

**INFORMATIA ÎN LOGISTICA GLOBALĂ  
–INGREDIENTUL CHEIE–**

**Conf. univ. dr. Cecilia Irina RĂBONȚU  
Prof. univ. dr. George NICULESCU**  
Universitatea „Constantin Brâncuși” din Târgu  
Jiu

**ABSTRACT:**

*Când folosim termenul "Global", ne referim la importurile din Asia către SUA; ne referim la exporturile în Europa; ne referim la mișcările din America de Nord și la produsele, componentele și bunurile finite. Cu un asemenea obiectiv complex al locațiilor, instalațiilor, depozitelor, comercianților și clienților, principalele cinci probleme ale logisticii sunt în special critice în ceea ce privește logistica globală: circulația produselor, circulația informațiilor, durata/serviciu, costuri, integrare – în cadrul companiei dvs. între dvs. și clienții dvs. și între dvs. și vânzătorii.*

**Cuvinte cheie:** *logistica, produse, materiale, piață, comerț.*

Logistica este arta coordonării supply chain-ului și știința administrării fluxului de bunuri, energie, informație și alte resurse precum produse, servicii și oameni din sfera producției și a pieței. Este dificil dacă nu chiar imposibil să realizezi comerț internațional, procese de import/export globale, re poziționare internațională de materiale/produse brute și producție fără un suport logistic profesional care implică integrarea informației, transportul, inventarul, depozitarea, manipularea materialelor și ambalarea. Responsabilitatea operativă a logisticii este re poziționarea geografică a materialelor brute, derularea proceselor și închiderea inventarelor la cel mai mic cost posibil.

Este arhicunoscut faptul că, odată realizate, produsele trebuie depozitate, realitate valorificată din plin de anumite companii specializate în servicii logistice care oferă spații logistice și pentru depozitare. Astfel de furnizori au intrat pe piață, dezvoltând clădiri care să răspundă cerințelor clienților locali și internaționali.

**GLOBAL LOGISTICS INFORMATION -  
KEY INGREDIENT**

**Assoc. Prof. PhD Cecilia Irina RĂBONȚU  
Prof. PhD George NICULESCU**  
„Constantin Brâncuși” University of Târgu Jiu

**ABSTRACT:**

*When we use the term "Global", we talk about imports from Asia to the U.S.; we talk about exports to Europe; we talk about movements within North America, and products, components and finished goods. With such a complex scope of locations, plants, warehouses, vendors and customers, the five key issues of logistics are especially critical with global logistics: movement of product, movement of information, time / service, cost, integration--within your company between you and your customers and between you and your vendors.*

**Key words:** *the logistic, the products, materials, market, commerce.*

The logistic is the supply chain coordination and the science of the administration of the flux of goods, energy, information and other resources, such as products, services and people from the production and market sphere. It is difficult, if not rather impossible, to make international commerce, global import/export processes, international repositioning of gross material/products and production without a professional logistic support that implies the integration of the information, the transport, the inventory, the depositing, the manipulation of the materials and the stowage. The operative responsibility of logistics is the geographical repositioning of the gross materials, the unreeling of the processes and the closing of the inventories at the lowest possible cost.

It is a well known fact that, once made, the products must be deposited, reality fully valued by certain companies specialized in logistic services that offer logistic spaces and spaces for depositing. Such providers entered on the market, developing buildings that will respond to the request of the local and

Spre deosebire de parcurile industriale, unde există fabrici de producție în adevăratul sens al cuvântului, parcurile logistice sunt destinate livrării mărfurilor de la producător către comercianți sau de la comercianți en-gros către comercianți en-detail. Practic, într-un parc logistic intră TIR-uri cu containere de marfă, care este depozitată în hale, apoi despachetată și reîmpachetată în ambalaje de mai mici dimensiuni, ce sunt apoi direcționate spre magazinele sau firmele care au comandat produsele respective. Oricât ar părea de banală și ne semnificativă această activitate, ea este foarte importantă datorită costurilor pe care le implică. Spre exemplu, în prezent, marfa de import care se vinde în magazine gen Cora sau Metro vine ambalată din parcurile logistice din străinătate, ceea ce implică un cost suplimentar de până 30% din valoarea produsului. Evident, dacă această marfă ar trece printr-un parc logistic situat în apropiere, costurile aferente ar scădea substanțial.

Tehnologiile IT și noile sisteme de comunicare nu au întârziat să-și facă simțită prezența și necesitatea în logistică. Astfel au apărut “lanțuri logistice electronice”, care au drept scop realizarea unor colaborări durabile și rețele de parteneriate pe termen lung. Aceste *Esupplychain-uri* sunt private de către specialiștii domeniului sub mai multe ipostaze benefice sectorului de logistică și anume: instrument de lucru pentru profesioniștii din logistica, instrument de marketing și promovare pentru furnizorii de produse, echipamente și servicii utilizate în domeniul logistic, concentrator de informații pentru rezolvarea problemelor, platforma de comunicare a profesioniștilor.

Lumea logisticii este o lume închisă în care legăturile sunt complexe, se intersectează și oricând poți deveni furnizor sau client pentru unul din jucătorii din această industrie. Lanțurile logistice on-line se adresează și oferă servicii de calitate tuturor celor care au nevoie rapidă de informații strâns legate de logistică. Putem enumera aici Solicitanții de produse și servicii logistice, operatorii logistici, transportatorii, curierii, dezvoltatorii de proiecte logistice, dealeri și alți vânzători și producători de

international clients.

As compared to the international parks, where we can find production factories in the strict sense of the word, the logistic parks are destined to the delivery of the merchandise from the producer towards the dealers or from the en-gross dealers towards the en-detail dealers. Practically, in a logistic park, enter trucks with merchandise containers, which are deposited in halls, then unpacked and repacked in smaller dimension packs that are then directed towards the stores and the firms that ordered the respective products. Even if it seems a rather banal and insignificant activity, it is very important because of the costs that it implies. For instance, nowadays, the import merchandise that is sold in stores as Cora or Metro comes packed from the foreign logistic park, thing that implies an additional cost of up to 30% from the product's value. Obviously, if this merchandise was to pass through a logistic park situated nearby, the afferent costs would substantially decrease.

The IT technologies and the new systems of communication made no delay in making felt their presence and necessity in logistics. Thus appeared “the electronic logistic chains”, that have as their purpose realizing some durable collaborations and long term partnership networks. These *Esupplychains* are private by the domain's specialists under more benefice hypostases to the logistics' sector, that is: work instrument for the logistic professionals, marketing instrument and promoted for the product, equipment and service providers used in the logistic domain, information concentrator for problem solving, the communication platform of the professionals.

The world of the logistic is a closed world in which the connections are complex, get intersected and you can, at any time, become provider or client for one of the players of this industry. The online logistic chains are addressed and offer quality services to whoever rapidly needs information strongly connected to logistics. We can enumerate here the product and logistic services' solicitors, the logistic operators, the transporters, the couriers, the logistic projects

autovehicule și piese de schimb, furnizorii de echipamente (rafturi, stivuitoare, și orice alte elemente ce fac parte din dotarea necesară unei bune derulări a activităților logistice), furnizorii de soluții software, furnizorii de training și consultanță, specialiștii în domeniu, etc. Aceste sisteme își găsesc funcționalitatea și prin multiplele avantaje pe care le oferă: *actualitate, disponibilitate imediată, documentație de referință, transparență, utilizare simplă, etc*

Aplicarea conceptului de supply chain, în oricare dintre variante reprezintă o oportunitate extraordinară pentru reducerea costurilor și crearea de valoare pentru clienți. Echipamentele și soluțiile care duc la îndeplinirea acestor obiective ce reprezintă deziderate pentru orice organizație sunt variate, sofisticate, cu un ciclu de viață din ce în ce mai scurt și sunt oferite de un număr mare de furnizori. În organizarea acestei secțiuni am aplicat o abordare practică bazată pe disciplina informației care să reducă timpul de căutare și identificare a elementelor utile.

Excelența prin controlul costurilor, eficientizarea activităților și mărirea coeficientului de utilizare a capacităților se poate atinge pornind de la comunicarea eficientă a nevoilor și identificarea oportunităților de pe piață. Prin utilizarea supply chain on-line, se poate obține conectarea cererii cu oferta potrivită, atunci când ele sunt disponibile.

Este bine cunoscut că în domeniul vast al logisticii regăsim o multitudine de elemente, care bine gestionate, folosite și solicitate duc la buna funcționare a lanțului logistic. Ne referim aici la capacitățile de depozitare parțiale sau totale, echipamentele disponibile noi sau second hand, capacități de transport parțiale sau complete, proiecte logistice parțiale sau integrale, autovehicule noi sau uzate, sub contract de finanțare sau achitate complet, echipamente de construcții pe durate limitate, etc.

Când folosim termenul de “global”, facem referire la importuri, adică la achiziționarea de mărfuri și servicii din Asia pentru Statele Unite ale Americii, în vederea consumului lor; vorbim despre export, mai exact de vânzarea de produse și servicii provenind de

developers, dealers and the other salesmen and producers of cars and spare parts, the equipments providers (shelf, pilers and any other elements that are part of the necessary endowment for a good unreeling of the logistic activities), the solution providers of training and consultancy, the domain specialists, etc. these systems find their functionality through the multiple advantages that they offer also: actuality, immediate availability, reference documentation, transparency, simple utilization, etc.

The application of the supply chain concept, in any of the variants, represents an extraordinary opportunity to reduce the costs and create value for the clients. The equipments and the solutions that lead to the achievement of these objectives, which represent desiderata for any organization, are varied, sophisticated, with a shorter and shorter life cycle and are offered by a large number of providers. In organizing this section, we applied a practical approach based on the discipline of the information that will reduce the search and identification tempos of the useful elements.

The excellence through the control of the costs, the efficiency of the activities and the size of the coefficient of capacity use can be obtained starting from the efficient communication of the needs and the identification of the market opportunities. By using the online supply chain, we can obtain the connection of the demand with the proper offer, when they are available.

It is well known that in the vast domain of logistics we find a multitude of elements, which, well administered, used and solicited take to a good functioning of the logistic chain. We talk here about the partial or total depositing capacities, the available new or second hand equipments, partial or complete transport capacities, partial or integral logistic projects, new or used cars, under financing contract or completely paid, construction equipments limited as duration, and so on.

When we use the term "Global", we talk about imports from Asia to the U.S.; we talk about exports to Europe; we talk about movements within North America - and we talk about more; products, components and finished goods, which

pe teritoriul național către agenți situați în afara acestui teritoriu, în acest caz Europa; vorbim despre exportul sau importul de marfa care are loc între țările nord americane și vorbim despre mai multe, cum ar fi: produse, componente și produse finite care nu ajung niciodată în SUA. Sau aceste mărfuri sunt mutate de la un furnizor din Singapore la o fabrică de confecționare din Filipine. Sau ele sunt mutate din Hong Kong în Germania. Aceste mărfuri sunt transportate dintr-o țară în alta, pe plan european.

Cu o astfel de sferă de acțiune – locații, confecționare, depozite, furnizori și cumpărători, cele 5 aspecte cheie, fundamentale de altfel logisticii globale sunt:

- transportul produsului
- schimbul de informație
- timpul / serviciu
- costul
- integrarea – care se stabilește între

compania dumneavoastră și cumpărătorii (sau clienții dumneavoastră) și între dumneavoastră și furnizorii dvs.

Pe lângă aceste lucruri, mai trebuie luate în considerare și alte aspecte și alți factori. De exemplu,

1. fusul orar. Oamenii din întreaga lume: din Orientul Îndepărtat, Europa și America de Nord pot fi conectați la aceeași rețea în același timp. Asta înseamnă că trebuie să existe o colaborare perfectă în ceea ce privește planurile și strategiile, ținând cont de fiecare element în parte.

2. factori de ordin cultural, cum ar fi diferitele puncte de vedere de ordin cultural și de asemenea diferitele modalități de a înțelege și de a percepe domeniul afacerilor.

Aceste înțelegeri se pot combina atât timp cât strategiile și planurile de afaceri nu reprezintă rezultatul unor eforturi de colaborare cu toate grupurile de intrare (input – intrările care au loc într-un sistem în sens economic; desemnează consumul de factori de producție care « intra » și se consumă în procesul de producție.) Mai mult decât atât, compania respectivă este descentralizată (acțiune coordonată care vizează evitarea grupării centrelor de decizie într-o singură zonă

never touch the U.S. They move from a vendor in Singapore to a manufacturing plant in the Philippines. Or they move from Hong Kong to Germany. They move within Europe.

With such a complex scope of locations, plants, warehouses, vendors and customers, the five key issues of logistics are especially critical with global logistics: movement of product, movement of information, time/service, cost integration--within your company between you and your customers and between you and your vendors.

Within these issues are additional influences and factors, For example:

1. time zones. People in the Far East, Europe and North America are all networking at the same time. There is too great a difference in the time zones. This means there must be firm understanding of plans and strategies by each element.

2. cultural factors. Different cultures view and understand business topics differently. These understandings and their complexities can compound if the strategies and plans for doing business are not the result of collaborative effort with input by all groups. Plus the company is very decentralized. Different global areas have to meet their own needs, yet must work together to share product and information to make it happen.

All this comes into play, for example, with air freight forwarder and ocean carrier selection. Given the needs of all parties as to cost, availability of space/equipment, responsiveness and delivery/cargo release, a pool of forwarders and carriers can be selected. Primary and secondary designations are assigned for the respective origin-destination lane. But if special situation arise, the origin plant should be given the flexibility to use other than the primary forwarder. He must stay within the list of approved forwarders. Yet if special price, space or other matters develop, he has the explicit approval to make changes. He does not have to wait to contact someone in the U.S. or other location.

Or, conversely, instead of price, he must understand when service is required. Service does not mean getting it on the plane. Service means

geografica sau într-un eșalon de responsabilitate). Diferitele zone de pe glob trebuie să împărtășească aceleași nevoi, mai mult decât atât, ei trebuie să colaboreze, să împartă produsul și informația, pentru ca produsul final să fie unul de succes.

Toate acestea se aplică de exemplu, în cazul selectării expeditorului menit să transporte marfa, fie pe cale aeriană, fie pe cale maritimă. Având în vedere toate cerințele, cum ar fi costul, disponibilitatea de spațiu / echipament, disponibilitatea de reacție și de livrare / de descărcare a încărcăturii, trebuie ales un grup de expeditori și transportatori. Denumirile primare și secundare sunt atribuite traseului origine – destinație de bandă. Dar dacă apar situații speciale, fabricii de origine (producătoare) ar trebui să i se dea posibilitatea să folosească alt expeditor sau promotor decât cel ales inițial. Înșă, el trebuie să figureze pe lista expeditorilor autorizați. Mai mult, dacă producătorului i se oferă un preț acceptabil, spațiu sau alte oferte avantajoase, el deține aprobarea explicită de a face această schimbare. Nu este obligat să aștepte să contacteze pe cineva din SUA sau din alta locație. Sau, invers, în loc să țină cont de preț, el trebuie să știe când serviciul este cerut. Serviciul nu înseamnă doar imbarcarea mărfii în avion. Serviciul înseamnă livrarea mărfii în termenul cerut. O mare parte nu este bună dacă transportul nu ajunge la timp.

Toată lumea trebuie să înțeleagă acest aspect și să se adapteze la aceste condiții și la aceste cerințe. Acest lucru se aplică doar în cazul transportului maritim, într-o companie ce își desfășoară activitatea la nivel global. Acest lucru presupune, integrare, informație, transfer de produse, serviciu și cost. Cu alte cuvinte, logistica.

Poate, cel mai bun mod de a discuta despre logistica este să avem ca suport un exemplu ipotetic. Sunteți director de logistica la o companie ce se ocupă cu producerea și distribuția de PC-uri la nivel mondial, VW Computers.

Planul de vânzare pentru anul fiscal este făcut pentru fiecare trimestru. Acest plan reflectă intrările care au loc într-un sistem în sens

getting it delivered within the time demanded. A great rate is not good if the shipment does not arrive in time. Or delivering the shipment via a destination airport which delays actual door delivery is not acceptable either. Everyone must understand the responsiveness and adjust as circumstances dictate.

This is just discussing shipping in the global company. Doing it requires integration, information, transfer of product, service and cost. In other words, logistics. Change, and responding to them, as to service or cost should be recognized in the information, data and communication used among the regions. It takes more than late night phone calls and faxes.

Maybe the best way to discuss global logistics is to work through a hypothetical example. You are the worldwide director of logistics for a personal computer manufacturer, XW Computers.

The sales plan for the fiscal year is built--for each quarter. It reflects the input of the sales people throughout the U.S., Canada, Europe and other regions. While "a rose is a rose," a PC is not quite a PC in global sales. There are differences as to size of memory, speed and other features. These features may be similar within certain countries. One country may have a higher demand for CD-ROM's than another. Or one may require more units with modems than another country usually does. Adding to the differences and product options is a basic component - the computer keyboard. Different countries use different keyboards. This reflects alphabet/language, currency keys, even the number of keys on the keyboard. So if our company here builds too many of a model which does not sell well in the intended country, then the cost for returning the excess units and reconfiguring them for another country's needs can be time-consuming and expensive. It must be done right, the first time.

From the sales plan, the Operations group gets together. First a manufacturing build plan is started. Let's say that XW Computers has plants in the U.S., Germany and the Philippines. And from this comes a purchasing plan so that the components arrive. Their vendors are in many countries, and are especially located throughout

economic, adică consumul de factori de producție care « intra » și se consuma în procesul de producție pe întregul teritoriu SUA, Canada și al altor regiuni. În timp ce un trandafir este un trandafir, un calculator nu este un calculator, dacă luăm în considerare vânzările la nivel mondial. Există diferențe, cum ar fi: capacitatea de memorie, viteza și alte caracteristici. Aceste funcții pot fi similare în anumite țări. Dar în alte țări există situații în care se constată o mai mare cerere pentru unitățile de modem. La aceste lucruri, se mai poate adăuga și o componentă de bază PC-ului – tastatura. Există țări în care sunt utilizate diferite modele de tastatură. Explicația este următoarea: diferă limba / alfabetul, moneda și chiar numărul de taste. Deci, dacă firma noastră produce prea multe calculatoare care nu se vând bine în țara vizată, atunci costul de returnare al unitarilor și reconfigurarea ținând cont de cerințele altor țări pot fi o pierdere de timp ceea ce implică automat și pierdere de bani. Lucrurile trebuie să fie gândite încă de la început. Începând cu planul de vânzări, operațiunile grupului sau colectivului trebuie să fie aceleași. Înainte de toate este nevoie de un plan de fabricație. Să presupunem că VW Computers a produs în SUA, Germania și Filipine. Și de aici începe planul de cumpărare pentru achiziționarea componentelor necesare. Furnizorii acestor componente sunt din mai multe țări, din Asia. Rapoartele de inventar pentru materiile prime, procesul de muncă și produsele finite trebuie să fie corecte și în concordanță cu realitatea. Mai mult decât atât, planul de logistică trebuie să sprijine atât planul de fabricare, cât și planul de livrări. Logistica presupune transportul de la furnizor până la livrarea încărcăturii la client. Unitățile sunt trimise spre depozite din Europa și SUA. Unitățile care necesită upgrade-uri și o nouă configurație sunt trimise la fabrici de producție pentru reparații și ajustări suplimentare. Odată cu schimbările ce au loc pe piața electronică, planul de vânzare dezvoltat și redactat în trimestrul anterior se poate schimba. Aceste schimbări afectează atât, planul de fabricație, planul de cumpărare, cât și planul de logistică. Asta înseamnă că unitățile terminate și fabricate în Asia trebuie să fie reconfigurate în

Asia. Inventory reports must be accurate for raw materials, work in process and finished goods. Plus the logistics plan which must support both the build plan and the sales delivery plan. Logistics runs from vendor shipment to customer delivery. For cost reasons, the basic PC units are built at the plant in the Philippines. The units are sent onto the warehouses in Europe and the USA requiring special upgrades and configuration are sent to the plants for additional, specific work.

With the continuous changes evolving in the PC market, the sales plan, which is actually developed in the prior quarter, can change. The changes flow through to the build plan, purchasing plan and logistics plan. This means that finished units, built in Asia, must be reconfigured when there are changes. Additional components, including keyboards, must be ordered and delivered in time to the plants. Flexibility and responsiveness are a requirement of these plans. And Purchasing and Logistics have worked closely with their key vendors, carriers and logistics providers to develop the plan reflecting each group's abilities and needs. The plan is shared readily as a working document and is integrated into everyone's operating plans. Time for shipping, customs clearance and delivery is incorporated. To have this responsiveness, while managing costs, the logistics plan for the shipments from the Philippines to Europe and the U.S. is multi-modal. During the quarter, XW ships to Germany via sea freight. Sales build during the quarter. Given existing inventories for components and finished goods, which were part of the plan for the prior quarter, there is time to send the items via ocean.

Then as the sales and build plans change during the quarter, XW ships to Europe now via sea-air. This reduces the transit time with ocean, yet is not as expensive as air freight. Then as the quarter starts to close, demand breaks loose. Time is urgent. Now XW ships its units via airfreight. They did similar with the U.S. requirements, shifting between sea freight and air freight for the units.

To have this responsiveness, while managing costs, the logistics plan for the

cazul în care există modificări. Componentele suplimentare, inclusiv tastatura, trebuie să fie comandate și livrate la timp. Aceste planuri se caracterizează prin flexibilitate și responsabilitate. Și cei de la departamentele de cumpărare și logistica au lucrat îndeaproape cu furnizorii lor cheie, transportatorii și furnizorii de logistica pentru a dezvolta un plan capabil să reflecte abilitățile și nevoile fiecăruia. Planul este prompt împărtășit ca fiind un document de lucru și este integrat în planurile de muncă a tuturor angajaților. Este inclus chiar și timpul pentru transportul maritim, vamal și timpul de livrare. Având ca suport costurile de gestionare, planul de logistica pentru transporturile din Filipine spre Europa și SUA este multimodal. În timpul trimestrului, VW transporta marfa în Germania pe cale maritimă. Vânzările cresc în timpul trimestrului

Apoi, în timp ce vânzările și planurile de construcție se schimbă pe parcursul trimestrului, VW transporta marfa spre Europa, de această dată pe cale maritimă – aeriană. Pentru a îndeplini această cerință, în timpul gestionării costului, planul de logistica pentru transporturile din Filipine pentru Europa și SUA este multimodal. În timpul trimestrului, compania VW transporta marfa pe cale maritimă (prin intermediul transportului pe mare). De-a lungul trimestrului, vânzările cresc. Având în vedere stocurile existente pentru componente și produse finite, care constituiau o parte a planului existent în primul trimestru, este timp pentru a trimite elementele pe cale maritimă.

Apoi, pe măsura ce planurile de fabricare și de vânzare se schimbă de-a lungul trimestrului, VW transporta în Europa pe cale maritimă și ulterior aeriană. Acest lucru reduce timpul de tranzit, care încă nu este la fel de costisitor ca transportul aerian al mărfii. În timp ce trimestrul se încheie, cererile apar. Timpul este esențial. Acum VW își transportă marfa pe cale aeriană. Acest lucru s-a întâmplat și în cazul cerințelor americane, schimbând transportul maritim cu transportul aerian al mărfii.

Aspectul fundamental constă în transportul parțial de unități la fabrici pentru asamblarea finală. Transportând aceste modele

shipments from the Philippines to Europe and the U.S. is multi-modal. During the quarter, XW ships to Germany via sea freight. Sales build during the quarter. Given existing inventories for components and finished goods, which were part of the plan for the prior quarter, there is time to send the items via ocean.

Then as the sales and build plans change during the quarter, XW ships to Europe now via sea-air. This reduces the transit time with ocean, yet is not as This process takes its toll with freight costs, inventory levels, manufacturing, scheduling, vendor capabilities and more. No matter how responsive Operations is, there are inherent delays from the time Sales realizes that their sales plan must be changed through to the changes being made and flow through of those changes to Planning, Manufacturing, Purchasing and Logistics. So the Operations group sits down to see if it can improve the time it takes, reduce costs, including inventories while adding to its ability to be flexible and respond to changing country requirements during each quarter. They look at the cost and time required to accommodate the sales changes, and at the inventory at the end of each prior quarter, both component and finished. They also look at how much rework they had to do reconfigure units from one country version to another. This impacts ability to meet sales and costs. Then decide to take a blank sheet of paper and see what they can develop collectively as a team.

The key aspect is shipping partially made units to the plants for final assembly. Shipping the basic models this way creates cost and time savings and postponement manufacturing to reduce inventories and create value-added. If a country has clearly demonstrated a strong ability to accurately forecast its sales requirements, a certain portion, say 75%, of their finished product will be sent to them from the Philippines and will arrive per the work week sales they planned. It will not go to the plant in Germany or the U.S. This will save cost and time. But if a country is not very good at forecasting, it will get a lesser portion, say 25%, of its quarterly requirements direct from Asia. A country which is good at forecasting may get 50% of its requirements

elementare sau de baza in acest mod, creează reduceri de cost si de timp si crearea valorii adăugate. Daca o țară a demonstrat in mod clar o solidă capacitate de a prognoza cu exactitate cerințele in materie de vânzări, o anumita porțiune, sa zicem 75 % din produsul finit va fi trimis din Filipine si va ajunge pe săptămâna de lucru planificată. Acesta nu va merge la uzinele de fabricare din Germania sau SUA. Acesta necesita timp si bani. Dar daca o tara nu demonstrează o buna capacitate de prognozare, va primi o rata mai mica, sa zicem aproximativ 25 % din cerințele trimestriale din Asia. O tara care este buna la prognoza poate primi aproximativ 50 % din cerințele sale.

Logistica presupune economii, mai puțină reevalure, inventarii mai mici, mai putina agitație in cadrul companiei si in relația cu furnizorii săi. Logistica presupune vânzări. Acesta nu acoperă fiecare aspect ce tine de logistica mondiala, dar, speram ca a dat o mână de ajutor in ceea ce privește înțelegerea celor 5 elemente cheie ale logisticii. Si anume: circulația produsului, circulația informației, timpul/ serviciul este important, după cum este si costul si integrarea.

Logistica mondiala este dinamica, nu numai in ceea ce este făcut, ci si in modul in care este făcut. Textul si foile de calcul pot fi mutate intre diferitele departamente si companii prin e-mail. Chiar si registrele de marfa si de gestiune sunt computerizate. Toate acestea vor ajuta in mod cert logistica la nivel mondial.

#### **Bibliography:**

1. Carmen Bălan, *Logistica*, Ediția a II-a, Editura Uranus, București, 2004
2. Carmen Costea, *Comerțul de gros și cu amănuntul, Tendințe, corelații, strategii*, Editura Uranus, București, 2001
3. Dumitru Popescu, *Logistica, secretul succesului managerial*, București, Editura Luceafărul, 2000
4. A. Ristea, Th. Purcărea, C. Tudose, *Distribuția mărfurilor*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1996
5. <http://www.esupplychain.eu/ro/info/viewart/279>, [LEAN logistic services in Romania](#).

directly.

This means units will be finished at the higher lab or cost plants in Germany and the U.S. However, there will be freight savings by shipping the partially-completed units in the special, reusable pack. XW will be able to get 250% more units in an ocean container that it can with the finished units. This offsets the labor. In addition, there is less need for air freight. As part of the program, the plant in Germany will print keyboards. Rather than buy finished keyboards from the supplier's facility in Malaysia and then having problems if the various country requirements change, they will buy mostly blank units. This improves their responsiveness to sales changes. In addition, they are able to reduce inventory by 20%. In addition, the German plant will supply the country's weekly requirements within 48 hours of its request.

Logistics cost savings, less rework, lower inventories, less hassle within the company and with the suppliers. Better sales responsiveness and more sales. This did not cover every aspect with global logistics, but hopefully it gave some understanding, especially as to the five key issue of logistics. There is movement of product ,movement of information, time/service is important, as is cost, and there is integration.

Global logistics is dynamic, not only in what is done but the way it is done. No where can this be better illustrated is with the technology and the movement of information. Text and spreadsheets can be moved between different departments and companies via E-mail. Even freight booking and management is going hi-tech.

#### **Bibliography:**

1. Carmen Bălan, *Logistica*, Ediția a II-a, Editura Uranus, București, 2004
2. Carmen Costea, *Comerțul de gros și cu amănuntul, Tendințe, corelații, strategii*, Editura Uranus, București, 2001
3. Dumitru Popescu, *Logistica, secretul succesului managerial*, București, Editura Luceafărul, 2000
4. A. Ristea, Th. Purcărea, C. Tudose, *Distribuția mărfurilor*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1996
5. <http://www.esupplychain.eu/ro/info/viewart/279.L>, [EAN logistic services in Romania](#)