

Universitatea Tehnică a Moldovei

**STUDIU PRIVIND GESTIONAREA
OPERAȚIONALĂ A TRANSPORTULUI DE
MĂRFURI ÎN DESERVIREA CLIENȚILOR**

Masterand: Piotr MOISEI
grupa MET-201M

Conducător: lect. univ., dr.
Vadim NANTOI

Chișinău - 2021

Ministerul Educației și Cercetării al Republicii Moldova
Universitatea Tehnică a Moldovei
Facultatea Inginerie Mecanică, Industrială și Transporturi
Departamentul Transporturi
Programul "Managementul și Exploatarea Transporturilor"

"Admis la susținere"

Șef Departament: conf. univ., dr. Victor CEBAN

" _____ " _____ **2021**

Studiu privind gestionarea operațională a transportului de mărfuri în deservirea clienților

Teza de master

Conducător: _____ lect. univ., dr. Vadim NANTOI

Masterand: _____ Piotr MOISEI

Chișinău – 2021

REZUMAT

Prezenta teză de master abordează problematica îmbunătățirii sistemului logistic de distribuție a berii și băuturilor răcoritoare în condițiile întreprinderii mixte „EFES Vitanta Moldova Brewery” S.A.

Lucrarea este structurată pe trei compartimente de bază.

În prima parte se prezintă stadiul actual de dezvoltare a întreprinderii, inclusiv analiza S.W.O.T.

În compartimentul al doilea sunt analizate aspecte teoretice ale logisticii, inclusiv principiile logisticii de succes, probleme de bază ale logisticii de distribuție, interfața dintre logistică și marketing, relațiile dintre logistică și distribuție, funcțiile distribuției și tipologia distribuției en gros.

În compartimentul trei sunt elaborate propuneri de proiect privind implementarea marketingului parteneriatului în sistemul logistic de distribuție, planificarea, coordonarea și controlul activității canalului de distribuție, creșterea productivității terminalului firmei prin metoda Just in time, raționalizarea liniilor de distribuție a producției, optimizarea mărimii lotului și a periodicității distribuției producției, îmbunătățirea eficienței parcului auto prin aplicarea tehnologiilor de unitizare și sistemul de motivare și stimulare a personalului din distribuție.

A fost elaborat un complex de măsuri de securitate a muncii în transportul rutier de distribuție.

Prezenta lucrare conține:

- 3 capitole;
- 91 pagini;
- 20 figuri;
- 4 tabele;
- 15 surse bibliografice.

S U M M A R Y

This master thesis deals with the issue of distribution logistics system beer and soft drinks under the joint enterprise "Efes Brewery Vitanta Moldova" S.A.

The paper is divided into three basic sections.

The first part presents the current state of enterprise development, including SWOT analysis

The second section analyzes the theoretical aspects of logistics, including successful logistics principles, basic problems of logistics distribution and logistics interface between marketing, logistics and distribution relations, functions and types of distribution wholesale distribution.

In section three are developed project proposals on the implementation of partnership marketing logistics distribution system planning, coordination and control of distribution channel activity, the company terminal productivity growth method Just in time, streamlining distribution lines of production, batch size optimization and periodicity distribuției production, improve fleet efficiency by applying technologies and system unitizare motivation and staff incentive distribution.

It was developed a complex of measures of labor safety in road transport distribution.

This paper contains:

- 3 chapters;
- 91 pages;
- 20 figures;
- 4 tables;
- 15 bibliographic sources.

CUPRINS

| | |
|---|-----------|
| 1. Bazele gesticării eficiente a transportului de mărfuri..... | 9. |
| 1.5. Principiile logisticii de succes..... | 9. |
| 1.6. Probleme de bază ale logisticii de distribuție..... | 12 |
| 1.7. Interfața dintre logistică și marketing..... | 15 |
| 1.8. Relațiile dintre logistică și distribuție..... | 18 |
| 1.5. Funcțiile distribuției..... | 22 |
| | |
| 2. Tehnologii moderne de deservire clienților..... | 30 |
| 2.5. Constituirea parteneriatului în cadrul canalului logistic de distribuție..... | 30 |
| 2.6. Implementarea marketingului parteneriatului în sistemul logistic de distribuție. | 36 |
| 2.7. Planificarea, coordonarea și controlul activității canalului de distribuție..... | 38 |
| 2.8. Creșterea productivității terminalului EVMB prin metoda Just in time | 40 |
| 2.9. Raționalizarea liniilor de distribuție a producției..... | 44 |
| 2.10.Optimizarea mărimii lotului și a periodicității distribuției producției..... | 47 |
| 2.11.Îmbunătățirea eficienței parcului auto prin aplicarea tehnologiilor de unitizare.. | 50 |
| 2.12.Sistemul de motivare și stimulare a personalului din distribuție..... | 56 |
| 2.13.Norme de securitate a muncii în transportul rutier de distribuție..... | 58 |
| 2.13.1. Încadrarea, instruirea și dotarea personalului..... | 59 |
| 2.13.2. Condiții tehnice pe care trebuie să le îndeplinească autovehiculele..... | 60 |
| 2.13.3. Măsuri generale de securitate a muncii privind mărfurile transportate..... | 64 |
| 2.13.4. Masuri de securitate a muncii la mijloacele auto..... | 65 |
| | |
| 3. Proiectarea lanțului de distribuție..... | 70 |
| 3.5. Caracteristica întreprinderii mixte „EFES Vitanta Moldova Brewery” S.A..... | 70 |
| 3.2 Scurtă caracteristică a pieței de bere..... | 75 |
| 3.3. Sistemul logistic de distribuție a producției..... | 77 |
| 3.4. Proiect transport de bere pe rute ”Chișinău - Bălți” | 79 |
| 3.4.1. Elaborarea rutei rațională..... | 79 |
| 3.5 Calculul economic a rutei de transport de bere..... | 81 |

INTRODUCERE

Scopul activității firmelor producătoare, care sunt pilonii dezvoltării economice, este atins odată cu ajungerea bunurilor și serviciilor la consumator. Pentru a ajunge la destinația finală, mărfurile trebuie să parcurgă sfera distribuției, obiectivul căreia este acela de a transfera produsele finite din stadiul producției în sfera comercială și de consum.

Acest lucru este posibil odată cu localizarea punctelor de vânzare, după ce sunt stabilite modalitățile de aprovizionare cu mărfuri a acestor puncte, după stabilirea sistemelor de transfer, manipulare, transport și asigurare a produselor, precum și stabilirea modalităților de etalare, prezentare și vânzare.

Sarcinile funcționale care implică planificarea, implementarea și controlul fluxului fizic de materiale, de produse finite, precum și de informații înrudite, din punctele de origine până în punctele de consum, pentru a satisface necesitățile clienților în condițiile obținerii unui profit reprezintă logistica. Logistică implică managementul întregului lanț al ofertei, acesta constând în gestionarea fluxurilor din amonte și aval, care adaugă valoare, de materiale, produse finale și informații înrudite, între furnizori, firmă, revânzători și consumatori finali.

Coordonarea activităților furnizorilor, agenților de aprovizionare, operatorilor de piață, membrilor canalului, precum și pe cele ale clienților, revine în sarcina managerului responsabil cu logistica, aceste activități incluzând prognoza, sisteme de informații, aprovizionarea, planificarea producției, prelucrarea comenzilor, stocurile, depozitarea și planificarea transporturilor.

Prin utilizarea unei logistici îmbunătățite, firmele pot obține avantaje concurențiale, prin oferirea unor servicii de calitate superioară sau a unor prețuri mai scăzute, această logistică îmbunătățită poate să aducă economii de costuri atât pentru firmă, cât și pentru clienți.

Fluxul de bunuri, informații și finanțe în cadrul lanțului ofertei, poate fi gestionat într-un mod rapid și eficient de către firme datorită progreselor înregistrate în tehnologia informației, cu ajutorul unor software-uri complexe de management, a unor sisteme logistice bazate pe web, scanare la punctul de vânzare, introducerea unor coduri uniforme pentru produse etc.

Termenul de distribuție trebuie privit atât ca distribuție comercială, care reflectă circuitul economic al produselor de la producător la consumator, cât și ca distribuție fizică, logistica mărfurilor.

După ce a stabilit piața de desfacere pentru produsele sale, firma încearcă să descopere strategia de distribuție care i se potrivește cel mai bine în vederea comercializării produselor.

Strategia poate ține cont de trei elemente foarte importante: categoria intermediarilor, numărul intermediarilor, drepturile și obligațiile fiecărui participant la sistemul de distribuție.

Strategia de distribuție este o componentă importantă în marketingul firmei, decizia privind tipul de distribuție adoptat aparținând întreprinderii producătoare indiferent de numărul agenților economici implicați în procesul de distribuție al produsului.

În strategia de distribuție trebuie avută în vedere o serie de probleme legate de aceasta, începând cu tipurile de canale folosite, dimensiunea acestora, mișcarea mărfurilor atât economică, cât și fizică, alegerea partenerilor și stabilirea raporturilor dintre ei, toate acestea fiind proiectate pe fundalul strategiei globale a firmei și fiind corelate cu celelalte componente ale mixului de marketing.

Transportul produselor reprezintă cea mai importantă activitate a distribuției fizice, acesta având posibilitatea să se facă prin cinci mijloace: feroviar, aerian, rutier, naval, prin rețele de conducte. Transportul rutier, și-a mărit considerabil cota de piață în sectorul transporturilor deținând în prezent peste 50% din totalul mărfurilor expediate, exprimate în tone·km.

De regulă, transportul rutier oferă servicii mai rapide decât căile ferate datorită flexibilității în ceea ce privește ruta și intervalul de timp în care se deplasează. Unii expeditori utilizează din ce în ce mai mult transportul combinat, combinând două sau mai multe modalități de transport.

Alegerea tipului de transport se face în funcție de anumite criterii cum ar fi: viteza, frecvența, siguranța, capacitatea, disponibilitatea și nu în ultimul rând costul. Toate acestea trebuie analizate într-un context specific, neputând fi date dinainte soluții șablon.

Creșterea progresivă a importanței distribuției fizice și logisticii a fost generată de diverse tendințe manifestate la nivel operațional și conceptual, însă, conducerea eficientă și eficace a sistemului logistic presupune analiza interferențelor dintre logistică și mixul de marketing.

Prezenta teză de master vine cu unele contribuții vizând îmbunătățirea sistemului logistic de distribuție a producției finite a întreprinderii mixte „EFES Vitanta Moldova Brewery” S.A.

BIBLIOGRAFIE:

- [1] Raicu Ș., ș.a. Sisteme de transport, București, Politehnica, 2011, 116 p.
- [2] Vasiliu C.,ș.a. Logistica și distribuția mărfurilor, Universitatea Transilvania, 2008, 189 p.
- [3] Distribuția și logistica mărfurilor, Note de curs, Universitatea Bacău, 2005, 442 p.
- [4] Herman M., Sisteme și mijloace de transport, Timișoara, Mirton, 2007, 312 p.
- [5] Antreprenoriat și Supply Chain Management, vol.1., Infomarket, Brasov, 2010, 233 p.
- [6] Alcaz T., Managementul transporturilor auto internaționale de mărfuri”. Chișinău, UTM, 2002, 256 p.
- [7] Bălan C., Logistica mărfurilor, București, Editura ASE, 2000, 211 p.
- [8] Caraiani Gh., Transporturi și expediții internaționale, București, 1994, 287 p.
- [9] Gherasim T, Calitatea transporturilor, Iași, Editura Univ. A.I. Cuza, 1997, 245 p.
- [10] Nedelea Ș., Logistica organizației, București, Editura ASE, 2009, 92 p.
- [11] Руснак Ю., Таран С., Международная экспедиция и интермодальные перевозки, Кишинев, Эврика, 2006, 287 стр.
- [12] Ярошевич В., Шкурин М., Транспорт. Общий курс. Гомель, БГУТ,2008, 389 стр.
- [13] Фролов Н., Экономика предприятий автомобильного транспорта, Москва, Март, 2008, 480 стр.
- [14] Григорьян Т., Карамышева И., Планирование на автотранспортном предприятии. Тюмень, ТюмГНГУ, 2008, 138 стр.
- [15] Голунова Л., Воскресенская., Математические модели в транспортных расчетах. Новокузнецк, СибГИУ, 2009, 201 стр.