

ლოგისტიკა ეკონომიკური საქმიანობის მართვის მეთოდი

ალექსანდრე შენგელია
სტუ მაგისტრანტი

ზურაბ შენგელია
ემდ, სტუ სრული პროფესორი

გასული საუკუნის 90-იანი წლებში, საქართველოში და პოსტსაბ-ჭოურ ქვეყნებში, საბაზრო ურთიერთობების ფორმირების პერიოდში განვითარდა და სწრაფი გაფართოვება დაიწყო ახალმა სამეცნიერო-პრაქტიკულმა მიმართულებამ – ლოგისტიკამ. ახალ მიმართულებაში, კერძოდ კი სატვირთო გადაზიდვების მიმართ გაზრდილი მოთხოვნი-ლების ნაწილში, ორგანულად იყო შერწყმული ეკონომიკის და მთლი-ანად ბიზნესის ახალი პირობები. თავდაპირველად კომპანიები ცდი-ლობდნენ მინიმუმამდე დაეყვანათ პროდუქციის თვითღირებულება. ამჟამად კი ლოგისტიკა სულ სხვა მხრიდან იპყრობს ბიზნეს-ურთი-ერთობების ყურადღებას. მიწოდება ახლა საგრძნობლად აღემატება მოთხოვნას, რა პროდუქციაზეც არ უნდა იყოს საუბარი. ასეთ პირო-ბებში კი სასაწყობო და სატრანსპორტო ხარჯების შემცირება მნიშ-ვნელოვანი პირობაა იმისათვის, რომ მენარმემ შეინარჩუნოს ღირსე-ული მოთამაშის ადგილი ბაზარზე.

ლოგისტიკაში შეთავსებულია სრულიად ახალი, უცნობი და ჩვენს ქვეყანაში ადრე გამოუყენებელი, საწარმოების, პირველ რიგში კი – სატრანსპორტო, სხვადასხვა გაერთიანებებისა და ფირმების, რომლე-ბიც ასე თუ ისე დაკავშირებულნი არიან ბაზარზე საქონლის გავრცე-ლებასთან, ორგანიზაციის და მართვის პრინციპები. ყველაფერს ამას მოიცავს ლოგისტიკა. ფაქტიურად, შეიცვალა საწარმოს მართვა მისი ფორმირების სტადიიდან საბოლოო მიზნამდე – საქონლისა და მომსა-ხურების მომხმარებლისთვის მიწოდებამდე. ახალმა ცნებამ შესაძლე-ბელი გახდა ყველა ბიზნეს-პროცესის ოპტიმიზაცია.

ეკონომიკური საქმიანობის მართვის ახალი მეთოდები – სხვადას-ხვა ფაზებისა და სტადიების გამოყენებიდან ბიზნესის მთელი ასპექ-ტების დანერგვამდე – ყველაფერი ეს ახლა გაერთიანებულია საერთო ტერმინში „ლოგისტიკა“. მაგრამ არის თუ არა ეს ტერმინი ასე ერ-

თმნიშვნელოვანი? კონკრეტულად რას გულისხმობს ის?

ტერმინი ინგლისური წარმოშობისაა, მაგრამ თვითონ სიტყვა „ლოგისტიკა“ ჯერ კიდევ ძველ საბერძნეთში გამოიყენებოდა და ნიშნავდა „მსჯელობის და გამოთვლის ხელოვნებას“. რომის იმპერიამ თავისებურად განსაზღვრა ეს მეცნიერება – როგორც სურსათის ოპტიმალური განაწილება. ბიზანტიის იმპერატორმა ლეონე VI, რომელიც 866-912 წლებში მართავდა იმპერიას, ლოგისტიკის მთავარ სიკეთედ არმიის ზუსტი გადაადგილება დაასახელა...

ამიტომაც, მოდით აღარ ჩავუღრმავდეთ სხვა ისტორიებს იმის შესახებ, თუ რას წარმოადგენს სინამდვილეში ლოგისტიკა. ასე შეიძლება ფორმულირება გავუკეთოთ არაზუსტ და თანამედროვეობისთვის ძალზე არააქტუალურ ცნებას. ჩვენ არ დავგისახავს მიზნად გვესაუბრა ლოგისტიკის ისტორიის შესახებ და გადანყვებილი გვქონდა, ზუსტად განგვესაზღვრა, თუ რას წარმოადგენს ლოგისტიკა თანამედროვე რეალობაში. ამ ახალ სამეცნიერო – ტექნიკურ მიმართულებას ჩვენ განვიხილავთ სხვადასხვა კომპანიების მაგალითზე, რომლებსაც შეეძლებელია ადგილი ჰქონოდათ როგორც დასავლეთში, ასევე აღმოსავლეთ ევროპასა და პოსტსაბჭოურ ქვეყნებში.

რა არის ლოგისტიკა? თანამედროვე გაგებით, აღნიშნული ცნება ბიზნეს–სფეროთა ერთდროულად რამდენიმე მიმართულებას მოიცავს და შემდეგნაირად არის დაყოფილი:

- მართვის სტრატეგია, როგორც შესყიდვების ეფექტური მენეჯმენტი;

- მომარაგება, როგორც ცალკეული დარგი თითოეულ ცალკეულ საწარმოში;

- ტექნიკის, დეტალების, მასალების, მზა ინვენტარის გადაზიდვა და შენახვა.

ლოგისტიკის ერთ–ერთ პირველრიგოვან ამოცანას წარმოადგენს ხარჯების მინიმუმამდე დაყვანა და მაქსიმალური მოგების მიღება სხვადასხვა კომპანიების საქმიანობის გრძელვადიანი დაგეგმვისას. რა თქმა უნდა, აქ მხედველობაში გვაქვს ზარალის შემცირებაც, რომელიც სავარაუდოდ გამოწვეული იყო წარსულში განხორციელებული არაოპტიმალური კაპიტალდაბანდებათ.

ამგვარად, ეს ყველაფერი ლოგისტიკას უკავშირდება და შემდგომში ჩვენ აქ განვიხილავთ ბიზნესის უფრო ვიწრო სპეციალიზებულ ტერმინებს, რომლებიც დაკავშირებულია ბიზნესის აღნიშნულ სამეც-

ნიერო-პრაქტიკულ მიმართულებასთან. გარდა ამისა, ეს მისცემს საწარმოებს საშუალებას გაერკვნენ ისეთ ადგილებში, სადაც აღნიშნული სისტემის გამოყენება მხოლოდ ახლა იწყება.

რა არის სატრანსპორტო ლოგისტიკა? ბიზნესისთვის ეს არის ძალზე მნიშვნელოვანი დარგი, რომელიც უკავშირდება სხვადასხვა ტვირთების ტრანსპორტირების და შენახვის ხარჯების ოპტიმიზაციას. ყველა სატრანსპორტო სისტემა სრულყოფილებამდე უნდა იქნას მიყვანილი და ოპტიმიზებული იქნას ყველა მნიშვნელოვანი ფაქტორის გათვალისწინებით. აქ შედის მიწოდების საუკეთესო მარშრუტების არჩევა და რა თქმა უნდა, ყველაზე შესაფერისი ტრანსპორტის შერჩევა, ტვირთების მიწოდების სხვადასხვა რეისებისა და მარშრუტების გაანგარიშება და დანერგვა. ეს ყველაფერი უმეტესწილად სატრანსპორტო ლოგისტიკას განეკუთვნება. ტრანსპორტის კონტროლი GPS (Global Positioning System)-ის საშუალებით – ეს არის ერთ-ერთი ფუნქცია, რომელიც იძლევა საშუალებას, გაირკვეს, რამდენად პროფესიონალურად სარგებლობს მძღოლი ამა თუ იმ მანქანით და ხომ არ იყენებს სამსახურებრივ ტრანსპორტს პირად მიზნებში. ამ დარგს ასევე შეიძლება მივაკუთვნოთ ტექნოლოგიური სატრანსპორტო-სასაწყობო ოპერაციების შექმნა. სატრანსპორტო ლოგისტიკა დაკავშირებულია ყველა წარმოდგენილი დარგით და აერთიანებს მათ კარგად დარეგულირებულ სისტემაში. იმაზე, თუ რამდენად ეფექტურად იმუშავებს აღნიშნული სისტემა, დამოკიდებულია საწარმოს თითოეული კონკრეტული თანამშრომლის საქმიანობა და არასწორი იქნებოდა გვეფიქრა, რომ სატრანსპორტო ოპერაციების ოპტიმიზაციაში ერთი რომელიმე დარგი უფრო მნიშვნელოვანია, ვიდრე სხვა.

რა არის მარაგების ლოგისტიკა? მარაგების დანვრილებითი აღრიცხვის წარმოება კომპანიებში ეფექტურობის სხვადასხვა დონით ხორციელდება. ზოგჯერ, ზოგიერთ საწარმოში მარაგების შესახებ ინფორმაცია მიიღება მხოლოდ დარაჯის სიტყვებიდან. ბევრ, თანამედროვე საწარმოში კი დანერგილია პროდუქციის აღრიცხვის კომპიუტერიზებული სისტემები. შეიძლება ითქვას, რომ მარაგების ლოგისტიკა არის მარაგების მდგომარეობის კონტროლის სისტემების თანამედროვე კლასიფიკაცია. შეკვეთის პერიოდულობა, მაქსიმალური მარაგი, შეკვეთის მოცულობა (ერთჯერადი და გრძელვადიანი შეთანხმების საფუძველზე), ყველა ეს საკითხი მარაგების თანამედროვე ლოგისტიკაში ალბათ უფრო დამუშავების სტადიაზე იმყოფება. თანამედროვე

პროგრამულ უზრუნველყოფას ჯერ არ შეუძლია მოიცვას ყველაფერი, რაც გათვალისწინებული უნდა იყოს დასაწყობებისას. მაგრამ ცალკეულ სანარმოებში, რომელთა წარმატებული საქმიანობა არავითარ ეჭვს აღარ იწვევს, თამამად შეიძლება ითქვას, რომ მარაგების ლოგისტიკა უკვე საათივით მუშაობს იქ, სადაც ამ საკითხისადმი საფუძვლიანი და სერიოზული მიდგომა არსებობს და იქაც, სადაც მრავალი ამოცანის გადაწყვეტა ხორციელდება საკუთარი მაღალკვალიფიციური პროგრამისტების მიერ.

რა არის მომარაგების ლოგისტიკა? საქონლის მოძრაობის დღესდღეობით არსებული ჯაჭვი დაიყვანება ერთ სქემამდე: მწარმოებელი – სატრანსპორტო კომპანია – დილერი – მყიდველი. ის ზოგჯერ მოიცავს სარეკლამო კამპანიაზე განეულ ხარჯებსაც. შეიძლება ითქვას, რომ ეს არის მსოფლიოში საზოგადოდ მიღებული მომარაგების ლოგისტიკის სქემა. თუკი ამ საკითხს უფრო დეტალურად მივუდგებით, მაშინ რეალიზაციის კონკრეტულ წერტილებში საქონლის მიწოდების ყველა ხარჯი ასევე დაიყვანება საქონლის მოძრაობის საზოგადოდ მიღებულ სქემამდე: პროდუქტის მწარმოებლიდან – მყიდველამდე. ყველაფერი ეს მნიშვნელოვნად აღემატება საქონლის საწყის ღირებულებას, რაც რასაკვირველია, არ არის სასურველი და არც ოპტიმალური. გავრცელებას ასევე პოულობს მრავალსაფეხურიანი მარკეტინგის სქემა MLM (Multi-Level-Marketing), როდესაც მომარაგების ლოგისტიკა პრაქტიკულად დაიყვანება საქონლის მოძრაობამდე პირდაპირ მწარმოებლიდან მომხმარებელამდე, მაგრამ ასეთი სქემები ჯერ ფართოდ არ არის გავრცელებული. ამიტომ, მხოლოდ სტანდარტული ფუნქციებით შემოვიფარგლებით, რომლებიც განეკუთვნებიან მატერიალური ფასეულობების მართვას და მოძრაობას წარმოების სხვადასხვა ფაზების სფეროში. ნედლეულის ოპტიმალური შენახვა და მომარაგება ყველაზე მეტად შეესაბამება მომარაგების თანამედროვე ლოგისტიკის განსაზღვრებას. მაგრამ სად და როგორ აღმოვაჩინოთ ეს ოპტიმალურობა, ეს უკვე უნდა გადაწყვიტოს ხელმძღვანელმა ყოველ ცალკეულ სანარმოში, წინააღმდეგ შემთხვევაში მივიღებთ კიდევ ერთ რეკომენდაციას, რომელიც ვერ მიგვიყვანს კონკრეტულ შედეგამდე.

რა არის საინფორმაციო ლოგისტიკა? ეს არ არის მარტივი განსაზღვრება და მოითხოვს რამდენიმე ქვეთავად დაყოფას:

– მატერიალური ნაკადის თანმხლები ინფორმაციის სტრუქტურულიზაცია ორგანიზებულ სისტემად. იმ მონაცემთა შეკრება და გამთლი-

ანება, რომლებიც მთლიანობაში მატერიალურ ნაკადს ეხება;

- დანიშნულების მოთხოვნილ პუნქტში მატერიალური ნაკადის შესახებ მონაცემთა დროული და სრული მოცულობით მიწოდება;

- მონაცემთა ორგანიზებული (სტრუქტურირებული) სისტემის ანალიზი. ოპტიმალური საინფორმაციო ველის შექმნა მატერიალური ნაკადის შესახებ მონაცემების ანალიზის მიზნით. ეს ძალიან მნიშვნელოვანი პუნქტია, რომლის გარეშეც შეუძლებელია საინფორმაციო ლოგისტიკის არსებობა, ასე რომ საწარმოებმა მას განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიაქციონ;

- გადანაცვეტილებების მიღება საბოლოო ანალიზის საფუძველზე. დასკვნითი ანალიზი მოიცავს არა მარტო გაანგარიშებებს და ექსპერტების რეკომენდაციებს, არამედ შეძლებისდაგვარად, ყველა მიღებული მონაცემის ანალიზის ვიზუალიზაციას;

- შესაფერისი შემსრულებლების მოძიება და თანამშრომლებისთვის საინფორმაციო ლოგისტიკის გადანაცვეტილებების მიღების დავლება. კონტროლი ოპერაციის აღნიშნული ფაზის შესრულებაზე. მნიშვნელოვანია, რომ შემსრულებლებმა გაიაზრონ ყველა მისაღები გადანაცვეტილება და მაშინ საწარმოს საინფორმაციო სტრატეგია წარმატებული იქნება.

რა არის კომერციული ლოგისტიკა? უპირველეს ყოვლისა, ტერმინი „კომერცია“ ვერ იარსებებდა ყიდვა–გაყიდვის პროცესის გარეშე. ბაზრის წარმომადგენლების ურთიერთქმედება განაწილების, სასაქონლო–მატერიალური ფასეულობების სფეროში, ყიდვა/გაყიდვის პროცესები, დაზღვევა, დაკრედიტება – ეს ყველაფერი განეკუთვნება კომერციულ ლოგისტიკას. განსახილველი სფერო ზოგადად საკმაოდ ვრცელია, ამიტომ საწარმოს სტრუქტურაში მისი ყოველი შემადგენელი შეიძლება მოიცავდეს არა ერთ, არამედ რამდენიმე ქვედანაყოფს, რომელთაგან თითოეული პასუხს აგებს საკუთარ მიზნებზე და ასრულებს სრულიად განსხვავებულ ფუნქციას.

კომერციული ლოგისტიკის სრული მოცულობით განსაზღვრა – ეს არის პროცესების ისეთი გაერთიანება, რომლის დროსაც მოგება მიმოქცევის სფეროში ოპტიმალურად მოიპოვება. სხვა სიტყვებით, რომ ვთქვათ, საწარმოში უნდა იყოს მთლიანობაში ორგანიზებული ნედლეულის და კომპანიის რესურსების ოპტიმალური გამოყენება. კომპანიის ყველა ქვედანაყოფი კოორდინირებული უნდა იყოს მაქსიმალურად ეფექტური შედეგის მიღებაზე. კომერციული ლოგისტიკა ასევე მოიც-

ავს ორგანიზაციის საქმიანობის საბაზრო მიმართულებით გაერთიანებულ მონაწილეთა მჭიდრო ურთიერთკავშირს.

რა არის მარკეტინგული ლოგისტიკა? მარკეტინგის ამოცანა მდგომარეობს იმაში, რომ დადგენილი იქნას მომხმარებლისთვის საჭირო პროდუქტის თვისებები, გაყიდვების ოპტიმალური ადგილები და ა.შ. საჭიროა ძალიან კარგად გვექონდეს წარმოდგენილი, რა სურს კლიენტს. ეს განსაკუთრებით ეხება ეკონომიკურად განვითარებულ ქვეყნებს. მარკეტინგული ლოგისტიკა ემყარება კომპანიის ცოდნას, თუ რა სურს კლიენტს და მდგომარეობს მხოლოდ იმაში, რომ მიაწოდოს კლიენტს მისთვის საჭირო საქონელი და მომსახურება იქ, სადაც მასზე მაქსიმალური მოთხოვნა არსებობს. საკუთრივ, სწორედ ამაში მდგომარეობს აღნიშნული მიმართულების ძირითადი ამოცანა.

რა არის საწარმოო ლოგისტიკა? ბევრ საწარმოში, მაღალი კონკურენციის პირობებში კომპანიები ცდილობენ შეამცირონ წარმოებაზე გაწეული დანახარჯები. ხარისხიანი კომპლექსური და დროული წარმოება არის საწარმოო ლოგისტიკის ძირითადი მიზანი. ამ მიზნის მიღწევა დამოკიდებულია თუ როგორ ხდება ძირითადი სტანდარტული მეთოდების გამოყენება – საწარმოო ციკლის შემცირება და წარმოებაზე გაწეული დანახარჯების მაქსიმალურად შემცირება.

უნდა აღვნიშნოთ, რომ საწარმოო ლოგისტიკა ეს არის სამეურნეო ხელშეკრულების ზედმინევენით შესრულება, რის შედეგადაც ჩნდება ხარისხიანი კომპლექსური და დროული წარმოების შესაძლებლობა. საწარმოების განვითარების თანამედროვე სტრატეგიად ასევე შეიძლება ჩაითვალოს მონოპოლიზაციის რეგულარული განახლება და მომსახურე პერსონალის კვალიფიკაციის ამაღლება.

რა არის გამანაწილებელი, სადისტრიბუციო ლოგისტიკა? ეს სფერო მოიცავს მრავალ ამოცანას და ყოველ მომდევნოს უფრო მეტი ღირებულება გააჩნია, ვიდრე წინამორბედს. ამ საკითხებში საფუძვლიანად გარკვევის შემდეგ, ხელმძღვანელს შეუძლია მნიშვნელოვნად გააუმჯობესოს საკუთარი საწარმო და უფრო ეფექტური გახადოს იგი ბაზარზე. გამანაწილებელი ლოგისტიკა – ეს არის მთელი ლოგისტიკური სისტემის ოპტიმიზაციის ფუნქცია, რომელიც ამავე დროს მიმართულია მომსახურებისა და საქონლის მყიდველზე გასავრცელებლად. ამასთან, მომხმარებელი კმაყოფილი უნდა დარჩეს არა მარტო რეკლამით, არამედ საქონლითაც. იშვიათად ვახსენებთ საქონლის და მომსახურების ხარისხს, მაგრამ სწორედ აქ უნდა მივაქციოთ მას გან-

საკუთრებული ყურადღება. რატომ წარმოადგენს გამანაწილებელი ლოგისტიკა მთელი ლოგისტიკური სისტემის ოპტიმიზაციის ჯაჭვს? კლიენტზე, საქონლისა და მომსახურების გავრცელების რაციონალიზაცია არის მთელი ლოგისტიკური სისტემის ძირითადი ნაწილი. მატერიალური და საინფორმაციო ნაკადების მარკეტინგულ ფუნქციებთან ჰარმონიული კოორდინაცია გამანაწილებელი სისტემის უმნიშვნელოვანესი ნაწილია.

რა არის გასაღების ლოგისტიკა? საქმიანობის აღნიშნული სფეროს განხილვისას ძალიან მნიშვნელოვანია ბაზარზე პარტნიორებს შორის ამოცანების მკაფიო განაწილება. ისეთი საკითხები, როგორიცაა დასაწყობება, სატვირთო გადაზიდვები და ტვირთების შეფუთვის საკითხები, შესაძლებელია გადაწყდეს მომხმარებლის გასაღების ლოგისტიკის მიერ. აქ იგულისხმება, რომ ამ ამოცანების გადაწყვეტა შესაძლებელია მომხმარებლის პერსონალის მიერ და მისივე ტექნიკური საშუალებებით და რა თქმა უნდა, მისი საკუთარი ხარჯით. მეორეს მხრივ, იგივე ამოცანები შესაძლებელია გადაწყდეს მომწოდებელი კომპანიის გასაღებელი ლოგისტიკის მეშვეობით. შეკვეთის მიღების ეტაპზე კლიენტსა და დამკვეთს შორის აღარ უნდა დარჩეს არავითარი სადავო საკითხი იმის თაობაზე, თუ რა ფუნქციები უნდა შესრულდეს.

საქმის არსი იმაში მდგომარეობს, რომ ლოგისტიკის სისტემა ძალიან ვრცელია, და ხანდახან ამა თუ იმ ქვედანაყოფის ფუნქცია გადაიკვეთება. ბიზნესის კორექტულად წარმართვის შემთხვევაში პრობლემების წარმოშობა მინიმუმამდეა დაყვანილი.

პრობლემების თავიდან აცილების მიზნით გასაღების და მომარაგების ლოგისტიკის საკითხი მაინც უფრო დაწვრილებით უნდა იქნას განხილული. ერთის მხრივ, კლიენტს შეუძლია სრულად შეიგრძნოს ფინანსური დანახარჯების მთელი სიმძიმე და მიწოდების შესახებ ხელშეკრულებაში კონკრეტული წინადადებების არარსებობისას შესაძლოა წარმოიშვას დამკვეთის და მიმწოდებლის ინტერესთა რეალური კონფლიქტი. კერძოდ, შეიძლება დამკვეთმა მოითხოვოს მომწოდებლისგან კომპანიის გასაღების ლოგისტიკის მომსახურება, ხოლო მეორეს მხრივ კი ისევ და ისევ ზემოხსენებული წინადადებების ხელშეკრულებაში არარსებობა არაფრით არ ავალდებულებს მომწოდებელს შესთავაზოს მას რაიმე დამატებითი მომსახურება დასაწყობების, ტვირთების შეფუთვის, მარკირების კუთხით და ა.შ.

ნებისმიერ შემთხვევაში, ასეთი საკითხები ასე თუ ისე წყდება და

კონფლიქტის თითოეული მონაწილე შემდგომში უფრო გულმოდგინედ ეკიდება მიწოდების შესახებ ხელშეკრულებების შედგენას. ეს გამო-რიცხავს შემდგომ პრობლემებს როგორც ერთი, ისე მეორე მხრიდან.

რა არის დასაწყობების (სასაწყობო მეურნეობის) ლოგისტიკა? საქონლის გაერთიანება და შენახვა მსგავსი ჯგუფების მიხედვით – სრული ინფორმაციით შენობაში არსებული თითოეული პროდუქტის შესახებ და საჭიროების შემთხვევაში პროდუქციის შედგენიანი ძეგნა – ყველაფერს ამას მთლიანობაში შეიძლება დაერქვას დასაწყობების ლოგისტიკა. ეფექტური მიდგომა სასაწყობო სათავსების მართვისად-მი მრავალი საწარმოს ამოცანაა. მის მისაღწევად იყენებენ სხვადასხვა ტექნიკურ საშუალებებს. ინგლისურენოვან ქვეყნებში გამოიყენება ტერმინი WHS (Warehouse management Systems), ხოლო გერმანულენოვან ქვეყნებში კი LVS (Lagerverwaltungs System), რაც გულისხმობს საწყობის მართვის სისტემას. ის აგრეთვე გულისხმობს სასაწყობო მა-რაგების მართვას და ოპტიმიზაციას – ეს ყველაფერი სასაწყობო ლო-გისტიკას განეკუთვნება. საწყობებში ტვირთების შენახვის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ეტაპს, მათი შემდგომი უფრო ეფექტური მართვისა და გადაადგილების მიზნით, წარმოადგენს მათი მარკირება, შეფუთვა და კონსოლიდაცია. აგრეთვე, მნიშვნელოვანია მზა პროდუქციის სახარ-ჯავი და სადაზღვევო მარაგების მართვა. ამიტომ, აღნიშნული ფუნ-ქციები შეიძლება ასევე მივაკუთვნოთ მარაგების ლოგისტიკას. შე-დეგად, ჩვენ ვიღებთ საწყობის მართვის პრინციპებთან და წესებთან დაკავშირებულ საქმიანობის უზარმაზარ სფეროს, რომელთა ხორ-ცშესხმა რა თქმა უნდა, დადებითად აისახება საწარმოს საქმიანობაზე მთლიანობაში.

რა არის შესყიდვების ლოგისტიკა? შესყიდვების და გაყიდვე-ბის სამსახურს გარკვეული მიზანი და ამოცანები გააჩნია, რომელთა გადანყვეტაც იდეალში სწრაფი და მკაფიო უნდა იყოს. ისეთი ამოც-ანების გადანყვეტა, როგორიცაა შესყიდვები და გაყიდვები, უშუალოდ კავშირში არიან შესყიდვების ლოგისტიკის სფეროსთან და თა-ნამედროვე საწარმოებში ეფექტურად იმიტომ ხორციელდება, რომ თითოეული სახეობის საქონელი სწორად არის კონსოლიდირებული, სათანადო ადგილზე განლაგებული, შესაბამისად მარკირებული და რა თქმა უნდა, საიმედოდ შეფუთული. შესყიდვების ლოგისტიკა ყველა ამ ფუნქციას აერთიანებს, ლოგისტიკის სამსახური კი აფორმებს საქო-ნელს მის დაუყოვნებლივ ჩასატვირთად ან საჭიროების შემთხვევაში

გადასაადგილებლად.

რა არის ნარჩენების რეალიზაციის ლოგისტიკა? პროდუქციის წარმოქმნიდან მის საბოლოო მომხმარებელამდე მიწოდების პერიოდში ადგილი აქვს სხვადასხვა ეტაპზე, სხვადასხვა სამრეწველო და საყოფაცხოვრებო ნარჩენების წარმოქმნას. როდესაც წარმოების პროცესში მასალები სრულად გამოიყენება, მაშინ წარმოების პროცესი სრულდება. მაგრამ შესაძლებელია მასალები სრულად არ გარდაიქმნეს მზა პროდუქციად და წარმოიშვას სხვადასხვა სახის ნარჩენები. ასეთ შემთხვევაში საჭიროა კიდევ ერთი მეურნეობრივი პროცესი – ნარჩენების რეალიზაცია. ეს ნარჩენები თავისი შემადგენლობის მიხედვით მასზედ სათანადო ტექნოლოგიების ზემოქმედებით შეიძლება გამოყენებული იქნეს ხელმეორედ, ან იქნეს განადგურებული, ვინაიდან მისი შემდგომი გამოყენება შეუძლებელია, ან უნდა იქნეს დეპონირებული სპეციალურად გამოყოფილ ადგილებზე.

ნარჩენების რეალიზაციის ლოგისტიკა მიმართულია სხვადასხვა სახის ნარჩენების გადამუშავების სამუშაოების დაგეგმვის, მართვის და შესრულების საქმიანობისაკენ. ამისათვის აუცილებელია სატრანსპორტო და დატვირთვა-განტვირთვის სამუშაოების, სასაწყობო მეურნეობის პროცესების შესრულება სათანადო საინფორმაციო სისტემების გამოყენებით.

გარემოს დაცვის პრობლემა მნიშვნელოვნად იქნა გაზრდილი მთელი მოსახლეობისათვის. კანონები გარემოს დაცვის შესახებ გაფართოვდა და გამკაცრდა. მნიშვნელოვანი როლი ენიჭება სხვადასხვა სამრეწველო საწარმოებში წარმოშობილი ნარჩენების გადამუშავებას. ძირითადად ხდება ამ ნარჩენების აღრიცხვა, შეგროვება, სელექცია, გამოყოფა, ნარჩენების შესაძლო გამოყენების თვალსაზრისით მისი დახარისხება, აგრეთვე დიდი ყურადღება ექცევა ამ ნარჩენების და გარემოს გაჭუჭყიანების უსაფრთხოებას. პარალელურად ხდება ზოგიერთი სამრეწველო ნარჩენების გამდიდრება, გადაკეთება, რეგენერაცია, დამუშავება მისი შემდგომი გამოყენებისათვის. ტარდება საძიებო სამუშაოები ნარჩენების გაყიდვის ან სხვა პირებზე გადაცემისათვის.

ყოველივე ზემოთ აღნიშნულის გათვალისწინებით შეიძლება დავასკვნათ, რომ ეკონომიკური საქმიანობის სრულყოფის მიზნით ლოგისტიკის საკითხების ფართო მასშტაბიანი გამოყენება პროდუქციის წარმოების ყველა ეტაპზე მნიშვნელოვან საკითხს წარმოადგენს და დიდ ყურადღებას მოითხოვს.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. შენგელია ზ. ლოგისტიკის საფუძვლები. გამომცემლობა „დანი“. თბილისი, 2008. გვ. 64
ISBN 978-9941-0-0472-8
2. წიფურია გ., შენგელია ზ. საერთაშორისო გადაზიდვები და ლოგისტიკა. გამომცემლობა „უნივერსალი“. თბილისი. 2010. გვ. 113.
ISBN 978-9941-17-126-0
3. Еловый И.А. ЛОГИСТИКА. Учеб.-метод. пособие. М-во образования Беларусь. Гомель. БелГУТ. 2009. -163 стр.
ISBN 978-985-468-550-2
4. Ehrmann H. LOGISTIK. 4. Auflage. Kiehl Verlag. 2003. S.599.
ISBN 3 470 47594 6
5. Wildemann H., LOGISTIK PROZESSMANAGEMENT., 3. Auflage. Munchen. TCW Transfer-Centrum. 2003. S.457.
ISBN 3-931511-17-0
6. Kummer S., Grun O., Jammernegg W. GRUNDZUGE DER BESCHAFFUNG, PRODUKTION UND LOGISTIK. 2. Auflage. Munchen. Pearson Studium. 2009. S.352.
ISBN 978-3-8273-7351-9
7. Oelfke W. GÜTERVERKEHR SPEDITION. LOGISTIK.. Bildungsverlag Troisdorf. 2010. S.664.
ISBN 978-3-441-00306-9