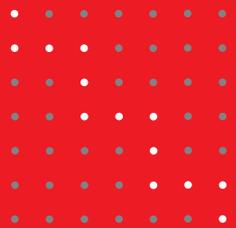


www.loginfo.ru

11/2005



ЛОГИНФО

ЖУРНАЛ О ЛОГИСТИКЕ В БИЗНЕСЕ



Припортовые «пробки» – кто виноват?
И что делать?



Совершенствование деятельности компании
на основе анализа претензий клиентов



Как воспитать поставщика



ТЕМА НОМЕРА

ОТНОШЕНИЯ С ПАРТНЕРОМ – ТОЧНОСТЬ ДВИЖЕНИЙ

Ежемесячный журнал о логистике в современном бизнесе

Логинфо №12/2005

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

Главный редактор

Николай Титюхин glavred@loginfo.ru

Заместитель главного редактора

Мария Вольпина volpina@loginfo.ru

Ответственный редактор

Владимир Комоцкий komotskiy@loginfo.ru

Редактор

Владимир Мартов martov@loginfo.ru

Отдел рекламы

Ирина Лебедева reklama@loginfo.ru

Отдел распространения

Светлана Баскакова sales@loginfo.ru

Отдел переводов

Н.Н. Ковтюнок, В.С. Малышев

Адрес редакции:

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

Телефоны: (495) 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: (495) 727 1062

E-mail: triadald@mtu-net.ru; <http://www.triadald.ru>

Содержание

Транспорт

Стратегия развития транспорта при участии России в ВТО <i>/Олег Дунаев, Татьяна Кулакова/</i>	6
Воровство и пропажи при транспортировке: как с ними бороться <i>/Виктор Карнилович/</i>	12

Еврологистика

Стандарты и логистика в McDonald's	14
--	----

Логистика в производстве

Логистика в производстве замороженных продуктов <i>/Владимир Бартенева/</i>	18
--	----

Логистика и розница

Как попасть в сеть, но не попасть в ее сети <i>/Игорь Ватолин/</i>	24
---	----

Аутсорсинг

Аутсорсинг: общие правила при выборе стратегии <i>/Игорь Нестеров/</i>	28
Старая идея в новом виде <i>/Оксана Абрамова, Дмитрий Медведев/</i>	34
Доверительное управление как новый вид аутсорсинга <i>/Елена Печникова/</i>	36

Рейтинг

Некоторые современные особенности российского рынка логистических услуг <i>/Николай Титюхин, Нина Овчаренко/</i>	38
--	----

«Логистический оператор России 2005» ... 44

Консалтинг в логистике

Процессный подход к управлению компанией в современных условиях <i>/Алексей Колк/</i>	48
---	----

Логистическая компания

Счет под микроскопом	54
----------------------------	----

Новогодний серпантин

В Новый год с новыми ценностями <i>/Мария Вольпина/</i>	58
Задачи к празднику	60

Из мира логистики 27, 63

Глоссарий 64



Уважаемый читатель!

За окном унылый ноябрь – время подвести итоги, оценить достижения, поразмыслить над промахами и определить, что получается лучше всего, насколько перспективны направления потребуют дополнительных инвестиций. Вот для этого и существует бизнес – план на будущий год.

Чтобы инвестиции в бизнес были эффективными, необходимо учитывать, как развивается отрасль, и та внешняя бизнес-среда в которой работает ваша компания. И прежде всего ваше ближайшее окружение – поставщики.

Если ваша компания – производитель или торговая сеть, присмотритесь в первую очередь к поставщикам логистических услуг, ведь от сотрудничества с ними зависит повышение эффективности вашего бизнеса и снижение издержек. При этом не следует пренебрегать уже наработанным опытом

взаимодействия – отношения следует развивать. Также необходимо понимать – какими же процессами мы доверяем ему управлять: перевозками, складированием или грузопотоками в цепи поставок.

Доверяем мы с вами, уважаемые читатели, обычно определяем уровень взаимодействия, а это, в свою очередь, означает, что компетенция партнера соответствует нашим требованиям к нему. Выбор партнера по цепочке поставок – серьезное стратегическое решение, особенно исходя из российской практики, для небольших и средних компаний. На западе таким компаниям предлагается заниматься «воспитанием» поставщиков. Так, например, на рынке ФРГ промышленные и торговые предприятия решают логистические задачи своими силами и тем самым обслуживают 55% логистического рынка, доля которого составляет 83 млрд евро. Однако к 2010 году это соотношение может измениться в пропорции 40 на 60%, причем акцент будет смещен в сторону использования услуг логистических предприятий, объем рынка которых может составить 90 млрд евро.

Движущей силой такого перераспределения является усиливающаяся тенденция к аутсорсингу, которая наблюдается в промышленности и торговле Западной Европы. Россия к 2010 году способна предложить Европе на экспорт транспортную логистику по обслуживанию грузопотоков. Для этого надо реализовать несколько на-

циональных транспортно-логистических проектов и сформировать рынок.

Однако расширить логистический рынок можно только с комплексным пакетом логистических услуг. Наш рынок очень мал и незрел. Российские компании в своем большинстве успешно выполняют (предоставляют) лишь 2–3 вида услуг, качество которых далеко от требуемых в стандарте ISO. И это не узкая специализация, как недавно заявило одно из новых изданий о логистике, а незрелость рынка. Узкая специализация требует уникальные виды высокопрофессиональных услуг. Большинство российских компаний, которые являются сегодня поставщиками продукции и услуг, далеки от понимания необходимости построения на предприятии системы управления качеством (или хотя бы перехода на процессное управление). Профессиональных конкурентоспособных транспортно-логистических компаний, способных к интеграции, вообще не более десяти. Лишь лидеры рынка являются сертифицированными компаниями. Об этом нам говорят итоги рейтинга «Логистический оператор России» предыдущего года.

Кстати, организаторы рейтинга уже приступили к сбору информации и анализу результатов этого года. Так заявите о себе на рынке, покажите свой профессионализм и способность стать настоящим ПАРТНЕРОМ в цепочке поставок.

Н. Титюхин