

www.loginfo.ru

10/2005

ЛОГИНФО

ЖУРНАЛ О ЛОГИСТИКЕ В БИЗНЕСЕ



Пятый сон Веры Павловны, или Критические заметки о реформе железных дорог



Управление логистикой розничной сетевой структуры на этапе региональной экспансии



Интернет-логистика – ставка на сеть

ТЕМА НОМЕРА

Логистика – штурман в информационном море

Ежемесячный журнал о логистике в современном бизнесе

Логинфо №10/2005

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

Галина Васильева 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; <http://www.triadald.ru>

Транспорт

Пятый сон Веры Павловны, или Критические
заметки о реформе железных дорог
/Александр Синев/ 6

Еврологистика

Станет ли Германия логистическим
центром Европы? 14

Отношения с партнером

Проблемы логистики в цепочке
доставки: грузовладелец – экспедитор –
автоперевозчик */Сергей Шкарупа/* 18
Организация эффективной претензионной
работы в дистрибуторской компании
/Оксана Абрамова, Дмитрий Медведев/ 24

Рейтинг

«Логистический оператор России» 30

Логистика и розница

Время новых решений для российского
ритейла */Владимир Комоцкий/* 32
Управление логистикой розничной сетевой
структуры в регионах */Владимир Новиков, Анжелика Нежута/* 34

Информационные технологии

Быть или не быть единой информационной
системе в региональных представительствах
/Мария Акчурина, Елена Благодзе/ 38
Интернет-логистика – ставка на сеть
/Татьяна Свешникова/ 42

Логистика плюс качество

Сертификат получен. Что дальше?
(Рекомендации высшему руководству)
/Александр Красиков/ 48

С места события

Выставка СТЛ в зеркале мнений
/Мария Вольпина/ 54
Оптимизация цепи поставок –
ключ к эффективности 57
В России логистика есть, или Наши в Ганновере
/Ирина Лебедева/ 58

Ваш партнер

Модемы от логистического оператора 60

Глоссарий современной логистики 64

Из мира логистики 29, 63



Уважаемый читатель!

Наверное, нет уже в мире ни одной отрасли, где бы не применялись информационные технологии. Согласно исследованиям Всемирного экономического форума, «электронная пропасть» между богатыми и бедными странами за последнее время стала чуть меньше: Сингапур занял место Соединенных Штатов в списке стран, которые лучше всех используют информационные технологии и телекоммуникации, Италия потеряла свое 17-е место и сегодня пристроилась за Китаем на 45-м, а Россия уже обогнала по уровню информатизации Пакистан и твердо стоит на 62-й позиции. У нашей страны в отношении использования информационных ресурсов огромный потенциал. Сегодня процесс информатизации в российской экономике проходит те же ступени, что и в странах, которые недавно находились в шестой десятке, а теперь находятся в первой. Становление ИТ обычно начинается с сектора банковских и страховых услуг, затем оно происходит в области телекоммуникаций и торговли, а да-

лее – в транспортном секторе. По мнению экспертов, европейские транспортные компании тратят на информационные технологии 7 – 8% от своего годового оборота. В логистических компаниях затраты на системы WMS или ERP составляют в среднем от \$120 000 до \$300 000. Если рассчитать отсюда средние \$200 000 как 8% оборота, то реальный оборот такой компании составит \$2,25 млн. Это оборот сравнительно небольшой компании. Более того, по оценкам экспертов, логистический рынок России уже сегодня потенциально готов тратить на информационные технологии около \$680 млн. Однако пока инвестиций в эту сферу явно недостаточно.

А между тем именно информатизация выводит логистику на новый уровень. Очень важное значение имеет интеграция информационных данных по всей цепочке, а также инструментов для гибкого планирования, управления и моделирования. Чтобы добиться синергетического эффекта от использования информационных технологий, нужно устранить различия между системами взаимодействующих компаний. Сейчас эта проблема наиболее актуальна для крупных розничных сетей, которым необходимо организовать единое информационное пространство для всех своих представительств во всех регионах. Но в скором времени важность работы в едином информационном потоке осознают все отрасли, поскольку представители каждой из них – участники цепочки поставок. В связи с этим особая роль отводится Интернету, который уже зарекомендовал себя как надежная платформа для совершения сделок. Географическая отдаленность при реализации

сделок играет все меньшую роль. К тому же предприятия надеются, что использование электронных торговых площадок обеспечит большую прозрачность, а следовательно, и эффективность при заключении и выполнении договоров между участниками рынка. Целенаправленное и ориентированное на успехи в конкурентной борьбе электронное исполнение (e-fulfillment) является решающим фактором успеха для предприятий и торговых площадок, которые берут на себя выполнение логистических задач, уже начиная с появления предприятия в Интернете. SCM в Интернете открывает новые возможности как раз для небольших предприятий. Так, в автомобильной промышленности для того, чтобы вообще иметь возможность работать, поставщикам приходится устанавливать у себя ресурсоемкие и дорогостоящие решения в области электронного обмена данными. Сегодня можно использовать Интернет-решение, которое предоставляет средним предприятиям прямой выход через портал. Электронные торговые площадки не только помогают быстрее, дешевле и точнее выполнять операции по закупке, оптимизировать информационный поток для целой логистической цепочки, но и поддерживают совместное планирование логистических процессов. Это имеет огромное значение для организации коммуникации не только между предприятиями, но и между процессами внутри одного предприятия. Подобная технология может представлять интерес и при создании в российских регионах ВИРТУАЛЬНЫХ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ЦЕНТРОВ по европейскому образцу.

Н. Титухин