godine

BEZBJEDNO UPRAVLJANJE OTPADNIM MAZIVIM ULJIMA S ASPEKTA ZAŠTITE ŽIVOTNE SREDINE