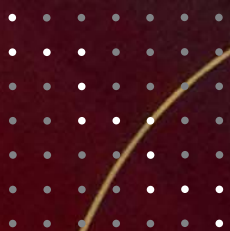


www.loginfo.ru

5-6/2005



# ЛОГИНФО

ЖУРНАЛ О ЛОГИСТИКЕ В БИЗНЕСЕ



Подведены итоги рейтинга  
«Логистический оператор России 2004»



Логистика и коммерция:  
два звена одной цепи



Торговый зал:  
поле для стратегии

ТЕМА НОМЕРА

## Внутренняя логистика — главная деталь в бизнес-механизме

## Ежемесячный журнал о логистике в современном бизнесе

Логинфо №5-6/2005

Зарегистрирован в Госкомпечати РФ

Свидетельство о регистрации  
№ 018448 от 27 января 1999 г.

### Учредитель и издатель

Коммерческий информационный  
аналитический центр (КИА центр)  
[www.cia-center.ru](http://www.cia-center.ru)

### Главный редактор

Николай Титюхин [glavred@loginfo.ru](mailto:glavred@loginfo.ru)

### Заместитель главного редактора

Мария Вольпина [volpina@loginfo.ru](mailto:volpina@loginfo.ru)

### Ответственный редактор

Владимир Комоцкий [komotskiy@loginfo.ru](mailto:komotskiy@loginfo.ru)

### Редактор

Владимир Мартов [martov@loginfo.ru](mailto:martov@loginfo.ru)

### Отдел рекламы

Ирина Лебедева [reklama@loginfo.ru](mailto:reklama@loginfo.ru)

### Отдел распространения

Галина Васильева [sales@loginfo.ru](mailto:sales@loginfo.ru)

### Отдел переводов

Н.Н. Ковтонюк, В.С. Малышев

### Адрес редакции:

127238, Москва, Дмитровское ш., д. 46, корп. 2

**Телефоны:** (095) 482 1709, 482 3736

**Web site:** <http://www.loginfo.ru>

Редакция не несет ответственности  
за достоверность информации,  
опубликованной в рекламных объявлениях.  
Перепечатка материалов допускается  
только по согласованию с редакцией.

Подписной индекс в каталоге Роспечати: 79769  
Тираж 5000 экз. Цена свободная

Дизайн, верстка и полиграфическое исполнение  
Типография ТРИАДА ЛТД.  
127287, Москва, Старый Петровско-Разумовский  
проезд, д. 1/23

**Телефон/факс:** (095) 727 1062

**E-mail:** [triadald@mtu-net.ru](mailto:triadald@mtu-net.ru); <http://www.triadald.ru>

## Содержание

### Транспорт

Российские дороги: деньги или нервы?

/Владимир Комоцкий/ ..... 6

Инвестиционные ожидания Москвы /Павел Златин/ ..... 8

### Таможня

Обзор последних изменений

в таможенном законодательстве ..... 14

### Рейтинг

Подведены итоги рейтинга «Логистический  
оператор России 2004» ..... 18

### Компании и рынки

Рынок, который меняется с потребностями клиентов

/Мария Вольпина/ ..... 24

### Внутренняя логистика

Организация логистической деятельности

в компании /Оксана Абрамова, Дмитрий Медведев/ ..... 26

Логистика и коммерция: два звена

одной цепи /Эдуард Федосеев/ ..... 30

Логистика как система внутрифирменного

взаимодействия /Владимир Петрук/ ..... 34

### Логистика и розница

Торговый зал: поле для стратегии /Владимир Комоцкий/ ..... 38

### Информационные технологии

Технопарки для прогулок в будущее /Владимир Гурвич/ ..... 42

Интеллектуальная этикетка наступает ..... 46

Спутниковые технологии в системах мониторинга

и навигации автотранспорта /Александр Пилипович/ ..... 50

### Персонал. Обучение. Вакансии

Ищите логиста /Владимир Комоцкий/ ..... 56

### Консалтинг в логистике

Формирование концепции при создании ЛЦ.

Зарубежный опыт. Модели инициации ..... 58

### Логистическая компания

Почему «Армадилло»? ..... 62

### Глоссарий современной логистики

64

### Из мира логистики

17, 23, 37, 55, 63



## Уважаемый читатель!

Как добиться того, чтобы при взаимодействии между различными отделами компании не возникало противоречий? Сначала нужно разобратся, в чем причина этих противоречий. Почему на большинстве российских предприятий считают, что главное «зарабатывающее» подразделение – это отдел продаж или отдел закупок? Так ли это на самом деле? Вопросов очень много, и все они говорят о том, что затронутая нами тема многогранна.

Сегодня, выстраивая или реформируя свою внутреннюю структуру, наши компании ориентируются на западный опыт, но при этом подобная ориентация зачастую носит формальный характер. Например, подразделение логистики есть уже в большинстве компаний, но это вовсе не значит, что логистические функции в них выполняются эффективно. Причин тому множество: от отсутствия в компании четко прописанных должностных инструкций и границ полномочий между подразделениями до банального недопонимания руководством специфики логистики как функции и привычки сводить ее исключительно к транспортировке и складированию.

А где же главная функция логистики – координация? Чтобы эта функция заработала, большинству российских компаний пора уже да-

вать другой статус внутренней логистике, выходить на уровень среднесрочного планирования – по запасам, по требуемым складским площадям и т.д.

При решении вопросов, касающихся доставки, поставки продукции, управления запасами, главная задача – это интеграция всех этих аспектов. Это и есть функция логистики. Но логистика еще не стала философией бизнеса в России – приоритеты расставлены иначе. А может, просто нет таких руководителей, которые смогли бы поднять логистику на новый уровень? Или не хватает еще профессионализма, знаний в области логистики у менеджеров, которые считают себя специалистами, но не желают брать на себя ненужную им пока ответственность?

Между тем решение лежит на поверхности: корпоративная культура российских компаний должна освоить логистические концепции, технологии, чтобы выйти на уровень управления цепочками поставок, ведь на этом уровне всем участникам рынка требуется общаться на одном языке – на языке логистики. Жаль, что для многих это пока иностранный язык.

Так давайте больше внимания уделять внутренней интеграции! Ставьте профессиональной командой!

Н. Титухин

