

INTEGRACIONA ULOGA INFORMACIJA U MARKETING LOGISTICI TRANSPORTNIH SISTEMA

MIMO DAŠKOVIĆ, Fakultet za pomorstvo u Kotoru

Apstrakt: *Koncept marketing logistike se koristi u svim situacijama kretanja roba, informacija i resursa uopšte od mjesta nastanka do upotrebne destinacije. Značaj marketing logistike potencira činjenica da troškovi fizičke distribucije učestvuju čak i do 40% u ukupnim troškovima. To govori o njenom bitnom uticaju na stvaranje konkurentske prednosti. Marketing logistika teži njenom kompleksnom obuhvatu, tj. usklađenosti i integraciji svih logističkih funkcija. Informacioni tokovi imaju ključnu ulogu u integrisanju marketing logističkih transportnih sistema. Cilj rada je da prikaže logističku informaciju kao kariku kompetentnosti integrisane marketing logistike transportnih sistema, s osvrtom na praktičnu primjenu u Luci Bar.*

Ključne riječi: *logistička informacija, integrisana marketing logistika, logistički lanac, transportni sistem, konkurentska prednost.*

Abstract: *Marketing logistics concept is being used in all situations of goods, information and resources flow from the place of derivation to the consumptive destination. Importance of marketing logistics is seen through the fact that physical distribution expenses make as many as 40% of the overall costs. This justifies its importance in making competitive advantage. Marketing logistics tends towards complex embracement of, that is, harmonization and integration of all logistic function. Informational flows have key position in marketing transportation systems integration.. The goal of this paper is to show logistic information as a chain of competence of an integrated marketing logistics of transportation systems, with a view to practical application in the Port of Bar., logistics chain, transportation system, competitive advantage*

Key words: *Logistics Information, Integrated Marketing Logistic, Logistics Chain, Transportation System, Competitive Advantage.*

JEL clasification: L86; L91; R40;

Review; Recived: March 10, 2006

1. Uvod

Međusobna komunikacija i povezanost brojnih učesnika transportno-logističkog procesa obezbjeđuje se korišćenjem elektronskih sredstava upravljanja transportno-skladišnim tehnologijama i elektronskom razmjenom informacija. Informaciona podrška transportne marketing logistike ostvaruje se pomoću direktnih informacionih saopštenja, za koje

su odgovorni svi učesnici logističkog lanca, kao i posredstvom standardizovanih transportnih dokumenata (koji bi trebalo da budu usaglašeni sa svjetskim standardima).

Smatra se da se najefikasnije odluke u oblasti transporta tereta donose u okviru integrisanog transportno-logističkog lanca, za čije su postojanje potrebne sljedeće pretpostavke: a) razvoj konkurencije između učesnika na tržištu transportnih usluga, koja neminovno stvara potrebu

formiranja konkurentne prednosti u pogledu kvaliteta i troškova opsluživanja, b) razvoj *integracije* procesa između preduzeća raznih grana i integrisane makreting logistike u okviru preduzeća, c) stvaranje *novih organizacionih oblika* međusobnog djelovanja – logističkih lanaca i mreža i d) velike mogućnosti najsavremenijih *informacionih i komunikacionih tehnologija*.

Resursna ograničenja i zahtjevi za racionalnim poslovanjem povećavaju zahtjeve korisnika za bržim kretanjem materijalnih, transportnih, finansijskih i informacionih tokova, što posljedično vodi *smanjenju broja posrednika* u transportnim lancima. Po ekonomskoj logici, jedinstveni informacioni i marketing logistički sistemi obezbjeđuju znatno preimućstvo u pogledu smanjenja opštih troškova, rizika i vremena odlučivanja, smanjenja troškova koordinacije i manipulacije, kao i porasta kvaliteta funkcionisanja cjelokupnog sistema. Sve to preko efikasnije, brže, kvalitetnije i potpunije transportne usluge dovodi do *stvaranja dodatne vrijednosti* tereta i povećanja njegove *konkurentne prednosti*.

U ovom radu se ukazuje na značaj informacionih tokova kao strategijskog resursa za integrisanu transportnu i marketing logistiku, na njihovu ulogu u aktivnostima lučkog transporta i na konkretnu ulogu informacionog sistema u Luci Bar.

2. Informacije kao strategijski resurs transportnog toka

Do nedavno se smatralo da je pravilna tržišna orijentacija ključni faktor uspjeha, pri čemu se, naravno, podrazumijevao pravilan izbor i kombinacija resursa. Upravo je resursna koncepcija

potencirala značaj *integrirane marketing logistike*, koja ima direktan uticaj na produktivnost, ekonomičnost i kvalitetno funkcionisanje transportnih sistema. Polazeći od osnovnih osobina marketing logistike (formiranje i korišćenje ključnih kompetencija, njihovo očuvanje, odnosno stabilnost u dugom roku i zadovoljenje potreba korisnika koji su spremni da za to plate odgovarajuću protivvrijednost), jasno je da se logistički pristup u transportu, koji koristi metodologiju tzv. "lanca vrijednosti", orijentiše na sve učesnike transportno-logističkog (T-L) procesa. Navedeni *lanac vrijednosti* se sastoji iz pet ključnih karika, i to:

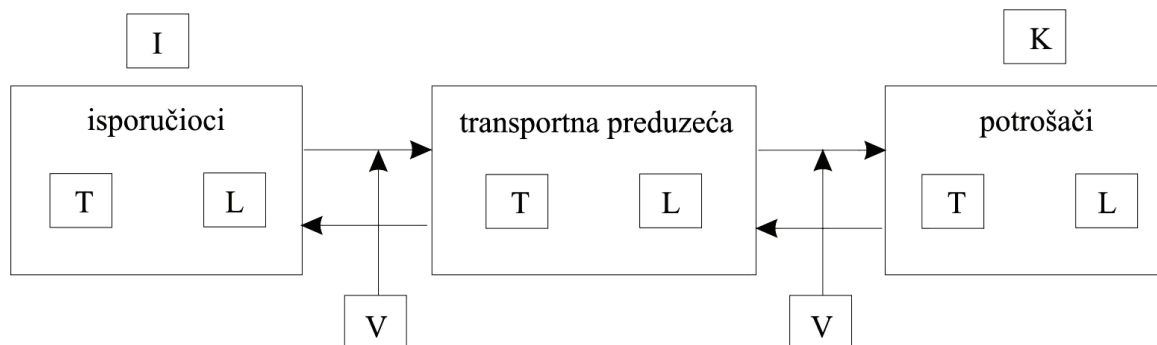
- I – veza s isporučiocima,
- K – veza s korisnicima,
- T – tehnološki procesi unutar jedne firme,
- L – logistički procesi između podsistema firme i
- V – integrisane veze između firmi T-L lanca.

Firme koje ulaze u integrisani T-L lanac orijentisane su na smanjenje troškova na račun bržeg obrta resursa, skraćivanja vremena izvršenja narudžbe, koordinaciju transportnog toka s mrežom isporučilaca, kvalitetnije i brže usluge, itd.

Osnovne oblasti *kompetentnosti* integrisane logistike su:

- upravljanje zalihama (Z),
- transport (T),
- logistička infrastruktura (L),
- skladišno privređivanje (S),
- prerada i pakovanje tereta (P) i
- logističke informacije (LI).

Slika 1 : Elementi transportne logistike i tokovi njihove informacione podrške (prilagođeno prema: L. Mirotin 2003, s. 109)



Dakle, *logističke informacije* i njihovi razučeni, brzi, pravovremeni, kvalitetni i fleksibilni tokovi su vezivno tkivo sistema integrisane marketing logistike i jedan od ključnih faktora uticaja na njegovu *kompetentnost*. Bez razvijene informacione podrške i informaciono-tehnoloških mreža nije moguća primjena menadžmenta lancima isporuka (SCM – *Supple Chain Management*), koji je tijesno povezan s unutarfirmiskim resursnim planiranjem (ERP- *Enterprise Resource Planning*). Smatra se da u ovoj oblasti dominira pet strategijskih tendencija:

- usavršavanje informacionih proizvoda,
- sposobnost za integraciju (ili: uzajamnu saradnju),
- likvidiranje posrednih karika,
- globalizacija i
- konvergencija (Ibid., s. 140).

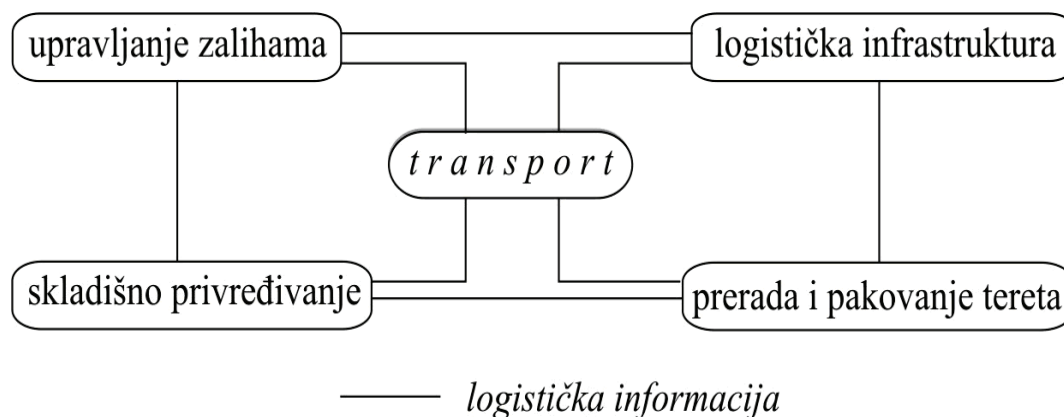
U konkurentskoj borbi pobjeđuju oni koji svoje strategije zasnivaju na navedenim elementima, koji omogućuju realizaciju ključnih kompetencija integrisane marketing logistike. Znači, integrišući uticaj informacionih sistema i informacionih tehnologija na marketing logistiku uopšte i transportnu logistiku posebno je izuzetno veliki. Oni služe kao efikasan instrument za rješavanje svakodnevnih zadataka

transportnog biznisa i predstavljaju preduslov za integrisanu marketing logistiku i uspješan sistem menadžmenta transportne firme.

Na slici 2 prikazana je međuzavisnost osnovnih oblasti kompetentnosti integrisane marketing logistike, koja obuhvata poslovne aktivnosti firme usmjerene na isporuku proizvoda kupcima (B. Roca 2004, s. 9). Navedene oblasti kompetentnosti ujedno predstavljaju i osnovne elemente uslužne efikasnosti (kao ključne karike T-L procesa). Na prikazanoj šemi se može jasno uočiti da *logistička informacija* kao *faktor integracije* predstavlja jedan od glavnih strategijskih resursa. Informaciona podrška je, kako se vidi, usmjerena na postizanje kvalitetnog i pravovremenog opsluživanja korisnika na bazi ključnih logističkih kompetencija. Instrumenti informacione integracije djeluju u fazama traženja, obrade i distribucije informacija, i to na svim nivoima informacione podrške (strategijskom, taktičkom i operativnom).

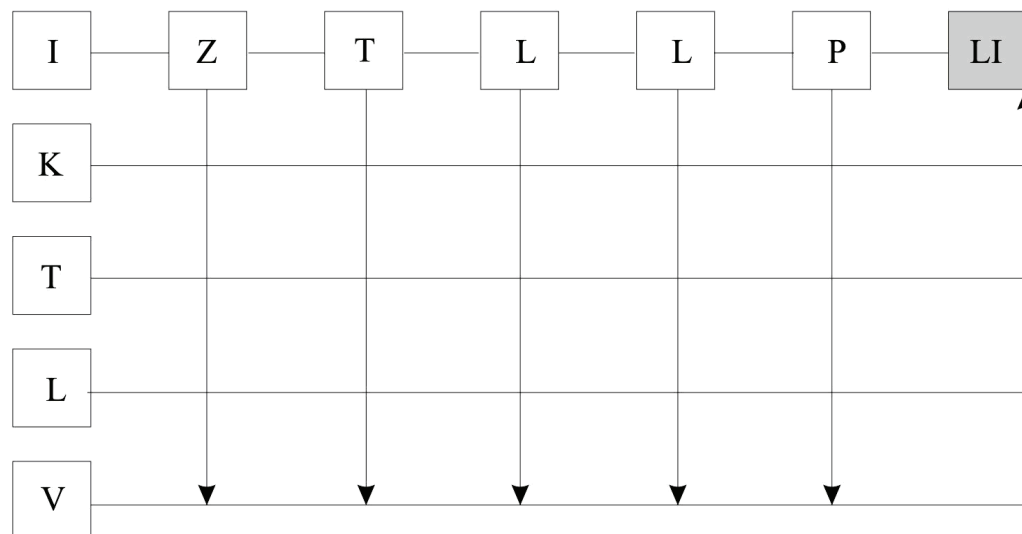
Dosadašnje razmatranje se može modelirati prikazivanjem uslovne šeme (matrice) integralnog modela informacione podrške T-L (slika 3 u nastavku). Ona se sastoji iz elemenata efikasnosti, tj. karika logističkog lanca vrijednosti (po vertikali) i osnovnih oblasti kompetentnosti integrisane logistike (po horizontali).

Slika 2 : Ključne oblasti logističke kompetencije
(Ibid., s. 109)



Slika 3 : Integrirani model informacione podrške T-L
(Ibid., s. 110)

elementi ključne oblasti kompetencije integrisane logistike u transportu
efikasnosti



2.1 Klasifikacija i značaj informacionih tokova za marketing logistiku

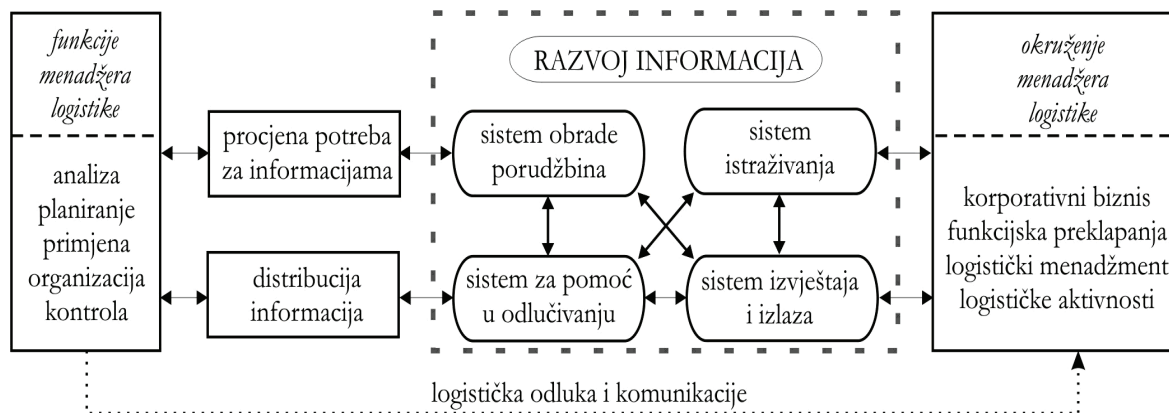
Informacioni tokovi predstavljaju kretanje informacija usmenim, dokumentarnim ili elektronskim putem, koji prate materijalne i uslužne tokove. Profesor V. Kalinić ističe da su informacije baza koncipiranja marketing logistike i njegov ključni podsistem (1993, s. 86). Jer, informacioni tokovi spajaju organizaciono razdvojene, ali funkcionalno i poslovno povezane subsisteme marketing logistike, odnosno omogućuju uspješno i pravovremeno komuniciranje između njih. Logistička informacija po svom karakteru može biti veoma raznovrsna, što zavisi od kriterijuma pođele. U literaturi se navodi sljedeća klasifikacija informacionih tokova (prema: V. Sergejev 2005, ss. 13-15):

- prema odnosu s logistikom mogu biti ključni i podržavajući,
- prema odnosu s logističkim sistemom mogu biti unutrašnji (troškovi, zalihe, tarife, servis, pakovanje, slaganje, cijene, rokovi isporuke, norme ukrcaja i iskrcanja,

metode transporta i sl.) i spoljni (tržište, konkurencija, promjene zakona, potrebe klijenata, instrumenti državnog regulisanja, ekonomska kretanja i sl.), horizontalni (odnose se na jedan nivo) i vertikalni (odnose se na više nivoa), kao i ulazni i izlazni,

- prema obliku nosilaca informacija mogu biti papirni, magnetni, elektronski i ostali,
- prema vremenu nastanka mogu biti regularni (stacionarni), periodični, operativni, on line i off line,
- prema načinu predaje podataka mogu biti kurirski, poštanski, telefonski, telegrafski, telefak-som, medijski (radio, TV), elektronski (internet), telekomunikacioni i satelitski,
- prema namjeni mogu biti direktivni, normativno-informativni, računovodstveno-analitički i pomoćni i
- prema stepenu otvorenosti i nivou važnosti mogu biti otvoreni, zatvoreni, komercijalni, tajni, obični i zakazani.

Slika 4: Informacioni sistem integrisane logistike



Rastući značaj informacionih tokova za marketing logistiku uslovljen je mnogim faktorima i razlozima, među kojima se po svom značaju izdvaja uticaj informacija na a) *potrošački logistički servis* (status isporuke, postojanje robe, rok isporuke, otpremna dokumentaciji i sl.), b) smanjenje potrebnih zaliha, kadrova, rizika i neizvjesnosti i c) povećanje fleksibilnosti logističkog sistema s aspekta načina, vremena i mjesta korišćenja resursa i ostvarenja konkurentskih prednosti preko stvaranja dodatne vrijednosti. Poseban značaj informacionih tokova za logistiku može se sagledati i iz činjenice što između informacionih i materijalnih tokova odsustvuje jednoznačna usaglašenost, odnosno sinhronizacija u periodu nastajanja. Naime, informacioni tokovi obično nastaju prije materijalnih (pregovori, informacija o namjerama, ugovori i sl.). Pored toga, materijalne tokove najčešće prati nekoliko informacionih tokova.

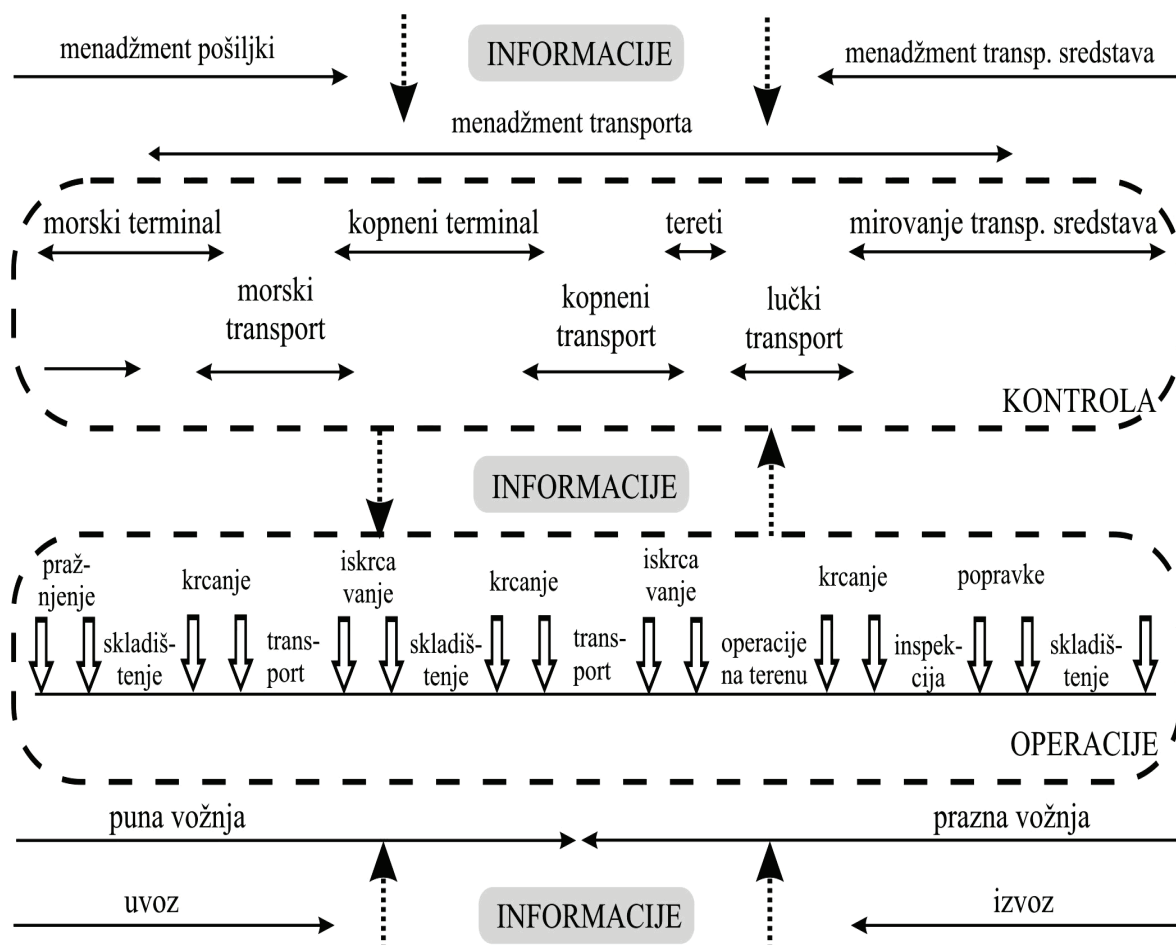
Profesor B. Roca navodi da informacione tehnologije stvaraju brojne prednosti u skladištenju, poboljšavaju nivo usluga klijentima, smanjuju troškove, smanjuju greške, poboljšavaju operativu, povećavaju ažurnost obrade podataka (o prijemu i čuvanju robe, pražnjenju zaliha, kontroli kvaliteta, odabiru porudžbina, pakovanju i ubrzanju isporuka robe), smanjuju papirologiju, štede vrijeme, podaci su pouzdani i dostupni svim zainteresovanim subjektima, itd.. On ističe da po-

slojni sistem mora skupljati informacije iz svih mogućih izvora kako bi pomogao menadžerima integrisane logistike u donošenju odluka. Za prikupljanje, sortiranje, analizu, evaluaciju i distribuciju informacije potrebno je angažovanje odgovarajućih kadrova, opreme i procedura (2004, ss. 171-4). Na bazi pomenutog razmatranja i potrebe kontinuiranog i interaktivnog kruženja informacija između četiri primarne komponente sistema informisanja (podsystemi obrade porudžbina, obavještavanja i istraživanja, pomoći pri odlučivanju, izvještaja i izlaza) modelira se okvirna šema informacionog sistema integrisane logistike (slika 4)

3. Integrativna uloga informacija u aktivnostima lučkog transporta

U ukupnom transportnom toku (lancu) tereta od pošiljaoca do primaoca morska luka kao robno-transportni i logistički sistem predstavlja značajnu kariku koja spaja ne samo pomorski transport sa kopnenim (drumskim i željezničkim), nego i mnoge druge aktivnosti (spoljnotrgovinske – uvoz, izvoz, carinjenje i tranzit, zatim inspeksijske, kontrolne, skladišne i druge). U tom smislu, morska luka se može posmatrati kao *distribucioni i logistički sistem* koji se sastoji iz više funkcionalnih i prostornih djelova, čijem integrisanju značajno doprinose informacioni tokovi.

Slika 5: Uloga informacija u aktivnostima lučkog transporta
(prilagođeno prema: WISDOM 1996, p. 9.)



Informacije su bitan faktor integracije i optimizacije svih osnovnih transportnih i drugih lučkih funkcija, aktivnosti, procesa i materijalnih tokova. One povezuju sve lučke funkcije sa subjektima lučkog sistema i na taj način direktno utiču na stepen konkurentnosti lučkih usluga i stepen zadovoljenja potreba njihovih korisnika.

Uspješno poslovanje morske luke zavisi od usklađenosti njenog sistema sa kopnenom transportnom infrastrukturom, s jedne, i pomorskim linijama, s druge strane. Navedena usklađenost zahtijeva fleksibilnu i prilagodljivu strategiju, koja se mora u najvećoj mjeri oslanjati na logistiku, odnosno zasnivati na primjeni logističkih principa. To podrazumijeva veliki stepen informisanosti, kontinuiranu informacionu podršku, pojednostavljenost

transakcija i optimalnu integraciju svih lučkih funkcija. Drugim riječima, strategija luke se mora zasnivati na optimizaciji svih lučkih aktivnosti koje osiguravaju pomjeranje (kretanje) tereta s jednog kraja luke na drugi. U tim aktivnostima učestvuju tehnički, tehnološki, organizacioni, radni i informacioni elementi (podsystemi) i svi subjekti lučkog sistema. Logistika ima zadatak da ih uz pomoć komunikacionih kanala integriše na optimalan način i funkcionalno usmjeri na realizaciju svakodnevnih uslužnih lučkih poslova, uz zahtjev za brzim, jeftinim i sigurnim lučkim transportom, skladištenjem tereta, kontrolom i dr.

Tabela 1 : Logistička povezanost materijalnih i informacionih tokova morske luke

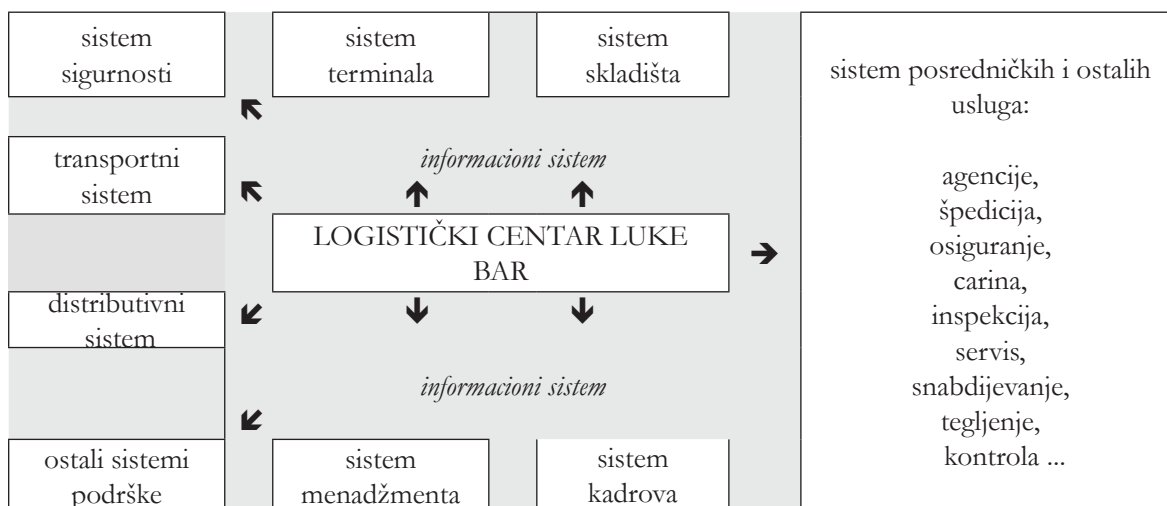
skladište otpreme	prevoz do luke	luka – gat otpreme	izvozna carina	morska otprema	pretovar	uvozna carina	luka – gat dopreme	otprema do vagona	željeznička otprema	drumska otprema	manipul.isanje teretima	skladište dopreme						
<i>materijalni tokovi</i>																		
⇕ ⇑			⇕ ⇑						⇕ ⇑									
<i>subjekti logističkog lanca</i>																		
slagači	otpremna služba	prevoznik	naručilac - <i>charterer</i>	krcatelj - <i>chipper</i>	lučke kompanije	brokери	carina	brodar	banke	serviseri	osiguravajuće kompanije	špediteri	lučki agenti	brodski agenti	skladištari	obezbjedenje	posrednici	distributer informacija
<i>finansijski tokovi (plaćanja, naplate, krediti, gašenje kredita)</i>																		
⇕ ⇑			⇕ ⇑						⇕ ⇑									
<i>informaciono-dokumentacioni tokovi</i>																		
skladišna idok. i otpremnice	ugovori	fakture	dispozicije	špeditorske potvrde	polise osiguranja	tovarni list	sigurnosna i ostala lučka dok.	tranzitna dok.	carinske deklaracije	finansijska dok.	konosmani	manifest robe	kontrolna dokumenta	sanitarna dokumenta	certifikati	bankarske garancije		

3. Logistička uloga informacionog sistema Luke Bar

Sveobuhvatan i integrisan informacioni sistem Luke Bar logistički pokriva sve osnovne poslovne i uslužne procese (slika 6). Složeni poslovni sistem kao što je lučki zahtijevao je postepeni i fazni razvoj aplikativnog softvera. Informaciono-logistički podsistem lučkog poslovanja projektovan je tako da prati osnovne djelatnosti Luke Bar.

Prije realizacije ovog projekta, poslovni procesi su bili pokriveni samo u jednom uskom segmentu koji je tretirao promet roba koje su bile predmet pretovara i skladištenja i njihovu evidenciju. Projekat izgradnje informacionog sistema je obuhvatio čitavi spektar poslovnih procesa koji prate lučku djelatnost od ugovaranja lučke usluge, preko njene realizacije pa sve do fakturisanja. Pored toga, on je imao zadatak da uspostavi što veću integrisanost funkcionalnih veza svih poslovnih podsistema.

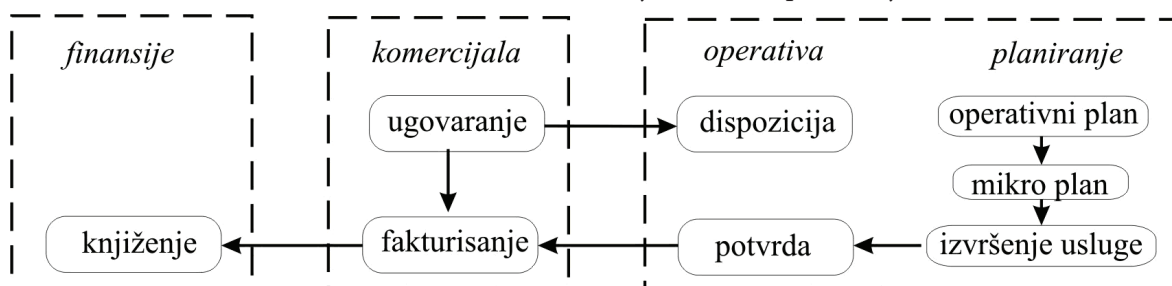
Slika 6: Logistički sistem Luke Bar



Na slici 7 je uopšteno prikazano kako funkcioniše informaciona povezanost pojedinih poslovnih segmenata (komercijalno ugovaranje i fakturisanje sa tehnološkom pripremom, operativnom pripremom, pretovarom tereta, pomorsko-lučkim uslužnim poslovima, upravljanjem mehanizacijom i sl., s jedne, i materijalno-finansijskim knjiženjem, s druge strane). Ciklus počinje prodajom lučkih usluga kroz proces ugovaranja i definisanja lučkih tarifa (cijena lučkih usluga), gdje se precizno definiše svaka ponuda po kojoj se može ugovarati i realizovati konkretna usluga. Definisanjem

ugovora i lučke tarife određuje se obim lučkih usluga koji se može pružiti pojedinim komitentima u operativi. Na bazi podnesene dispozicije i dnevnog naloga za njeno izvršenje od strane špeditera ili agenta, vrši se operativno planiranje. Ono podrazumijeva u prvom koraku izbor tehnologije rada na bazi koje se definišu resursi koji su neophodni za izvršenje konkretnog posla. U drugom koraku se obavlja disponiranje radne snage i sredstava mehanizacije, na bazi kojih se pravi mikroplan sa specifikacijom (spiskom) konkretnih kadrova i sredstava koji će biti angažovani.

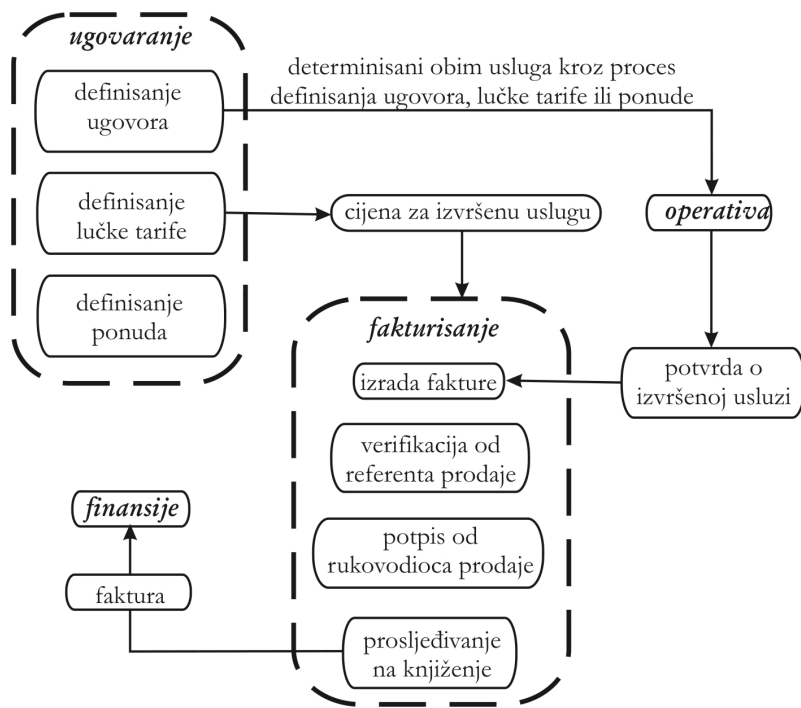
Slika 7: Osnovni tok informacija u lučkom poslovanju



Da bi prikazali integraciono-logističku ulogu informacionih tokova u Luci Bar, u nastavku šematski prikazujemo njihovu detaljizaciju u dva poslovna segmenta – komercijali i operativi (slike 8 i 9). Na mjestu izvršenja usluge ljude i sredstva prihvataju organizatori rada, uključuju ih u mikroplan i njegovom ovjerom se startuje sa izvršenjem usluge. Tako se omogućuje direktno praćenje rada radnika i sredstava. Formiranjem i ovjerom brojačkih listića

evidentira se ostvareni pretovar, a skladišnim prijemom i skladišnim izlazom zaduženje i razduženje skladišta. Na kraju svake izvršene usluge generiše se potvrda u skladu s ugovorom na bazi kojeg je ista izvršena. Ona predstavlja osnovu za fakturisanje. Formirana faktura poslije ovjere od strane referenta prodaje i rukovodioca prodaje (naravno, sve to ide preko informacionog sistema), automatski se proslijeđuje u finansijsko knjigovodstvo na knjiženje.

Slika 8 : Osnovni procesi i tokovi informacija u komercijali



Slika 9 : Osnovni procesi i tokovi informacija u operativi

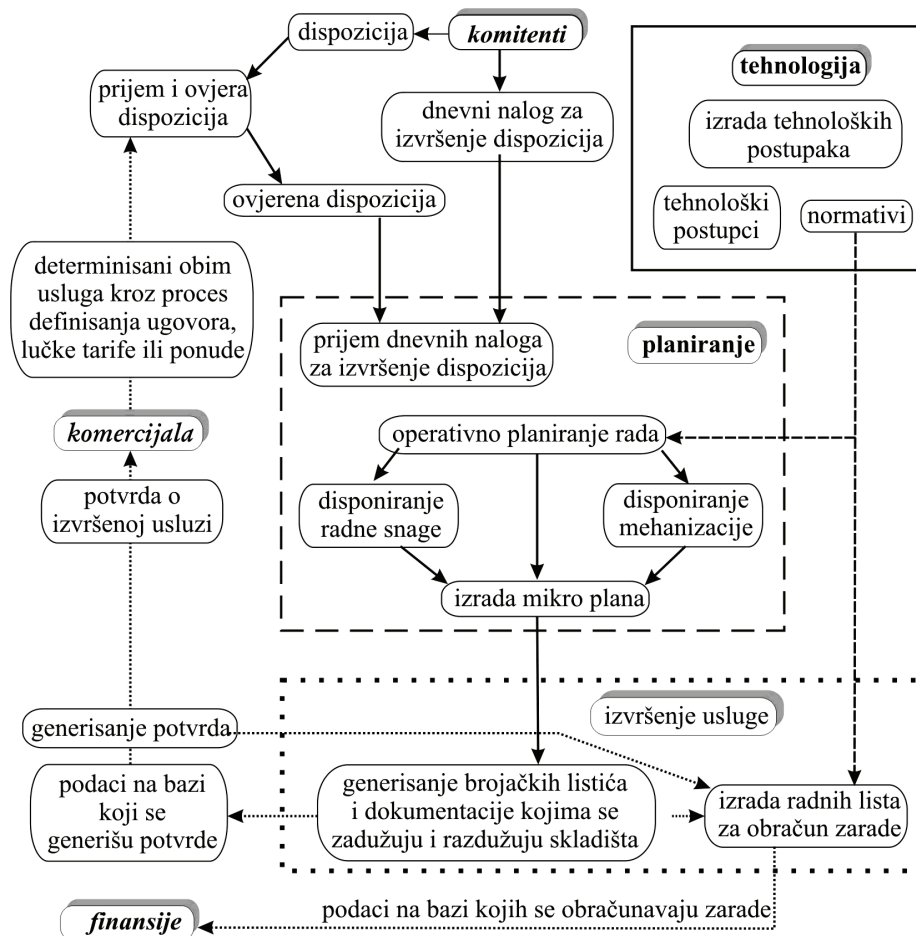


Tabela 2 : Matrica poželjne logističke strategije Luke Bar
(prema : I. Kolanović i E. Badurina, Ibid., s. 235)

	<i>lučki transport</i>	<i>kopneni transport</i>	<i>pomorski transport</i>	<i>ostale lučke aktivnosti</i>	<i>korisnici usluga</i>
strategija					
organizaciona struktura					
planiranje					
kadrovi					
kontrola					
informacioni tokovi ↑↓	↑↓	↑↓	↑↓	↑↓	↑↓
infrastruktura					
suprastruktura					

Pored ovog glavnog toka informacija i dokumenata, kroz informacioni programski sistem se evidencijski prate i mnogi drugi elementi lučkog poslovanja, kao npr.:

- brodovi* od najave dolaska, odobrenja prihvaćanja od strane operative i komercijale, zahtjeva lučkoj kapetaniji za njegov privez, preko priveza i samog rada na brodu po pojedinim brodskim skladištima, do odveza broda,
- kontejneri* od ulaska u luku i smještaja na određenu lokaciju, preko svih operacija s kontejnerom ili robom u njemu (punjenje, pražnjenje, carinski pregled, sanitarni pregled, premještanje kontejnera i sl.), do napuštanja luke,
- kamioni i vagoni* od ulaska u luku, preko utovara, pretovara i istovara, do njihovog izlaska iz luke,
- tehnološki postupci* čiji elementi služe kao osnova za planiranje i izvršenje same usluge, ali i za normiranje rada i obračun zarada,
- robe* (tereti) koje se nalaze u lučkim skladištima,
- prisutnost radnika*,
- rad sredstava mehanizacije*, njihovo zaduženje i razduženje od strane rukovodstva, itd.

Razvojem informacionog sistema Luke Bar, korisnici usluge u svakom momentu imaju direktan uvid u stanje poslova, pregled najave brodova, operativni plan, realizaciju dispozicija, stanja zaliha (po lokacijama) za sve robe, dinamiku ostvarenja konkretne lučke usluge,

itd. Na taj način, kvalitet informacionog izvještavanja poprima ključne karakteristike u pogledu ažurnosti, formata, dostupnosti i tačnosti informacija, kao i efikasnosti komuniciranja (V. Božić 2001, ss. 300; 314-5).

Iz matrice poželjne integrisane logističke strategije Luke Bar (tabela 2) takođe se može sagledati ključna uloga informacionih tokova (označeni osijenčenim poljem) i njihov primarni značaj, koji posebno dolazi do izražaja upravo u dijelu integrisanja logističke funkcije. Jer, tokovi informacione podrške povezuju sve oblike transporta, lučkih aktivnosti i korisnike usluga (po horizontali), sa strategijom, menadžment funkcijama, infrastrukturom i suprastrukturom (po vertikali). Informacioni tokovi u Luci Bar omogućuju organizaciju računovodstva i knjigovodstva, podršku planiranja, podršku raznih analiza, podršku operativnih djelatnosti i podršku procesa donošenja odluka vezanih za materijalne tokove.

4. Zaključak

Integraciona uloga informacionih sistema i informacionih tehnologija u marketing logistici uopšte i transportnoj logistici posebno je izuzetno velika. Logistička informacija je vezivno tkivo sistema integrisane marketing logistike i jedan od ključnih faktora uticaja na njegovu kompetentnost. Informacioni tokovi su usmjereni na postizanje kvalitetnog i pravovremenog opsluživanja korisnika na bazi ključnih logističkih kompetencija.

Informacioni tokovi značajno doprinose marketing logistici na nekoliko načina: povećava-

njem kvaliteta i funkcionalnosti potrošačkoga logističkog servisa, povećanjem fleksibilnosti logističkog sistema s aspekta načina, vremena i mjesta korišćenja resursa, jačanjem konkurent-skih prednosti preko stvaranja dodatne vrijednosti, povećanjem sinhronizacije materijalnih tokova, povećanjem funkcionalne integrisanosti uslužnih operacija, itd.

Povezujući lučke funkcije sa subjektima lučkog sistema, informacije doprinose njihovoj integraciji i optimizaciji, kao i svih pratećih aktivnosti i procesa. Na taj način se direktno utiče na stepen konkurentnosti lučkih usluga i stepen zadovoljenja potreba njihovih korisnika.

Literatura

Božić, Vladan et al. (2001), Poslovna logistika, Beograd-Valjevo: Ekonomski fakultet. i Viša ekonomska škola.

Drašković, Mimo (2004) Pojam, značaj i struktura logističkog menadžmenta, Poslovna politika, april, ss. 51-53

_____ (2004), "Osnovni elementi i značaj logističke strategije razvoja lučkog sistema", Tehnika br.3, god. LIX, ss. 53-7 (sa Među-

narodnog simpozijuma "Savremene strategije razvoja saobraćajnog sistema - Evropa i naša zemlja", Beograd, 16 i 17. jun 2004, JINA).

_____ (2004), »Logistika kao poslovni potencijal Luke Bar«, Pomorstvo br. 22, ss. 19-34.

Fuller, J. B., O'Connor, J. & Rawlinson, R. (1993), "Tailored Logistics: The Next Advantage", Harvard Business Review 71:3, May—June, pp. 87—98.

Jovović, Radislav (2004), Informaciona logistika i elementi projekt menadžmenta, Ekonomski fakultet, Podgorica.

Kalinić, Vojin (1993), Marketing logistika, Subotica: Ekonomski fakultet.

Kolanović, I., Badrina, E. (2002), "Lučki sustav u logističkom lancu", Pomorski zbornik br. 40, ss. 223-49.

Roca, Božidar (2004), Marketing logistika, Bački Petrovac: Kultura.

Sergejev, V. I., red. (2005), Korporativnaja logistika, Moskva: Infra-M.

WISDOM (1996), Pilot architecture report towards a generic frame-work for intermodal transport, European Commission.

AN INTEGRATED ROLE OF INFORMATION IN THE MARKETING LOGISTICS OF THE TRANSPORTATION SYSTEMS

Conclusion:

Integrated role of informational systems and informational technologies in marketing logistics in general and transportation logistics is crucial. Logistic information is a connective issue of an integrated marketing logistics system and one of the key factors of the influence on its competence. Informational flows are oriented towards accomplishing high quality and forehand servicing of clients on the basis of key logistic competences.

Informational flows significantly contribute to the marketing logistics in several ways: growth of quality and functionality of the consumptive logistic system, increase in flexibility of the logistic system from the aspect of way, time and place of using the resources, strengthening the competitive advantages by means of creating additional value, increase in synchronization of the material flows, increase in functional integration of the servicing operations etc.

By means of connecting port functions with the subjects of the port system, information contribute to their integration and optimization as well as to all accompanying activities and processes. This is how it is directly influenced on the level of competitiveness of port services and the level of satisfying needs of their users.

