

I. LOGISTICA

Conținut, funcție a întreprinderii, activitate profesională

În prezent se vorbește tot mai frecvent despre rolul deosebit al specialistului în logistică în asigurarea competitivității organizației. De asemenea, se vorbește tot mai frecvent despre noțiunea de „logistică” în activitatea de comerț cu bunuri. Deși este un termen utilizat inițial pentru domeniul militar (referitor la mișcarea și aprovizionarea armatelor), el s-a extins ulterior și în activitatea economică și în alte domenii.

Tot mai multe organizații au înțeles că este nevoie de un departament specializat care să se ocupe de acest domeniu de activitate, în ultimul deceniu conștientizându-se rolul și importanța logisticii în asigurarea unui grad ridicat de satisfacere a cerințelor clienților și a unui nivel corespunzător de îndeplinire a obiectivelor organizației. Astfel, logistica a devenit o componentă fundamentală a activității comerciale. Importanța actuală a logisticii în activitatea comercială este evidentă dacă se are în vedere faptul că a cincea parte din valoarea finală a oricărui produs obținut și comercializat se datorează logisticii, prin componentele sale (transport, stocare, administrare a produsului pe toată durata desfășurării lanțului logistic ș.a.).

Totuși, logistica este încă interpretată în numeroase modalități atât de către practicieni, cei care desfășoară concret activități economice (comerciale sau de producție) cât și de către specialiști, teoreticieni și cercetători din domeniu economic. Această situație determină încă o înțelegere greșită sau în orice caz diferită de la caz la caz a semnificației sale conceptuale.

Tendința este de a se avea în vedere cu precădere componenta operațională și mai puțin cea strategică a logisticii. În consecință, interpretarea legăturii pe care aceasta o stabilește între producție și rețelele de distribuție pe baza funcției sale transversale în cadrul întreprinderilor, este limitată și nu întotdeauna corectă.

Totodată, o astfel de abordare determină încă asimilarea atât a logisticii în ansamblul său cât și a unora dintre componentele și activitățile sale specifice, cu activitatea de distribuție, fie că este vorba de distribuție fizică în ansamblul său, fie de distribuția de bunuri, ca esență a activității comerciale.

În acest prim capitol se va încerca o clarificare a semnificației logisticii, ca activitate economică, funcție a întreprinderii și activitate profesională, prin definirea sa și a acelor concepte conexe care permit înțelegerea rolului său strategic în activitatea întreprinderii de comerț, a poziției sale în cadrul structurii de funcționare a acesteia, a conținutului său și a cerințelor pe care e implică la nivel profesional, toate pornind de la felul în care a apărut și evoluat din toate aceste puncte de vedere.

Este în același timp necesară precizarea că deși atât ca denumire cât și fundamente, logistica din domeniu economic își are originea în logistica militară, o confuzie între acestea nu este de dorit iar utilizarea atât în acest capitol cât și pe parcursul acestei lucrări a termenului generic de logistică se va referi exclusiv la acesta ca activitate în economie.

I.1 CONȚINUTUL LOGISTICII

Înțelegerea conținutului logisticii permite înțelegerea importanței acestuia ca domeniu, a rolului specialiștilor în logistică și a funcțiilor departamentului aferent al unei organizații.

Conceptul de logistică își are originile în disciplina militară a secolului XVII din Franța. O veche definiție a logisticii militare arată că logistica reprezintă *toate pregătirile și acțiunile necesare pentru a asigura necesarul forțelor armate cu bunuri și servicii, în maniera cea mai eficace, pentru a garanta cele mai bune condiții pentru luptă*. Ca domeniu integrat în câmpul științelor managementului, logistica modernă deține puține legături cu logistica militară, chiar dacă funcția ei poate părea aceeași cu ce descrisă în această definiție.

Logistica în activitatea comercială este de fapt un concept modern care înlocuiește și înglobează conceptul clasic de distribuție fizică a bunurilor. Pornind de la esență, se poate considera că logistica în activitatea comercială exprimă și măsoară nivelul la care se desfășoară distribuția bunurilor (Samii 2004, 3). Mai exact nivelul la care este servit clientul, fie el intermediar sau final, persoană fizică sau juridică. Chiar dacă solicitările acestor două categorii de clienți diferă, logistica *permite distribuției mărfurilor*, luată la modul simplist ca sumă a vânzătorilor, să *răspundă cât mai adecvat cu putință respectivelor solicitări*.

Conținutul Logisticii poate fi înțeles pornind de la *definițiile* care se dau în prezent acestui concept, de la *evoluția* acestui în concept în perioada contemporană și pe baza conceptului de *eficiență logistică*.

1.1.1 Definițiile logisticii

În sine, logistica mărfurilor are în vedere planificarea, controlul și accelerarea fluxurilor și a tuturor informațiilor asociate acestuia în interiorul întreprinderilor (Ghiani, Laporte și Musmanno 2004, 1). În cazul bunurilor, principala problemă care trebuie rezolvată prin intermediul logisticii este când și cum trebuie achiziționate, deplasate, stocate și livrate acestea (mărimii economice a comenzii). Probleme de natură logistică sunt prezente și în cazul funcționării firmelor care comercializează servicii dar natura producerii și comercializării acestora determină necesitatea unei abordări complet diferite a logisticii.

Nu există o definiție universală a logisticii, dar cea mai des întâlnită dintre acestea este o îmbinare a celor 7 P (potriviri) care arată că (Radu, Specialistul în logistică 2013, 14):

Logistica înseamnă asigurarea bunurilor potrivite, în cantitatea potrivită, la momentul potrivit, având calitatea potrivită, la costurile potrivite, la locul potrivit, cu informații potrivite tuturor participanților (Figura nr. 1.1).

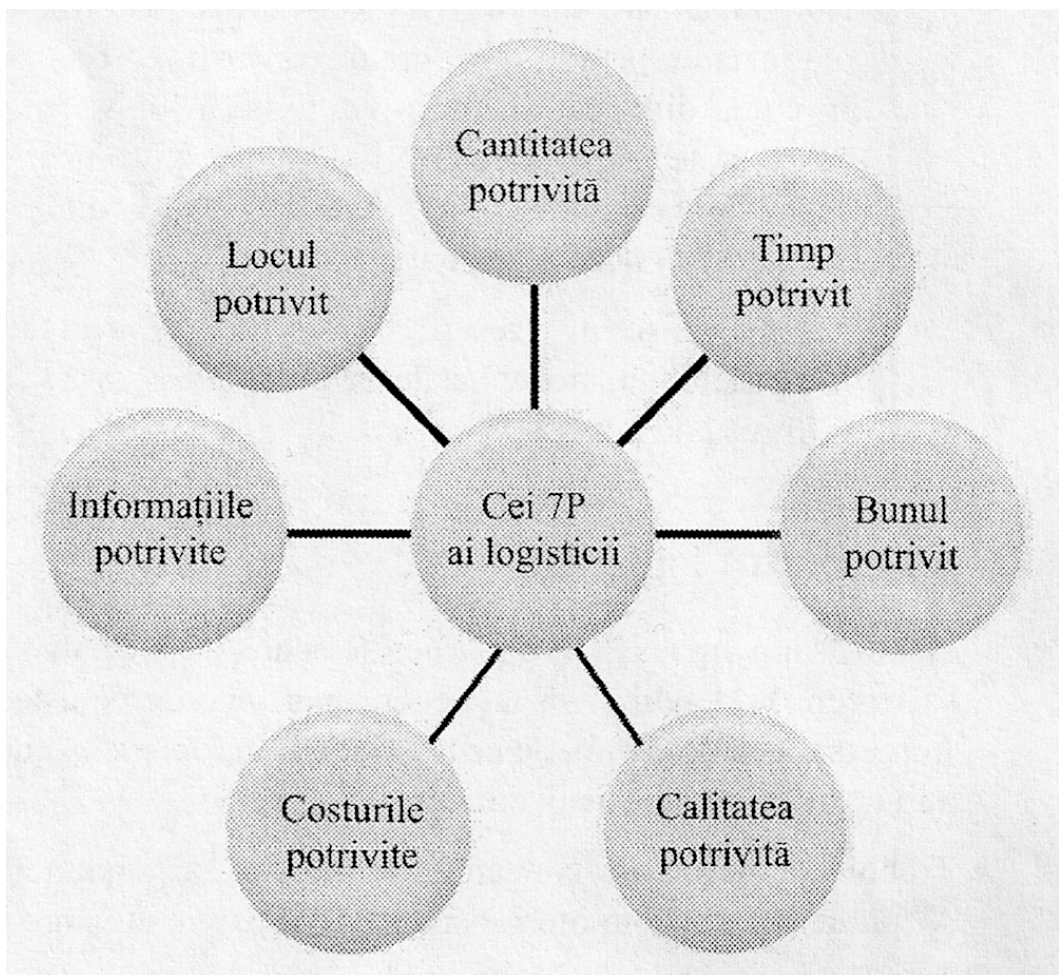


Figura nr. 1.1: **Cei 7P ai logisticii**
Sursa: Radu, Specialistul în logistică 2013, 14.

Această definiție exprimă esența logisticii. Asigurarea produsului potrivit, a materialelor de care o firmă are nevoie constituie un obiectiv practic. Asigurarea cu materiale poate fi privită atât din (1) perspectivă internă, cât și din (2) perspectivă externă (Radu, Specialistul în logistică 2013, 14).

Perspectiva internă (1) are asociate concepte precum productivitatea, costurile, decalajele la nivel de timp și se axează pe **eficiența obținută la nivel intern al firmei, din modul în care este coordonat fluxul intern de materiale și bunuri.**

Perspectiva externă (2) are vedere circulația materiilor prime de la producător și până la consumatorul final și se orientează pe **eficiența externă**, privită ca o **sumă a eficiențelor interne ale fiecărei verigi** (producător, angrosist, detailist, consumator) a lanțului de aprovizionare-livrare.

Perspectiva externă poate fi abordată din punctul de vedere (a) al pieței, fie din cel (b) al lanțului de aprovizionare-livrare. Din punctul de vedere **al pieței (a)**, perspectiva externă a logisticii abordează ideea de competiție și se concentrează pe relațiile cauzale care determină avantajul competitiv. Din punctul de vedere **al lanțului de aprovizionare-livrare (b)**, logistica permite interacțiunea de-a lungul acestuia între companie și celelalte firme implicate în activitatea de logistică, precum furnizori, transportatori și clienți.

O definiție considerată a fi mai potrivită în raport cu realitatea din practica economică arată că **logistica este transferul bunurilor de la furnizor până la consumatorul final cu costuri minime și asigurând clientului un nivel de servire acceptabil** (Rushton, Croucher și Baker 2006, 6). Definiția pune accentul pe rolul fundamental al logisticii de menținere a costurilor de transfer al bunurilor de la sursă la destinație la cel mai scăzut nivel posibil. Acesta reprezintă un prim aspect fundamental al logisticii în activitatea comercială.

Caracterul logisticii, ca activitate economică, este cel mai bine pus în evidență de o serie de definiții, fiecare dintre ele evidențiind aspectele sale fundamentale. Prima dintre aceste definiții arată că logistica mărfurilor ar reprezenta:

Procesul de planificare, implementare și control, în condiții de eficiență a circulației și stocării efective a bunurilor, serviciilor și informațiilor asociate, de la punctul de origine la cel de consum cu scopul satisfacerii solicitărilor clienților.

Această definiție reflectă caracterul managerial al logisticii prin cele trei componente (planificare, implementare și control) și pune accentul pe relația dintre eficiența circulației mărfurilor și a activităților specifice și satisfacerea clientului.

O a doua definiție, formulată de specialiștii de la Universitatea Stanford, arată că:

Logistica presupune managementul fluxului de materiale, informații și bani într-o rețea formată din furnizori, producători, distribuitori și clienți.

Această definiție pune în evidență funcția logisticii de management a circulației bunurilor și între firmele implicate în circulația unui bun de la momentul proiectării până la cel al vânzării sale către clientul final.

Cea mai complexă definiție a logisticii (Samii 2004, 9) arată că:

Logistica este un proces triplu de planificare, aprovizionare și onorare a comenzii, care permite anticiparea solicitărilor clientului, obținerea capitalului, resurselor umane și tehnologice și a bunurilor necesare satisfacerii clientului și respectiv optimizarea și utilizarea rețelelor de distribuție a produselor, informațiilor și serviciilor necesare onorării complete și rapide a comenzilor la cele mai mici costuri.

Această definiție evidențiază faptul că:

- activitatea logistică urmărește managementul circulației bunurilor și resurselor în cadrul unei firme sub forma unui sistem integrat;
- ținta tuturor activităților logistice este onorarea comenzilor, în condițiile cunoașterii și anticipării intențiilor și solicitărilor clienților;
- planificarea activităților logistice face parte din planificarea activităților economice din cadrul firmei, ceea ce permite considerarea logisticii ca o activitate de management, componentă a managementului general al unei firme;
- serviciile (fie ele asociate comercializării bunurilor sau nu) sunt o componentă integrantă a activităților logistice;
- logistica trebuie considerată ca o metodă de creștere a eficienței activității unei firme.

Sintetizând, se poate considera că logistica urmărește livrarea materialelor și a bunurilor în cele mai bune condiții, la cel mai bun moment, în cel mai bun loc, clientului care l-a solicitat și la cel mai corect cost (Samii 2004, 3).

Dincolo de toate aceste definiții, mulți specialiști văd logistica drept o îmbinare a unor domenii cum ar fi engineering-ul (aplicații ale științei în comerț și industrie), microeconomie, teoria organizațiilor. Conceptul de logistică este folosit și în domenii precum business logistics, managementul logisticii sau administrarea materialelor, sau în concepte precum Just In Time sau Supply Chain Management.

I.1.2 Evoluția conceptului de logistică

Activitățile logistice au fost larg separate înainte de anul 1950. După introducerea analizei costului total, noi modele de planificare au fost dezvoltate în special pentru distribuția fizică. **Până la sfârșitul anilor '50** au fost introduse concepte precum controlul producției, managementul materialelor, distribuția fizică.