

CUPRINS

CUVÂNT ÎNAINTE	15
I. LOGISTICA	17
<i>I.1 CONȚINUTUL LOGISTICII</i>	18
I.1.1 DEFINIȚII ALE LOGISTICII	19
I.1.2 EVOLUȚIA CONCEPTULUI DE LOGISTICĂ	23
I.1.3 EFICIENȚA ȘI EFICACITATEA LOGISTICĂ	27
I.1.4 SEMNIFICAȚIA MODERNĂ ȘI MISIUNEA LOGISTICII	28
<i>I.2 LOGISTICA, FUNCȚIE A ÎNTREPRINDERII</i>	29
I.2.1 DEPARTAMENTUL DE LOGISTICĂ ÎN CADRUL FIRMEI	30
I.2.2 ROLUL ȘI RESPONSABILITĂȚILE SPECIALISTULUI ÎN LOGISTICĂ	31
II. SISTEME LOGISTICE	36
<i>II.1 FLUXURILE LOGISTICE</i>	36
<i>II.2 SISTEMUL LOGISTIC AL FIRMEI</i>	38
II.2.1 STRUCTURA SISTEMULUI LOGISTIC AL FIRMEI	38
II.2.2 MANAGEMENTUL FLUXURILOR ÎN SISTEMUL LOGISTIC AL FIRMEI	40
II.2.3 SISTEMUL LOGISTIC INTEGRAT	42
<i>II.3 LANȚUL DE APROVIZIONARE-LIVRARE</i>	43
II.3.1 STRUCTURA LANȚULUI DE APROVIZIONARE-LIVRARE	44
II.3.2 LOGISTICA LANȚULUI DE APROVIZIONARE-LIVRARE	48

III. MANAGEMENT LOGISTIC	52
<i>III.1 STRATEGIA ȘI DECIZIILE LOGISTICE</i>	<i>52</i>
<i>III.2 MANAGEMENTUL SISTEMULUI LOGISTIC AL FIRMEI</i>	<i>54</i>
III.2.1 MANAGEMENTUL PRELUCRĂRII COMENZILOR	55
III.2.2 MANAGEMENTUL APROVIZIONĂRII	56
III.2.3 MANAGEMENTUL TRANSPORTULUI	57
III.2.4 MANAGEMENTUL STOCĂRII ȘI AL DEPOZITĂRII	57
III.2.5 MANAGEMENTUL MĂRFURILOR ȘI MATERIALELOR	57
III.2.6 MANAGEMENTUL AMBALĂRII	59
III.2.7 MANAGEMENTUL SERVIRII CLIENȚILOR	59
III.2.8 MANAGEMENTUL INFORMAȚIILOR	61
<i>III.3 MANAGEMENTUL LANȚULUI DE APROVIZIONARE-LIVRARE</i>	<i>62</i>
III.3.1 TIPOLOGIA DECIZIILOR ÎN MANAGEMENTUL LANȚULUI DE APROVIZIONARE-LIVRARE	62
III.3.2 ADAPTAREA LANȚULUI DE APROVIZIONARE-LIVRARE PENTRU ATINGEREA OBIECTIVELOR STRATEGICE ALE FIRMEI	65
III.3.3 PRINCIPII ALE MANAGEMENTULUI LANȚULUI DE APROVIZIONARE-LIVRARE	69
IV. COSTURI LOGISTICE	72
<i>IV.1 COSTUL LOGISTIC TOTAL</i>	<i>72</i>
<i>IV.2 MIXUL LOGISTIC</i>	<i>74</i>
IV.2.1 STRUCTURA MIXULUI LOGISTIC	74
IV.2.2 FACTORII CARE DETERMINĂ STRUCTURA MIXULUI LOGISTIC	75

IV.2.3 COSTURILE ÎN STRUCTURA MIXULUI LOGISTIC	76
<i>IV.3 COSTURI ALE ACTIVITĂȚILOR DE MANAGEMENT LOGISTIC</i>	80
IV.3.1 COSTURILE MĂRFURILOR ȘI MATERIALELOR	81
IV.3.2 COSTURILE SERVIRII CLIENȚILOR (VÂNZĂRILOR)	82
IV.3.3 COSTURILE PRELUCRĂRII COMENZILOR	84
<i>IV.4 ABORDAREA STRATEGICĂ A COSTURILOR LOGISTICE</i>	85
V. MANAGEMENTUL APROVIZIONĂRII	87
<i>V.1 OPERAȚIUNILE ECONOMICE ALE FIRMEI</i>	88
<i>V.2 CONCEPTELE DE CUMPĂRARE ȘI APROVIZIONARE</i>	90
V.2.1 CONCEPTUL DE CUMPĂRARE	90
V.2.2 CONCEPTUL DE APROVIZIONARE	92
<i>V.3 CONȚINUTUL MANAGEMENTULUI APROVIZIONĂRII</i>	93
V.3.1 OBIECTIVELE MANAGEMENTULUI APROVIZIONĂRII	93
V.3.2 CONTRIBUȚIA LA PROFIT A MANAGEMENTULUI APROVIZIONĂRII	95
V.3.3 DECIZIA DE A CUMPĂRA SAU DE A PRODUCERE	96
V.3.4 PROCESUL DE APROVIZIONARE	99
<i>V.4 ACTIVITĂȚILE ȘI FUNCȚIILE DEPARTAMENTULUI DE APROVIZIONARE</i>	101
V.4.1 CUMPĂRAREA MATERIALELOR	101
V.4.2 MANAGEMENTUL CONSUMULUI	102

V.4.3	SELECȚIA FURNIZORILOR	104
V.4.4	NEGOCIEREA CONTRACTELOR	105
V.4.5	MANAGEMENTUL CONTRACTELOR	106
V.5	<i>COSTURILE DE APROVIZIONARE</i>	106
V.5.1	COSTUL DE CUMPĂRARE	107
V.5.2	COSTUL DE DEPLASARE ȘI ASIGURARE A MĂFURILOR	108
V.5.3	COSTURILE ADMINISTRATIVE DE LANSARE A COMENZILOR	109
V.6	<i>ETAPELE ACTIVITĂȚII DE APROVIZIONARE</i>	109
VI.	STRATEGIA DE APROVIZIONARE	113
VI.1	<i>CONȚINUTUL STRATEGIEI DE APROVIZIONARE</i>	114
VI.2	<i>IMPLEMENTAREA STRATEGIEI DE APROVIZIONARE</i>	117
VI.2.1	EVALUAREA CRITERIILOR DE SELECȚIE A SURSELOR DE APROVIZIONARE	117
VI.2.2	STABILIREA RELAȚIILOR CU FURNIZORII	122
VI.2.3	IDENTIFICAREA, EVALUAREA ȘI SELECȚIA FURNIZORILOR	126
VI.2.4	STABILIREA VARIANTELOR DE CUMPĂRARE	130
VI.3	<i>FUNDAMENTAREA PLANULUI ȘI PROGRAMELOR DE APROVIZIONARE</i>	132
VI.3.1	NOMENCLATORUL DE MATERIALE	134
VI.3.2	BILANȚUL DE MATERIALE	136
VII.	MANAGEMENTUL STOCĂRII	138
VII.1	<i>ROLUL STOCURILOR ÎN SISTEMUL LOGISTIC</i>	140

<i>VII.2 TIPOLOGIA STOCURILOR</i>	143
VII.2.1 STOCUL CICLIC	144
VII.2.2 STOCUL ÎN TRANZIT	144
VII.2.3 STOCUL DE SIGURANȚĂ	145
VII.2.4 STOCUL SEZONIER	146
VII.2.5 STOCUL SPECULATIV	147
VII.2.6 STOCURILE NEVANDABILE	147
VII.2.7 STOCUL MEDIU	148
 <i>VII.3 COSTURILE STOCĂRII</i>	 148
 VIII. MANAGEMENTUL DEPOZITĂRII	 151
 <i>VIII.1 ROLUL ȘI FUNCȚIILE DEPOZITELOR ÎN SISTEMUL LOGISTIC</i>	 151
VIII.1.1 ROLUL DEPOZITELOR	152
VIII.1.2 FUNCȚIILE DEPOZITELOR	153
 <i>VIII.2 TIPOLOGIA DEPOZITELOR</i>	 154
VIII.2.1 DEPOZITELE PRIVATE	156
VIII.2.2 DEPOZITELE PUBLICE	156
VIII.2.3 DEPOZITELE CONTRACTUALE	159
VIII.2.4 SELECȚIA TIPULUI DE DEPOZIT	159
 <i>VIII.3 COSTURILE DEPOZITĂRII</i>	 162
 <i>VIII.4 AMPLASAREA DEPOZITELOR ȘI ARANJAREA MĂRFURILOR ÎN DEPOZIT</i>	 163
VIII.4.1 AMPLASAREA DEPOZITELOR	163
VIII.4.2 VARIANTE STRATEGICE DE AMPLASARE A DEPOZITELOR	165

VIII.4.3 ARANJAREA MĂRFURILOR ÎN DEPOZITE	166
IX. MANAGEMENTUL TRANSPORTULUI	168
<i>IX.1 ACTIVITATEA DE TRANSPORT</i>	<i>169</i>
IX.1.1 PRINCIPALELE DOCUMENTE DE TRANSPORT	169
IX.1.2 SISTEMELE ȘI SERVICIILE DE TRANSPORT	171
IX.1.3 CHELTUIELILE DE EFECTUARE A TRANSPORTULUI	171
<i>IX.2 DECIZII SPECIFICE MANAGEMENTULUI TRANSPORTULUI</i>	<i>172</i>
IX.2.1 FOLOSIREA SISTEMELOR SAU SERVICIILOR DE TRANSPORT	173
IX.2.2 ALEGEREA MODALITĂȚILOR DE TRANSPORT	173
IX.2.3 EVALUAREA ȘI SELECȚIA TRANSPORTATORILOR	175
IX.2.4 STABILIREA TRASEELOR DE TRANSPORT	177
<i>IX.3 MODALITĂȚI DE EFECTUARE A TRANSPORTULUI</i>	<i>179</i>
IX.3.1 TRANSPORTUL FERROVIAR	179
IX.3.2 TRANSPORTUL RUTIER	180
IX.3.3 TRANSPORTUL AERIAN	182
IX.3.4 TRANSPORTUL NAVAL (PE CALEA APEI)	183
IX.3.5 TRANSPORTUL PRIN CONDUCTE	185
<i>IX.4 COSTURILE DE TRANSPORT</i>	<i>185</i>
IX.4.1 COMPONENTELE COSTURILOR DE TRANSPORT	186
IX.4.2 FACTORII CARE INFLUENȚEAZĂ MĂRIMEA COSTURILOR DE TRANSPORT	187
<i>IX.5 TARIFELE DE TRANSPORT</i>	<i>190</i>

IX.5.1 SEMNIFICAȚIA ȘI TIPOLOGIA TARIFELOR DE TRANSPORT	191
IX.5.2 FACTORI CARE INFLUENȚEAZĂ TARIFUL DE TRANSPORT	192
<i>IX.6 REDUCEREA CHELTUIELILOR ȘI ÎMBUNĂTĂȚIREA FUNȚIEI DE TRANSPORT</i>	197
X. DISTRIBUȚIA MĂRFURILOR	199
<i>X.1 CONȚINUTUL ȘI FUNCȚIILE DISTRIBUȚIEI MĂRFURILOR</i>	200
X.1.1 NATURA ACTIVITĂȚII DE DISTRIBUȚIE A MĂRFURILOR	200
X.1.2 FUNCȚIILE DISTRIBUȚIEI MĂRFURILOR	202
<i>X.2 TENDINȚE ÎN RELAȚIA DINTRE PRODUCȚIE ȘI DISTRIBUȚIE</i>	205
X.2.1 TRANZIȚIA DE LA ATITUDINEA ADVERSARIALĂ, LA CEA COLABORATIVĂ	206
X.2.2 TRANZIȚIA DE LA PREVIZIUNE, LA COLABORAREA ÎN PLANIFICARE, PREVIZIUNE ȘI APROVIZIONARE	207
X.2.3 TRANZIȚIA DE LA DISTRIBUȚIA OFF-LINE LA CEA ON-LINE	207
X.2.4 TRANZIȚIA DE LA INTEGRAREA FUNCȚIONALĂ, LA INTEGRAREA DE PROCES	207
X.2.5 TRANZIȚIA DE LA INTEGRAREA VERTICALĂ, LA INTEGRAREA VIRTUALĂ	208
X.2.6 TRANZIȚIA DE LA PROTECȚIA, LA UTILIZAREA ÎN COMUN A INFORMAȚIEI	208
<i>X.3 DISTRIBUȚIA COMERCIALĂ A BUNURILOR</i>	209
X.3.1 SISTEME DE DISTRIBUȚIE COMERCIALĂ A BUNURILOR	210
X.3.2 PRINCIPALELE CATEGORII DE DISTRIBUITORI COMERCIALI	212
X.3.3 MODALITĂȚI DE ORGANIZARE A DISTRIBUITORILOR CU AMĂNUNTUL	218

X.3.4 FUNCȚIILE DISTRIBUȚIEI COMERCIALE	219
<i>X.4 DISTRIBUȚIA ÎN STRUCTURA CANALELOR LOGISTICE</i>	223
X.4.1 LOGISTICA PRIN TERȚI (3PL)	223
X.4.2 MANAGEMENTUL APROVIZIONĂRII LA VÂNZĂTOR (VMR)	224
X.4.3 SISTEME DE PLANIFICARE A PRODUCȚIEI	225
ANEXE	227
<i>ANEXA I</i>	227
SPECIALISTUL ÎN LOGISTICĂ	227
<i>ANEXA II</i>	230
LOGISTICIANUL ÎN DEPARTAMENTUL DE LOGISTICĂ	230
<i>ANEXA III</i>	235
PRINCIPIILE MANAGEMENTULUI LANȚULUI DE APROVIZIONARE-LIVRARE	235
<i>ANEXA IV</i>	236
ADAPTAREA LANȚULUI DE APROVIZIONARE-LIVRARE LA STRATEGIA ORGANIZAȚIEI	236
<i>ANEXA V</i>	237
PROCESUL DE APROVIZIONARE	237
<i>ANEXA VI</i>	240
COSTUL DE CUMPĂRARE	240
<i>ANEXA VII</i>	243

FURNIZORUL - ELEMENT CENTRAL ÎN APROVIZIONARE	243
<i>ANEXA VIII</i>	<i>246</i>
CONTRACTUL DE TRANSPORT	246
<i>ANEXA IX</i>	<i>250</i>
APLICAȚII DE VERIFICARE A CUNOȘTIȚELOR	250
<i>ANEXA X</i>	<i>260</i>
ÎNTREBĂRI DE VERIFICARE A CUNOȘTIȚELOR	260
REFERINȚE BIBLIOGRAFICE	263
BIBLIOGRAFIE	266

CUVÂNT ÎNAINTE

Economia mondială se află într-un proces de transformare continuă care s-a accelerat semnificativ începând din deceniul al nouălea al secolului al XX-lea. Dintre aceste transformări se remarcă ponderea tot mai importantă a schimburilor comerciale, creșterea importanței acestora pe plan mondial, reflectată în formarea a numeroase organizații având ca obiect liberalizarea lor. Are loc în același timp o dezvoltare rapidă a serviciilor, inclusiv o tendință tot mai marcată de externalizare a acestora ca și a altor activități altă dată tradiționale în activitatea economică a firmelor producătoare și comerciale.

În sfârșit, dar nu în ultimul rând, diversitatea produselor și serviciilor care fac obiectul schimburilor comerciale a devenit foarte mare. Și este în continuă creștere. Ea este puternic stimulată și de dezvoltarea distribuției bunurilor de consum, ca principal instrument și direcție de dezvoltare a comerțului pe principii de eficiență economică.

*Toate aceste fenomene și altele strâns legate ca natură și prin influență, au generat o creștere puternică a competitivității ca și a necesității de a face față unui mediu economic tot mai competitiv. Unul dintre aceste instrumente este **logistica**.*

În prezent, nici un manager din domeniul comerțului nu își poate desfășura activitatea fără cunoașterea noțiunilor specifice logisticii și distribuției mărfurilor: achiziții, stocare, transport, depozitare etc. Cu atât mai mult cu cât logistica mărfurilor, cu poziția sa de instrument concurențial datorată contribuției sale la creșterea eficienței activității comerciale, a devenit și un instrument esențial de management.

Această lucrare, fără nici cea mai slabă pretenție de a fi una completă, este un suport de curs. Scopul ei este de a pune la dispoziția studenților de la cursul de zi și cu frecvență redusă, viitori manageri în comerț, o serie de cunoștințe de bază din domeniul logisticii și distribuției mărfurilor. În

același timp însă, intenția autorului este ca această foarte succintă lucrare să faciliteze asimilarea ulterioară a unor cunoștințe mai complete din acest domeniu ca și din cele conexe. Prin aceasta se va obține o creștere a nivelului pregătirii studenților și a capacităților profesionale a viitorilor manageri. Lucru necesar pe o piață românească integrată celei a Uniunii Europene și caracterizată prin cele mai înalte standarde de performanță și competitivitate.

I. LOGISTICA

Conținut și definiție, 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 mărfuri, 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 materiale 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 mărfurilor. Pornind de la esență, se poate considera că logistica în activitatea comercială exprimă și măsoară nivelul la care se desfășoară distribuția mărfurilor (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 Definiții ale 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 mărfurilor, 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).

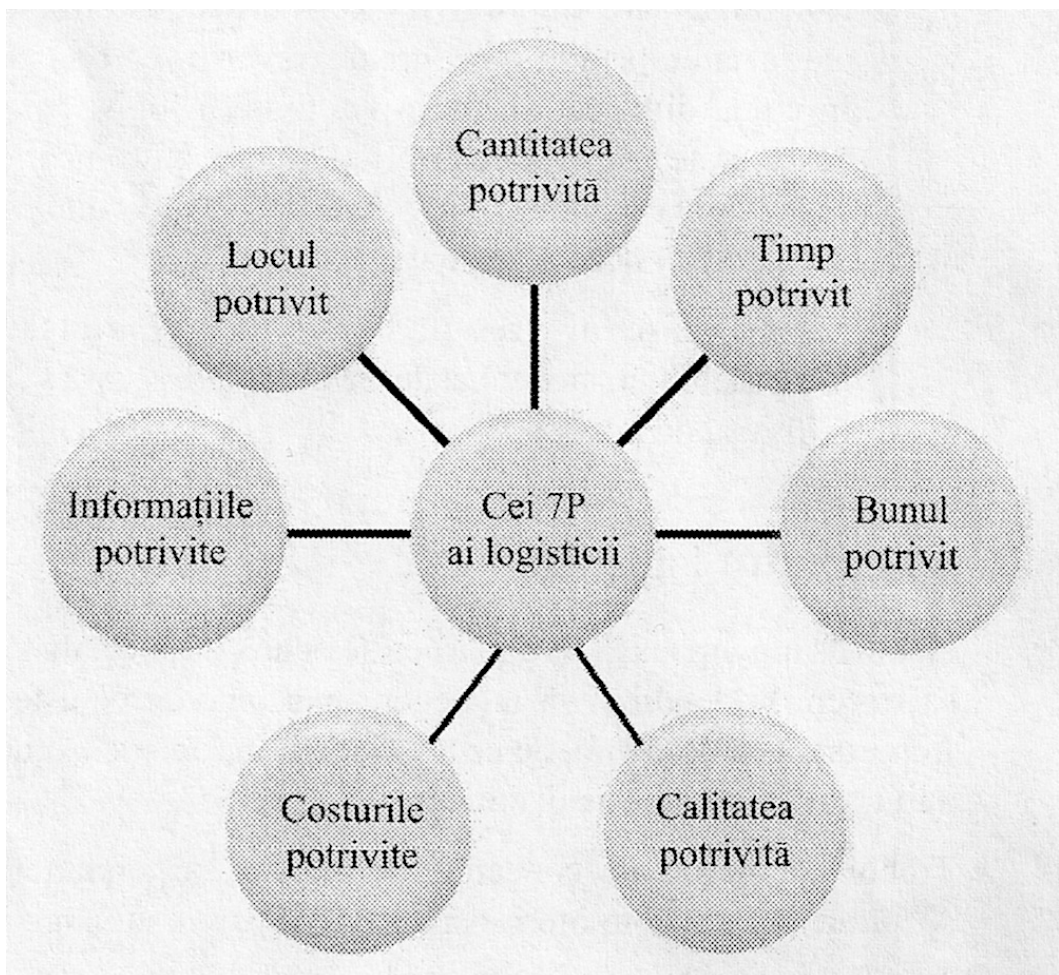


Figura nr. 1.1: **Cei 7P ai logisticii**
Sursa: Radu, Specialistul în logistică 2013, 14.

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 mărfuri.**

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 mărfurilor 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 mărfurilor 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 mărfurilor, 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 mărfurilor 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 produselor 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 mărfurilor 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 mărfurilor 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 mărfurilor 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.

Consiliul Național al Managementului Logisticii din Statele Unite ale Americii a devenit prima instituție de educație în domeniul logisticii pe care a definit-o ca (Radu, Specialistul în logistică 2013, 16):

Gama cuprinzătoare de activități cu privire la mișcarea eficientă a produselor finite rezultate în urma procesului de producție, de la producător la consumator și în unele cazuri, deplasarea materiei prime de la sursă la începutul liniei de producție. Aceste activități includ transportul mărfurilor, depozitarea, manipularea materialelor, ambalarea de protecție, controlul stocurilor, selecția amplasamentelor depozitelor și fabricilor, procesarea comenzilor și servirea clienților.

În **perioada dintre anii 1960 și 1970**, marcată de dezvoltarea sortimentelor produselor și îmbunătățirea serviciilor, logistica acoperea doar probleme legate de distribuția fizică, cererea de materiale și controlul stocurilor. Ca urmare, a apărut conceptul de logistică a afacerii definit ca (Radu, Specialistul în logistică 2013, 16):

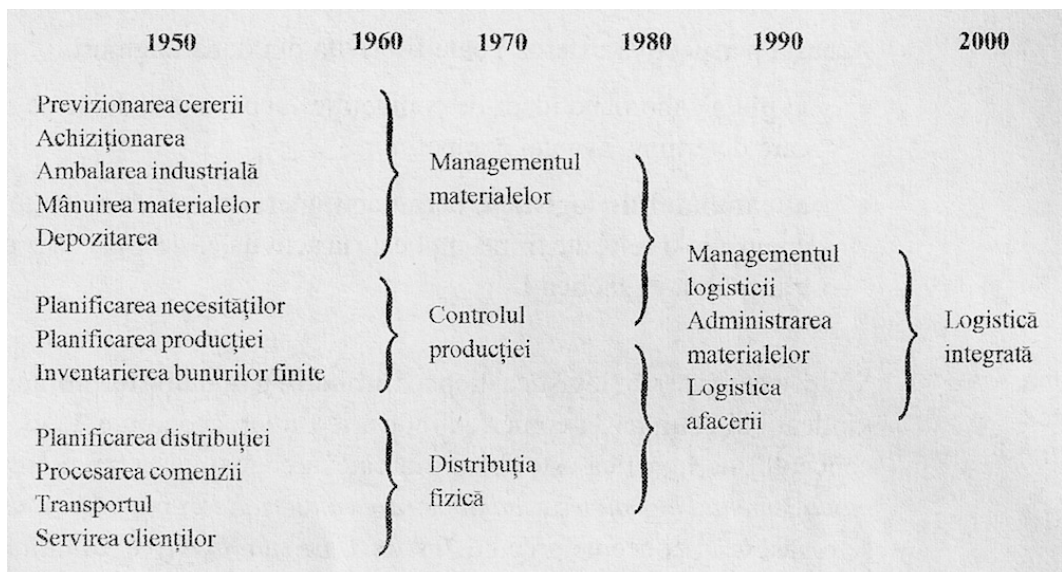


Figura nr. 1.2: **Evoluția conceptului de "logistică"**
 Sursa: Radu, Specialistul în logistică 2013, 16