

# ROLUL IMPLEMENTĂRII SISTEMELOR LOGISTICE ÎN ACTIVITATEA COMPANIILOR DE TRANSPORT

**Autor: Elena BIVOL**

Universitatea Tehnică a Moldovei

**Abstract:** *Modificările permanente în cererea de bunuri și servicii fac imposibilă activitatea companiilor fără ca acestea să aplice și să implementeze metode de eficientizare și optimizare a fluxurilor de intrare și ieșire a materiilor prime și a bunurilor. Companiile de transport implicate indirect în procesul de producție a bunurilor materiale prin livrarea materiilor prime și a mărfurilor fabricate spre consumatori, la fel, se confruntă cu problema dată. Soluția vine în aplicarea sistemelor logistice, care sunt parte integrată a proceselor de producție la momentul actual.*

**Cuvinte cheie:** *logistica transporturilor, lanț logistic, Just-in-Time, MRP, distribuitori.*

Logistica transporturilor este importantă în organizarea fluxului de transport pentru că studiază legitățile deplasării încărcăturii de la furnizor la beneficiar, de la întreprinderea de producere sau fabrică la depozit, de la depozit la depozit, de la depozit la consumator, propunând cele mai optime și eficiente modalități de realizare a acestor deplasări aceasta fiind sarcina principală a logisticii în transport.

În scopul de a sincroniza activitatea transportatorilor și a producătorilor se utilizează un șir de metode și sisteme logistice, cum ar fi sistemul „MRP” și „Just-in-Time”. Sistemul MRP (Material Requirement Planning) permite să determinăm ce cantitate (Q și P) și în ce termeni trebuie să prestăm servicii de transport. Stocurile de materiale nu se formează, fiecărui client fiindu-i prestate serviciile de transport astfel încât să nu se formeze stocuri de materiale, sau dacă se formează, atunci în limite mici. Just-in-Time sau Exact-la-Timp, este un sistem de fabricație sau o tehnică de organizare a producției, dezvoltată în Japonia, care sugerează că orice stocuri în procesul de producție constituie pierderi (risipă) care trebuie eliminate din proces. Un principiu de bază al acestei metode este de a produce numai ceea ce este necesar, la comandă fermă, când este necesar și în cantitatea necesară. Astfel se reduc stocurile, în particular stocurile de producție neterminată și costurile pentru stocurile aflate pe fluxul de fabricație[1].

Pentru ca aceste metode să reușească și să fie aplicate cu succes este necesar ca agentul transportator să respecte toate indicațiile din comanda de transport sau contract pe care îl încheie cu clientul, care poate fi ori producător, ori consumator. La rândul lor întreprinderile de transport trebuie să informeze clienții săi despre pachetul de servicii oferite, de asemenea să facă tot posibilul ca clienții să folosească serviciile întreprinderilor în cea mai mare măsură posibilă, principiu care asigură dezvoltarea întreprinderilor de transport. Un scop al întreprinderilor de transport, care pot fi considerate ca sisteme de prestare a serviciilor, este de a se extinde continuu și de a utiliza cele mai inovative tehnologii în procesul de prestare a serviciilor de transport. Întreprinderile de transport trebuie să-și creeze propriul sistem informațional pe care să-l perfecționeze tot timpul și care să asigure o securitate maximă a schimbului de informații la nivel de întreprindere.

Dacă întreprinderile de transport au ca scop principal deplasarea în spațiu a încărcăturilor, atunci întreprinderile de expediție prestează servicii pentru orice operație logistică, legată de procesul de transportare. De exemplu, își asumă asupra lor formalitățile vamale, poartă responsabilitatea pentru securitatea încărcăturii în deplasare către clienții săi, garantează livrarea acesteia cu viteza necesară. Totodată aceste servicii sunt oferite pentru întreg lanțul logistic, începând cu furnizorul de materii prime și finisând cu livrarea producției finite la consumatorul final. Astfel companiile de expediție devin intermediari între agenții transportatori și componentele lanțului logistic.

În ciclul de distribuire a fluxului material, transportul intervine la etapa de livrare. Pe parcursul acestui ciclu sunt încheiate contracte, iar accentul trebuie să fie pus pe cerere, pe necesitățile consumatorului, care determină ce, cât, când să fie produs. Urmărind acest principiu este asigurată lipsa formării stocurilor, deci a cheltuielilor inutile și a investițiilor neadecvate[2].

Un lanț logistic este un sistem coordonat de organizații, oameni, activități, informații și resurse implicate în mișcarea unui produs într-o manieră fizică sau virtuală de la furnizor la client.

Într-un sens general un lanț logistic constă din două sau mai multe organizații separate din punct de vedere juridic, dar unite prin fluxuri materiale (fizice), financiare și de informații. Aceste firme pot produce părți componente și produse, firme ce asigură logistica și chiar clientul final însuși. Într-un sens restrâns termenul de lanț logistic este aplicabil și unor mari companii multinaționale, cu activități desfășurate în țări diferite, cum ar fi companiile constructoare de mașini Toyota, BMW, compania Coca-Cola, ceea ce pune problema coordonării eficiente a fluxurilor fizice, financiare și de informații. În acest din urmă caz lanțul logistic este intra-organizațional, în timp ce lanțul logistic care cuprinde firme diferite este inter-organizațional.

Activitățile din lanțul logistic (numite și lanțuri de valoare sau procesele ciclului de viață) transformă materiile prime și componentele într-un produs sau serviciu care este livrat către consumator sau utilizator. Astfel, un lanț logistic leagă diversele lanțuri de valoare din interiorul său.

Un lanț logistic reprezintă o rețea de furnizori, întreprinderi producătoare, depozite și canale de distribuție organizată pentru a achiziționa materii prime, a le transforma în produse și a le distribui către clienți. Proiectarea și operarea eficientă a unui lanț logistic reprezintă o componentă a activității de planificare desfășurată atât la nivel strategic, cât și tactic. Planificarea la nivel strategic a lanțului logistic implică decizii de configurare a rețelei, numărul, amplasarea, capacitatea, tehnologia facilităților. Planificarea la nivel tactic a operațiilor din lanțul logistic implică decizii referitoare la achiziția, procesarea și distribuția produselor și prestării serviciilor[3].

Configurarea strategică a lanțului logistic este un factor cheie care influențează eficiența operațiunilor tactice și astfel, are un impact de lungă durată asupra unei firme. Aceasta la fel are o importanță deosebită la formarea prețurilor finale ale produselor și tarifelor de prestare a serviciilor pe care la achită consumatorul final.

Obiectivul care guvernează toate eforturile într-un lanț logistic este creșterea competitivității prin asigurarea unor servicii acceptate de către clienți la un cost minim. Îmbunătățirea serviciilor se poate realiza pe următoarele căi:

- dezvoltarea integrării organizațiilor și eliminarea activităților inutile sau costisitoare;
- implementarea soft-urilor și tehnologiilor informaționale adecvate;
- utilizarea adecvată a sistemelor logistice;
- coordonarea mai bună a fluxurilor.

Ca atare, managementului lanțului logistic îi revine sarcina de a integra unitățile organizaționale din cadrul acestuia, de a coordona fluxurile necesare îndeplinirii cererii clienților, cu scopul de a îmbunătăți competitivitatea lanțului ca un tot unitar.

### **Bibliografie:**

[1] A.M. Гаджинский «Логистика». Москва, 1999, p.17, 50, 107;

[2] Т. Н. Скоробогатова «Логистика». Москва, 2009, p.30;

[3] Oliver R. K., Webber M. D. „Supply Chain Management: logistics catches up with strategy”. London, Logistics, 1992, p.66.