

ЛОГИСТИКА

ЖУРНАЛ
О ЛОГИСТИКЕ
ПРОИЗВОДСТВА
И ТОРГОВЛИ

RELOGIX
RELIABLE LOGISTICS



КАЧЕСТВО



ЭФФЕКТИВНОСТЬ

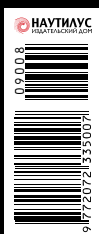


НАДЕЖНОСТЬ

ИЗДЕРЖКИ



От затрат на
логистику – к управлению
затратами на логистику



Таможня: брать будут больше, брать будут веселей
Relogix: 3% на складскую логистику для ретейла
Tetra incognita: секреты известной торговой марки



СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ «КАРАВЕЛЛА» осуществляет страхование с 2003 года и специализируется в области комплексного страхования рисков транспортного и логистического комплекса

Лицензия - Федеральная служба
страхового надзора РФ (ФССН)
Серия С. № 3720 77 от 05 мая 2003 г.

✓ КОМПЛЕКСНОЕ ИМУЩЕСТВЕННОЕ СТРАХОВАНИЕ

- Страхование грузов
- Страхование контейнеров
- Страхование имущества

✓ КОМПЛЕКСНОЕ СТРАХОВАНИЕ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

- Страхование гражданской ответственности автоперевозчиков
- Страхование ответственности за имущество, принятое на складское хранение
- Страхование ответственности международных перевозчиков «ТТ CLUB»

✓ КОМПЛЕКСНОЕ СТРАХОВАНИЕ ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ

- Страхование риска неуплаты банковского кредита (банковских ссуд)
- Страхование финансового лизинга
- Страхование предпринимательских рисков

✓ КОМПЛЕКСНОЕ АВТОСТРАХОВАНИЕ

- КАСКО
- ОСАГО

✓ СТРАХОВОЙ КЛУБ «ЗОЛОТАЯ КАРАВЕЛЛА»

- Страховой и инвестиционный консалтинг
- VIP-сервис (автострахование)
- Специальные бонусы по страховым и инвестиционным программам клуба

ЭФФЕКТИВНОЕ СТРАХОВАНИЕ

Центральный офис: г. Москва , Автомобильный проезд 4 , корпус 1 тел. (495) 984-21-06

Руководитель проекта
Игорь Федоров

Главный редактор
Алексей Кусургашев

Зам. главного редактора
Ирина Булекова

Зам. главного редактора
Дмитрий Константинов

Дизайн и верстка
Татьяна Гусак

Фоторедактор
Светлана Богородская

Цветокорректор
Виктория Шабан

Корректор
Ольга Подколзина

Реклама
+7 (495) 727-42-80
(доб. 1332; 4002)

Телефон редакции
+7 (495) 727-42-80
(доб. 1324; 1325)

Электронная почта
ab@id-nautilus.ru

Учредитель и издатель журнала
ООО «Издательский дом «Наutilus»
Россия, Москва,
Автомобильный проезд, д. 4
www.id-nautilus.ru

Журнал зарегистрирован
в Федеральной службе по надзору
за соблюдением законодательства
в сфере массовых коммуникаций
и охране культурного наследия
(Свидетельство ПИ № ФС77-33546
от 01 октября 2008 г.)

Печать
ООО «Вива-Стар»
107023, г. Москва,
ул. Электровзводская, д. 20

Тираж 10 000 экз.

Рекламные материалы
отмечены как **РЕКЛАМА**



Главный редактор
Алексей Кусургашев

«Сегодня кризис — это наш шанс не только выжить, но и модернизировать все сферы жизни страны», — оптимистично предположил вице-премьер Жуков на VI Красноярском экономическом форуме. Можно было бы, конечно, найти и менее радикальный способ для выживания, но руководству виднее. А вот насчет модернизации жизни — тут не поспоришь. Можно, конечно, на всю зарплату закупить соли и спичек. Это рецепт на все времена, отработанный и в войну, и в перестройку. А можно купить валюту, как делали

в 1998-м. Но тут ничего нового в контексте вице-премьерского тезиса не обнаруживается. Хорошо бы что-нибудь действительно новенькое, более эффективное поискать. Например, не получать зарплату, а зарабатывать ее. Искать не легкие деньги, а при минимуме затрат добиваться наибольшей эффективности. Не продавать услугу дешевле, а сделать ее такой, чтобы хотели купить дороже. Не демпинговать, а предлагать клиентам то, чего нет у других. Словом, надо остановиться, оглядеться и стать наконец профессионалами.

С 1 октября вступили в силу
изменения в Таможенный кодекс.
Таможне дали «добро» на поборы.



12



СОДЕРЖАНИЕ

6

новости

Таможня, транспорт, логистика,
склад, сервис.

16

тема

ТАМОЖНЕ ДАЛИ «ДОБРО»

К чему приведет инициатива государства,
направленная на ужесточение фискальной
политики таможенных служб.

22

только факты

Судебные прецеденты по таможенным
спорам и их влияние на внешнюю торговлю.

24

враг у ворот

В марте 2009-го ФТС перешла под Москвой в
контрнаступление. Значение этого «прорыва»
комментирует компания «Авалон Логистик».

26

опыт

ЗАМКНУТАЯ ЦЕПЬ ФИНАНСОВЫХ ПОТОКОВ

О работе ОАО БАНК «РОСТ» с логистическими
компаниями и их клиентами.

30

логистика

FM LOGISTIC: РОССИЙСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ

Как выстраивает свою стратегию на
российском рынке в условиях кризиса
известная французская компания.

36

АЛИДИ: РЫНОК ЛОГИСТИКИ ТРЕБУЕТ НОВЫХ СЦЕНАРИЕВ

И таким сценарием, эффективным
конкурентным инструментом может стать
аутсорсинг.

38

технологика

РЕАЛИТИ-ШОУ

Система Volvo Dynafleet дебютировала
на российском рынке 1 июня 2009 года.
Установка оборудования, позволяющего
видеть машину на карте Google из любой
точки мира через Интернет, оценивается в
стоимость 6 нормо-часов на официальном
сервисе Volvo.

40

транспорт

50 000 РУБЛЕЙ — ЦЕНА СПАСЕНИЯ РОССИЙСКОГО АВТОРЫНКА

Помогут ли новые стимулы поднять
продажи автомобилей.



Пустующие
магазины и
пустующие
торговые
площади.
Надолго ли?



Без корпоративной культуры не может быть
успешного бизнеса, считают в ИКЕА.



44 склад

3% ОТ ЗАКУПОЧНОЙ СТОИМОСТИ — ЦЕНА ЭФФЕКТИВНОЙ СКЛАДСКОЙ ЛОГИСТИКИ ДЛЯ РЕТЕЙЛА

Так считают специалисты Relogix —
национального сетевого логистического
оператора.

48 ПРЯМАЯ РЕЧЬ

ИКЕА: КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ОСНОВА ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ЦЕПИ

О роли корпоративной культуры в успехе
компании рассказывает директор
дистрибьюторского центра ИКЕА
в России Йоран Ханссон.

54 АНАЛИТИКА

КТО-ТО ТЕРЯЕТ, А КТО-ТО НАХОДИТ

Обзор рынка торговой недвижимости.

58 ЦЕНА ВОПРОСА

Арендные ставки торговой недвижимости
в Москве и Петербурге.

60 АНАЛИТИКА

ПЕРЕЖИЛИ ИЗОБИЛИЕ, ПЕРЕЖИВЕМ ЛИ ГОЛОД?

Сегодня предложение на рынке коммерческой
недвижимости превышает спрос, надолго ли?

62 ТЕХНОЛОГИКА

АВТОМАТИЗАЦИЯ ПРОЦЕССОВ В ЛОГИСТИЧЕСКОМ БИЗНЕСЕ

Опыт компании «Риссофт».

64 ОПЫТ

TETRA INCOGNITA

О фирменных секретах упаковки «тетрапак»
рассказывает президент по корпоративным
связям ЗАО «Тетра Пак» Александр Николаев.

66 РЕЙТИНГИ

ПОБЕДИТЕЛЬ ПОЛУЧАЕТ ВСЕ

Значение рейтинга как дополнительного
рекламного инструмента анализируют
эксперты интернет-портала Transmap Павел
Кобзев и Сергей Воронежцев.

70 ОТДЕЛ КАДРОВ

Рынок логистических вакансий
в сентябре 2009 года.

74 СОБЫТИЕ

КАРАКУМСКИЕ ХРОНИКИ

Международное ралли «Шелковый
путь - 2009», или, как его называют в
прессе, «российский Dakar», еще раз
продемонстрировало: побеждают самые
стойкие и самые смелые.



*Таможенное
оформление*



*Склады временного
хранения*



*Ответственное хранение
грузов в России*

*Логистический
комплекс*



*Грузоперевозки
по территории
России*

**ПОЛНЫЙ
ЛОГИСТИЧЕСКИЙ
КОМПЛЕКС**

+7 (495) 727-42-10
l777@tais.ru



*Грузоперевозки
международные*

**ТАМОЖЕННОЕ
ОФОРМЛЕНИЕ**

+7 (495) 727-42-10
rumyantsev@tais.ru

**МЕЖДУНАРОДНЫЕ
ГРУЗОПЕРЕВОЗКИ**

+7 (495) 739-62-06
sakellari@sokoltrans.ru

**ВНУТРИРОССИЙСКИЕ
ГРУЗОПЕРЕВОЗКИ**

+7 (495) 739-09-52
vedernikov@tais.ru

**ОТВЕТСТВЕННОЕ
ХРАНЕНИЕ ГРУЗОВ**

+7 (495) 755-27-10
ryblov@tais.ru



*Ответственное хранение
грузов в Финляндии*

УСЛУГИ СВХ

(г. Зеленоград,
Зеленоградская таможня)

+7 (495) 739-09-42
sa@beloperons.ru



Золотая середина

Хотя к осени ситуация на рынке грузоперевозок несколько оживилась, поводов для оптимизма нет. По данным «ИПОВС Логистикс», спад перевозок по рынку в целом составил 40%, а по некоторым крупным отраслям достиг 80%. Больше всего упали перевозки в сфере машиностроения, пострадали перевозки цветных и черных металлов, химическая промышленность и бумажно-целлюлозная также показали серьезный спад. Однако отмечено, что менее всего кризис затронул перевозки товаров первой необходимости, фармацевтики, пищевых продуктов, а перевозки одежды и обуви даже выросли. Транспортные компании, стремясь удержать клиентов, формируют новые пакеты услуг. Одни предлагают

серьезные скидки, другие готовы везти товар по фиксированной цене и объему вне зависимости от веса, третьи стали узкоспециализированными и прибились к крупным предприятиям. По мнению экспертов «ИПОВС Логистикс», если не обращать внимания на различные PR-ходы игроков рынка, то все они идут одним курсом — доставка за те же деньги, но быстрее, чем у конкурентов. Другими словами, изобретаются новые маршруты, строятся иные мультимодальные схемы перевозок, создаются высокотехнологичные терминалы, разрабатываются совершенные логистические программы для оптимизации сроков доставки. Сегодня быстро доставить товар — самый верный способ угодить клиенту и сэкономить. Те, кому удастся найти золотую середину между скоростью и качеством, останутся на плаву.



Транспортная аномалия

По данным Росстата РФ, грузооборот в транспортной отрасли Российской Федерации в августе 2009 года сократился на 7,8% по сравнению с аналогичным периодом 2008 года и составил 379,6 млрд. ткм. В частности, грузооборот железнодорожного транспорта снизился на 6,7% (общий объем 165,8 млрд. ткм), автомобильного — на 23,5% (16,1 млрд. ткм), морского — на 7,2% (7,4 млрд. ткм), внутреннего водного — на 22,3% (8,2 млрд. ткм), воздушного (транспортная авиация) — на 0,3% (0,3 млрд. ткм), трубопроводного — на 6,4% (181,8 млрд. ткм). В январе — августе 2009 года грузооборот транспорта составил 2 трлн. 845,8 млрд. ткм, что соответствует снижению на 15,1% к аналогичному периоду прошлого года. В том числе грузооборот железнодорожного транспорта составил 1 трлн. 198,7 млрд. ткм (снижение на 17,6%), автомобильного — 113,9 млрд. ткм (снижение на 21%), морского — 61,9 млрд. ткм (рост на 12,4%), внутреннего водного — 34,0 млрд. ткм (снижение на 20,7%), воздушного — 2,1 млрд. ткм (снижение на 15,2%), трубопроводного — 1 трлн. 435,2 млрд. ткм (снижение на 13,1%).



Транспортные компании Ленинградской области увеличили объем услуг

По сообщению департамента информационной политики областного правительства, общий объем услуг, оказанных транспортными организациями за январь — июль 2009 года, по сравнению с тем же периодом прошлого года вырос в номинальном исчислении на 15,2% и составил 44,9 млрд. руб. Объем перевозок грузов крупными и средними транспортными компаниями, без учета железнодорожной отрасли, увеличился в регионе на 2,8% и составил 75 млн. тонн. При этом грузооборот автомобильного, трубопроводного и внутреннего водного транспорта достиг 46,9 млрд. ткм, что на 4% больше, чем за соответствующий период прошлого года. В частности, трубопроводным транспортом отправлено 69,1 млн. тонн нефти при грузообороте 46,4 млрд. ткм, что превышает аналогичные показатели за семь месяцев предыдущего года соответственно на 3,8% и 4,2%.

Отмечено, что на некоторых видах транспорта активизировались пассажирские перевозки. Так, на внутреннем водном транспорте они возросли



на 8,8% и составили 97,4 тыс. человек при пассажирообороте 39 тыс. пасс.-км (108,9%). На железнодорожном транспорте, по данным ОАО «Северо-Западная пригородная пассажирская компания», за январь — июль 2009 года было перевезено поездами пригородного сообщения 32,6 млн. пассажиров, что в 2,3 раза больше, чем за тот же период в прошлом году.



Первая грузовая компания увеличила объемы перевозок по Северной железной дороге

ОАО «Первая грузовая компания» — крупнейший оператор железнодорожных перевозок в России, в собственности которого свыше 200 000 единиц подвижного состава разного типа, — в первом полугодии 2009 года перевезла более 100 млн. тонн грузов. Доля ПГК в погрузке Северной железной дороги в августе 2009 года достигла 30% против 20% в июле и составила 1,4 млн. тонн. Наибольший прирост достигнут в перевозках каменного угля и черных металлов. За восемь месяцев 2009 года Ярославский филиал Первой грузовой компании предоставил подвижной состав для перевозки 3 млн. тонн каменного угля, 0,6 млн. тонн нефтяных грузов, 1 млн. тонн цветной руды для производства глинозема, 1 млн. тонн щебня и шлаков, 0,8 млн. тонн черных металлов, 0,2 млн. тонн цемента, 0,2 млн. тонн химических и минеральных удобрений. Положительная динамика спроса на крытый подвижной состав позволила увеличить использование вагонов ОАО «ПГК» для перевозки бумажной продукции, объем которой составил более 45 тыс. тонн.



Двойные стандарты финских таможенников

На встрече с комиссаром ЕС по вопросам налогообложения и таможенного союза Ласло Ковачем министр транспорта Игорь Левитин назвал дискриминационными условия на территории Финляндии для российских автоперевозчиков, использующих большегрузные автомобили.

Для стран, входящих в Европейское экономическое пространство, допускается движение без спецразрешений транспортного средства максимальной массой до 60 тонн с нагрузкой 11,5 тонны на ось, а для российских транспортных средств — общей массой не более 38 тонн и нагрузкой на ось 10 тонн. За проезд российских грузовиков, у которых параметры превышают указанные, взимается сбор за получение спецразрешений в размере 180 евро за одно транспортное средство.

«Такой подход является дискриминационным в отношении российских автоперевозчиков, так как в соответ-



ствии с межправительственным соглашением о международном автомобильном сообщении от 1995 года должны действовать одинаковые для всех перевозчиков нормы, установленные на территории каждой страны», — заявил Левитин. При этом министр подчеркнул, что действующие в России весовые нормы относятся в равной степени к российским и иностранным перевозчикам.



Решат ли госдотации извечную российскую проблему

Дорожная отрасль России, по заявлению Владимира Путина, получит в 2010 году из государственного бюджета 300 млрд. руб. Выступая на заседании правительства, премьер-министр отметил, что бюджет сохранит свою роль важнейшего инструмента стимулирования и модернизации экономики. Будет продолжено выполнение программ развития инфраструктуры, создания инновационных производств. В целом по данному направлению предусматриваются средства в объеме 1,6 трлн. руб. Кроме этого в бюджете следующего года заложены 27,9 млрд. руб. на развитие системы спутниковой навигации ГЛОНАСС. Еще было отмечено, что в бюджете предусмотрены средства на реализацию антикризисных мер, в частности на предоставление госгарантий по кредитам и поддержку экспорта. Также предусмотрен резерв в объеме 70 млрд. руб. Эти средства будут оперативно направляться на цели дополнительной поддержки экономики.



«Внешнеторговый потенциал Юга России: таможенная и транспортно-логистическая составляющие»

Под таким названием 24 сентября 2009 года в Ростове-на-Дону прошла Международная конференция, организованная Южным таможенным управлением совместно с Дирекцией ФГУП «РОСТЭК» в Южном федеральном округе (координатор конференции) и ЗАО «РОСТЭК-Таможинформ» (устроитель конференции) при поддержке аппарата полномочного представителя Президента РФ в ЮФО, администраций и торгово-промышленных палат Ростовской и Астраханской областей.

В ее работе приняли участие первый заместитель руководителя ФТС России Владимир Малинин, начальник ЮТУ Александр Гетман, заместитель полномочного представителя Президента Российской Федерации в Южном федеральном округе Владимир Жуков, генеральный директор ФГУП «РОСТЭК» Александр Повстаный, генеральный директор ЗАО «РОСТЭК-Таможинформ» Николай Евсенкин, представители администраций субъектов РФ, МИД и консульских учреждений, торгово-промышленных палат в ЮФО и другие участники внешнеэкономической деятельности.

Благодаря своему экономическому потенциалу Южный регион представляет немалый интерес для иностранных партнеров — более 130 стран мира

являются контрагентами участников ВЭД, оформляющих товары в регионе деятельности ЮТУ. В Южном федеральном округе открыты представительства МИД России, шесть генеральных консульств (Украины, Республики Армения, Румынии, Турецкой Республики, Греции, Исламской Республики Иран), консульство Республики Казахстан, отделение посольства Республики Беларусь, консульское агентство Монголии, работают пять почетных консулов (Словакии, Франции, Великобритании, Италии и Киргизии), торговые представительства Украины, Турции и Италии.

Конференция состояла из трех сессий. Особое внимание на первой было уделено проблемам внешней торговли Юга России: значимости сбалансированной таможенной политики, актуальным вопросам взаимодействия ФТС России с участниками внешнеэкономической деятельности.

Было отмечено, что развитие партнерских отношений, осуществляемых на основе внедрения новейших технологий таможенного контроля, упрощение и модернизация таможенных процедур, обеспечение безопасности внешней торговли — основные отправные точки, которые позволяют таможенным органам по уровню своего развития соответствовать требованиям, предъявляемым к ним со стороны бизнес-сообщества и государства. Немалое оживление среди участников конференции вызвало обсуждение темы второй сессии — «Юг России как транспортный перекресток внеш-

ней торговли России с Европой и Азией», — особенно концепции переноса таможенного оформления в приграничные районы. Об особенностях ее реализации в зоне ответственности ЮТУ рассказал и.о. первого заместителя начальника ЮТУ по таможенному оформлению и таможенному контролю О.Б. Долгополов.

О развитии интермодальных и мультимодальных перевозок в Южном федеральном округе как одном из основных факторов развития транзитного потенциала Юга России говорил председатель Комиссии по вопросам транспорта и экспедирования ТПП ЮФО Юрий Кокра. И завершил вторую сессию заместитель начальника ГУОТО и ТК ФТС России Александр Дуров, выступивший с докладом о приоритетных направлениях в сфере организации таможенного оформления и контроля товаров и транспортных средств. В ходе заключительной, третьей сессии рассматривался вопрос повышения эффективности логистического потенциала Юга России с помощью современных таможенных информационных технологий, представлялись таможенно-логистические проекты холдинга «РОСТЭК» и приводились примеры реализации новых возможностей для российских и иностранных участников ВЭД на Астраханском участке транспортного коридора «Север — Юг», а также обсуждались проблемы среднего бизнеса Юга России в приграничной торговле и вопросы защиты прав интеллектуальной собственности таможенными органами ЮТУ.



По единому тарифу

Окончательные согласования о введении единого таможенного тарифа по всем наименованиям товаров на территории стран — членов Таможенного союза — Казахстана, России и Белоруссии — будут проработаны на заседании глав трех государств, которое состоится в Минске 27 ноября. Единый таможенный тариф вступит в силу 1 января 2010 года. На данный момент подлежат тарификации более 11 тыс. наименований товаров — тарифы по ним согласованы на 88%. В самое ближайшее время планируется возобновить переговоры о вступлении единой таможенной территорией во Всемирную торговую организацию.



На терминале «РейлТрансАвто» в Михневе открыт таможенный склад

Дочернее предприятие ОАО «РЖД», занимающееся перевозкой автомобилей по железной дороге в собственных вагонах-автомобилевозах, расширило спектр таможенных услуг, оказываемых на собственном подмосковном терминале в Михневе.

С сентября 2009 года «РейлТрансАвто» предлагает услуги таможенного склада на своем подмосковном терминале. Теперь импортеры три года могут хранить партию автомобилей без оплаты таможенных пошлин на железнодорожном терминале РТА и растаможивать свой груз отдельными партиями.

При выпуске с таможенного склада проценты за просрочку не взимаются. Для оптимизации финансовых потоков своих клиентов ОАО «РейлТрансАвто» позволяет хранить на складском терминале автомобили без уплаты налогов до момента их конечной продажи (на СВХ такой возможности нет), а также выпускать товары дробными партиями.

«РейлТрансАвто» в Михневе в состоянии комплексно обеспечить прием на свой терминал, быстро провести таможенное оформление и хранить на таможенном складе не только легковые автомобили, но и самоходные машины с электрическими двигателями, шины, покрышки, ГСМ, комплектующие, негабаритную и тяжеловесную технику, поступающие по железной дороге и на автовозах.



«Зеленый коридор» на ПЛК «Северное Домодедово»

На территории ПЛК «Северное Домодедово» ЗАО «Смарт Лоджистик Групп» совместно с ПВ-Банком (ЗАО) открывает полноценное банковское отделение. Оно будет обеспечивать участников внешнеэкономической деятельности оперативными расчетами с таможенной по специальному проекту «Зеленый коридор». Платежная система «Зеленый коридор» позволяет производить таможенные и иные платежи в процессе таможенного

оформления товаров непосредственно на таможенных постах.

Одним из существенных преимуществ этой системы является то, что участнику внешнеэкономической деятельности не требуется переводить авансовые платежи при таможенном оформлении грузов на счета таможенных органов. С картой «Зеленый коридор» импортер или экспортер может осуществлять все виды таможенных платежей в любом таможенном органе на территории России независимо от времени суток, выходных и праздничных дней и режима работы банков.



Петербургский десант

Питерский оператор «Меридиан Логистик», специализирующийся на доставке алкогольной продукции, арендовал складской комплекс класса А в подмосковных Мытищах общей площадью 10 000 кв. м и емкостью хранения 14 500 палетомест. Консультантом по подбору складского помещения выступила международная консалтинговая компания Knight Frank. Первым клиентом складского комплекса стала компания «Русский Алкоголь», которая передала на аутсорсинг компании «Меридиан Логистик» функции обработки и доставки своей продукции в Московском регионе. До конца года предполагается начать работу с «Алкогольными заводами Гросс» и ПГ «Ладога». В планах компании «Меридиан Логистик» открыть в следующем году в Подмосковье еще несколько складов для обработки различных видов грузов и увеличить общую площадь до 30 000 кв. м.



Дали прикурить

Крупнейший в Европе производственно-логистический комплекс «Северное Домодедово» разместит на своей территории склад табачного сырья завода «Лиггетт-Дукат». ООО Бюро СЛит, осуществляющее полный комплекс поставки и хранения сырья для лидера отрасли «Лиггетт-Дукат», арендовало в ПЛК «Северное Домодедово» 12 500 кв. м сроком на пять лет. Выбор обусловлен как удобным расположением склада, находящегося всего в 15 км от фабрики, так и высокими стандартами пожарной безопасности. Не каждый склад, даже класса А, может похвастаться такой системой пожаротушения, полностью соответствующей всем требованиям хранения легковоспламеняющихся товаров. Кроме того, комплекс «Северное Домодедово» оснащен всем необходимым сервисом — круглосуточная охрана, качественные инженерные системы, вентиляция.



Уральский «Навигатор»

В Перми началось строительство крупного логистического центра «Навигатор». По заказу девелоперской Группы компаний «ЭР-Сити», известной в Прикамье своими проектами в области торговых комплексов (ТЦ «Семь пятниц» в Перми, ТЦ «Мелодия» в Березниках), специалисты компании «Концепт Лоджик» провели экспертизу земельного участка площадью 7 га, выявив его потенциал для размещения логистического центра, определили параметры, состав и оснащение технологических и рабочих зон, провели зонирование объекта на три складских модуля.

Преимуществом «Навигатора» будет являться высокая степень кастомизации технологий, что позволяет девелоперу сохранять «якорных» арендаторов и заказчиков услуг в новых экономических условиях. Завершение строительства и сдача 1-й очереди логистического центра в бизнес-эксплуатацию намечены на июнь 2010 года.



18-21 ноября 2009

Международный транспортный форум «Транспорт России: становление, развитие, перспективы»



Стратегический партнер



Партнер



Партнер



Партнер



Партнер



Спонсор



Спонсор



Спонсор



Спонсор



Оператор Форума



Официальная газета



Генеральные информационные партнеры



Генеральные медиа-партнеры



Официальные информационные партнеры



Информационные партнеры



Генеральный интернет-партнер



Интернет-партнеры



Медиа-партнеры





Склад за долги

В конце августа — начале сентября 2009 года, по информации директора департамента складской и индустриальной недвижимости и земли консалтинговой компании Knight Frank Вячеслава Холопова, два подмосковных склада перешли в собственность банков за долги. По словам топ-менеджера, это складские объекты класса А, ранее использовавшиеся торговыми предприятиями. Площадь их небольшая — 10 тыс. кв. м и 20 тыс. кв. м. Оба склада находятся поблизости от Москвы — один в трех километрах, а другой чуть дальше — в пятнадцатикилометровой зоне. В настоящее

время идет их переоформление на баланс банков.

Один из складов перешел банку из-за того, что компания-владелец разорилась и не смогла расплатиться по кредиту на его строительство.

Второй же склад являлся обеспечительным залом по кредиту на другие цели.

По мнению представителя Knight Frank, кредитные организации вряд ли будут в ближайшее время специально банкротить складских девелоперов или пытаться получить всю их недвижимость.

Сейчас это невыгодно ни банкирам, которые не умеют управлять складской недвижимостью, ни девелоперам, которым невыгодно терять свой бизнес.



Кто на новенького?

Maris Properties in association with CB Richard Ellis (Maris Properties в ассоциации с CB Richard Ellis) — одна из ведущих и активно развивающихся на рынке Санкт-Петербурга компаний-консультантов, предлагающих полный комплекс услуг по работе с коммерческой недвижимостью, — подготовила обзор рынка складской недвижимости Северной столицы. В нем, в частности, отмечается, что общий объем предложения на складском рынке Санкт-Петербурга составляет более 6 млн. кв. м. В первом полугодии 2009 года предложение на рынке складских помещений увеличилось на 191 000 кв. м (+15%), было открыто пять новых складских комплексов. Впрочем, большинство из них должно

было открыться в прошлом году, но сроки ввода задержали. Прогнозируется открытие в 2009 году лишь 30% площадей от заявленных к вводу, то есть около 350 000 кв. м, из которых 191 000 кв. м уже введено.

Аналитики отмечают, что строительство новых очередей и осуществление новых проектов на данный момент неэффективно, поскольку до сих пор остаются незаполненными склады, открытые в 2008 году.

В нынешних условиях, когда существенно возросла стоимость строительства и ощущается нехватка источников финансирования, девелоперы пересматривают необходимость и возможность строительства заявленных очередей. Об отказе от возведении логистических комплексов уже заявили несколько компаний.

партнерство позволит значительно сократить время возврата отремонтированной электроники потребителям. Чтобы отправить неисправный товар производителю, покупателям техники Panasonic будет достаточно обратиться в колл-центр компании. Всю организацию отправки техники в ремонт возьмет на себя DHL Express. Заметим, что DHL Express впервые организует подобный сервис для своих клиентов в России.



Безопасность превыше всего

Во II и III кварталах 2009 года в компании ООО «АВЕТО КОНСТРАКШН», специализирующейся на производстве и поставке складских стеллажных систем, по словам ее коммерческого директора Натальи Эм, возросло число запросов на запасные элементы для складских стеллажных систем. Это вполне объяснимо. В условиях кризиса, когда выделяемого финансирования не хватает на полный апгрейд стеллажного оборудования, приходится прибегать к использованию бюджетного варианта модернизации конструкции. Поскольку ключевым назначением защитных элементов является обеспечение необходимого функционирования стеллажной системы и безопасная работа склада в целом, представители малого и среднего бизнеса делают акцент в модернизации всей стеллажной конструкции именно на защитных элементах.



«Технопарк» справляет новоселье

Один из ведущих игроков на рынке бытовой техники и электроники, «Технопарк», арендовал 6600 кв. м складских и 620 кв. м офисных помещений класса А в производственно-логистическом комплексе «Северное Домодедово». У компании было три склада общей площадью 15 тыс. кв. м. В рамках оптимизации внутренней логистики возникла необходимость в создании единого распределительного центра, ориентированного на собственную розницу и поставки в федеральные ретейл-сети, такие как «М-Видео», Media Markt, «Эльдорадо», и нашим региональным партнерам. Выбор пал на ПЛК «Северное Домодедово», местоположение которого идеально подходит для распределительного центра. Отсюда удобно осуществлять поставки и в Москву, и в регионы, где у компании около 500 партнерских магазинов.

Если в конце 2008 года в ПЛК «Северное Домодедово» не было свободных площадей, то сейчас в условиях кризиса руководство комплекса было вынуждено сократить часть площадей некоторых арендаторов. Но нет худа без добра. Сейчас появилась возможность аренды уже готовых площадей в современном функционирующем комплексе, что, естественно, привлекает многих потенциальных арендаторов. Кроме того, ставки аренды заметно снизились по сравнению с прошлым годом, поэтому у многих компаний появилась возможность арендовать современные складские помещения, которые раньше были им не по карману.



Инновационный тандем

DHL и Panasonic разработали инновационное решение для рынка бытовой электроники. Подписан договор, согласно которому DHL Express принимает на себя обязательства по внутрироссийской транспортировке товаров Panasonic, подлежащих ремонту или замене, в сервисные центры производителя. Такое



pharmlogic

V ЕЖЕГОДНАЯ ВСЕРОССИЙСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ **2009**

ЛОГИСТИКА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА РОССИИ

29 октября 2009 года, Марриотт Тверская, г. Москва

В КОНФЕРЕНЦИИ УЧАСТВУЮТ:

- компании-дистрибьюторы фармацевтической продукции
- российские и зарубежные производители фарм.продукции
- государственные регулирующие органы
- отраслевые ассоциации
- логистические провайдеры

Интересно. Полезно. Уникально.

СВОИ ВЫСТУПЛЕНИЯ ГОТОВЯТ:

- госрегулирующие органы
- Союз Профессиональных Фармацевтических Организаций
- ЦМИ «Фармэксперт», ООО «ФАРМАТ»
- Аптечная сеть 36,6, ЦВ «Протек», Компания «DLA Piper»
- Аптека Холдинг, Компания «УВК» Украина

ПРОГРАММА КОНФЕРЕНЦИИ И РЕГИСТРАЦИЯ НА САЙТЕ WWW.PHARMLOGIC.RU

тел./факс +7 (495) 648-91-59 (многоканальный), 507-38-24 email: pharmlogic@logiconf.ru

Информационная поддержка конференции





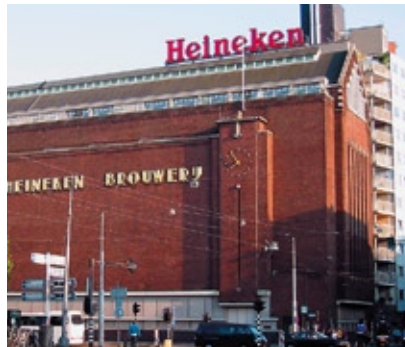
Под присмотром таможи

Минский автомобильный завод первым среди белорусских предприятий создал на территории России систему консигнационных складов. Три склада уже работают в Москве, Ростове-на-Дону и Челябинске. Консигнационный склад представляет собой хранение товара под особым таможенным контролем, но без взимания косвенных налогов, то есть товар находится в сопредельной стране, а серьезных расходов на свое хранение не требует. Как только грузовик пригланется покупателю, с него будут уплачены все необходимые налоги. При этом право собственности на товар, поступивший на консигнационный склад, остается за экспортером до момента продажи.



Стокманизация всей страны

В следующем году финский концерн «Стокманн» собирается открыть в России 5–10 магазинов Lindex и Seppala. По оценке управляющей компании «Финам Менеджмент», запуск одного магазина может обойтись в \$250–375 тыс. Два магазина должны появиться в собственном торговом центре на Невском проспекте в Петербурге. Срок сдачи проекта — осень 2010 года, но он может быть отложен из-за судебных разбирательств с соседями. Пока в России работают только четыре магазина одежды Lindex. Первый из них открылся в Петербурге в августе 2008 года. «Стокманн» тогда планировал активно развивать эту сеть. Открытию новых магазинов, в том числе в Москве и Петербурге, помешал кризис: строительство ряда торговых комплексов было приостановлено. Только этой осенью «Стокманн» откроет первый магазин Lindex в Москве. Магазины Seppala дальше планируется открывать преимущественно в столицах. Так, считается, что в Петербурге, где работают уже 12 этих магазинов, люди лучше знакомы с брендом. Свои франчайзинговые сети Bestseller и Nike дальше развивать в России «Стокманн» пока не планирует.



Вместо пива логистический центр

Группа Heineken, выпускающая региональные марки «Калинкин», «Степан Разин Петровское», «Степан Разин Адмиралтейское», «Степан Разин Специальное», «Степан Разин Крепкое», а также национальные бренды «Охота» и «Три медведя», прекращает производство пива на заводе им. Степана Разина и перепрофилирует производственную площадку в комплекс дистрибуции и складской логистики площадью 6 тыс. кв. м. По словам директора по связям с общественностью Heineken в России Анны Мелешинной, пивные бренды не исчезнут, а будут производиться в филиале «Пивоварня Хейнекен», имеющем запас свободных мощностей.



Логистика высшей пробы

В октябре исполняется 10 лет со дня создания кафедры логистики Государственного университета — Высшей школы экономики (ГУ-ВШЭ). Кафедра логистики и Международный центр логистики ГУ-ВШЭ внесли существенный вклад в развитие логистики и управления цепями поставок в нашей стране. За десять лет в Высшей школе экономики создана признанная в России и за рубежом школа отечественной логистики, подготовившая свыше 3000 специалистов по широкому спектру образовательных программ — от повышения квалификации до высшего образования и MBA по логистике и УЦП. Авторитет специалистов отделения логистики и МЦЛ подтверждается представительством их ведущих профессоров в престижных международных организациях: Европейской логистической ассоциации (ЕЛА), Европейском сертификационном комитете по логистике (ЕСКЛ), Международном совете по цепям поставок и др. Широкая известность и авторитет кафедры логистики и Международного центра логистики обусловлены также решением актуальных задач развития логистики и УЦП за счет проведения научных исследований и совершенство-



вания системы подготовки и переподготовки кадров, повышения качества, академической и прикладной значимости выполняемых в рамках данной области научных работ.

На рубеже XX–XXI веков интегральная парадигма логистики породила новую идеологию управления логистическими, производственными процессами и бизнесом в целом — Supply Chain Management (SCM) — управление цепями поставок (УЦП). Жесткая конкуренция на мировых рынках, вывод на рынок продуктов с короткими жизненными циклами и завышенные ожидания потребителей в отношении качества продукта и логистического сервиса вынудили предприятия многих стран концентрировать свое вни-

мание и инвестировать все большие средства в интегрированную логистику и УЦП. Это в совокупности с развивающимися коммуникационными и транспортными технологиями (интернет-телекоммуникациями, онлайн-мониторингом товарно-транспортных потоков, оперативной доставкой) способствовало стремительному продвижению SCM-идеологии в бизнес.

Collaborate to compete — «взаимодействовать, чтобы конкурировать» — этот принцип является одним из основополагающих для успешного ведения бизнеса на современных динамичных рынках и для успешного преподавания на кафедре логистики Высшей школы экономики, которая вступает в свое второе десятилетие.

11-я Международная Специализированная Выставка
11-th International Specialised Exhibition

ФАРМТЕХ

24 – 27.11.2009

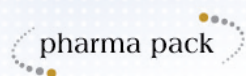
Москва, МВЦ «Крокус Экспо»
Crocus Exhibition Centre, Moscow



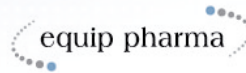
2009 ● ● ● ● ● ● ● ● ● ●
pharmtech


ufi
Approved
Event

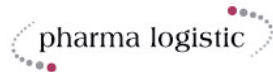
Разделы выставки:

pharma pack

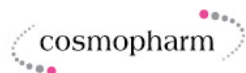
упаковка и упаковочное
оборудование

equip pharma

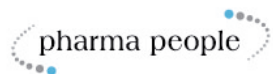
производственное
и непроизводственное
оборудование

pharma logistic

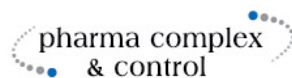
склад и логистика

cosmopharm

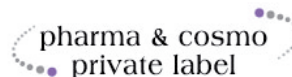
технологии
для производства
косметической продукции

pharma people

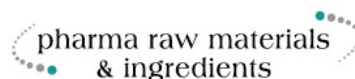
ярмарка вакансий

pharma complex
& control

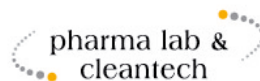
проекты «под ключ»

pharma & cosmo
private label

частная торговая марка

pharma raw materials
& ingredients

сырье и ингредиенты

pharma lab &
cleantech

лабораторное
оборудование и
«чистые помещения»

4-й Международный **Форум «Фармтехпром»** – 24 - 26.11.2009 – 4-th International Forum **PHARMTECHPROM**

Организатор:



Тел.: +7 (495) 935 7350
Факс: +7 (495) 935 7351
pharmtech-expo@ite-expo.ru

При поддержке:



**Получите электронный билет
на выставку**



www.pharmtech-expo.ru



Новые таможенные посты на Брянщине

Несмотря на свой приграничный статус, Брянская область не может похвастаться обустроенными автомобильными пунктами пропуска.

А из-за того что недавно были ликвидированы московские таможенные посты, на очереди серьезная «усушка» подмосковных таможен, большинство грузов, ввозимых на территорию Российской Федерации с западного и юго-западного направлений, теперь будут досматривать на въезде в Брянскую область. Поэтому создание там современных таможенно-логистических терминалов — веление времени. И осуществить это поможет соответствующая федеральная программа. На ее реализацию, по словам начальника Брянской таможни Дмитрия Жукова, выделены серьезные средства. И даже несмотря на кризис: обустройство приграничных автомобильных пропусков рассматривается в каче-

стве первоочередных задач. Ожидается, что уже в ближайшие три года таможенно-логистические терминалы появятся в Климовском, Погарском и Новозыбковском районах. Первым — до конца этого года — планируют ввести терминал у Климовского таможенного поста «Новые Юрковичи». Он будет включать просторное складское помещение аграрного типа, административное здание, кафе и ряд других построек.

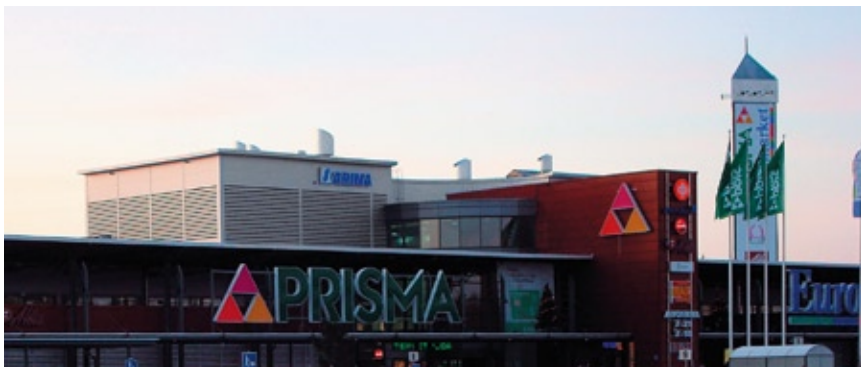
Строительство предполагается развернуть на участке площадью более четырех гектаров. Там уже началась прокладка коммуникаций. Однако выяснилось, что на эту землю претендуют и несколько пайщиков одного из сельхозпредприятий, с которыми уже не одну неделю пытается договориться областное управление имущественных отношений.

Впрочем, вице-губернатор Александр Касацкий заверил, что земельный конфликт будет урегулирован, поскольку эти терминалы обещают стать не только лицом региона, но и визитной карточкой всей России.



Семь лет с ЭТРАН

Седьмой год успешной работы системы ЭТРАН был ознаменован переходом от функционирования в качестве прикладного инструмента оформления первичной документации к полноценной учетной системе, способной контролировать бизнес-процессы грузоперевозок. За период с сентября 2002 года по сентябрь 2009-го произошло массовое подключение пользователей к технологиям оформления документов с помощью электронной цифровой подписи и использования единого лицевого счета. За прошедший год более чем в 10 раз выросло число контрагентов, желающих оформлять перевозочные документы с использованием электронной цифровой подписи (ЭЦП), — 800 против 80 в сентябре прошлого года. Еще более заметны изменения в использовании технологии единого лицевого счета (ЕЛС). Число клиентов ОАО «РЖД», использующих ЕЛС для расчетов, увеличилось более чем в 120 раз: со 195 до 24 000.



Prisma закинула сеть

Несмотря на кризис, финская торговая сеть Prisma продолжает открывать магазины в России и планирует запустить логистический центр. В Петербурге работают уже четыре финских магазина. Первый был открыт летом 2008 года на Невском проспекте в Торговом комплексе «Москва». Второй работает с осени 2008 года в районе Новое Деятино, третий супермаркет сети был запущен в июне 2009 года на площади Конституции. Четвертый начал функционировать в начале августа на пересечении Московского шоссе и Дунайского проспекта. До 2015 года ретейлер планирует запустить 15–20 объектов. Всего на территории России финская компания намеревается открыть 20–30 магазинов. Они будут расположены не только в спальных районах Санкт-Петербурга, но и в центре города, а также в пригородах. За пределы

Ленинградской области финская сеть пока выходить не собирается. До конца 2009 года выводить на рынок новые объекты также не планируется. За время работы в Санкт-Петербурге ретейлер рассмотрел около 300 потенциальных локаций для размещения своих гипермаркетов, а также варианты покупки действующих одиночных магазинов и их дальнейшего перевода под бренд Prisma. Повод для того, чтобы с оптимизмом смотреть в будущее, есть.

В корпорации SOK, управляющей сетью, подвели итоги работы первого российского магазина Prisma в ТК «Москва» в Санкт-Петербурге. За год объем продаж там вырос на 220%. За это время доля финских товаров в сети увеличилась с 10% до 25–30%.

В конце ноября сеть намерена провести «финские недели», в рамках которых производители из Финляндии могут представить свои товары на полках гипермаркетов Prisma и изучить покупательский спрос.



По мировым стандартам

В ходе II Международной конференции «Санкт-Петербург — морская столица России. Транспортно-транзитный потенциал» министр транспорта и связи Республики Татарстан Геннадий Емельянов заверил, что Свияжский межрегиональный мультимодальный логистический центр будет соответствовать всем мировым стандартам. Он будет включать в себя железнодорожный и автотерминал, порт и подъездные пути к нему, погрузо-разгрузочные мощности, а также площадки для временного хранения, переработки и отправки грузов. На реализацию проекта в 2010–2015 годах будет выделено 11,6 млрд. руб. — 5,6 млрд. руб. из федерального бюджета, 1,3 млрд. руб. из республиканского бюджета и 4,7 млрд. руб. частных инвестиций.

Введение логистического центра в Татарстане позволит снизить транспортные издержки грузоотправителей, расширить торговые связи России, поможет интегрировать международные потоки, повысить доходы от транспортной и сервисной деятельности, внедрить современные логистические технологии и повысить эффективность Казанского транспортного узла.

Проект уже получил положительное заключение Главгосэкспертизы, по результатам открытых конкурсов заключены соответствующие государственные контракты, и в 2010 году планируется приступить к строительству комплекса.



РФ и Эстония — двусторонний транзит

На втором заседании совместной транспортной комиссии между Министерством транспорта Российской Федерации и Министерством экономики и коммуникаций Эстонской Республики была достигнута договоренность обменяться до 15 октября 2009 года 3500 разрешениями на перевозки грузов в двустороннем и транзитном сообщении.

Кроме этого, предусмотрен предварительный обмен на 2010 год 17 000 разрешений на двусторонние перевозки грузов и транзитный проезд.



Позвони мне, позвони!

В третьем квартале 2009 года объем продаж сотовых телефонов сократился на 31,6%, до 7,1 млн. штук. По оценкам компании «Евросеть», рынок преодолел дно кризиса в конце второго — начале третьего квартала. Однако окончательно прийти в себя ретейл сможет не раньше 2011 года, когда выйдет на показатели 2008 года.

Объем проданных мобильных телефонов за девять месяцев текущего года, по оценкам «Евросети», составил 17,33 млн. штук, что на 34,1% ниже, чем в прошлом году. Итоговый объем рынка в 2009 году, по прогнозам, упадет на 28%, до 26 млн. трубок.

Аналитики компании констатируют возобновление потребительского спроса на мобильные телефоны с начала третьего квартала. По их словам,

отчасти это связано с осуществлением отложенных в первом полугодии покупок, не входящих в сегмент предметов первой необходимости, таких как бытовая и цифровая техника, в том числе и сотовые телефоны. По прогнозам, уже в следующем году рынок ждет частичное восстановление. Рост может составить от 3–4%, по пессимистическим прогнозам, до 10–15% — по оптимистическим. Основным фактором, определяющим сценарий развития рынка, является экономическая ситуация в стране, считают в «Евросети». При таких темпах роста уже в 2011 году ожидается восстановление рынка до уровня 2008 года.

По мнению ведущего аналитика Mobile Research Group Эльдара Муртазина, объем рынка сотового ретейла в третьем квартале составил 7,3 млн. трубок, а по итогам года может достигнуть 26–27 млн. штук.



Программное обеспечение для работы с RFID-системой

Специалисты компании «САОТРОН» разработали программное обеспечение KEEPCOUNT, совместимое с RFID-системой. Комплекс KEEPCOUNT позволяет собирать и обрабатывать информацию в режиме реального времени.

Терминал считывает метки, информация отображается на дисплее, появляется возможность предоставлять различные критерии и справочники в программе: наименование, количество, даты изготовления, поступления на склад, ответственное лицо, место хранения и т. д.

После сбора информации производится обмен данными с учетной системой. Программное обеспечение KEEPCOUNT интегрируется с любой учетной системой.

Использование RFID-технологии в складской логистике позволяет не только сэкономить время, сократить затраты труда, но и исключить фактор человеческих ошибок, а также предотвратить кражи товарной продукции. А кроме всего прочего, повысить уровень оперативного контроля движения товарной продукции.



Крупный терминал появится на таможенном посту «Нехотеевка»

Строительство терминала обусловлено реализацией Концепции таможенного оформления и таможенного контроля товаров в местах, приближенных к государственной границе России. Будущий комплекс включает в себя современный склад временного хранения, оснащенный всем необходимым для размещения и хранения 240 большегрузных автомобилей, помещением для временного хранения товаров с выгрузкой еще 70 автомобилей. Терминал оборудуют техническими средствами таможенного контроля, стационарными системами радиационного контроля, рентгено-телевизионной установкой. Здесь же расположится административный корпус. Пока на строительство этого объекта, по словам секретаря областного Совбеза С.Литвинова, планируется выделить 250 млн. руб. Первая очередь объекта заработает уже в будущем году, тогда начнется строительство и второй очереди — сервисной зоны. Сервисная зона будет включать в себя гостиницу, стоянку автотранспорта, интернет-кафе, терминалы для банковского обслуживания и многое другое.

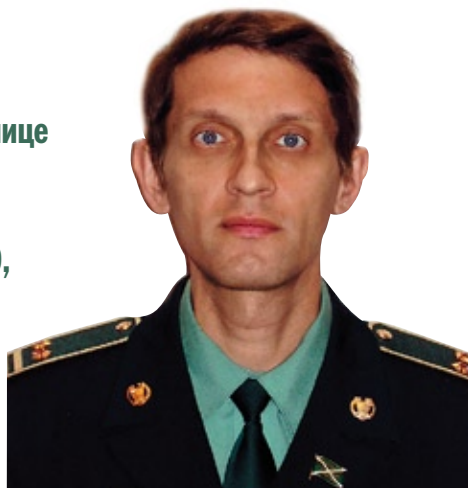


Тарифы пошли вниз

Правление Федеральной службы по тарифам (ФСТ) установило понижающие исключительные тарифы на перевозку скоропортящихся грузов в крупнотоннажных рефрижераторных контейнерах (КРК). Как явствует из сообщений пресс-службы, к тарифам на перевозку грузов в контейнерах массой 32–40 тонн будет применяться понижающий коэффициент в размере 0,87. Таким образом, тариф понизится на 13%. Снижение тарифа на пробег данного вида вагонов в порожнем рейсе составит 19%.

В августе правление Федеральной службы по тарифам на 4% снизило тарифы на перевозку скоропортящихся грузов в 6-осных изотермических вагонах. Снижение тарифа на порожний пробег тогда составило 15%.

“ С очередями на границе перед въездом в Российскую Федерацию уже смирились, но бывает, что машины по 20, а то и по 30 дней держатся на таможне.



ИЛЬЯ БЛИНОВ,
начальник правового отдела «БИСт Столица»

Пришел в таможенное ведомство в 1994 году, когда начала формироваться таможенная юридическая служба Московского региона. С 1998 года — начальник правового отдела Московской южной таможни, затем Московской западной таможни. В настоящее время возглавляет юридический отдел юридической фирмы «БИСт Столица», оказывающей услуги по правовой защите бизнеса.

Как известно, благими намерениями вымощена дорога в ад. Не обернется ли непродуманная инициатива государства, направленная на ужесточение фискальной политики таможенных служб, еще большими очередями на таможенных постах и колоссальными убытками для импортеров, не подстегнет ли желание отрапортовать о выполнении указаний сверху к необоснованным поборам и желанию увидеть криминал там, где его нет? Об этом мы беседуем с экспертом Ильей Блиновым.



ТАМОЖНЕ ДАЛИ «ДОБРО»

С 1 октября вступили в силу изменения в Таможенный кодекс, касающиеся уплаты таможенных платежей, процедуры ареста имущества плательщиков и других способов взыскания таможенных пошлин. В чем суть нововведений?

Все они направлены на ужесточение фискальной политики. Введена новая норма, касающаяся ареста денежных средств на счетах плательщиков таможенных платежей, чего не было в предыдущем кодексе. Кроме этого, введена солидарная ответственность

таможенного брокера вместе с представляемым лицом (пунктом 2 статьи 144 ТК РФ на таможенного брокера (представителя) возложена обязанность по уплате таможенных пошлин, налогов, если содержание таможенного режима, определенного для де-

ЗОНА ТАМОЖЕННОГО КОНТРОЛЯ CUSTOMS CONTROL ZONE



кларирования товаров, предусматривает их уплату). Еще изменен порядок выставления уточненного требования не в пользу участника внешнеэкономической деятельности. Если раньше уточненное требование выставлялось по тем же правилам, что и основное, то сейчас оно выставляется в течение десяти дней с момента принятия решения. И что важно, срок на выставление основного требования — сейчас он, кстати, тоже увеличен — не является пресекательным. Теперь даже в случае пропуска таможенной срока выставления требова-

ния по поводу таможенных платежей она может производить принудительное взыскание во внесудебном порядке в течение трех лет.

В начале июня премьер-министр РФ на заседании президиума правительства подверг критике силовые ведомства за непрекращающийся поток контрафактной и контрабандной продукции в страну. Как, на ваш взгляд, ужесточение таможенных правил, санкционированное Владимиром Путиным, повлияет на количество и качество перевозок?

Напрямую это перевозчиков касается мало, хотя, зная чрезмерное усердие тех, кто ответственен за принятие мер, можно предположить, что косвенно их обязательно затронет. Например, у меня сейчас в производстве дело по семи литовским фурам, застрявшим на Ногинской таможне. Товар был арестован, но почему-то опечатали его в фурах. К настоящему времени по товару уже принято несколько судебных решений, скорее всего, он будет выдан получателю, но кто заплатит за простой фур? При этом таможенные службы открыто

Nota bene

Компания Samsung недовольна тем, как таможенники классифицируют при ввозе беспроводные (работающие по технологии bluetooth) гарнитуры. Таможня, по словам директора подразделения телекоммуникаций компании Дмитрия Кузнецова, определяет гарнитуры при ввозе как комплект «динамика плюс микрофон» и просит заплатить за них 10% от таможенной стоимости. А производители считают гарнитуры средством связи, пошлина на которые 5%. Samsung подала 39 исков к Шереметьевской таможне и один к Домодедовской (выигран в первой инстанции). Сумма исковых требований исчисляется сотнями тысяч долларов,

говорят: «Мы на фуры ареста не накладывали». Тем не менее пломбы стоят и никаких документов на выезд фур в Литву, по месту регистрации транспортных средств, не выдают.

Понятно, что просто из-за усиления таможенных проверок на границах будут увеличиваться. С очередями на границе перед въездом в Российскую Федерацию уже смирились, но бывает, что машины по 20, а то и по 30 дней держатся на таможне, в частности Псковской, Себежской, из-за проведения так называемых дополнительных проверок по оперативной информации. При этом что эту оперативную информацию ни перевозчик, ни владелец груза не видит и не знает. Просто ставят перед фактом: поступила оперативная информация (оперативное письмо). Или же говорят: попадаете под профиль риска. И принимаются соответствующие меры.

Внутренняя инструкция Федеральной таможенной службы (ФТС), согласно которой тщательной проверке подлежит каждый ввозимый мобильник, фактически полностью застопорила импорт данного вида продукции. На складах таможенников «зависло» около миллиона телефонов на общую сумму в несколько десятков миллионов евро. Не грозят ли подобные проверки другим видам товаров?

Конечно, грозят, потому что таможня не выполняет полугодовой план по сбору пошлин, недобрала почти половину того, что было собрано за тот же период в прошлом году. Идут указания в нижестоящие таможенные органы усилить сборы любой ценой.

Отсюда и корректировки таможенной стоимости ввозимых товаров, и смена кодов на них. ФТС России устанавливает цены на ввозимые товары путем издания так называемых профилей риска, которые имеют статус документов для служебного пользования.

Цены, как правило, устанавливаются без учета страны происхождения товаров, их производителей, наличия товарного знака и пр. Импортёры, у которых таможенная стоимость ниже профиля риска, получают от таможенных органов требования о предоставлении дополнительных документов, по-

яснений по условиям сделки и расчет суммы обеспечения уплаты таможенных платежей, которые могут быть дополнительно начислены.

Кроме задержки в поставке товаров, у импортёра возникают дополнительные расходы: простой транспортных средств, оплата услуг по хранению товаров на СВХ, оплата процентов банку за полученную гарантию или «замораживание» денег, внесенных на депозит в таможенный орган. Если импортёр не согласится с решением таможни, ему предстоит потратить еще и силы, время и средства на судебную тяжбу. Мало кто из импортёров может себе позволить такие расходы.

Многие, чтобы их избежать, готовы пойти на подмену коммерческих документов, увеличивая цену поставляемых товаров, чтобы она была чуть больше чем указана в профиле риска. По моим наблюдениям, идет целенаправленная кампания по задержанию и обращению в государственную собственность высоколиквидного товара.

Я по судам хожу, вижу, например, сколько судится тот же Samsung Electronic. Не лучшая ситуация с мобильными телефонами, дорогой мебелью. Есть, конечно, спорные вопросы, касающиеся определения таможенной стоимости или кодирования товара, но решаться они должны в рамках определенной процедуры и не должны являться основаниями для привлечения к ответственности, за исключением умышленного искажения сведений и предоставления заведомо недействительных документов.

Более 70%
судебных дел по корректировке
таможенной стоимости
ФТС проигрывает. При этом
никто не считает расходы
государства, которое
вынуждено тратить бюджетные
деньги на рассмотрение
заведомо незаконных решений
таможенных органов.



ФТС предлагает обязать компании заранее информировать таможню об экспортируемых и импортируемых товарах. Проект поправок в Таможенный кодекс, вводящих предварительное декларирование, опубликован на сайте Федеральной таможенной службы. Но пока механизм работы с предварительной информацией четко не прописан. А так как наша национальная особенность — «долго запрягать», не приведет ли нововведение к еще большим очередям на границе?

Пожелание, чтобы информация хотя бы в общем виде приходила на таможню до прихода товара, конечно, благое. Но такая процедура в принципе уже существует. 130-я статья Таможенного кодекса предусматривает подачу предварительной таможенной декларации. Ничего нового здесь нет, разве что способ — в электронном виде.

Другое дело, немало случаев, и в моей практике тоже, когда приходит товар, не всегда совпадающий по своим характеристикам и по количеству с тем, что заявлен в предварительной декларации. Какие санкции будут применяться к тем, кто предоставил не соответствующую действительности информацию? Насколько будет учитываться предварительная информация при составлении, скажем, транзитного документа?

Что касается таможенников, то предварительное декларирование позволяет им понять, попадает ли данный груз под риск или под ту или иную оперативную информацию. А вот участники внешнеэкономической деятельности, как и перевозчики, раскрывая свои «карты», полностью рискуют вообще не доехать до границы.

Дело в том, что перевозчик передает информацию о машине, о грузе и пункте назначения пограничному таможенному органу на бумажных носителях.

На их основании таможенные органы формируют электронную базу.

Передача этой информации осуществляется только между таможенными органами по закрытым ведомственным защищенным каналам связи с соблюдением всех мер информационной безопасности.

Предварительное информирование предполагается осуществлять по открытой сети Интернет. Таким образом, участника ВЭД вынуждают открыть любому желающему свою ценную коммерческую информацию. Это неизбежно поставит его под удар криминала, так как эта ценная информация станет легко доступной для бандитов, мошенников и вымогателей.

В настоящее время значительный объем товаров, предназначенных для российских получателей и перемещаемых в контейнерах, доставляется морским транспортом в порты стран (Эстония, Финляндия, Латвия, Украина), граничащих с Россией, после чего перегружается и ввозится на таможенную территорию Российской Федерации автомобильным транспортом. Таможенная служба вышла с инициативой на границах с Прибалтикой и Украиной допускать контейнеры в морские и железнодорожные пункты пропуска, указанные в специ-

альном перечне, а для перемещения их через автомобильные пункты пропуска ввести квоты, устанавливаемые международными соглашениями. С какой целью это делается?

Это прямое нарушение как российской Конституции, так и наших международных соглашений о международных перевозках 1956 года и перевозках под таможенным контролем 1975 года. Что касается санкций в отношении перемещения контейнеров через автомобильные пункты, то эта инициатива подпадает под действие статьи 15 Закона об антимонопольной деятельности, запрещающего действия государственных органов, ограничивающих конкуренцию. А в данном случае налицо конкуренция автомобильного и железнодорожного транспорта. Инициатива исходит от РЖД, которые хотят взять объем перевозок, ведущихся из Финляндии в контейнерах, на себя. Фактически РЖД станут там монополистом. На мой взгляд, здесь идет в чистом виде лоббирование интересов. Если это и произойдет, по моему мнению, это должно сопровождаться установлением Федеральной службой РФ по тарифам предельных тарифов РЖД на такие перевозки.

В соответствии с официальной статистикой ВАС России в 2008 году арбитражными судами рассмотрено более

8000 дел

с участием таможенных органов, связанных как с обжалованием решений таможенных органов о привлечении к административной ответственности юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, так и с судебными спорами по правомочности применения таможенного законодательства.



Почему у железнодорожных таможенных постов нет очередей, а на автопропускных пунктах есть? Товары ведь растаможиваются одни и те же?

Дело в том, что технология другая. У каждого автомобиля свой транзитный документ. А оформление груза на железной дороге производится целиком на весь состав. Да и потом, на железной дороге просто не может быть задержек, поскольку поезда следуют строго по расписанию, которое согласовано с пограничными станциями.

Как вы оцениваете эффект от вывода таможенных терминалов за пределы Москвы? Насколько этот шаг был своевременным и эффективным?

Здесь опять-таки нарушен закон об антимонопольной деятельности, просто никто не хочет судиться с Федеральной таможенной службой.

По идее таможня должна обслуживать бизнес и идти вслед за бизнесом. В данном случае все ставится с ног на голову. Насколько мне известно, те терминалы, что остались после сокращения, за свои услуги требуют куда больших денег, и чем ближе к Москве, тем дороже.

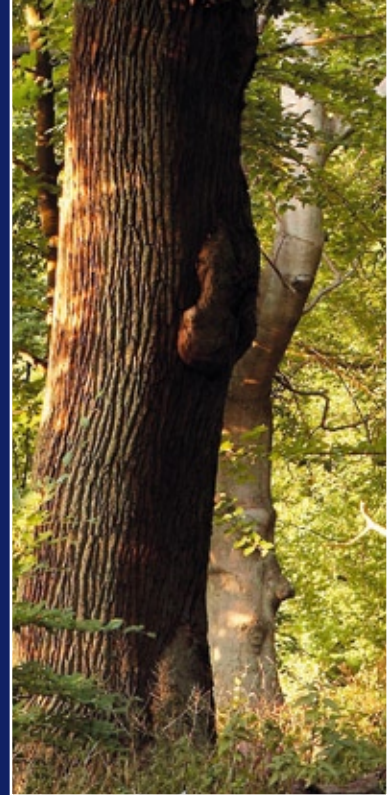
Подорожали и услуги таможенных складов на терминалах, расположенных в пограничных с Москвой областях. ●

Nota bene

Постановление Президиума ВАС от 03.02.2009 № 11875/08 зафиксировало сложившуюся судебную практику: указание в таможенной декларации неправильного кода товарной номенклатуры, не связанное с заявлением при описании товара недостоверных сведений о количестве, свойствах и характеристиках товара, влияющих на его классификацию по данной номенклатуре, не может служить основанием для привлечения декларанта к административной ответственности за недостоверное декларирование; при этом декларант не освобожден от обязанности уплатить сумму таможенных платежей в размере, соответствующем надлежащему коду товарной номенклатуры. Таким образом, суд при рассмотрении вопроса о привлечении к административной ответственности вместо анализа наличия в поведении декларанта вины в заявлении недостоверного кода исключил само недостоверное заявление классификационного кода из объективной стороны данного правонарушения.

СТРАТЕГИИ КОМПЛЕКСНЫХ РЕШЕНИЙ

Группа компаний DSV — глобальный логистический оператор категории 4PL с филиалами в 59 странах. Одно из таких представительств — DSV Road в Санкт-Петербурге.



DSV Road (филиал в Санкт-Петербурге) входит в пятерку крупнейших логистических мировых компаний и занимается международными и внутрироссийскими авиационными, автомобильными и морскими перевозками широкого спектра грузов, а также их страхованием и таможенным оформлением.

Услуги по перевозкам оказываются как собственными машинами, так и привлеченными перевозчиками крупных транспортных компаний Белоруссии и Прибалтики.

Одним из преимуществ DSV Road Санкт-Петербург является географическое расположение. Близость к границе с Финляндией позволяет предлагать оптимальные логистические решения, в частности перевозку комплектных и сборных грузов в формате Европа — Финляндия — Россия.

Располагая консолидационными базами в Эстонии и Финляндии, компания обеспечивает оптимальное соотношение сроков доставки и цены, а также предлагает дополнительные услуги по желанию

клиентов (хранение на складах, консолидация сборных грузов от различных поставщиков и их совместная поставка получателю, предварительное согласование документов и контроль за правильностью их оформления).

Наличие собственного современного склада компании площадью 2000 кв. м и емкостью 3000 палетомест, расположенного в центральной части Санкт-Петербурга, на Витебском проспекте, позволяет предоставить клиентам полный спектр логистических услуг от двери до двери, включая и ответственное хранение с доставкой конкретных партий грузов со склада до получателя.

DSV Road Санкт-Петербург также обеспечивает таможенное оформление любых видов грузов (включая опасные и другие специальные грузы) — от научных артефактов до театрального реквизита, временный ввоз, Carnet ATA.

В пакет предоставляемых компанией услуг по таможенному оформлению входят консультирование,



составление, предварительная проверка и подача на таможенную декларацию, консалтинг и правовая защита заказчика, сопровождение процедуры таможенного оформления.

ДСВ является официальным, лицензированным всероссийским таможенным брокером. Вправе совершать таможенное оформление от своего имени по поручению и в интересах клиента, неся полную юридическую ответственность за совершенные действия в рамках законодательства регулирующего деятельность таможенного брокера как официального представителя в таможенных органах участника ВЭД. Данное обстоятельство исключает необходимость общения клиента с таможенными органами напрямую. Решение Ваших проблем — наша задача!

Многолетний опыт работы на российском рынке позволяет компании DSV Road Санкт-Петербург всегда находиться в курсе тенденций транспортного рынка и предлагать клиентам оптимальные тарифы на все направления.

КОНТАКТЫ

► Отдел таможенного оформления (Балтийская группа)

Филипп Светловский
+7 (812) 322-96-40 ext 101
+7 (921) 403-30-31

Filipp.Svetlovsky@ru.dsv.com

► Департамент международных перевозок

Андрей Югай
+7 (812) 380-72-10 ext 202
+7 (911) 111-20-51

Andrew.Jugaj@ru.dsv.com

DSV

Из аналитического отчета «Судебные прецеденты по таможенным спорам и их влияние на внешнюю торговлю» Александра Косова, к.ю.н., руководителя группы практики таможенного права и внешнеторгового регулирования компании «Пепеляев, Гольцблат и партнеры».

ТОЛЬКО ФАКТЫ

Одной из значимых кампаний, проведенных ФТС России в 2008 году, являлась отмена в порядке ведомственного контроля разрешений на применение таможенного режима переработки вне таможенной территории, выданных местными таможенными. В свою очередь, это повлекло за собой череду судебных дел по обжалованию таких решений, более 65% из которых были признаны незаконными.

Несмотря на результаты судебных споров, ФТС России практически заблокировала возможность применения данного таможенного режима. Данный подход может быть объяснен только фискальными задачами, стоящими перед ФТС России, помехой в выполнении которых являются таможенные режимы, предусматривающие полное или частичное освобождение от уплаты таможенных платежей. Однако данная стратегия ФТС представляется по крайней мере странной, поскольку предполагает отказ России от использования признанных во всем мире механизмов развития производства продукции.

Применительно к таможенному режиму временного ввоза прослеживается тенденция в подтверждении судами правомерности решений таможенных органов о привлечении импортеров к административной ответственности в случае передачи декларантом временно ввезенных товаров третьим лицам для проведения испытаний без переоформления на такое третье лицо обязательств перед таможенными органами.

Вместе с тем представляется, что при принятии таких решений таможенными органами и судами искажается цель ограничений на пользование и распоряжение временно ввезенными товарами, установленных Таможенным кодексом: что такие товары не должны быть введены в коммерческий оборот на территории России. Представляется, что ввоз образцов товаров для их испытаний, в том числе для целей сертификации, соответствует такой цели и, соответственно, в случае обратного вывоза импортером таких образцов условия таможенного режима временного ввоза не являются нарушенными.

Ограничение мест декларирования отдельных видов товаров

Решением от 30.01.2009 № 15092/08 Высший арбитражный суд России признал незаконным приказ Федеральной таможенной службы от 18.08.2008 № 1010, устанавливавший ограничение мест декларирования в отношении арахиса. Основанием для такого решения явился тот факт, что, устанавливая данное ограничение, ФТС России не соблюла условие его установления, а именно наличие фактов частого нарушения таможенного законодательства при ввозе таких товаров.

В настоящее время ограничения мест декларирования, введенные на данном основании, действуют в отношении мяса (приказ ФТС России от 17.10.2007 № 1283), древесины и изделий из нее (приказ ФТС России от 29.10.2007 № 1327), алкогольной продукции из Республики Молдова (приказ ФТС России от 09.11.2007 № 1388), отходов и лома цветных и черных металлов (приказ ФТС России от 02.12.2008 № 1514). Со-

ответственно, можно ожидать, что дело с арахисом повлечет за собой рассмотрение законности установления ограничений в отношении и других указанных выше видов товаров.

Периодическое временное декларирование

Заслуживает также внимания постановление ВАС России от 08.07.2008 № 4574/08, касающееся уплаты таможенных сборов за таможенное оформление при применении периодического временного декларирования.

В данном постановлении суд указал, что представление временной и полной таможенных деклараций в совокупности с другими необходимыми таможенными операциями составляет таможенное оформление товара как единую таможенную процедуру.

В связи с этим уплата таможенного сбора за таможенное оформление товаров при подаче временной таможенной декларации является оплатой всех действий таможенных органов по таможенному оформлению товара в рамках периодического временного декларирования данных товаров и исключает повторную уплату таможенных сборов при представлении полной таможенной декларации.

Вместе с тем впоследствии Правительство РФ издало постановление от 10.03.2009 № 220 «О внесении изменения в постановление Правительства Российской Федерации от 28 декабря 2004 года № 863». Согласно данному постановлению таможенные сборы за таможенное оформление должны уплачиваться при подаче как временной, так и полной таможенной декларации.

Таким образом, указанное выше постановление ВАС России формально утратило свое значение для правоотношений, возникших после вступления в силу постановления от 10.03.2009 № 220, поскольку при рассмотрении дела ВАС России оно еще не было издано и не действовало. Вместе с тем выводы суда, сделанные по существу вопроса, позволяют говорить о возможности постановки вопроса и о законности данного постановления Правительства РФ.

Примечательным является тот факт, что практически с той же мотивировкой ФАС Московского округа в постановлении от 26.06.2008 № КА-А40/5288-08 сделал вывод, что вывоз товара в объеме, превышающем заявленный во временной таможенной декларации, при условии декларирования фактического объема вывезенного товара в полной таможенной декларации не образует состава административного правонарушения, ответственность за которое установлена ч. 1 ст. 16.2 КоАП России.

Таким образом, судом нивелирован запрет на вывоз товаров в количестве, превышающем заявленное во временной декларации, установленный абзацем вторым пункта 2 статьи 138 ТК России, поскольку, кроме административной ответственности, данный запрет ничем не обеспечивался.

Учитывая также судебные споры по применению периодического временного декларирования в отношении нефти и нефтепродуктов в связи с частым изменением ставок вывозных таможенных пошлин на данные товары, представляется, что данный институт требует более четкого регулирования на законодательном уровне. ●



Антикризисные решения в технологиях и оборудовании пищевой промышленности

IV МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ФОРУМ
В рамках выставки **АГРОПРОДМАШ** 2009



**12 - 13
октября**

Москва, Экспоцентр



КЛЮЧЕВЫЕ ТЕМЫ ФОРУМА:



Влияние изменений на рынке пищевых
продуктов на рынок оборудования и
технологий



Модернизация оборудования в условиях
острого дефицита оборотных средств



Управление себестоимостью продуктов в
условиях роста цен на сырье, ресурсы,
ингредиенты

Организаторы:



Тел./факс (812) 327-4918
E-mail: imperiam@imperiaforum.ru
www.imperiaforum.ru

 **ЭКСПОЦЕНТР**
www.agroprod mash-expo.ru

В марте 2009 года войска Федеральной таможенной службы перешли под Москвой в решительное контрнаступление на участников внешнеэкономической деятельности. В ходе этой операции компании-импортеры и их перевозчики были отброшены за пределы МКАД и ценой многодневных напряженных простоев заняли терминалы в Видном, Домодедове, Подольске, Зеленограде и других городах Московской области. Значение этого «прорыва» для экономики страны мы попросили прокомментировать одного из участников рынка, компанию «Авалон Логистик».

ВРАГ У ВОРОТ

Реализация концепции Федеральной таможенной службы (ФТС) России, а в частности приближение мест таможенного оформления и таможенного контроля к государственной границе РФ, — сегодня одна из основных тем, обсуждаемых участниками внешнеэкономической деятельности (ВЭД) и компаниями, оказывающими «околотаможенные» услуги в Московском регионе. Большинство участников, конечно же, согласно с необходимостью вывода значительного потока транспорта за пределы Москвы. И цели, которые преследуют таможенные органы и администрация Москвы, также понятны. И необходимость всего этого вполне очевидна. Но...

Первый этап (март этого года) был связан с ликвидацией большинства таможенных постов, расположенных непосредственно в Москве. Перевод грузопотока в Московскую область для тех, кто прежде оформлялся в Москве, создал определенные сложности. Правда, прогнозируемых плачевных последствий — приостановки поставок, серьезного увеличения сроков таможенного оформления — не наблюдалось. Но объясняется это не столько четкими действиями таможни, сколько последствиями наступившего кризиса — в начале 2009 года грузопоток основательно уменьшился. Опять же, не изменялись логистические схемы, так как большинство таможенных постов Московской области расположено недалеко от Москвы. И потому удалось сохранить и квалифицированные кадры, и ранее действующий документооборот.

Но удивляет отношение таможенных органов к реализации данного проекта. Участие их, на наш взгляд, ограничилось только принятием решения. Кто, куда и на каких условиях пере-

водит свои грузопотоки из Москвы — проблема импортеров/экспортеров и таможенных брокеров. Государство полностью устранилось от какого-либо регулирования этого процесса. В результате на ряде терминалов возникли серьезные проблемы. Либо «граница» не координировала потоки и направляла машины только на эти терминалы, либо ограниченное число постов фитосанитарного или ветеринарного контроля способствовало избыточной концентрации определенных товаров в этих местах. Но факт остается фактом — возник реальный транспортный коллапс.

Уже давно, в том числе и сегодняшним руководством ФТС РФ, озвучивается тема укрупнения таможенных терминалов, создания складских комплексов, полностью или частично принадлежащих государству, а также ввода в эксплуатацию терминалов, которые специально проектировались бы под задачи таможенной инфраструктуры. Не секрет, что многие действующие таможенные терминалы Московского региона абсолютно не соответствуют современным потребностям. Нехватка стояночных мест, допотопные складские помещения, качество предоставляемых услуг по складской обработке низкое, а цены высокие. Если бы в Московской области с помощью государства либо с прямым его участием и под его же гарантии были введены хотя бы два-три современных терминала (с полной ежесуточной обработкой свыше тысячи транспортных средств), а уже после этого сократили бы число таможенных терминалов, можно было бы констатировать, что дело сдвинулось с мертвой точки.

Как таможенный брокер, компания «Авалон Логистик» деклариру-

ет постулат: условия работы должны быть прозрачны и едины для всех. Это касается и единых требований таможенных органов, и одинаковых условий сотрудничества с таможенными терминалами.

Таможенная концепция одобрена правительством страны и будет реализовываться во что бы то ни стало! Это неоднократно повторялось и уже ни у кого не вызывает сомнений. Но на деле происходит следующее. Официальная информация отсутствует, и ее подменяют слухи. Например, ликвидация подольской таможни, что это — очередной этап реализации концепции или тому совсем иные причины? Кто-нибудь хотя бы попытался проанализировать возможности обработки существующего грузопотока на оставшихся терминалах? Там, где мы осуществляем таможенное оформление грузов наших клиентов, терминалы к этому не готовы. Огромные очереди фур, недостаток инспекторов на таможенных постах. Никто, кроме самих участников ВЭД, не знает, какие дополнительные затраты они понесли из-за простоев транспорта, стоянок в зоне таможенного контроля и задержек поставок товаров. Несомненно, суммы эти весьма впечатляющи. Если это уже следующий этап развития концепции, то где проработка этого процесса?

Конечно, можно без особых усилий выдвинуть участников ВЭД из Московской области в регионы. Сделать это просто. Закройте еще несколько таможенных постов, и станет понятно, что деваться некуда — надо уходить. Однако перевод таможенного оформления ближе к границе — это очень сложная процедура для участников ВЭД и таможенных брокеров, и она потребует длительного переходного периода. К этому должны быть готовы

как импортеры/экспортеры и таможенные брокеры, так и таможенные органы. Участникам ВЭД потребуется выбрать места оформления и таможенных брокеров (для крупных компаний проработка такого решения на тендерной основе занимает несколько месяцев), организовать новые цепочки поставок и многое другое вплоть до регистрации филиалов в других регионах. Таможенным брокерам также необходимо решить организационные вопросы, связанные с созданием региональных представительств (набор и обучение специалистов), и проработать вопросы возможного удаленного взаимодействия с клиентами и таможенными органами. Брокер готов совершенствоваться, перестраиваться без потерь в качестве оказания услуг и достоверности декларируемой информации. Но задача должна быть четкой, и реальной.

Но и в таможенных органах необходимы значительные изменения. У декларанта должен быть выбор, где и каким способом осуществлять таможенное оформление. Возможны два варианта. Первый — полный комплекс по таможенному оформлению на границе. Второй вариант: на границе — только досмотр, а выпуск товара — в таможенном органе по месту нахождения декларанта. И здесь тоже должны быть основательно проработаны вопросы удаленного декларирования. На законодательном уровне должна быть утверждена сама процедура электронного/интернет-декларирования и гарантия, что в данном случае таможенные органы не станут требовать дополнительного предоставления каких-либо бумаг. Декларанта необходимо защитить от требования других государственных органов и банков предоставлять оригинальные документы о завершении таможенного оформления. И пограничные таможни с учетом серьезного увеличения нагрузки должны быть полностью укомплектованы и оснащены всем необходимым, особенно современными каналами связи и программным обеспечением. Все это в один день не делается. Ведь все эти мероприятия и затратные, и трудоемкие.

Надеемся, что новая таможенная концепция — это глубоко продуманная и научно обоснованная программа развития одного из бюджетобразующих направлений экономики. Мы рассчитываем, что все последующие этапы будут тщательно просчитаны на несколько лет вперед. Наконец, хочется верить в то, что в ходе реализации новой концепции будут учтены интересы бизнеса и минимизированы его потери в денежном выражении и с учетом интересов целой армии специалистов, занятых организацией внешнеэкономической деятельности в крупных городах. ●

БЛИЦ-ИНТЕРВЬЮ



ОЛЕГ СТЕПАНОВ,
генеральный директор
ЗАО «АВАЛОН Импорт»

Компания Avalon Import продлила членство в Реестре таможенных брокеров РФ на 2009 год, заручившись банковской гарантией. Выбранный способ полностью соответствует новым требованиям ФТС. Известно, что с середины января 2009 года ФТС стала принимать поручительства только одной организации — ФГУП «Ростэк», поручающей лишь за собственные структуры. С остальными поручителями ФТС разорвала отношения. Насколько это решение обострило ситуацию на рынке таможенных услуг?

Думаю, примерно половина таможенных брокеров не смогли продлить нахождение в Реестре таможенных брокеров. Решение о прекращении действий Генеральных договоров поручительства с рядом коммерческих организаций совпало с развитием кризисной ситуации в стране. Хотя наша компания с 2001 года работала по банковской гарантии, каждый год мы сталкивались с серьезными проблемами в получении новой гарантии. Банки расценивают выдачу гарантии как обычный кредит. Соответственно, и требования к заемщику очень высокие. Кризис в первую очередь затронул финансовую сферу. Комиссия банка за выдачу банковской гарантии увеличилась примерно в три раза, а требования к заемщику ужесточились. Далеко не все смогли договориться с банками либо были в состоянии оплатить комиссию. При этом лимиты банков по общей сумме гарантий остались прежними. В результате часть компаний прекратила свое существование на данном рынке услуг, а часть ушла в серое брокерство. Полагаю, что вторым путем пошла основная масса компаний.

Возможно ли, что это решение направлено на передел рынка таможенных услуг в пользу «Ростэка». Он убирает игроков с рынка и разом монополизировать его без оглядки на Федеральную антимонопольную службу, уже имеющую претензии к ФТС и «Ростэку» по части монополизации выпуска таможенных платежных карт?

Не думаю, что при принятии данного решения вообще учитывались интересы каких-то конкретных компаний. Поручительство коммерческих организаций, не обеспеченное в полной мере, как того требует ТК РФ, давно вызывало вопросы. Новое руководство ФТС РФ просто навело порядок в своем ведомстве, заставив всех работать по одним правилам. До конца, конечно, пойти не смогли. Оставили лазейку для «Ростэка». Безусловно, это дает преимущества этой компании. Однако они работают в основном на своих таможенных терминалах, не мешая работать нам в других местах. Сейчас клиент прежде всего оценивает стоимость услуг, их качество. Для некоторых, кроме названных критериев, основой выбора является комплексность услуг — выбор единого логистического оператора (доставка — таможня — высококачественная складская обработка — доставка до конечного получателя). Так что пока действуют рыночные отношения. Выбор брокера остается за участниками ВЭД.

Что дает таможенному брокеру огромная сумма обеспечения в 50 млн. руб.?

Пока это только защищает интересы таможни. Не предусмотрено никаких возможностей для брокера воспользоваться данным обеспечением, расширив объем услуг для клиента, и тем самым привлечь клиентов работать с брокерами. Например, использование поручительств брокеров при транзите, упрощенный порядок оформления с возможностью постконтроля и другие. Полагаю, что в пределах этой суммы государство полностью защищено от каких-либо потерь бюджета и должно предоставлять брокеру возможность использовать свое обеспечение для клиентов.

Как перевозчик и таможенный брокер одновременно, оцените, пожалуйста, «экономический эффект» от борьбы с контрабандой и коррупцией на российских таможенных постах, начавшейся в 2009 году. Такого рода операция оздоровила или ослабила отечественную экономику?

Мы никогда не работали с клиентами, которые занимались контрабандой. Поэтому ничего не могу сказать о результатах борьбы с контрабандой. Общее ощущение, что в целом стало немного лучше.

Палеты или контейнеры — что легче растаможивать при автомобильных перевозках?

Все равно. Главное, что находится на палетах или в контейнерах. Применяются общие правила декларирования.



Финансовый кризис повлек за собой изменение стратегических целей бизнеса, заставив оперативно перестраивать тактику ведения дел. Те из банков, которые сумели правильно расставить приоритеты, смогли быстрее адаптироваться к новым рыночным условиям и не потеряли доверие клиентов. ОАО БАНК «РОСТ» — один из них. Этот банк работает с крупными логистическими компаниями. Но это не просто банковское обслуживание этих компаний, но еще и оказание услуг их клиентам.

ЗАМКНУТАЯ ЦЕПЬ ФИНАНСОВЫХ ПОТОКОВ

БАНК «РОСТ» создает единую замкнутую финансовую цепочку. Особенно это актуально при работе с международными поставками, когда правильное прохождение и оформление платежей становится едва ли не основным звеном в глобальном логистическом процессе. Таким образом, ОАО БАНК «РОСТ» позиционирует себя как банк, работающий с логистическими компаниями и их клиентами для создания единого процесса обслуживания конечного клиента и в логистической отрасли, и в банковской. Об этом и многом другом нашему корреспонденту рассказал Артем Хенкин, управляющий директор ОАО БАНК «РОСТ».



АРТЕМ ХЕНКИН,
управляющий директор
ОАО БАНК «РОСТ»

До недавнего времени логистика считалась одним из важнейших факторов успеха в конкурентной борьбе в таких отраслях, как транспорт, промышленность и торговля. Но сегодня говорят, что логистика способна принести успех и предприятиям сектора услуг: банкам, страховым компаниям и т.д. Вы разделяете эту точку зрения? Какого рода услуги предлагает БАНК «РОСТ» в сфере логистики и чем они отличаются от тех, которые предлагают конкуренты?

Безусловно, логистика в финансовой отрасли также является одним из ключевых факторов успешного функционирования компании. При этом необходимо разделить логистику в банковской сфере и логистику в транспорте, промышленности и торговле.

Если говорить о банковском бизнесе, то здесь ключевую роль играет логистическое обеспечение бизнес-процессов в банке, особенно это касается процесса массового обслуживания клиентов в рамках банковской системы. Например, при организации выдачи автокредитов надо совместить такие взаимоисключающие вещи, как скорость и качество обслуживания клиента, находящегося, как правило, не на банковской территории, а в автосалоне, и соблюдение процедур оценки рисков для создания качественного кредитного портфеля. Чтобы клиент получил банковскую услугу в кратчайшие сроки и с максимальным соблюдением всех банковских стандартов, необходим грамотно выстроенный с точки зрения логистики процесс приема документов от клиента, прохождения их по банковским каналам и предоставления клиенту услуги банка.

Также важна роль банка в организации логистики и в прочих отраслях экономики. Значительная часть бизнес-процессов для компаний так или иначе связана с финансовыми потоками. Роль банка в выстраивании логистики финансовых потоков заключается в увеличении скорости прохождения всех видов платежей, уменьшении стоимости банковского обслуживания, возможности удаленного управления всеми видами банковских счетов и минимизации ошибок в процессе обслуживания клиента в банке.

ОАО БАНК «РОСТ» как раз и предлагает своим клиентам индивидуальный подход к организации банковского обслуживания и возможность гибкого регулирования всех видов тарифов на банковские услуги. Это и позволяет клиенту выстроить максимально удобную для себя систему проведения платежей в банке.

АКЦИОНЕРНЫЙ БАНК «РОСТ» (ОАО)

Основан 26 ноября 1993 года. Банк отвечает всем нормативным и резервным требованиям Банка России.

Стратегия банка

Стратегия банка отличается разумным консерватизмом — ОАО БАНК «РОСТ» работает только в реальном секторе экономики. Совершенствуя сервис, банк оперативно реагирует на постоянно формирующиеся потребности клиентов.

Клиенты банка

Большую часть клиентской базы составляют промышленные предприятия, лидеры строительной индустрии, оптовой и розничной торговли, сферы услуг. В то же время ОАО БАНК «РОСТ» уделяет особое внимание работе с частными лицами, создавая все условия для привлечения новых клиентов. Ориентация на долгосрочные интересы партнеров — основной приоритет в работе банка.

Кредитная политика

Банк активно проводит взвешенную кредитную политику, увеличивая объемы кредитования предприятий и минимизируя риски. Обладая большими возможностями кредитования, ОАО БАНК «РОСТ» дает каждому клиенту возможность выбрать продукт, соответствующий его потребностям, и предлагает индивидуальные схемы кредитования с учетом особенностей финансовой и хозяйственной деятельности клиента. Кредитование реального сектора экономики и сферы услуг остается традиционным источником доходов банка. В вопросах распределения заемных средств банк идет навстречу как крупным клиентам, так и предприятиям малого и среднего бизнеса. Кредитование частных лиц является одним из перспективных направлений банка.

Управление средствами

Банк проводит операции с государственными ценными бумагами, акциями и векселями надежных эмитентов, эффективно управляет собственным портфелем и средствами своих клиентов. Являясь членом фондовой секции ММВБ, ОАО БАНК «РОСТ» имеет лицензию биржевого посредника на право совершения фьючерсных и опционных сделок. Оказывает услуги финансового консультирования. Персональные инвестиционные консультанты дают клиентам рекомендации по вопросам торговли и управления рисками на российском и мировом финансовых рынках.

Для VIP-клиентов банк предоставляет элитное обслуживание частного капитала (классические банковские услуги, финансовый консалтинг, доверительное управление активами, сопровождение небанковских операций) по стандартам швейцарских банковских домов.

Партнерство

ОАО БАНК «РОСТ» — участник информационно-диллинговой системы REUTERS и член международной системы межбанковских коммуникаций SWIFT. Крупнейшими корреспондентами и финансовыми партнерами банка в России являются ОАО «УРАЛСИБ», ОАО «Росбанк». ОАО БАНК «РОСТ» поддерживает корреспондентские отношения с зарубежными банками: VTB Bank (Deutschland) AG, Credit Europe Bank (Suisse) SA, VTB Bank (Austria) AG.

В отличие от многих других банков, мы проводим открытую тарифную политику, разъясняем клиентам принципы ценообразования и механику бизнес-процессов.

Чтобы успешно функционировать, сектор услуг, и банковский сектор в частности, должен по возможности превосходить ожидания клиентов за счет постоянной ориентации на их требования. Это также дает возможность противостоять конкурентам, соответствовать их уровню или же превосходить их. Сейчас, когда сложилась столь непростая ситуация на рынке логистических услуг, что вы делаете для того, чтобы превзойти ожидания клиентов?

По нашему опыту работы с различными компаниями, предоставляющими логистические услуги и нуждающимися в них, ОАО БАНК «РОСТ» стремится к тому, чтобы качество оказываемых клиентам услуг максимально соответствовало его ожиданиям.

Например, мы практикуем бесплатное оказание потенциальным клиентам банка консалтинговых услуг, направленных на совместный с клиентом анализ получаемых им банковских услуг в других банках, и подготовку предложений по изменению стоимости и качества данных услуг. При этом мы, в отличие от многих других банков, проводим открытую тарифную политику, разъясняем клиентам принципы ценообразования и механику бизнес-процессов банка.

Это позволяет предлагать клиентам услуги из общего портфеля банковских услуг, например покупку или продажу валюты на бирже для международных платежей, по цене значительно ниже, чем данная услуга предлагается им в других банках.

Так в чем же ваша корысть? Точнее выгода...

Мы работаем на уменьшение доходности банка от каждого клиента, но наша цель — увеличение общих объемов бизнеса банка.

Ситуация на рынке постоянно меняется. Либерализация, дерегулирование и глобализация изменяют саму структуру конкуренции, а также оказывают несомненное влияние на качество услуг, соотношение цены и затрат. В качестве исходных пунктов менеджмента в секторе услуг рассматривают маркетинг, управление качеством и инновациями. На что делается ставка в вашем банке?

В данных услугах наш банк стремится максимально использовать международный опыт. В частности, для клиентов банка действует система событийного маркетинга. Менеджер при осуществлении определенного события в бизнесе клиента (приход крупной суммы денег на счет, появление новых поставщиков или покупателей) делает для клиента типовое предложение в зависимости от состоявшегося события. Например, в случае прихода крупной суммы денежных средств на счет предлагает разместить их в банке на выгодных для клиента условиях. А в случае увеличения оборотов по счету за счет расширения клиентской базы предлагает клиенту увеличить лимит кредитной линии. Данная система позволяет клиенту получать наводящие предложения о банковских услугах в тот момент, когда услуга может быть наиболее востребована, так как менеджер предлагает в данном случае определенные услуги, исходя из опыта работы с другими клиентами.

Также у нас большое внимание уделяется сервису и качеству обслуживания. В банке вне-

дрены определенные стандарты сервиса обслуживания клиентов и сроки сопровождения любого сегмента бизнес-процесса.

Входит ли в число ваших приоритетов создание полного логистического и финансового цикла предприятия? Ориентирован ли БАНК «РОСТ» на создание полного цикла производственных и логистических задач на всех этапах производственного процесса?

Как было отмечено выше, банк ориентирован на комплексное обслуживание полного финансового цикла клиента. При этом мы стараемся также стать обслуживающим банком для контрагентов нашего клиента, чтобы весь производственный и финансовый цикл находился в рамках одного финансового института.

Это намного упрощает процесс предоставления компаниями друг другу специальных условий по поставке товаров, работ и услуг. Использование банковских гарантий и аккредитивов, механизмы рефинансирования дебиторской задолженности намного эффективнее, когда банк обслуживает полный финансовый цикл предприятия.

Логистический аудит по технологии Logistics Field Audit™ определяет три основных источника скрытых логистических издержек и, соответственно, три основные области логистического анализа, в результате проведения которого можно достичь повышения финансовой эффективности компаний через улучшение логистической функции: снижение операционных издержек, уменьшение оборотного капитала и повышение коэффициента возврата на активы. Как ваш банк влияет на снижение операционных затрат (складских, инвентаризационных, транспортных и т.п.), уменьшение оборотного капитала и повышение коэффициента возврата на активы?

Банк активно работает над снижением операционных затрат своего клиента за счет удешевления для него стоимости банковского обслуживания всех видов. При этом мы не забываем и о себе, стараясь снизить себестоимость предоставления банковских услуг за счет применения более высоких технологий обслуживания клиентов.

Также мы принимаем активное участие в формировании эффективного заемного оборотного капитала и делаем упор на финансировании клиентов с высокой оборачиваемостью активов. То есть мы стимулируем повышение оборота и увеличение таких показателей, как RoA (рентабельность на активы) и RoE (рентабельность на капитал).

Современная логистика очень тесно связана с ИТ-технологиями. Какие современные инструментальные банковские средства задействованы для успешной работы с логистическими операторами?

К сожалению, основные поставщики программных решений для банков и логистических операторов мало заботятся об их интеграции. Поэтому нам приходится разрабатывать собственные ИТ-решения для организации процесса обслуживания клиентов в банке на базе стандартных банковских программ. ●



FM Logistic, начав свой бизнес в России в 1994 году, сумела завоевать на нашем рынке прочные позиции, став одним из крупнейших логистических провайдеров, осуществляющих полный спектр услуг. От многих других логистических компаний ее выгодно отличает то, что для каждого своего клиента она находит именно ту схему перевозок, в которой наиболее полно учитываются все особенности груза и пожелания клиента.

FM LOGISTIC: РОССИЙСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ

Текст: Михаил Касаткин

297 тыс. м²

— общий объем
складских
помещений
FM Logistic
в России.

История компании началась в 1967 году в городке Сан-Келене на востоке Франции, где Клод и Эдмонд Фором вместе с Жан-Мари Маше основали фирму. Впрочем, называлась она тогда не FM Logistic, а Faure et Machet и занималась исключительно транспортировкой леса по Франции. Спустя девять лет, в 1976 году, в городе Фальсбурге, расположенном в Эльзасе, компания открыла свой головной офис, который существует и по сей день. Бизнес развивался успешно, заказов стало поступать все больше и больше, соответственно увеличился оборот, возросла прибыль, что позволило Faure et Machet в 1982 году расширить свою деятельность и открыть склад в Брюмате недалеко от Страсбурга. Первым его клиентом стала компания «Марс» — крупнейший производитель шоколада. В 1987 году на этом складе начали расфасовывать и переупаковывать товары. Так постепенно от транспортировки леса компания Faure et Machet перешла к логистике в целом, занимаясь перевозками самых различных грузов: продуктов питания, бытовой техники и многих других.

До 1992 года Faure et Machet работала только во Франции, в основном на севере — в Париже, Лионе и других городах. Но с 1993 года стала осваивать общеевропейский рынок. Все началось с предложения компании «Марс» (давнего партнера Faure et Machet) открыть свой склад в Москве. После тщательного изучения рынка Faure et Machet в 1994 году открыла в российской столице на арендуемых площадях свой первый склад. Затем появился склад компании на Украине, чуть позже — в Польше. Выход на зарубежный рынок не только принес французской компании новые преимущества, но и выдвинул перед ней новые задачи. Деятельность на международном уровне предполагала необходимость унификации торговой марки, создания единого корпоративного стиля и нового бренда. Вот почему в 1998 году компания Faure et Machet была переименована в FM Logistic, где аббревиатура FM — это начальные буквы фамилий основателей компании.

За годы, прошедшие с тех пор, FM Logistic удалось построить крупную международную сеть собственных складских комплексов, предназначенную для сопровождения своих клиентов главным образом в сфере обслуживания торговых сетей. Компания располагает 60 платформами в Европе, 8 из которых находятся на территории России, и 3 складами в Китае.

В России компания имеет три собственных складских комплекса класса А: в Московской области в городе Долгопрудном, Чеховском и Ступинском районах, — а также сеть региональных складов в крупнейших городах: Санкт-Петербурге, Владивостоке, Хабаровске, Иркутске, Новосибирске и Екатеринбурге. Общий объем складских помещений FM Logistic в России — 297 000 кв. м., численность сотруд-



ников — 2900 человек. Все склады имеют удобное расположение, необходимые условия для автомобильного и железнодорожного транспорта, строгий контроль за соблюдением норм чистоты и гигиены, круглосуточную охрану, оптимальную организацию складских площадей.

На этапе складирования осуществляет адресная схема размещения товаров, связанная с необходимостью доставки отдельных продуктов клиентов в различные регионы России, в том числе в зависимости от их сроков годности. Все процессы, связанные с комплектованием заказа, ведутся совместно с упаковочными работами. FM Logistic производит все виды упаковки и расфасовки, включая формирование штучных посылок и промышленных упаковок.

Транспортные услуги компания осуществляет совместно с российскими транспортными предприятиями, прежде всего автотранспортными компаниями и железнодорожными перевозчиками, которые доставляют продукцию клиентов FM Logistic в региональные подразделения компании. В зависимости от объема перевозки, расстояния, экономической целесообразности, условий транспортировки компания предлагает клиентам несколько вариантов доставки: автотранспортом, железнодорожными вагонами, контейнерами. В последние три года активно развиваются сборные палетные доставки.

FM Logistic имеет собственный складской комплекс в городе Долгопрудный Московской области, рассчитанный на хранение 70 000 палет, где предоставляется полный комплекс таможенных услуг. В день там возможно растаможить до пятидесяти крупнотоннажных автомобилей. Вся работа ведется в тесном контакте с таможенной инспекцией, что позволяет делать процесс растаможивания абсолютно про-

зрачным. Терминал в Долгопрудном рассматривается компанией как центральное звено в цепи поставок продукции клиентов, откуда автомобильным и железнодорожным транспортом она отправляется в региональные отделения FM Logistic. Доставка осуществляется в пределах 48 часов в любой регион России или СНГ. Компания рассчитывает открыть двенадцать региональных складов на территории России и ряд складских комплексов в странах СНГ. FM Logistic берет на себя функции регулирования запасов продукции клиентов в регионах. FM Logistic сотрудничает с крупными международными компаниями — производителями пищевой продукции, косметики и средств гигиены, электроники и бытовой техники, фармпрепаратов, а также крупными торговыми сетями. Среди ее клиентов Nestle, Johnson & Johnson, Avtoframos, L'Oreal, Auchan, Kimberly Clark, Chanel, Bosch.

С самого начала своей деятельности в России компания рассматривала долгосрочную перспективу развития своего бизнеса, несмотря ни на какие трудности. Кризис заставил поменять стратегию на российском рынке. Если в начальный период деятельности бизнес был ориентирован на оказание логистических услуг крупным иностранным компаниям, импортирующим товары на российский рынок, доля которых составляла 80%, то сегодня 70% товарооборота составляет продукция постоянных партнеров, произведенная в России. Дело в том, что многие крупные иностранные компании стали открывать собственное производство на территории России. В их число входят такие компании, как Nestle, Unilever и некоторые другие. Таким образом, стратегия FM Logistic сегодня в большей степени ориентирована на работу с компаниями, производящими товары на российской территории. ●

FM Logistic производит все виды упаковки и расфасовки, включая формирование штучных посылок и промышленных упаковок.

ГЛОБАЛЬНАЯ СЕТЬ ПОСТАВОК

Так как Ваша продукция уникальна,
Наш опыт - интернационален



Складирование и перевозки
Упаковка и расфасовка
Таможенное оформление

+7 495 737 39 55 • www.fmlogistic.com



Вы знаете, как порадовать
Вашей продукцией клиентов по
всему миру?

От порта в Лиссабоне до
площади Тянь Ань Мэнь, Вашу
продукцию можно найти
одновременно везде, и это
благодаря работе наших
специалистов по всему миру.
Они приложат все свои знания
и опыт для того, чтобы Ваши
клиенты наслаждались Вашей
продукцией в любое время и в
любом месте.

FM LOGISTIC
made in satisfaction

Реш. АБ 12704 ИС24-341105, 24-351148, 24-351155, 24-351156, 24-351157, 24-351158, 24-351159, 24-351160, 24-351161, 24-351162, 24-351163, 24-351164, 24-351165, 24-351166, 24-351167, 24-351168, 24-351169, 24-351170, 24-351171, 24-351172, 24-351173, 24-351174, 24-351175, 24-351176, 24-351177, 24-351178, 24-351179, 24-351180, 24-351181, 24-351182, 24-351183, 24-351184, 24-351185, 24-351186, 24-351187, 24-351188, 24-351189, 24-351190, 24-351191, 24-351192, 24-351193, 24-351194, 24-351195, 24-351196, 24-351197, 24-351198, 24-351199, 24-351200, 24-351201, 24-351202, 24-351203, 24-351204, 24-351205, 24-351206, 24-351207, 24-351208, 24-351209, 24-351210, 24-351211, 24-351212, 24-351213, 24-351214, 24-351215, 24-351216, 24-351217, 24-351218, 24-351219, 24-351220, 24-351221, 24-351222, 24-351223, 24-351224, 24-351225, 24-351226, 24-351227, 24-351228, 24-351229, 24-351230, 24-351231, 24-351232, 24-351233, 24-351234, 24-351235, 24-351236, 24-351237, 24-351238, 24-351239, 24-351240, 24-351241, 24-351242, 24-351243, 24-351244, 24-351245, 24-351246, 24-351247, 24-351248, 24-351249, 24-351250, 24-351251, 24-351252, 24-351253, 24-351254, 24-351255, 24-351256, 24-351257, 24-351258, 24-351259, 24-351260, 24-351261, 24-351262, 24-351263, 24-351264, 24-351265, 24-351266, 24-351267, 24-351268, 24-351269, 24-351270, 24-351271, 24-351272, 24-351273, 24-351274, 24-351275, 24-351276, 24-351277, 24-351278, 24-351279, 24-351280, 24-351281, 24-351282, 24-351283, 24-351284, 24-351285, 24-351286, 24-351287, 24-351288, 24-351289, 24-351290, 24-351291, 24-351292, 24-351293, 24-351294, 24-351295, 24-351296, 24-351297, 24-351298, 24-351299, 24-351300, 24-351301, 24-351302, 24-351303, 24-351304, 24-351305, 24-351306, 24-351307, 24-351308, 24-351309, 24-351310, 24-351311, 24-351312, 24-351313, 24-351314, 24-351315, 24-351316, 24-351317, 24-351318, 24-351319, 24-351320, 24-351321, 24-351322, 24-351323, 24-351324, 24-351325, 24-351326, 24-351327, 24-351328, 24-351329, 24-351330, 24-351331, 24-351332, 24-351333, 24-351334, 24-351335, 24-351336, 24-351337, 24-351338, 24-351339, 24-351340, 24-351341, 24-351342, 24-351343, 24-351344, 24-351345, 24-351346, 24-351347, 24-351348, 24-351349, 24-351350, 24-351351, 24-351352, 24-351353, 24-351354, 24-351355, 24-351356, 24-351357, 24-351358, 24-351359, 24-351360, 24-351361, 24-351362, 24-351363, 24-351364, 24-351365, 24-351366, 24-351367, 24-351368, 24-351369, 24-351370, 24-351371, 24-351372, 24-351373, 24-351374, 24-351375, 24-351376, 24-351377, 24-351378, 24-351379, 24-351380, 24-351381, 24-351382, 24-351383, 24-351384, 24-351385, 24-351386, 24-351387, 24-351388, 24-351389, 24-351390, 24-351391, 24-351392, 24-351393, 24-351394, 24-351395, 24-351396, 24-351397, 24-351398, 24-351399, 24-351400, 24-351401, 24-351402, 24-351403, 24-351404, 24-351405, 24-351406, 24-351407, 24-351408, 24-351409, 24-351410, 24-351411, 24-351412, 24-351413, 24-351414, 24-351415, 24-351416, 24-351417, 24-351418, 24-351419, 24-351420, 24-351421, 24-351422, 24-351423, 24-351424, 24-351425, 24-351426, 24-351427, 24-351428, 24-351429, 24-351430, 24-351431, 24-351432, 24-351433, 24-351434, 24-351435, 24-351436, 24-351437, 24-351438, 24-351439, 24-351440, 24-351441, 24-351442, 24-351443, 24-351444, 24-351445, 24-351446, 24-351447, 24-351448, 24-351449, 24-351450, 24-351451, 24-351452, 24-351453, 24-351454, 24-351455, 24-351456, 24-351457, 24-351458, 24-351459, 24-351460, 24-351461, 24-351462, 24-351463, 24-351464, 24-351465, 24-351466, 24-351467, 24-351468, 24-351469, 24-351470, 24-351471, 24-351472, 24-351473, 24-351474, 24-351475, 24-351476, 24-351477, 24-351478, 24-351479, 24-351480, 24-351481, 24-351482, 24-351483, 24-351484, 24-351485, 24-351486, 24-351487, 24-351488, 24-351489, 24-351490, 24-351491, 24-351492, 24-351493, 24-351494, 24-351495, 24-351496, 24-351497, 24-351498, 24-351499, 24-351500, 24-351501, 24-351502, 24-351503, 24-351504, 24-351505, 24-351506, 24-351507, 24-351508, 24-351509, 24-351510, 24-351511, 24-351512, 24-351513, 24-351514, 24-351515, 24-351516, 24-351517, 24-351518, 24-351519, 24-351520, 24-351521, 24-351522, 24-351523, 24-351524, 24-351525, 24-351526, 24-351527, 24-351528, 24-351529, 24-351530, 24-351531, 24-351532, 24-351533, 24-351534, 24-351535, 24-351536, 24-351537, 24-351538, 24-351539, 24-351540, 24-351541, 24-351542, 24-351543, 24-351544, 24-351545, 24-351546, 24-351547, 24-351548, 24-351549, 24-351550, 24-351551, 24-351552, 24-351553, 24-351554, 24-351555, 24-351556, 24-351557, 24-351558, 24-351559, 24-351560, 24-351561, 24-351562, 24-351563, 24-351564, 24-351565, 24-351566, 24-351567, 24-351568, 24-351569, 24-351570, 24-351571, 24-351572, 24-351573, 24-351574, 24-351575, 24-351576, 24-351577, 24-351578, 24-351579, 24-351580, 24-351581, 24-351582, 24-351583, 24-351584, 24-351585, 24-351586, 24-351587, 24-351588, 24-351589, 24-351590, 24-351591, 24-351592, 24-351593, 24-351594, 24-351595, 24-351596, 24-351597, 24-351598, 24-351599, 24-351600, 24-351601, 24-351602, 24-351603, 24-351604, 24-351605, 24-351606, 24-351607, 24-351608, 24-351609, 24-351610, 24-351611, 24-351612, 24-351613, 24-351614, 24-351615, 24-351616, 24-351617, 24-351618, 24-351619, 24-351620, 24-351621, 24-351622, 24-351623, 24-351624, 24-351625, 24-351626, 24-351627, 24-351628, 24-351629, 24-351630, 24-351631, 24-351632, 24-351633, 24-351634, 24-351635, 24-351636, 24-351637, 24-351638, 24-351639, 24-351640, 24-351641, 24-351642, 24-351643, 24-351644, 24-351645, 24-351646, 24-351647, 24-351648, 24-351649, 24-351650, 24-351651, 24-351652, 24-351653, 24-351654, 24-351655, 24-351656, 24-351657, 24-351658, 24-351659, 24-351660, 24-351661, 24-351662, 24-351663, 24-351664, 24-351665, 24-351666, 24-351667, 24-351668, 24-351669, 24-351670, 24-351671, 24-351672, 24-351673, 24-351674, 24-351675, 24-351676, 24-351677, 24-351678, 24-351679, 24-351680, 24-351681, 24-351682, 24-351683, 24-351684, 24-351685, 24-351686, 24-351687, 24-351688, 24-351689, 24-351690, 24-351691, 24-351692, 24-351693, 24-351694, 24-351695, 24-351696, 24-351697, 24-351698, 24-351699, 24-351700, 24-351701, 24-351702, 24-351703, 24-351704, 24-351705, 24-351706, 24-351707, 24-351708, 24-351709, 24-351710, 24-351711, 24-351712, 24-351713, 24-351714, 24-351715, 24-351716, 24-351717, 24-351718, 24-351719, 24-351720, 24-351721, 24-351722, 24-351723, 24-351724, 24-351725, 24-351726, 24-351727, 24-351728, 24-351729, 24-351730, 24-351731, 24-351732, 24-351733, 24-351734, 24-351735, 24-351736, 24-351737, 24-351738, 24-351739, 24-351740, 24-351741, 24-351742, 24-351743, 24-351744, 24-351745, 24-351746, 24-351747, 24-351748, 24-351749, 24-351750, 24-351751, 24-351752, 24-351753, 24-351754, 24-351755, 24-351756, 24-351757, 24-351758, 24-351759, 24-351760, 24-351761, 24-351762, 24-351763, 24-351764, 24-351765, 24-351766, 24-351767, 24-351768, 24-351769, 24-351770, 24-351771, 24-351772, 24-351773, 24-351774, 24-351775, 24-351776, 24-351777, 24-351778, 24-351779, 24-351780, 24-351781, 24-351782, 24-351783, 24-351784, 24-351785, 24-351786, 24-351787, 24-351788, 24-351789, 24-351790, 24-351791, 24-351792, 24-351793, 24-351794, 24-351795, 24-351796, 24-351797, 24-351798, 24-351799, 24-351800, 24-351801, 24-351802, 24-351803, 24-351804, 24-351805, 24-351806, 24-351807, 24-351808, 24-351809, 24-351810, 24-351811, 24-351812, 24-351813, 24-351814, 24-351815, 24-351816, 24-351817, 24-351818, 24-351819, 24-351820, 24-351821, 24-351822, 24-351823, 24-351824, 24-351825, 24-351826, 24-351827, 24-351828, 24-351829, 24-351830, 24-351831, 24-351832, 24-351833, 24-351834, 24-351835, 24-351836, 24-351837, 24-351838, 24-351839, 24-351840, 24-351841, 24-351842, 24-351843, 24-351844, 24-351845, 24-351846, 24-351847, 24-351848, 24-351849, 24-351850, 24-351851, 24-351852, 24-351853, 24-351854, 24-351855, 24-351856, 24-351857, 24-351858, 24-351859, 24-351860, 24-351861, 24-351862, 24-351863, 24-351864, 24-351865, 24-351866, 24-351867, 24-351868, 24-351869, 24-351870, 24-351871, 24-351872, 24-351873, 24-351874, 24-351875, 24-351876, 24-351877, 24-351878, 24-351879, 24-351880, 24-351881, 24-351882, 24-351883, 24-351884, 24-351885, 24-351886, 24-351887, 24-351888, 24-351889, 24-351890, 24-351891, 24-351892, 24-351893, 24-351894, 24-351895, 24-351896, 24-351897, 24-351898, 24-351899, 24-351900, 24-351901, 24-351902, 24-351903, 24-351904, 24-351905, 24-351906, 24-351907, 24-351908, 24-351909, 24-351910, 24-351911, 24-351912, 24-351913, 24-351914, 24-351915, 24-351916, 24-351917, 24-351918, 24-351919, 24-351920, 24-351921, 24-351922, 24-351923, 24-351924, 24-351925, 24-351926, 24-351927, 24-351928, 24-351929, 24-351930, 24-351931, 24-351932, 24-351933, 24-351934, 24-351935, 24-351936, 24-351937, 24-351938, 24-351939, 24-351940, 24-351941, 24-351942, 24-351943, 24-351944, 24-351945, 24-351946, 24-351947, 24-351948, 24-351949, 24-351950, 24-351951, 24-351952, 24-351953, 24-351954, 24-351955, 24-351956, 24-351957, 24-351958, 24-351959, 24-351960, 24-351961, 24-351962, 24-351963, 24-351964, 24-351965, 24-351966, 24-351967, 24-351968, 24-351969, 24-351970, 24-351971, 24-351972, 24-351973, 24-351974, 24-351975, 24-351976, 24-351977, 24-351978, 24-351979, 24-351980, 24-351981, 24-351982, 24-351983, 24-351984, 24-351985, 24-351986, 24-351987, 24-351988, 24-351989, 24-351990, 24-351991, 24-351992, 24-351993, 24-351994, 24-351995, 24-351996, 24-351997, 24-351998, 24-351999, 24-352000, 24-352001, 24-352002, 24-352003, 24-352004, 24-352005, 24-352006, 24-352007, 24-352008, 24-352009, 24-352010, 24-352011, 24-352012, 24-352013, 24-352014, 24-352015, 24-352016, 24-352017, 24-352018, 24-352019, 24-352020, 24-352021, 24-352022, 24-352023, 24-352024, 24-352025, 24-352026, 24-352027, 24-352028, 24-352029, 24-352030, 24-352031, 24-352032, 24-352033, 24-352034, 24-352035, 24-352036, 24-352037, 24-352038, 24-352039, 24-352040, 24-352041, 24-352042, 24-352043, 24-352044, 24-352045, 24-352046, 24-352047, 24-352048, 24-352049, 24-352050, 24-352051, 24-352052, 24-352053, 24-352054, 24-352055, 24-352056, 24-352057, 24-352058, 24-352059, 24-352060, 24-352061, 24-352062, 24-352063, 24-352064, 24-352065, 24-352066, 24-352067, 24-352068, 24-352069, 24-352070, 24-352071, 24-352072, 24-352073, 24-352074, 24-352075, 24-352076, 24-352077, 24-352078, 24-352079, 24-352080, 24-352081, 24-352082, 24-352083, 24-352084, 24-352085, 24-352086, 24-352087, 24-352088, 24-352089, 24-352090, 24-352091, 24-352092, 24-352093, 24-352094, 24-352095, 24-352096, 24-352097, 24-352098, 24-352099, 24-352100, 24-352101, 24-352102, 24-352103, 24-352104, 24-352105, 24-352106, 24-352107, 24-352108, 24-352109, 24-352110, 24-352111, 24-352112, 24-352113, 24-352114, 24-352115, 24-352116, 24-352117, 24-352118, 24-352119, 24-352120, 24-352121, 24-352122, 24-352123, 24-352124, 24-352125, 24-352126, 24-352127, 24-352128



Логика любого бизнеса — создавать то, что кому-то нужно, и то, что кому-то можно продать. Альтернативы не существует. Однако текущее состояние экономики серьезно корректирует специфику ведения бизнеса. И сегодня, как никогда, участникам рынка необходимы встречи и обсуждения. Ведь совместные усилия помогут не только сохранить позиции, но и укрепить их.

РЕТЕЙЛЕРЫ И ФРАНЧАЙЗЕРЫ

Именно эти задачи были поставлены на прошедшей в МВЦ «Крокус Экспо» в конце сентября международной выставке. Причем на одной площадке разместились сразу две экспозиции: ExpoRetail 2009 — вторая международная выставка технологий, оборудования и услуг для розничной торговли и BuyBrand — седьмая международная выставка франчайзинга (бизнес-концепции от сетевого ретейла).

Число участников весьма впечатляло: более 200 брендов от 140 компаний из 25 стран мира. Число посетителей превысило 5000 человек.

И еще до открытия было зарегистрировано более 2500 специалистов!

Проведенный опрос среди посетителей показал: 71% планировали установить новые деловые контакты, 25% — оценить ситуацию на рынке, 2% — поддержать существующие контакты.

Ретейл — в обиходе «розничная торговля» — как раз та сфера экономики, где в первую очередь и отразилось негативное влияние финансового кризиса. Ведущие специалисты говорили об этом, а также о перспективных изменениях покупательского спроса, о том, что ждет розницу

после кризиса и какую стратегию выбрать в современных условиях.

Двухдневный бизнес-форум Retail & HoReCa 2009 (компания Serviceman Training & Consulting и E. M. T. G. Company) прошел в рамках бизнес-программы выставки. Большое внимание привлекло и ток-шоу «Тотальный демпинг — наслаждение мгновениями эйфории, или Чем все это обернется для всех «заговорщиков», организованное Международным сообществом менеджеров Executive. Целый ряд мероприятий холдинга «Империя Кадров» был направлен на конкретное оказание консультационной помощи ретейлерам. Консалт-Центр ExpoRetail-2009 провел конференцию «Новые бизнес-технологии в ретейле». Ведущие консалтинговые компании FIT — France Informatique & Technologie, Blackbay, ТББ и ряд других на «круглых столах» и семинарах обсудили стратегию и тактику оптимизации технологий ретейла в современных кризисных условиях.

Экспозиция ExpoRetail 2009, проходящая одновременно с выставкой BUYBRAND 2009, осветила вопросы комплексного обеспечения предприятий торговли новым оборудованием, технологиями, дизайнерскими и логистическими решениями, прогрессивными расходными материалами, комплектующими и кадрами, новейшими методиками тренингов для персонала, совершенными системами охраны и видеоконтроля. Эта выставочная площадка представила своим посетителям картину рождения современного предприятия розничного бизнеса, от прогрессивных идей до их реального воплощения. И, судя по отзывам посетителей и участников, картина была впечатляющей.

BUYBRAND 2009 — важнейшее деловое событие года, ведущая B2B площадка франчайзеров и франчайзи, единственная в этой отрасли выставка в России и крупнейшая в странах СНГ и Восточной Европы.

Перефразируя известный постулат «Чтобы оставаться на месте, нужно бежать, а чтобы двигаться вперед, надо бежать в два раза быстрее», компания EMTG, организатор выставки, предложила своим участникам бежать не только в два раза быстрее, но и всем вместе, где налицо «эффект фашины» (связанные вместе прутья сломать невозможно).

Сегодня BUYBRAND становится надежным партнером для целого сообщества специалистов франчайзинга. Именно эта выставка остается ведущим, эффективным маркетинговым инструментом и ядром коммуникации для действующих и потенциальных франчайзи, франчайзеров, поставщиков, инвесторов. В условиях кризиса самое опасное — это прекращение деловой активности, и всем участникам рынка франчайзинга сейчас необходимо объединять усилия для более быстрого и безболезненного выхода из кризисной ситуации.

Эта выставка стала многофункциональной рабочей площадкой для поиска новых возможностей бизнеса, реализации идей и проектов, поддержки и популяризации лучших российских и мировых компаний, работающих в области франчайзинга и других направлениях развития, решения бизнес-задач, обмена опытом.

На выставке было представлено более 140 эффективных бизнес-концепций из 25 стран с широким спектром инвестирования, лучшие на сегодняшний день модели организации собственного бизнеса.



В 2009 году в рамках выставки BUYBRAND был представлен раздел, посвященный передаче лицензии. Данный раздел — идеальный вариант для установления стратегического партнерства с представителями всемирно известных брендов, отличная возможность для продвижения своей торговой марки на новые рынки и поиска надежных лицензиатов. Кроме лицензиатов, эта тема была интересна и ретейлерам, производителям, владельцам торговых марок, маркетологам. Ведь привлечение крупных брендов к своему бизнесу позволит подняться на качественно новый уровень и достигнуть вершин успеха.

Традиционно была вручена национальная премия «Золотой бренд», ежегодно вручаемая в рамках выставки BUYBRAND и призванная способствовать развитию отечественной экономики за счет выбора самых эффективных в управлении компаний. Премия призвана не только привлечь внимание к этим компаниям, но и повысить престиж и доверие в профессиональной среде, а также сделать их опыт достоянием других предприятий страны. Выявление победителей основано на проведении специальных аудиторских и маркетинговых исследований, что позволяет объективно определить реальный экономический эффект «работы» бренда и его вклад в создание денежных потоков предприятия-владельца.

Национальная премия в области франчайзинга «Золотой бренд» — единственная в России коммерческая награда, которая имеет статус государственной награды (поставлена на федеральный геральдический учет № 220 при Президенте РФ). ●

**Число участников
весьма
впечатляло: более
200 брендов от
140 компаний
из 25 стран
мира. Число
посетителей
превысило**

5000

человек.

24 сентября в Москве прошла IV ежегодная всероссийская конференция «CosmeLogic-2009: логистика парфюмерно-косметического рынка России».

COSMELOGIC — 2009: КРИЗИС ПОШЕЛ НА ПОЛЬЗУ

Текст: Юлия Иванова

95%
грузов, которые
приходят
и уходят со
станции,
доставляются
автотранспортом.

Среди присутствующих были представители Федеральной таможенной службы, Минэкономразвития РФ, АППИК БХ, Органа сертификации ПКП НИИ МТ РАМН, руководители и специалисты ведущих парфюмерно-косметических и логистических компаний.

Жесткий контроль и нестабильность

По сложившейся традиции первый блок выступлений был посвящен законодательной базе и контролю над оборотом продукции. Сейчас парфюмерно-косметическая отрасль «живет» в условиях переходного периода. Законодательная база постоянно обновляется, вводятся новые требования по оформлению разрешительных документов, и этот процесс будет длиться до середины 2010 года. Именно поэтому при импорте, экспорте и даже транспортировке продукции по России периодически возникают различные административные барьеры. Причем разногласия между игроками косметического рынка и контролирующими органами существуют даже по тем пунктам, которые уже прописаны в законе.

Один из краеугольных камней — замена обязательной сертификации декларированием соответствия. Несмотря на то что сертификация и декларирование официально признаны двумя равноправными формами подтверждения соответствия, проверяющие инстанции наряду с декларацией по-прежнему продолжают требовать сертификат.

Также на конференции упоминалось, что с июля 2007 года и по сей день не решен вопрос, связанный с оформлением разрешительной документации на те наименования спиртосодержащей парфюмерной и косметической продукции, которые остались под действием ЕГАИС (пена для ванны, гель для душа, средства для интимной гигиены и др.). Эксперты профессиональных ассоциаций АППИК БХ и РПКА делают все возможное, чтобы эта проблема наконец была разрешена. Сейчас вопрос рассматривается в федеральных органах исполнительной власти, и есть основания полагать, что в ближайшее время он будет решен. Существуют и другие спорные моменты. Причем, как показывает практика, зачастую препятствия возникают не столько из-

за несовершенного законодательства, сколько из-за неспособности или нежелания контролирующих органов вести конструктивный партнерский диалог с бизнесом или идти ему навстречу. По мнению экспертов рынка, даже после того, как «Технический регламент на парфюмерно-косметическую продукцию» войдет в силу, еще предстоит большая совместная работа профессиональных парфюмерно-косметических ассоциаций, производителей, дистрибуторов с органами исполнительной власти. В первую очередь это, конечно, Таможенная служба, Роспотребнадзор, Минпромторг, Минэкономразвития и другие инстанции федерального уровня. Необходимо, чтобы и они соответствующими документами подтвердили положения регламента.

Что же касается экспорта российской парфюмерии и косметики в СНГ и Европу, то основным сдерживающим фактором остается несоответствие российского законодательства Директиве ЕС о запрете тестирования продукции на животных. Для полного устранения несоответствия потребуется время, однако уже есть положительные сдвиги: ожидается, что к концу 2009-го некоторые альтернативные методы для ряда наименований будут официально утверждены в российских федеральных контролирующих органах. Специалисты по сертификации парфюмерно-косметической продукции считают, что, хотя нововведение будет касаться и не всей производимой в России продукции, это уже значительный шаг вперед.

В разговоре о таможне и таможенном оформлении сегодня больше вопросов, чем ответов. Большую тревогу вызывает сокращение количества таможенных постов и их грядущий вывод на границу, ужесточение контроля над экспортерами и импортерами. В связи с реформированием таможенных органов резко возросли требования к оформлению документов, идут масштабные проверки, и скорее всего они еще усилятся, что приведет к дальнейшему росту цен на парфюмерно-косметическом рынке. Очевидно, что продолжится и «обеление» рынка. Ни для кого не секрет, что сейчас изыскиваются все новые способы для собирания денег с импортеров и экспортеров, и обойти их с помощью «серых» схем становится все сложнее.

Считать и думать

Судя по выступлениям представителей парфюмерно-косметических и логистических компаний, за прошедший год стратегии развития бизнеса кардинально изменились. Стремление к активному, порой даже агрессивному расширению теперь неактуально — все говорят об отказе от неприбыльных активов, оптимизации имеющихся ресурсов, сокращении издержек. Этот год был нелегким для всех, но он не прошел даром. Те игроки, кто был всерьез намерен остаться на рынке, приобрели ценный опыт — стали по-другому смотреть, думать и считать, что не всегда делали раньше. Практика показала, что сейчас, в условиях крайне нестабильной бизнес-среды, компания должна моментально реагировать на любые корректировки. Потому и необходим постоянный и планомерный контроль над рыночной ситуацией, скрупулезный мониторинг цен и расходов, контроль над стоками, тщательное планирование и анализ каждого шага.

Все без исключения специалисты подчеркивают: чтобы остаться на плаву, нужно не просто выживать, а именно развиваться, то есть постоянно находить все новые и новые решения. Здесь ключевым фактором становится внедрение эффективных бизнес-процессов, позволяющих минимизировать затраты без потерь (а еще лучше с повышением) качества работы. В первую очередь это касается уровня сервиса — сейчас это единственное, чем можно надолго удерживать клиентов.

Диалог с клиентом, направленный на совместный поиск выгодных решений, — вот о чем сегодня говорят в деловом сообществе. Специалисты косметических и логистических компаний подчеркивали, что раньше многие не умели, а зачастую просто не хотели общаться друг с другом. Каждый действовал в своих интересах, зачастую даже не пытаясь по-настоящему вникнуть в потребности другой стороны. А ведь обратная связь с партнером по бизнесу позволяет лучше увидеть ситуацию и найти оптимальные условия для реализации задач. «Мы стараемся максимально сократить издержки — и свои, и клиентов, — делится опытом исполнительный директор компании «ЛИТЕР Терминал» Алексей Цацулин. — Например, совместно с заказчиком проанализировали и изменили цепочку поставки, тем самым сократив его затраты. Предложили клиенту оплачивать не палетоместо, а вес и объем продукции с учетом изменений. Экономно и удобно для вывоза разместили товар на складе, оптимизировали зоны подбора, рационально сочетаем SKU, варьируем высотность палет, выбираем тару в зависимости от весогабаритных характеристик товара, уменьшили документооборот, сократили пробег техники за счет выбора оптимального маршрута доставки товара, и это далеко не все взаимовыгодные решения». Еще один яркий пример — компания Relogix. «Все расходные статьи клиента привязаны к количеству занимаемой складской площади, — рассказывает ее директор по продажам и маркетингу Вера Горбачева. — Соответственно, сокращать затраты на хранение следует именно через ее оптимальное использование. Исходя из этого, мы выявили целый ряд возможностей для экономного размещения основной продукции и остатков. А также нашли способы сократить затраты на обработку склада за счет эффективного использования персонала. В результате

экономия достигла 20%. Причем и уровень сервиса KPI, и покрытие сезонных пиков увеличились до 99%».

Повышенное внимание к управлению персоналом — еще один актуальный тренд логистического бизнеса, ведь содержать лишние «руки» весьма затратно. В числе мероприятий по оптимизации штата обучение смежным специальностям и введение системы оплаты труда, мотивирующей многофункциональность. Еще одно направление — контроль над производительностью каждого сотрудника через электронные системы управления складом и цепями поставок, благо современные программы позволяют постоянно держать в поле зрения не только работающих на складе, но и мобильный персонал — водителей, мерчендайзеров. Сегодня все понимают: развитие бизнеса уже невозможно представить без внедрения информационных технологий, и на это необходимо изыскивать средства. Генеральный директор CosmeLogic-2009 Евгений Синяков точно отметил, что логистический бизнес становится в чем-то сродни матрице, когда не только менеджеры, но и рядовой персонал оказывается все сильнее привязан к информационным технологиям. Причем лучшими специалистами оказываются те, кто способен быстро адаптироваться и точно выполнять инструкции, заложенные в систему.

Стоит также отметить, что тенденция к партнерским объединениям, начавшая набирать силу еще до кризиса, за последний год только усилилась. Это работа в альянсах, профессиональных ассоциациях, коммерческих союзах, поиск бизнес-партнеров на взаимовыгодной основе, причем не только в рамках РФ, но и на международном уровне. Так, в начале 2010 года ГК «Санна» планирует вывести на рынок принципиально новый продукт — российско-китайский альянс трех компаний и двух банков для улучшения качества поставок продукции из Китая. Спектр услуг будет очень широким — от рекомендаций производителям и организации выезда к ним клиентов до заказов партий, покупки и продажи товара, сертификации, таможенного оформления, финансовых проводок и кредитования.

Гибкость и открытость

Эксперты рынка с тревогой констатируют, что в ближайшие три-пять месяцев ситуация на логистическом рынке останется нестабильной. Ожидается повышение тарифов на морские, железнодорожные и автомобильные перевозки, обусловленное сезонным ростом объемов поставок на фоне кризисного снижения количества транспорта. Предположительно ухудшится качество перевозок, будут проблемы при растаможивании товаров. Наполняемость складов по-прежнему останется недостаточно высокой. Продажи в ретейле, может быть, и вырастут перед Новым годом, но к докризисному уровню пока не вернуться. Однако нужно двигаться вперед с учетом полученного опыта. Прошедший год показал компаниям не только их слабые места, но и возможности для роста. Он «объяснил», что бизнесу надо быть динамичным, гибким и открытым ко всему новому. Нужно вести диалог с клиентами и коллегами по бизнесу, особенно сейчас, когда стали очевидны простые истины — один в поле не воин и ленивый остается ни с чем. ●

95%

**грузов, которые
приходят
и уходят со
станции,
доставляются
автотранспортом.**

За последние 2–3 года рынок логистических услуг в России сделал качественный скачок. Развитие высокоскоростных коммуникаций способствовало динамичному обмену информацией, распространению технологий и продуктов. После того как на территории РФ стали появляться современные логистические центры, техническое оснащение склада сместилась из сферы конкурентных преимуществ в разряд качеств предлагаемого продукта.

АЛИДИ: рынок логистики ТРЕБУЕТ НОВЫХ СЦЕНАРИЕВ



ЕКАТЕРИНА ТУЛУПОВА,
заместитель коммерческого
директора по развитию ГК АЛИДИ

**Обеспечивая
многоэтапность,
логистические
компании
позволяют
грузовладельцам
быть на шаг
впереди
конкурентов,
особенно в
условиях жесткой
ценовой борьбы.**

С укреплением роли торговых сетей и выходом на российский рынок мощных транснациональных компаний-производителей акценты сместились от рынка продавца к рынку покупателя.

На первое место выдвинулись новые конкурентные преимущества:

- вариативность и полнота ассортимента;
- жесткое соблюдение временных рамок исполнения заказа;
- степень точности поставок, возможность альтернативных сценариев.

Рынок требует от грузовладельцев гибкости и способности удовлетворять индивидуальные покупательские ожидания. Теперь это решающий фактор в конкурентной борьбе поставщиков, производителей и дистрибуторов. Крупные дистрибуторские компании, первыми начавшие сотрудничество с сетями и взаимодействующие с «высококвалифицированными» поставщиками, составили логистическим операторам нашего рынка здоровую конкуренцию на этапе диверсификации основного дистрибуторского бизнеса. Осознав свои способности и возможности, они выделили внутренние логистические подразделения в самостоятельные структуры SBU (Self Business Unit), оказывающие услуги сервисной логистики как собственной (материнской) компании, так и сторонним клиентам.

Переход от торговой функции к сервисным услугам стал очередной ступенью развития и был

обусловлен возможностью получения эффекта синергии: совершенствование внутренних процессов при возможности окупаемости в более короткий срок за счет предложения готового высококлассного продукта на внешнем рынке.

Однако такой сценарий развития не универсален и подходит не всем грузовладельцам. На рынке есть и такие, для кого развитие собственной логистики неоправданно затратный процесс из-за дефицита финансовых, экспертных, временных ресурсов. Для них более выгодно на покупку логистических услуг.

Аутсорсинг в логистике решает ту же задачу, что и в других сферах: экономит ресурсы заказчика, обеспечивая более высокую эффективность, чем та, которой он смог бы достичь сам. При точном построении процессов аутсорсинг может стать эффективным конкурентным инструментом, а для крупных компаний — жизненно необходимым элементом управления сложными алгоритмами поставок.

Уже не нужно разъяснять, что логистический аутсорсинг позволяет экономить ресурсы для фокусирования на развитии профильного бизнеса; перераспределять издержки за счет переноса значительной части рисков в зону ответственности логопера; компенсировать недостаток опыта в обработке сложных грузов и обеспечивать эффективное управление многоуровневыми алгоритмами поставок; максимально унифицировать производство, перенося последний этап кастомизации товара в ведение логопера благодаря исполняемой им функции co-manufacturing (сопроизводство) и co-packing (соупаковка); наконец, увеличить продажи и повысить результативность маркетинговой активности без дополнительных инвестиций благодаря варьированию упаковки товара с помощью co-packing.

Обеспечивая многоэтапность, логистические компании позволяют грузовладельцам быть на шаг впереди конкурентов, особенно в условиях жесткой ценовой борьбы.

Преимущество аутсорсинга еще и в том, что набор услуг может варьироваться от полного до опционного: таможенная очистка плюс транспортно-экспедиционные услуги (вместе или по отдельности); услуги ответственного

хранения различных видов (напольного, негабаритного, высотного стеллажного, мелкоячеистого, с соблюдением специальных температурных, электростатических, противопожарных условий) могут сочетаться с кросс-докингом или упомянутыми со-manufacturing и со-packing. И этот вид услуг особенно востребован компаниями, имеющими в своей структуре разветвленную филиальную сеть.

Комплексный аутсорсинг включает в себя логику и потоков на выходе готового товара, и компонентов на входе в производство. Все эти процессы обеспечиваются единым оператором. Как правило, это компании, располагающие всеми ресурсами, необходимыми для реализации бизнес-процессов по всей длине логистической цепочки компании-клиента. Но комплексные услуги востребованы при сложных алгоритмах поставок в несколько промежуточных этапов.

Компания АЛИДИ, позиционирующая себя сегодня как оператора сервисной логистики, изначально является дистрибуторской. Начав свою деятельность в 1992 году в Нижнем Новгороде, уже через год АЛИДИ заключила первый контракт с мировым лидером рынка FMCG компанией Procter & Gamble. Сегодня компания по-прежнему остается одним из основных партнеров P&G в Восточной Европе, а также крупнейшим в России дистрибутором продукции Nestle.

За 16 лет компания выросла из региональной торговой фирмы в крупнейшего игрока российского дистрибуторского рынка. В конце 90-х кризис российского оптового рынка заставил дистрибуторов, испытывающих на себе возрастающее давление со стороны производителей и ретейлеров, искать новые пути развития бизнеса. Имея прочные, но вместе с тем и ко многим обязательствам контракты, компания АЛИДИ поставила во главу угла развитие современной логистической инфраструктуры, наличие которой через несколько лет обеспечило возможность ее выхода на рынок логистических услуг. Ставка была сделана на следующие факторы:

- географическая экспансия: выход в новые регионы. Сегодня АЛИДИ осуществляет свои операции в 20 регионах Российской Федерации, только за последний год АЛИДИ запустила два новых филиала в Костроме и Череповце;
- расширение спектра услуг: двигаясь от традиционной перепродажи товаров в региональной рознице, компания пришла к компетенции организации товародвижения в цепочке поставок. То есть в определенный момент в рамках дистрибуторских контактов компания начала оказывать услуги в области сервисной логистики;
- развитие собственной инфраструктуры: АЛИДИ приобретает землю в регионах своего присутствия под строительство высокотехнологичных логистических комплексов. Первый такой комплекс был сдан в эксплуатацию в Нижнем Новгороде в 2005 году. Стремясь к единым высоким стандартам операций, компания решает проблему нехватки качественных складских площадей в отдельных регионах.

Подготовка сервисной логистики началась в 2004 году одновременно со стартом строительства нового логистического комплекса АЛИДИ в Нижнем Новгороде. Площади нового объекта позволяли развивать наряду с дистрибуцией логистические услуги. Уже на прежних мощностях АЛИДИ запустила пилотный проект оказания подобных услуг, позволивший компании сформиро-

вать понимание механизма данного бизнеса. Так в структуре компании появился департамент логистических услуг, в задачи которого входили поиск клиентов и формирование тарифных моделей. На первоначальном этапе основными целями новой структуры стали оценка востребованности предлагаемого продукта на региональном рынке и, конечно же, его рентабельность.

Качественно новые складские площади класса А, оборудованные современной техникой, снабженные информационными системами (ERP J.D. Edwards, WMS Manhattan-ILS 2006), опытный персонал и экспертиза в области логистических операций позволили компании предложить рынку готовый качественный продукт. Одновременно с вводом в эксплуатацию складского комплекса у АЛИДИ появился и первый крупный логистический контракт. Сегодня клиенты компании в рамках сервисной логистики — DHL, P&G, «М.Видео», Wrigley, «Вимм-Билль-Данн», «Лебедянский» и др. Если оценивать масштаб операций грузообработки, оказываемых АЛИДИ, сегодня 45% одного из центральных складов компании занято в сервисной логистике, остальные 55% используются под оказание услуг дистрибуции.

Поначалу набор логистических услуг был стандартным и в основном сводился к ответственному хранению, включая приемку, размещение и выдачу груза. Но уже скоро рост рынка заставил компанию осваивать более сложные операции. Сегодня компания позиционирует себя как 3PL-оператор, предлагая клиентам комплексный аутсорсинг. Наряду с разнотиповым ответственным хранением и осуществлением операций грузообработки различных степеней сложности (распознавание товара, сортировка, комплектация, расконсолидация, cross-docking) АЛИДИ продвигает услуги формата Распределительного Центра, который включает в себя управление товарным запасом, и такие услуги добавленной стоимости, как со-packing (переупаковка, предпродажная подготовка). Компания также оказывает услуги таможенного оформления, страхования и транспортировки грузов, включая доставку door-to-door.

В 2006 году, приобретя компанию «Союз-Квадро», АЛИДИ вышла на рынок дистрибуции Санкт-Петербурга. Динамично растущий спрос на логистические услуги в этом крупном центре пересечения транспортных коридоров заставил АЛИДИ задуматься об использовании своего опыта в новом регионе. Но постоянный рост оборотов дистрибуции демонстрировал недостаточность площадей для более мощного развития направления контрактной логистики. Однако в конце 2008 года вопрос был решен: логистическая инфраструктура АЛИДИ, прежде обеспечивавшая дистрибуторские и сервисные операции на 3 площадках, была переведена в новый современный логистический комплекс класса А в промзоне «Парнас», и сейчас питерская часть отдела логистических услуг АЛИДИ активно ведет переговоры с потенциальными клиентами.

2009 год ставит перед АЛИДИ новые задачи в сервисной логистике: необходимо дальнейшее совершенствование предоставляемых услуг, нацеленное на поиск креативных алгоритмов, позволяющих клиентам оптимизировать свои затраты в условиях кризиса. АЛИДИ необходимо не только сохранить лояльных клиентов, но и привлечь новых путем предложения выгодных и интересных решений. ●

Сочетания опций и уровень услуг нашли отражение в английской аббревиатуре PL (Party Logistics)

1 PL-уровень

Решение задач собственными силами компании.

2 PL-уровень

Предполагает наличие оператора или посредника при реализации разных задач: таможенная очистка, транспортно-экспедиционные услуги и т. д.

3 PL-уровень

Субподряд: набор услуг предоставляется одним оператором, но комплексность достигается тем, что в процессе участвуют несколько «сторон», интегрируемых им по всей длине распределительной цепи.

4 PL-уровень

Наряду с организацией физических потоков осуществляют полное управление всеми информационными потоками клиента, интегрируя в едином информационном поле производителя с клиентами и поставщиками.

5 PL-уровень

Использование Интернета как единой виртуальной платформы для моделирования и управления логистическими процессами.



Рассмотрев на страницах прошлых номеров системы бортовой телематики, рассчитанные на любые марки грузовой техники, вернемся к версиям, рассчитанным на модели грузовиков от конкретных производителей. Такое решение на российском рынке пока уникально — это система Volvo Dynafleet, дебютировавшая в нашей стране 1 июня 2009 года.

РЕАЛИТИ-ШОУ

Установка оборудования, позволяющего видеть машину на карте Google из любой точки мира через Интернет, оценивается приблизительно в стоимость шести нормо-часов на официальном сервисе Volvo. Автомобиль оснащается мощным аппаратным комплексом и комбинированной антенной GPS/GSM. В зависимости от выбранного решения в комплектацию могут входить дисплей и клавиатура. Оборудование пригодно в том числе и для автомобилей, перевозящих опасные грузы (ADR). Обновление программного обеспечения осуществляется удаленно. Водитель может также получать доступ в Интернет прямо из кабины.

В офисе для связи с автомобилем, оборудованным системой Dynafleet, требуется только компьютер с выходом в Интернет. Русскоязычный «самоучитель» для водителей и операторов находится на сайте Volvo Trucks, общий курс можно освоить в среднем за пару часов. Сведения об автомобиле и водителе передаются в базу данных Dynafleet для анализа в пяти различных вариантах: отчеты, сообщения, карты, действия водителя и график техобслуживания.

По заявлению представителей Volvo Trucks, абонентская плата за пользование системой Dynafleet составляет от 35 до 75 евро в зависимости от пакета услуг. В нашей стране их три: «Контроль», «Контроль и карта» и «Управление». Каждый из предлагаемых пакетов ориентирован на свою группу клиентов (в зависимости от размера предприятия и его автопарка) и отличается количеством опций.

Пакет «Dynafleet Контроль» целесообразно устанавливать в случае, когда необходимо усилить наблюдение над потреблением топлива, временем работы водителей и периодичностью техобслуживания на основе расстояния, пройденного машиной. Данное комплексное решение предоставляет дистанционный доступ к подробным отчетам обо всех перечисленных параметрах. Кроме того, комплект «Dynafleet Контроль» включает в себя индивидуальные планы техобслуживания для каждого автомобиля. Решение ориентировано на небольшие транспортные компании, имеющие в парке до десяти машин.

«Dynafleet Контроль и Карта» обладает всеми возможностями комплекта

НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ СИСТЕМЫ DYNAFLEET

1. Система отслеживания «Клиент онлайн».

Клиенты теперь могут отслеживать автомобили, перевозящие их грузы, в режиме реального времени. Используя номера клиента или номер заказа, можно увидеть грузовик со своим товаром на интернет-карте — с точностью до улицы.

2. Навигационное соединение.

Теперь оператор легко и быстро может направить водителю точный адрес доставки. Оператор просто нажимает на карту Dynafleet, чтобы отправить заказ,

который включает в себя координаты назначения. Если грузовик оснащен навигатором Garmin, водитель может подтвердить заказ, нажав на одну кнопку, и получить координаты направления движения. С навигатором Garmin в офисе можно отслеживать движение грузовика и получать информацию о расчетном времени прибытия, расстоянии до пункта назначения и сам адрес назначения.

3. Оптимизация управления автопарком.

Стали доступны новые параметры: потребление реагента AdBlue, средняя скорость, счетчик среднего количества нажатий на педаль тормоза, счетчик среднего количества остановок, режим I-Shift и загрузка автомобиля.

4. Экологический отчет.

Содержит подробные сведения о воздействии на окружающую среду при эксплуатации автомобиля. Он позволяет контролировать систему SCR и наличие реагента AdBlue, а также определять фактический уровень токсичности отработавших газов. Таким образом, экологический отчет может стать надежным источником информации, который демонстрирует клиентам вашу заботу об окружающей среде.

5. Загрузка данных водителя.

Водитель может загрузить данные своей карты в систему Dynafleet Online, чтобы обеспечить их надежное хранение



ВАЛЕРИЙ САХАНЬ,
руководитель
техцентра Volvo Trucks
в Санкт-Петербурге

Об интересе российских группоперевозчиков к системе Dynafleet.

Мы уже ставили систему Volvo Dynafleet по заказу на машины наших клиентов. На сегодняшний день (конец июня 2009 года. — Прим. ред.) нами в Санкт-Петербурге установлено уже четыре системы Dynafleet и несколько находятся в состоянии заказа. Из трех пакетов наиболее востребован самый дешевый — «Контроль». Система Dynafleet хорошо проверяет эффективность работы водителя. Скажем, если два человека посменно работают на одной машине, то по расходу топлива на одном и том же маршруте можно определить, кто из них наиболее опытен и профессионален. Глобальный пакет «Dynafleet Управление» стоит на нашем эвакуаторе.

Радиус зоны покрытия питерского Трак-центра — 450 км. Если наши эвакуаторы не справляются, задействуются другие зоны. Сервис есть в Петрозаводске и в Архангельске, и у каждого своя зона покрытия. Эвакуатор может выйти и из Москвы — в зависимости от того, где есть свободный. Цены, скорее всего, будут унифицированы.

«Dynafleet Контроль», дополняя их подробными картами на основе популярного ресурса Googlemaps с детализацией до масштаба улиц. Рекомендуются компаниям с автопарками средних размеров и колл-центром, операторы которого с удовольствием предоставят клиенту возможность самому следить в Интернете за своим грузом, нежели отвечать на бесконечные звонки.

Комплект «Dynafleet Управление» рассчитан на крупных и наиболее «дальнобойных» логистических операторов. В дополнение ко всем возможностям комплекта «Dynafleet Контроль и Карта» данный пакет дает возможность водителю и оператору офиса обмениваться текстовыми сообщениями в формате, сходном с ICQ, Qip или Miranda. Это удобнее, чем телефонная беседа или SMS, особенно если речь идет о передаче на дальние расстояния точной информации о номерах, названиях и фамилиях.

Помимо перечисленных функций каждый из пакетов Dynafleet включает в себя «тревожную» кнопку и SIM-карту стандарта GPRS для неограниченной связи между автомобилями и офисом на всей территории Европы. Все три версии системы Dynafleet поддерживаются круглосуточной службой экстренной помощи Volvo Action Service.

Как показывает практика (а статистика сервисных центров Volvo Trucks говорит о растущем интересе водителей и их боссов к оснащению машин устройствами телематики), система Dynafleet из опции, обеспечивающей безопасность и рентабельность рейса, превращается в важный и неотъемлемый инструмент для всех участников логистической цепи. Благодаря этой системе они получают более четкое представление о ходе операций по доставке грузов и могут избежать дорогостоящих ошибок, что, в свою очередь, повышает эффективность загрузки/пробега машин и упрощает планирование. Водитель, получающий информацию в виде текстовых сообщений, корректнее и оперативнее выполняет поставленную задачу и вносит в маршрут актуальные изменения. Dynafleet может быть совмещена с навигационной системой, что также оптимизирует маршрут.

Диспетчер с помощью системы Dynafleet может эффективнее задействовать весь автопарк и свести к минимуму порожние рейсы. При этом персонал автопарка может работать в более комфортных условиях, рациональнее использовать технику и выполнять большее количество заказов.

Менеджер автопарка может планировать и составлять график технического обслуживания машин с учетом по-

стоянной бесперебойной работы всей «конюшни». Информация, сохраненная в базе Dynafleet, позволяет следить за состоянием «здоровья» автомобилей и их подсистем без необходимости отправки на диагностику в сервис. При этом система Dynafleet предоставляет руководству компании объективные основания для последующего вознаграждения сотрудников, отличившихся в области экономии топлива и повышения эффективности рейсов.

Административная работа в офисе также упрощается. Благодаря дополнительному программному интерфейсу API система Dynafleet совместима с MS Office и другими программами учета и администрирования. Такой симбиоз упрощает доступ к информации, хранящейся в системе Dynafleet, и дает возможность сотрудникам компании-оператора оперативнее решать возникающие задачи.

Клиент, который всегда прав, теперь может удостовериться во всем лично, зарегистрировавшись на Dynafleet Online. Интернет-информация поможет заказчику воочию убедиться в том, когда был отгружен товар, узнать нынешнее местонахождение фуры и предполагаемое время прибытия. Частота звонков операторам колл-центра при этом снижается, к общему удовольствию сторон. ●

в соответствии с законодательными требованиями ЕС. Для этого необходимо устройство чтения карт, доступное для комплекта «Dynafleet Управление».

6. Помощь водителю.

Водитель предупреждается о неоптимальном вождении на основании данных о холостом ходе, оборотах двигателя и скорости.

7. Интерфейс навигатора Garmin.

Через USB-кабель к системе Dynafleet можно подключить некоторые портативные навигационные устройства Garmin. Это позволит получать текущие координаты и выбирать наилучший маршрут

на всем протяжении пути до места назначения.

8. Поддержка.

Используя систему Dynafleet, вы можете быть уверены в правильности своего выбора, поскольку в рамках комплекта предлагается возможность бесплатной консультации службы поддержки (по телефону и электронной почте), которая ответит на ваши вопросы как технического характера, так и связанные с эксплуатацией системы.

9. Электронное обучение.

Вместе с системой Dynafleet всем пользователям предоставляется бесплатный курс электронного обучения,

который поможет освоить многочисленные возможности транспортной информационной системы.

Электронное обучение экономит время и упрощает внедрение системы Dynafleet, поскольку этот курс могут пройти все водители, диспетчеры, менеджеры автопарка и системные администраторы. Для прохождения курса достаточно иметь компьютер с выходом в Интернет.

Все электронные учебные курсы специально адаптированы для различных должностей в транспортной компании, а благодаря большому количеству учебных модулей каждый сможет удовлетворить свои индивидуальные потребности в обучении.

В августе, по оценке Ассоциации европейского бизнеса (АЕБ), продажи легковых и коммерческих автомобилей в России снизились на 54% — до 131 280 штук.

50 000 РУБЛЕЙ — ЦЕНА СПАСЕНИЯ РОССИЙСКОГО АВТОРЫНКА

В качестве меры спасения отечественного авторынка, который с января по август просел на 51% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, российские власти предложили простимулировать автомобилистов, сдающих старые машины на утилизацию, к приобретению нового четырехколесного друга, выплатив им по 50 тыс. рублей. А если учесть, что в России, по данным МВД, насчитывается свыше 20 млн. автомобилей старше десяти лет, то оптимизм властей становится понятным. Да и зарубежный опыт убеждает в правильности решения. К примеру, во Франции благодаря программе стимулирования покупок новых автомобилей их продажи в июне выросли на 12%, а в Герма-

нии — на 32%. Единственное, что не учли чиновники, так это русскую ментальность. Ведь, как известно, что немцу хорошо, то русскому смерть. Отечественная программа первоначально должна действовать в Москве, Санкт-Петербурге, Самаре и Нижнем Новгороде. Там же к 1 января 2010 года планируется открыть 4 площадки по уничтожению автохлама. Так что поживем — увидим. А пока подведем неутешительные итоги.

Как явствует из отчета АЕБ, первые восемь месяцев этого года все участники рынка, за исключением Citroen, Geely и Hummer, закончили с отрицательными показателями. В августе положительную динамику продаж продемонстрировали только Geely и Hummer. ●

25 наиболее продаваемых моделей легковых автомобильных марок в России в августе / за 8 месяцев 2009 года

№	МОДЕЛЬ	МАРКА	8 мес. 2009 г.	8 мес. 2008 г.	%	август 2009 г.	август 2008 г.	%
1	Priora	LADA	67926	82610	-18%	8521	12307	-31%
2	Samara	LADA	62326	119969	-48%	7146	14510	-51%
3	2105/2107	LADA	47552	113226	-58%	5444	11432	-52%
4	Kalina	LADA	43951	61896	-29%	5642	7688	-27%
5	Focus	FORD	36025	61870	-42%	3336	5490	-39%
6	Logan	RENAULT	35022	53819	-35%	4320	5058	-15%
7	Lacetti	CHEVROLET	21112	57120	-63%	1435	5632	-75%
8	Nexia	DAEWOO	18633	36265	-49%	1965	4940	-60%
9	Lanos	CHEVROLET	18324	32485	-44%	1388	2902	-52%
10	Matiz	DAEWOO	16295	35009	-53%	1686	3864	-56%
11	Astra (вкл. Astra Cabrio)	OPEL	15726	29455	-47%	1584	3647	-57%
12	4x4	LADA	15517	14823	5%	2078	1839	13%
13	Niva	CHEVROLET	15177	32758	-54%	1463	3543	-59%
14	Getz	HYUNDAI	13737	28230	-51%	1157	4165	-72%
15	Cee'd	KIA	12019	18220	-34%	1557	3025	-49%
16	Corolla	TOYOTA	11674	40197	-71%	1806	6860	-74%
17	Aveo	CHEVROLET	11638	20597	-43%	1151	1864	-38%
18	Lancer X	MITSUBISHI	11596	43428	-73%	1360	4989	-73%
19	Camry	TOYOTA	11559	19014	-39%	892	2978	-70%
20	Mazda3	MAZDA	11465	29097	-61%	135	3638	-96%
21	Qashqai	NISSAN	9599	21896	-56%	975	3560	-73%
22	Tucson	HYUNDAI	8974	14445	-38%	727	2199	-67%
23	Almera	NISSAN	8200	17792	-54%	664	1352	-51%
24	New X-Trail	NISSAN	8146	17684	-54%	952	2204	-57%
25	Fabia	SKODA	7978	4846	65%	715	471	52%

Наиболее продаваемыми автомобилями в России по-прежнему остаются Lada Priora, Samara, «классика» (2105/07) и Lada Kalina.

Продажи новых легковых автомобилей и легкого коммерческого транспорта* в России по группам в августе / за 8 месяцев 2009 года

ГРУППЫ	8 мес. 2009 г.	8 мес. 2008 г.	%	август 2009 г.	август 2008 г.	%
АВТОВАЗ	241405	428145	-44%	29109	49414	-41%
GM Group	104167	232322	-55%	9027	23418	-61%
OPEL	27767	70293	-60%	2701	8148	-67%
CHEVROLET	74066	159445	-54%	6111	14913	-59%
CADILLAC	1154	1243	-7%	116	170	-32%
HUMMER	925	460	101%	76	53	43%
SAAB	255	881	-71%	23	134	-83%
VW Group	65335	82877	-21%	6533	11980	-45%
VOLKSWAGEN	27656	30572	-10%	2937	4946	-41%
VOLKSWAGEN ком-мерч. автомобили*	3618	6630	-45%	375	968	-61%
AUDI	10062	11643	-14%	1330	1529	-13%
SEAT**	716	1172	-39%	52	335	-84%
SKODA	23283	32860	-29%	1839	4202	-56%
FORD Group	64073	143327	-55%	5185	12964	-60%
FORD	59145	128814	-54%	4755	12020	-60%
VOLVO	4928	14513	-66%	430	944	-54%
TOYOTA Group	52421	137540	-62%	5536	19766	-72%
TOYOTA	48132	127155	-62%	5048	18300	-72%
LEXUS	4289	10385	-59%	488	1466	-67%
NISSAN Group	50820	109096	-53%	4299	13738	-69%
INFINITI	3554	4667	-24%	202	823	-75%
NISSAN	47266	104429	-55%	4097	12915	-68%
RENAULT	48829	75540	-35%	5565	7818	-29%
HYUNDAI	46475	143282	-68%	4769	19788	-76%
KIA	41452	66179	-37%	5722	7879	-27%
Группа ГАЗ	37485	92659	-60%	4911	10906	-55%
ГАЗ легковые	4999	14062	-64%	459	1410	-67%
ГАЗ коммерч. автомобили*	32486	78597	-59%	4452	9496	-53%
DAEWOO	34928	71274	-51%	3651	8804	-59%
PSA PEUGEOT CITROEN	30182	37560	-20%	3250	6207	-48%
PEUGEOT	21470	30056	-29%	2176	4848	-55%
CITROEN	8712	7504	16%	1074	1359	-21%
MITSUBISHI	27937	79377	-65%	4584	9604	-52%
MAZDA	23850	52479	-55%	1451	7617	-81%
УАЗ	18871	36659	-49%	3519	4627	-24%
HONDA	17792	50494	-65%	1476	7567	-80%
SUZUKI	13580	27118	-50%	2881	2868	0%
FIAT GROUP***	10908	17193	-37%	1566	2537	-38%
FIAT	10533	16437	-36%	1526	2447	-38%
ALFA ROMEO	85	221	-62%	12	20	-40%
IVECO	290	535	-46%	28	70	-60%
BMW Group	10768	12904	-17%	1230	1744	-29%



7 из 10
лидеров продаж
среди легковых
автомобилей
производятся
в России.



До **1,4** млн.
легковых
автомобилей
прогнозирует
снижение продаж
в 2009 году
Комитет авто-
производителей АЕБ

BMW	10380	12273	-15%	1201	1677	-28%
MINI	388	631	-39%	29	67	-57%
MERCEDES-BENZ	7932	13034	-39%	1134	1518	-25%
MERCEDES-BENZ	7021	11098	-37%	1048	1250	-16%
MERCEDES-BENZ коммерч. автомо- били*	911	1936	-53%	86	268	-68%
JAGUAR LAND ROVER	6824	15121	-55%	739	1866	-60%
LAND ROVER	6156	13996	-56%	686	1722	-60%
JAGUAR	668	1125	-41%	53	144	-63%
SUBARU	6112	14514	-58%	690	2087	-67%
GEELY	5904	1391	324%	707	380	86%
SSANGYONG	5322	8899	-40%	656	1017	-35%
ИЖ (вкл. ВАЗ-2104)	5078	17999	-72%	422	1839	-77%
CHERY	2500	12643	-80%	551	1307	-58%
CHANCE	2263	0	-	1061	0	-
LIFAN	2080	3026	-31%	339	495	-32%
GREAT WALL	1864	6761	-72%	163	585	-72%
BYD	911	4020	-77%	44	513	-91%
PORSCHE	861	1590	-46%	78	145	-46%
CHRYSLER Group 841	6730	-88%	81	1084	-93%	
CHRYSLER	203	1127	-82%	35	150	-77%
JEEP	297	2179	-86%	19	316	-94%
DODGE	341	3424	-90%	27	618	-96%
IRAN KHODRO про- дажи прекращены	178	1578	-	0	132	-
ISUZU	48	0	-	5	0	-
Отличная от международной классификация: марки, представленные в России группой «СОЛЛЕРС», см. также выше						
SOLLERS Group	34774	61995	-44%	5706	8091	-29%
FIAT	10533	16437	-36%	1526	2447	-38%
ISUZU	48	0	-	5	0	-
SSANGYONG	5322	8899	-40%	656	1017	-35%
YAZ	18871	36659	-49%	3519	4627	-24%

* Продажи легких коммерческих автомобилей включены в общие цифры продаж по маркам, если присутствуют в продуктовой линейке марки; в данной таблице отдельно указаны данные продаж коммерческих автомобилей Volkswagen, Mercedes-Benz и «ГАЗ». LCV<3,5 тонны (в отдельных исключениях масса достигает верхнего предела 6 тонн). Возможны незначительные корректировки данных по легкой ком. технике.

** Продажи марки SEAT в России осуществляются через отдельного импортера, не через ООО «Фольксваген Груп Рус».

*** Продажи различных марок Группы FIAT в России осуществляются отдельными импортерами.

КАК ЗА 3000 ДОЛЛАРОВ ВЫЙТИ НА РЫНОК СЕВЕРО-ЗАПАДНОГО РЕГИОНА

Личным опытом делится руководитель петербургского филиала компании «Сибирский деликатес» Руслан Жолтаев.



Пять лет назад мы были неизвестной компанией из Омска. У нас не было рекламного бюджета, который позволил бы оклеить город плакатами или запустить ролики на телевидении и радио. У нас был только качественный продукт, всего 3000 долларов и цель — завоевать рынок двух столиц, Москвы и Санкт-Петербурга, по сути, основной рынок России. Задача сложная, казалось бы, невыполнимая. До сетей, находясь в Омске, абсолютно нереально достучаться. Я приезжал в Москву и бился в закрытые двери — эффект нулевой. Без баснословных денег, если о вас никто не знает, в столице делать нечего. Тогда я решил пойти другим путем — сначала пробиться в петербургские сети, которые функционируют и в Москве, а уже из Питера попасть на московский рынок. В то время в Санкт-Петербурге шла выставка «Петерфуд», в которой я решил принять участие, чтобы заявить о себе. Почему именно эта выставка? Да потому что у меня было всего 3000 долларов и не было права на ошибку. Прежде чем принять решение, я изучил все мероприятия, проводящиеся в сфере продовольственной торговли в Северо-Западном регионе. Нужно было выбрать только одну, но самую эффективную выставку, которая дала бы возможность познакомиться с закупщиками сетей лично. Хорошую идею мне подсказали организаторы «Петерфуд» — компания «Империя». Они предложили принять участие в Торговом форуме в рамках выставки, где в «Центре закупок сетей» проходили прямые переговоры с закупщиками всех сетей Санкт-Петербурга. Это было именно то, что мне нужно! При личном общении я мог предложить закупщикам сетей свой продукт, убедить их в том, что он им нужен!

Мой рецепт выхода на рынок оказался прост:

- ▶ заплатил за стенд на выставке и провел дегустацию своей продукции;
- ▶ я и мой заместитель посетили Торговый форум в рамках выставки, где приняли участие в «Центре закупок сетей», который и стал отправной точкой нашего успеха. Нам удалось провести переговоры с 40 закупщиками сетей, и все они имели возможность попробовать продукцию «Сибирского деликатеса» на стенде выставки;
- ▶ мы заявили свое участие в конкурсе «Выбор сетей», где получили диплом победителя. О нас стали говорить в средствах массовой информации, и конечные потребители стали искать нашу продукцию на полках магазинов.

На протяжении трех лет я приезжал на «Петерфуд» и «ПродЭкспо», пробуя разные варианты участия и маркетинговые возможности в рамках выставок. Например, на банкете директоров на «ПродЭкспо», где было уже 200 закупщиков сетей, мы устроили «Сибирский прием». Объединившись с бывшим певцом, а ныне французским ресторатором Жаном Татляном и с производителями сибирской водки «Пять озер», мы угощали участников мероприятия пельменями с изысканным соусом от Татляна и отменной водкой. Кончился этот «кросс-маркетинг» тем, что закупщик московской сети Metro Cash&Carry, сам попросил занять полки своей сети моими пельменями, которые пришлось ему по вкусу. Наше сотрудничество с выставочной компанией оказалось выгодным. Мало того, мы вернули даже те деньги, которые я когда-то заплатил за выставочное место на «Петерфуде». Спонсор последней выставки «ПродЭкспо-2009», «Императорский портной», устраивал розыгрыш призов, и коммерческий директор нашей компании выиграл костюм, стоивший без малого 3000 долларов.

Успех — это везение и труд. На нашем конкурентном рынке нельзя останавливаться на достигнутом. Мы продолжаем идти вперед, постоянно ищем новые способы продвижения товара, ведь в кризис «надо очень быстро бежать вперед, чтобы оставаться на месте». И с этим утверждением Люиса Кэрролла вряд ли поспоришь. ●

**До встречи
на выставке
«Петерфуд-
2009»!**



Демпинговые цены логистических операторов могут обернуться неоправданным риском для потребителей услуг. «Снижение тарифов возможно только за счет повышения эффективности технологий, операций, за счет эффективного управления персоналом», — считает Relogix, российский логистический провайдер.

3% ОТ ЗАКУПОЧНОЙ СТОИМОСТИ — ЦЕНА ЭФФЕКТИВНОЙ СКЛАДСКОЙ ЛОГИСТИКИ ДЛЯ РЕТЕЙЛА

В кризисное время многие компании стали более тщательно подходить к вопросу оптимизации затрат на логистику. На логистическом рынке сейчас часто можно слышать неоправданно низкие рекламные предложения операторов. В большинстве случаев демпинговые цены говорят скорее не о разумной экономии и попытке эффективно реструктурировать затраты, а о попытке сгенерировать хоть какой-нибудь cash-flow. Нужно понимать, что оператор не может долго нести убытки, и что в долгосрочной перспективе это дополнительный риск для логистики клиента: риск смены оператора или повышения тарифов. Оправданное снижение тарифов возможно лишь за счет эффективных технологий и эффективной организации операций. Об этом мы и хотели поговорить.

Структура бюджета на логистику

Из чего состоит бюджет на складскую логистику для оператора розничной торговли? Затратные статьи



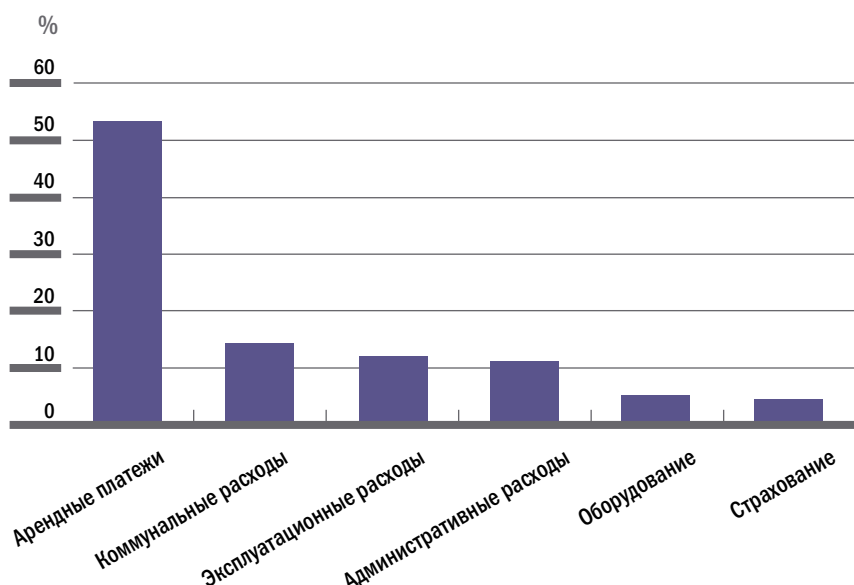
RELOGIX

Национальный сетевой логистический оператор, успешно работающий на рынке с 2005 года. Образован фондом прямых инвестиций «Ренова Капитал».

Стратегия: специализация на сложных и уникальных логистических проектах. В управлении 2 складских комплекса в Москве и Санкт-Петербурге емкостью 155 000 палетомест.



Распределение расходов по структуре затрат на хранение



бюджета — это затраты на хранение товаров, обработку: предпродажная подготовка, маркировка (иногда несколькими стикерами), переупаковка. Важной статьёй всегда остаются потери по вине склада: недостачи, пересортица, повреждения упаковки и пр. Из этого вытекают косвенные расходы: увеличение времени приемки товара в магазинах и другие проблемы. У магазинов розничной торговли, особенно у крупных сетей, зачастую особые требования к оформлению документов, формированию палет, доставке продукции. За простой транспорта, за пустые полки сети предъявляют высокие штрафные санкции производителям и дистрибьюторам.

При работе с одним из клиентов в сегменте розничной торговли была поставлена задача: снизить затраты ретейлера на логистику за счет эффективной работы 3PL-провайдера до 3% от закупочной стоимости продукции.

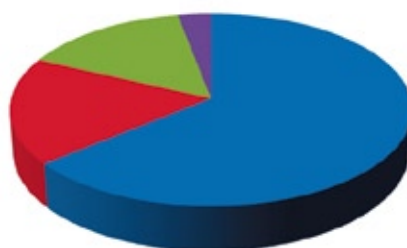
Отметим, средний мировой показатель для сегмента розничной торговли — 4–7% от закупочной стоимости товара. Немногим компаниям в мире удается временами достигать 3,5% и даже 3%. В России, насколько нам известно, на коммерческом складе такого результата для ретейла еще никто не показывал. Менеджмент Relogix считает, что этот результат достижим.

Какие расходы закладываются в бюджет оператором при расчете тарифов?

Затраты на хранение распределяются следующим образом:

- арендные платежи — 53%;
- коммунальные расходы — 15%;
- эксплуатационные расходы — 12%;
- административные расходы — 11%;
- оборудование — 5%;
- страхование — 4%.

Распределение расходов оператора на обработку товаров



- ФОТ складского персонала
- Социальные льготы и обязательства (питание, одежда, обучение, доставка персонала)
- Материалы
- PPP-техника

Основные составляющие расходные статьи оператора на обработку товаров:

- ФОТ складского персонала — 64%;
- социальные льготы и обязательства (питание, одежда, обучение, доставка персонала) — 18%;
- материалы — 15%;
- PPP-техника — 3%.

В стоимость заложены затраты на управление проектом (административные расходы), вознаграждение оператора, ИТ.

Расходные статьи традиционно привязаны к количеству занимаемых квадратных метров.

Итак, что можно оптимизировать, для того чтобы снизить статьи расходов?

Площадь хранения, объем, время и скорость обработки, количество ошибок и потерь, расходы на персонал (за

счет эффективного управления персоналом, особенно его количеством, так как ФОТ — самая затратная статья) и административный ресурс.

Площадь хранения

Наиболее эффективное сокращение затрат на хранение возможно за счет оптимального использования площади. Эффективное хранение товаров, оптимизация размещения товаров, консолидация неполных поддонов при размещении, хранение в мультячейках (до 4 SKU в стеллажах, до 8 SKU в мелких ячейках), что включает зонирование по группам товаров и дает многие другие опции.

Постоянный анализ стоков и ежемесячные мероприятия по оптимизации способствуют в среднем пятипроцентной оптимизации пространства.

В целом на разных этапах мы смогли добиться от 5% до 20% экономии пространства для наших клиентов. Отметим, что без четких методик расчета оптимального запаса в магазине и на складе невозможно добиться достигнутого результата. Поэтому необходима совместная работа провайдера и клиента.

Объем, время и скорость обработки

Эффективные операции — это возможность выполнения больших объемов обработки, высокая скорость обработки, возможность обработки операций разного вида одновременно, оптимальное количество персонала, выполняющего операции качественно и без ошибок. В результате это отсутствие потерь, простоев транспорта и сокращение затрат на логистику в целом. Рассмотрим подробнее.

В первую очередь важны технологии. Их мы всегда разрабатываем под клиента индивидуально, учитывая специфику и требования каждого.



Ключевую роль в этом процессе играет IT-инфраструктура компании, ее информационное пространство и технологические мощности. Relogix первой осуществила внедрение такой мощной передовой системы управления складом, как Manhattan Associates. Эта система была разработана с учетом потребностей обработки ретейла. В мире Manhattan Associates является лидером рынка IT-решений для учета логистики ретейла.

Manhattan обладает мощным функционалом, который наши IT-специалисты максимально изучили и адаптировали под потребности каждого сегмента. К слову, по мнению разработчиков Manhattan, Relogix остается первым и самым успешным внедрением на коммерческом складе в России.

Преимущество данной WMS — это возможность интеграции между ERP-системой клиента и Manhattan. Что дает значительную экономию времени и количества персонала. Для интеграции мы используем специализированную интеграционную платформу Microsoft BizTalk Server. Использование данного программного продукта позволяет настроить интеграцию за срок от 3 до 15 дней.

Без интеграционной платформы этот процесс занимает от 5 до 10 недель.

Один из важных вопросов в достижении эффективности операций — система мотивации персонала.

Расходы на персонал (система мотивации персонала)

Еще до кризиса нам удалось разработать и внедрить инновационную комплексную мотивационную систему на складе. Ее разработка велась в течение года, и мы постарались учесть все известные и гипотетические пробле-



мы с ее внедрением. Длительный срок подготовки оправдал себя, и за первые 6 месяцев работы по новой системе были достигнуты высокие результаты. Удалось сократить количество персонала на проектах, повысить индивидуальную выработку каждого сотрудника, снизить количество ошибок на 4%, увеличить выработку сотрудников в 1,5 раза.

За счет чего система эффективно работает?

Первое — это финансовая мотивация персонала в дополнительной выработке, из чего логично складывается универсализм сотрудников. Водитель погрузчика, завершив свой объем операций, может приступить к выполнению других операций, оплачиваемых дополнительно. Таким образом, рассчитывается оптимальное количество взаимозаменяемого персонала под проект. Сотрудники после завершения работы на своем участке заинтересованы в работе на другом участке. За счет этого удается эффективно управлять пиковыми нагрузками в складском комплексе. Помимо фиксации количественных показателей выработки, система предусматривает отслеживание качества произведенных операций и фиксирование ошибок, совершенных сотрудниками.

Для удобства сотрудников на складе установлены терминальные точки, которые позволяют работникам отслеживать индивидуальную выработку по смене online за прошедший период. При работе по данной системе сотрудник сам заинтересован в повышении своих показателей, так как от этого зависит его заработная плата. Практика дала нам множество примеров, когда сотрудники склада сами предлагают программы по оптимизации и изменению технологий, которые позволяют существенно повысить эффективность работы. Успешные решения тестируются нашими бизнес-аналитиками отдела разработки и внедрения бизнес-процессов и внедряются в работу.

Мы разработали и внедрили систему оплаты труда по производственным показателям, которая позволяет достичь максимальной эффективности в работе наших сотрудников.

Ключевые показатели эффективности

Ключевые показатели эффективности (KPI) позволяют эффективно управлять работой складского комплекса. Мы работаем по KPI уже более 3 лет. Нами разработаны 6 ключевых показателей эффективности работы с каждым нашим клиентом, которые ведутся и контролируются на ежедневной основе и предоставляются нашим клиентам на ежемесячной основе. Кроме того, если наши клиенты имеют свою систему KPI и обращаются к нам с запросом о работе по специальным показателям, мы после согласования показателей включаем их в свою работу.

Вывод

Проведенная нами целенаправленная работа по оптимизации затрат за счет повышения эффективности складской логистики позволила добиться того, что затраты на складскую логистику



компании-ритейлера составили 3,3%. Наша текущая цель — повышение эффективности работы склада и достижение результата 3%.

Следует отметить: в текущих условиях клиент зачастую не разделяет операторов на высококачественных или низкокачественных. К сожалению, традиционно он обращает внимание лишь на цену. Но только сбалансированный подход к ценообразованию, качественный сервис, открытый диалог и, безусловно, гибкая политика арендодателя в комплексе помогут оператору остаться на рынке.

Прогноз

Уже есть положительная динамика на потребительском рынке, мы ожидаем всплеска на рынке продаж, накопления стоков. Мы наблюдаем, как ослабевает рецессия на Западе. А это значит, что западные компании будут более смело выходить на российский рынок, выпускать новые продукты, запускать новые маркетинговые кампании. Все это подразумевает под собой логистику.

Уже в IV квартале 2009 года мы ожидаем роста рынка на 15–20% и предполагаем, что к следующему лету рынок войдет в устойчивую фазу. Все слабые и полуправильные компании уйдут с рынка, останутся только сильные операторы, которые имеют полный контроль над расходами, долгосрочные и не самые дорогие договоры аренды, достаточно гибко могут их изменить или разорвать и заключить более выгодные договоры и, главное, делают упор на качество сервиса.

Мы ожидаем того момента, когда после кризиса логистика станет менее спекулятивной, перестанет зависеть от демпинговых цен и произойдет смещение фокуса в сторону эффективных технологий, высоких показателей качества и долгосрочных стратегических проектов. ●



“ В IKEA не принято считать, что цену определяет складирование, это лишь одна из составляющих эффективной цепочки снабжения, которая, в свою очередь, способствует тому, чтобы удерживать цены на максимально доступном для большинства покупателей уровне.



ЙОРАН ХАНССОН,
директор дистрибьюторского центра IKEA в России

Согласно мнению российских экспертов, лучший по уровню автоматизации и логистики склад в стране находится в подмосковном Есипове и принадлежит компании IKEA. Секретами успеха делится директор дистрибьюторского центра IKEA в России Йоран Ханссон.

ИКЕА: КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ОСНОВА ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ЦЕПИ

Беседовал: Дмитрий Константинов



С момента открытия дистрибьюторского центра (ДЦ) в Есипове (вторая очередь в 2006 году) ваш рекорд до сих пор не побит. По свидетельству экспертов, терминал-распределитель IKEA считается крупнейшим складом компании в мире и лучшим в России по уровню оснащения и автоматизации. Что помогло сделать его таким, амбиции Пера Кауфмана (генеральный директор IKEA в России с 2006 года), международная репутация марки или уникальные особенности бизнеса?

Складские площади дистрибьюторского центра составляют около 100 000 кв. м, общий объем хранения — 200 000 куб. м. Половина этого объема обслуживается системой автоматизированного хранения и поиска ASR (Automated Storage and Retrieval system). Причины нашего выбора таковы:

- оптимальная эффективность использования складского пространства;
- повышение дневной выработки склада и хорошие показатели ROI (return on investment), то есть окупаемость вложений;
- увеличение товарооборота в рамках существующего ассортимента.

ИКЕА «присматривалась» к России с середины 90-х годов, первый магазин открылся в Москве в 2000 году. То есть к началу работы склада в Есипове у вас был уже накоплен богатый опыт бизнеса в отдельно взятой стране. Насколько он был учтен при конструировании склада? Насколько нестандартным получился проект?

Естественно, при строительстве ДЦ в Есипове был принят во внимание весь опыт, который компания ИКЕА накопила в России. Тем не менее основу проектной концепции образуют общие корпоративные стандарты, ориентированные как в настоящее, так и на будущее.

Как путешествует продукция ИКЕА от производителя на центральный склад и далее по магазинам розничной сети? Какие виды перевозок вы используете — автомобильные, железнодорожные, морские, авиационные? Кто ваши постоянные партнеры в грузоперевозках и чем ИКЕА руководствуется при их выборе?

ВСЕ О ГРУППЕ КОМПАНИЙ ИКЕА

Основатель ИКЕА Ингвар Кампрад создал такую организацию и структуру собственности компании, которая гарантирует ее целостность и независимость. В 1982 году была основана Группа компаний ИКЕА, принадлежащая фонду Stichting INGKA Foundation («Стичинг ИНГКА»).

Группа компаний ИКЕА контролирует все операции ИКЕА (деятельность промышленной группы «Сведвуд», дистрибуцию и содержание складов), а также компаний, владеющих магазинами в странах мира.

Фонд Stichting INGKA Foundation

Фонду Stichting INGKA Foundation («Стичинг ИНГКА») принадлежит Группа компаний ИКЕА. Холдинг INGKA Holding B.V. — учредитель всех подразделений, принадлежащих Группе компаний ИКЕА. Обе организации находятся в Голландии. Членами совета директоров являются: Йоран Гросскопф (председатель), Матиас Кампрад, Ларс-Юхан Ярнхеймер, Йоран Линдаль, Карл Вильгельм Рос, Бруно Винборг и Магдалена Гердер. Ингвар Кампрад отошел от дел по управлению Группой в 1986 году и сейчас является старшим советником.

Состав руководства Группы компаний ИКЕА

В состав руководства Группы компаний ИКЕА входят: Андерс Дальвиг (президент и генеральный директор), Ян Даффи, Сёрен Хансен, Петер Хёгстед, Ларс Гейрот, Пернилла Лопез, Торбьёрн Лёф, Микаэль Ульссон, Жозефина Рюдберг-Дюмон, Йоран Старк и Вернер Вебер.

Подразделения IKEA Services B.V. и IKEA Services AB

ИКЕА Services B.V. и ИКЕА Services AB — это девять подразделений, находящихся в Голландии и Швеции, которые осуществляют поддержку всей деятельности Группы компаний ИКЕА. Подразделение Inter IKEA Systems B.V. предоставляет франшизы магазинам ИКЕА.

Магазины ИКЕА

ИКЕА имеет магазины в более чем 44 странах, большая часть из которых принадлежит Группе компаний ИКЕА (держателю франшизы). Оставшиеся магазины являются собственностью других франшизи. Чтобы узнать об этом подробнее, посетите сайт группы «Сведвуд».



ФАКТЫ И ЦИФРЫ

История ИКЕА началась в 1943 году в маленькой шведской деревне Агуннарюд, когда основателю компании Ингвару Кампраду было всего 17 лет. С тех пор ИКЕА превратилась в крупнейшую корпорацию розничной торговли, в которой работают 118 000 сотрудников в 40 странах мира, а ее ежегодный объем продаж составляет более 19 млрд. евро.

Группа компаний ИКЕА в цифрах

Цифры, имеющие отношение к работе Группы компаний ИКЕА, основаны на данных за финансовый год ИКЕА (с 1 сентября 2006 года по 31 августа 2007 года). Объем продаж Группы компаний ИКЕА за 2007 финансовый год возрос на 14% и составил 19,8 млрд. евро.

Продажи

В течение прошедшего года в поисках вдохновения среди наших товаров и готовых интерьеров 522 млн человек посетили 231 магазин ИКЕА в 24 странах мира.

Лучшие показатели продаж в Германии — 16%, США — 10%, Великобритании — 9%, Франции — 9% и Швеции — 7%.

Закупки

В ИКЕА работают 45 закупочных сервис-офисов в 31 стране мира. Это обеспечивает нам близость к поставщикам — приблизительно 1350 предприятий в 50 странах — и возможность контролировать производственный процесс, тестировать новые идеи, вести переговоры о ценах, проверять качество продукции, а также следить за соблюдением социальных норм и условий труда. Первая пятерка стран-поставщиков: Китай — 22%, Польша — 16%, Италия — 8%, Швеция — 6% и Германия — 6%.

Сотрудники

Группа компаний ИКЕА — это 118 000 сотрудников. Все они относятся к разным подразделениям — закупки, дистрибуции, оптовой торговли, работы с ассортиментом, технической поддержки, а также к магазинам и промышленной группе «Сведвуд».

Дистрибуция

ИКЕА имеет 31 дистрибьюторский центр в 16 странах мира. Использование плоских упаковок, транспортировка товаров по возможности железной дорогой или морем, а также использование топливосберегающих технологий позволяют нам быть рентабельными и экологичными.

Ассортимент

На сегодня ассортимент ИКЕА насчитывает приблизительно 9500 функциональных и красивых товаров для обустройства дома, к тому же продающихся по доступным ценам. Дизайн всех товаров разработан в подразделении IKEA of Sweden, которое дает каждому предмету и свое уникальное название.

Производство

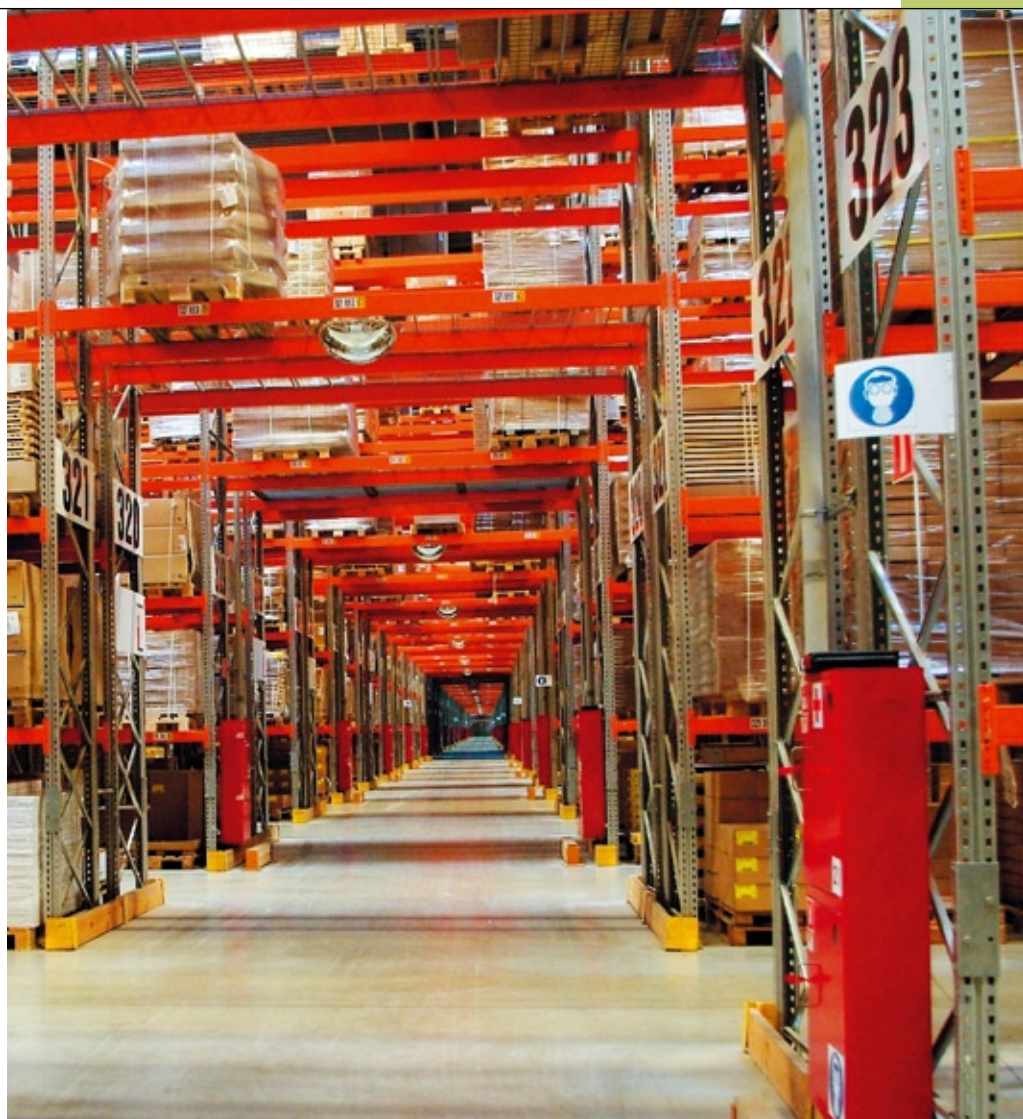
«Сведвуд» — это промышленная группа ИКЕА. 38 промышленных предприятий группы «Сведвуд» производят мебель и комплектующие из дерева в 11 странах мира. Чтобы узнать об этом подробнее, посетите сайт группы «Сведвуд».



При планировании глобальной цепи поставок в ИКЕА используются все возможные способы наземных и морских перевозок. В перевозках по России главным образом задействован автомобильный и морской транспорт. Для поставок из дистрибьюторского центра в магазины используется исключительно автомобильный транспорт. Стратегически мы ориентированы на то, чтобы максимальное количество товаров поставлялось напрямую от наших поставщиков в магазины ИКЕА. Такое решение экономит время и расходы, позволяя удерживать цены в наших магазинах на максимально доступном уровне и строго соблюдать сроки поставки.

С точки зрения стратегического планирования насколько удачно было выбрано место для центрального российского склада ИКЕА, а также время для его постройки? Насколько сложнее или проще было бы «поднять» такой проект сегодня или год назад?

Место и время строительства дистрибьюторского центра в Есипове были выбраны как нельзя более удачно. Тогда, и в еще большей мере теперь, дистрибьюторский центр являлся центром притяжения для всех входящих и исходящих логистических цепочек. Шесть лет назад «поднимать» такой проект было, наверное, несколько сложнее, чем если бы мы делали это сегодня, но радикальных отличий,



которые могли бы как-то повлиять на строительство, нет.

Автоматизацию вашего склада осуществляет австрийская компания LTW Lagertechnik GmbH. Чем был обусловлен выбор именно этой марки? Насколько ее технические решения отличаются от продукции других поставщиков услуг Warehouse Management System?

Мы выбирали поставщика системы ASR по результатам открытого тендера, и на тот период предложение компании LTW Lagertechnik GmbH стало для нас наилучшим. Сегодня многие компании предлагают аналогичные технические услуги и решения.

Какие know how, помимо технологии полностью автоматизированной погрузки curve-going, применяются сегодня на складе ИКЕА? Есть ли в мировой практике вашей компании что-либо, что планируется задействовать у нас в обозримом будущем?

Поскольку в любой компании стоимость хранения составляет заметную часть логистических расходов, мы в ИКЕА всегда стремились к повышению эффективности всех складских операций. Этот процесс бесконечен, и в России мы так же, как и в других странах мира, постоянно пытаем-

ся повысить показатели эффективности нашей работы. В будущем нас, конечно же, ожидает немало усовершенствований, но каких точно, сейчас сказать не могу — нужно, чтобы эти know how прошли экспертную оценку и тестирование.

Считается, что у ИКЕА практически нет конкурентов — благодаря таланту Ингвара Кампрада, оптимальному балансу «цена — качество — стиль» и уникальной в своем роде логистике. В то же время автоматизация складирования не только улучшает логистику, но и наверняка сказывается на стоимости товара. Не было ли у вас соблазна в дни кризиса снизить цены за счет экономии на складских расходах, как это сделано на складах магазинов? Или система ASR при условии, когда она уже «отбила» первоначальные вложения, действует эффективнее?

В ИКЕА не принято считать, что цену определяет складирование, это лишь одна из составляющих эффективной цепочки снабжения, которая, в свою очередь, способствует тому, чтобы удерживать цены на максимально доступном для большинства покупателей уровне. Мы постоянно отслеживаем свои расходы и при первых признаках неэффективной работы оперативно корректируем свою деятельность, чтобы максимально содействовать основному бизнесу, то есть бесперебойной и успешной работе розничной сети ИКЕА.

Складские площади дистрибьюторского центра составляют около

100 тыс. м²,
общий объем
хранения —
200 куб. м.



Существуют ли у компании в России приоритетные регионы или срок поставки и ассортимент, скажем, в Екатеринбурге такие же, как и в Москве?

Ассортимент продукции ИКЕА одинаков для всех магазинов в России, и никаких специальных приоритетов между регионами не существует. Все магазины получают товар в максимально короткие сроки. Срок комплектации заказа на центральном складе для всех магазинов одинаковый, но очевидно, что на общий срок поставки влияет география расположения магазина.

Сколько времени и денег фураны с логотипом вашей компании потеряли с начала года на «баррикадах» Европы? Имеются в виду забастовки греческих и бельгийских фермеров, блокада Ла-Манша рыбаками Франции, забастовки итальянских авиадиспетчеров и другие акции протеста против инициатив Евросоюза? Или вас это не коснулось?

На работе дистрибьюторского центра в России это никак не отразилось.

Часть вашей продукции импортируется из Европы. Насколько логистические операции ИКЕА по импорту осложнили таможенные пертурбации нескольких последних месяцев? Имеются в виду вывод терминалов из Москвы и кадровые перестановки в рядах ФТС.

Пока эти решения никак не отразились на нашей работе.

Партнеры центрального склада ИКЕА — насколько жесткий конкурс они проходят, прежде чем начать работать с вами? Какова базовая подготовка, какой опыт нужен, а какой, наоборот, является лишним?

Всякий раз, когда наша компания решает прибегнуть к помощи аутсорсинга, проводится строгий отбор кандидатов на конкурсной основе. Во время этого процесса мы всегда пытаемся качественно оценить каждое предложение: как в нем сочетаются стоимость услуг, уровень сервиса, гибкость и готовность к диалогу, перспективные планы. Если компания-кандидат ориентирована лишь на краткосрочную прибыль, нас она не интересует. Для ИКЕА также очень важно взаимопонимание и уважение к корпоративной культуре друг друга.

Успех ИКЕА в мебельном бизнесе большинство приписывает уникальной логистике. Прецеденты копирования, как известно, не увенчались успехом. Но если взять иные области бизнеса (продукты питания, машиностроение и пр.), кто, по вашему мнению, действует по сходным принципам и столь же успешно?

Это верно, многие компании пытались копировать ИКЕА, но безуспешно. В большинстве случаев они забывали о том, что в истории успеха главную роль играет тонкая материя корпоративной культуры. Именно она становится сердцем любого бизнеса, залогом согласованной работы всех его подразделений и ключом к успеху. И никакая, даже самая мощная логистическая цепь никогда не окажется прочнее этой тонкой ниточки. ●

ANT TECHNOLOGIES АВТОМАТИЗИРУЕТ СКЛАД КОМПАНИИ «МОДНЫЙ КОНТИНЕНТ»

Компания ant Technologies (www.ant-tech.ru) — лидер российского рынка ИТ-решений для логистики. Среди ее клиентов сетевые ЗРЛ-операторы «ЮниТранс Логистик», Русская логистическая служба, Smart Logistic Group, складские операторы «Дистрибутивный Центр» и «ТДЛ Терминал», сеть логистических терминалов Группы «Евросиб», компания «Хенкель», торговые сети «Детский мир» и SELA и ряд других.

Клиенты ценят решения ant Technologies за то, что они сочетают оптимальную функциональность управления цепочками поставок и управления складом, проверенную практикой методологию внедрения, адаптированность этих решений под требования конкретного заказчика.

Компания предоставляет полный спектр услуг, от консалтинга и предпроектных исследований до услуг по выбору и поставке специализированного оборудования и программного обеспечения, обучения персонала заказчика и технической поддержки своих решений. В настоящее время она работает над проектом по внедрению системы управления складом Logistics Vision Suite в компании «Модный континент».

Эта динамично развивающаяся холдинговая компания, более 10 лет работающая на российском рынке, представляет сеть магазинов модной одежды под торговой маркой INCITY. Продукция поступает туда из подмосковного распределительного центра компании общей площадью около 10 000 кв. м и емкостью около 4700 палетомест и 50 000 мелких ячеек. В условиях динамичного роста бизнеса, увеличения товарооборота, необходимости снижения логистических издержек компании «Модный континент» потребовался эффективный ИТ-инструмент для управления ресурсами этого центра — профессиональная WMS-система.

Среди основных требований, которые были обозначены на этапе выбора системы, — поддержка работы с большой номенклатурой товара (более 15 000 товарных SKU), управление коллекционным и сезонным ассортиментом, цветами, возможность настройки сложных комплексных алгоритмов обработки товара, поддержка работы с комплектами и кросс-докинг-операциями, организация возвратной логистики. Система Logistics Vision Suite была выбрана как наиболее полно отвечающее всем предъявленным требованиям решение. Эта система отличается большой функциональностью в управлении складскими процессами, обеспечивает высокую производительность и надежность. Неограниченное число атрибутов в системе позволяет реализовывать специфические требования по обработке товара и обеспечивает простоту настройки нестандартных бизнес-процессов.

Наряду с этим компанией «Модный континент» была оценена открытость архитектуры системы, обеспечивающей простоту сопровождения и дальнейшего развития системы ресурсами заказчика. В рамках проекта специалисты ant Technologies осуществляют внедрение базового модуля Warehouse Vision на 20 пользовательских местах. Помимо автоматизации стандартных складских процессов будут реализовываться и такие специализированные функции, как управление по коллекциям, сезонам, размерам, цветам, осуществление приемки товара вложениями в короба с идентификацией по уникальному номеру тары, комплектация товара для отправки в магазины сразу после приемки, контроль вложений в короба, отбор с упаковкой в зону хранения подобранных заказов с учетом закрепления за получателями заказов, работа с возвратами различных типов (из магазинов, на ответственное хранение, брак, от контрагентов). Проект планируется завершить в декабре этого года. ●



АВТОМАТИЗАЦИЯ СКЛАДОВ
Энциклопедия успеха



ЗРЛ – операторы

Дистрибуция

Розничная торговля

Производство

Для крупнейшего логистического оператора «Русская логистическая служба» ant Technologies полностью автоматизировала сеть из 5 складов, расположенных по всей России, на базе системы управления складом Logistic Vision Suite.

«Система Logistic Vision Suite позволяет нам выбирать, кого мы хотим обслуживать, а не искать клиента, которого мы сможем обслуживать».



Михаил Смирнов,
директор по ИТ,
Русская логистическая служба

Logistic
Vision
Suite

Формула лидерства

(495) 785-72-28 | www.ant-tech.ru



По данным международной консалтинговой компании Jones Lang LaSalle, специализирующейся на финансовых и комплексных профессиональных услугах в области недвижимости, новые торговые центры в России увеличили количество вакантных площадей с 5 до 15% и обрушили арендные ставки до 70%.

КТО-ТО ТЕРЯЕТ, А КТО-ТО НАХОДИТ

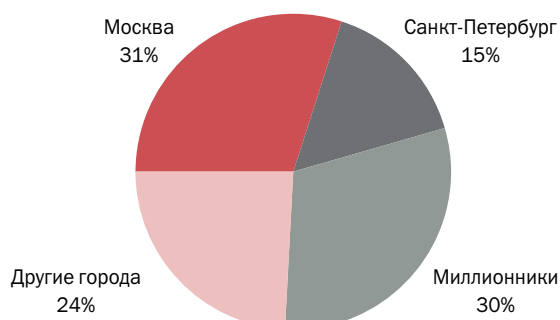
По материалам Jones Lang LaSalle

В обзоре рынка торговой недвижимости России за второй квартал 2009 года, подготовленном специалистами Jones Lang LaSalle, отмечается, что арендные ставки в торговых центрах Москвы пострадали от кризиса в меньшей степени, чем в регионах, где их коррекция была значительной. Ставки для большинства типов арендаторов в столице после значительной коррекции в первом квартале во втором сохранились на прежнем уровне. А вот максимальные ставки снизились еще на 20% и составили 3000 долларов США за 1 кв. м в год. Не получила широкого распространения во втором квартале в новых договорах аренды арендная ставка в форме процента с оборота, она используется в основном международными ретейлерами. Нынешняя непростая ситуация в новых торговых центрах вынуждает сдавать помещения в аренду со скидкой на первые два года, а собственников не-

которых существующих ТЦ — пересматривать договоры, снижая ставку на один год.

Что касается свободных торговых площадей, то во втором квартале 2009 года в торговых центрах Москвы и Санкт-Петербурга их оказалось около 8%, в то время как в первом квартале — всего лишь 3%. Причем отмечается, что больше всего (15–20%) свободных площадей появляется в торговых центрах низкого качества. В то время как в престижных торговых центрах, таких как «Европейский», «МЕГА Теплый Стан», «МЕГА Химки», спрос на торговые помещения остается высоким и арендные ставки не снижаются. Тем не менее ограниченность спроса приводит к тому, что в торговых центрах со сравнительно хорошей концепцией («Спектр», «Времена года», «Рио Гранд») доля свободных площадей сохраняется на достаточно высоком уровне.

Распределение площадей ТЦ по городам России



Источник: Jones Lang LaSalle

По мнению аналитиков Jones Lang LaSalle, тенденция к увеличению доли свободных площадей скорее всего сохранится в ближайшие месяцы, поскольку ожидается завершение строительства и сдача в эксплуатацию большого числа торговых центров, сооружение которых началось еще до кризиса. Например, в Москве объем введенных в эксплуатацию площадей может стать рекордным, в частности до конца года планируют открыть крупный ТЦ «Золотой Вавилон Ростокино» (170 000 кв. м) и нескольких более мелких магазинов. Если говорить о более отдаленной перспективе, то специалисты Jones Lang LaSalle прогнозируют значительное увеличение доли свободных площадей в 2010 году, так как много объектов торговли, большая часть которых была отложена с предыдущих лет, запланировано к вводу именно на этот год.

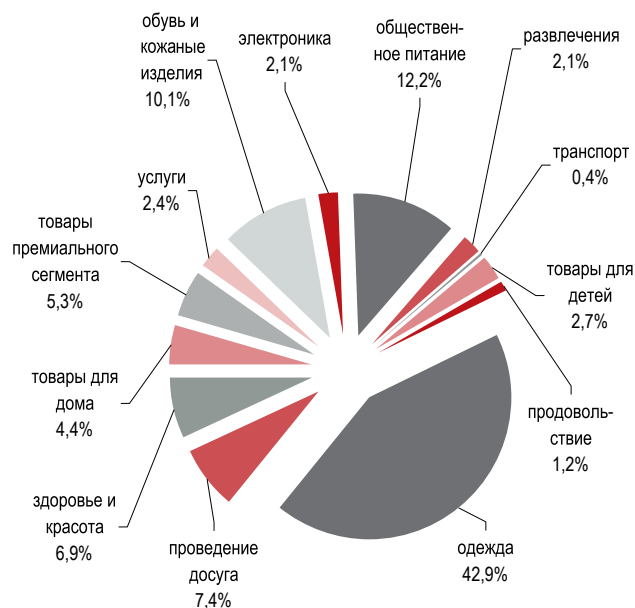
Нынешняя ситуация оказалась на руку мелким ретейлерам. Прежде из-за высокой платы за вход и непомерной арендной ставки они не могли открыть свой магазин в ТЦ или в торговом коридоре. Теперь такая возможность появилась. Кроме того, в новых ТЦ ретейлеры могут получить скидки на аренду площадей на первые два года. Все это способствовало увеличению спроса на аренду помещений со стороны ретейлеров во втором квартале 2009 года. Самыми активными арендаторами в этот период стали операторы, работающие в сегментах одежды и косметики. А поскольку примерно 43% арендаторов торговых галерей московских ТЦ представлены розничными операторами одежды и еще 7% ретейлерами товаров для здоровья и красоты, аналитики Jones Lang LaSalle ожидают, что спрос на помещения в торговых галереях останется относительно стабильным.

Что касается российских розничных операторов, то они по-разному реагируют на изменения, происходящие на рынке. К примеру, если X5 Retail Group планирует увеличить количество своих дискаунтеров «Пятерочка», то оператор электроники «Мир» закрывает нерентабельные магазины в

Строящиеся ТЦ Москвы

Название	Год ввода	GLA, кв.м
Фаворит Центр	2009	24 000
Маркос Молл	2009	36 200
Ключевой	2009	13 000
Вива Молл	2009	24 000
Золотой Вавилон Ростокино	2009	170 000
Азовский	2009	15 000
ТРК на Душинской ул.	2010	110 000
Калейдоскоп	2010	35 000
ГудЗон	2010	70 000
Молл России	2010	114 000
Парус ТРК	2010	24 800
Речной ТРК	2010	60 000
Центральный Рынок (Цветной)	2010	22 000
Каширский Молл	2010	140 000
Город II	2010	33 140
ТРК на бульваре Д.Донского	2010	12 250
Орджоникидзе	2010	70 000

Распределение площадей в торговых галереях ТЦ по профилям арендаторов

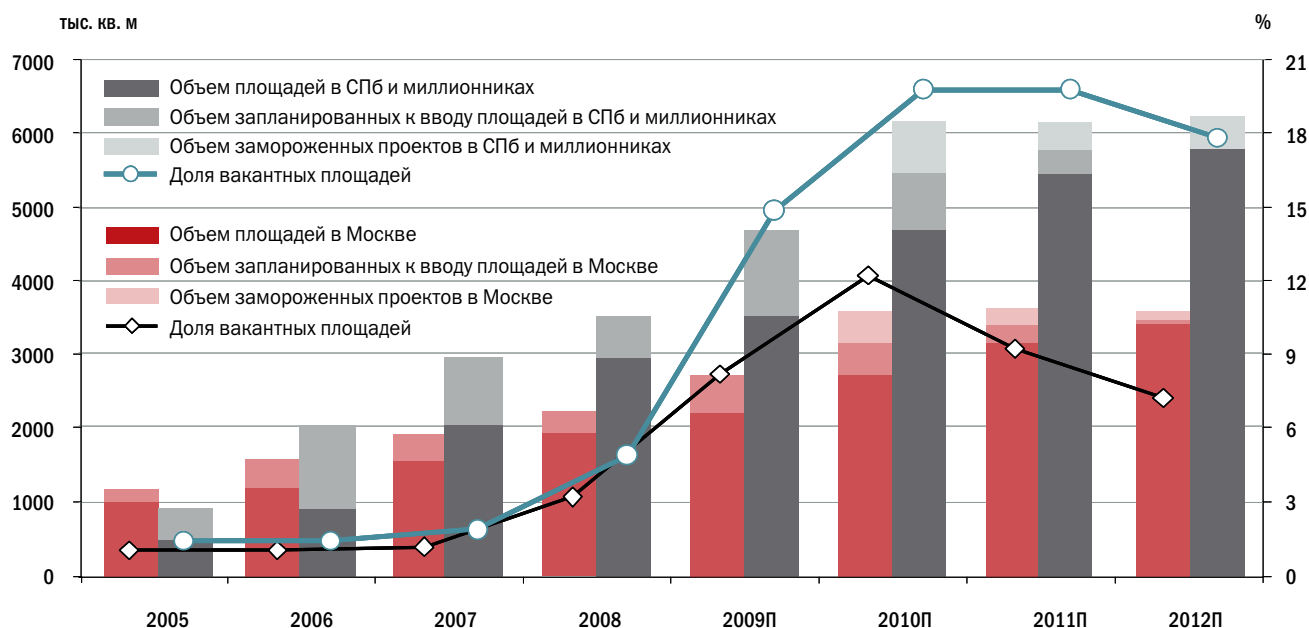


Торговые центры, введенные в эксплуатацию во II квартале 2009 года:

- ТРК «Филион» (Москва, торговая площадь 55 000 кв. м);
- ТЦ «Юнимолл» (Московская обл., торговая площадь 21 180 кв. м);
- ТРЦ «Золотой Вавилон» (Ростов-на-Дону, торговая площадь 52 000 кв. м); ТЦ Мегакомплекс «Московский» (Самара, торговая площадь 60 000 кв. м).

Источник: Росстат, Мосстат, Jones Lang LaSalle

Макроэкономические показатели, влияющие на потребительский спрос



отдельных регионах и приостанавливает свое дальнейшее развитие.

В первом полугодии международные розничные сети продолжили экспансию на российский рынок. В июне в ТРЦ «Филион» был открыт первый гипермаркет «Карфур». В планах розничного оператора открыть еще два магазина в Краснодаре и Липецке, а также запустить до конца этого года производство товаров под собственной торговой маркой.

«Ашан» собирается открыть в 2009–2010 годах девять гипермаркетов в Москве, Омске, Самаре, Ростове-на-Дону, Калуге и Новосибирске и выйти в новый для себя регион — Татарстан. «Касторама» планирует запустить семь гипермаркетов в Московской области.

Продолжают приходить на российский рынок и новые международные ретейлеры. Так, у британского Debenhams появился второй шанс открыть два универмага путем франчайзинга — в ТЦ «Молл Россия» и МФЦ «Саммит» (реконструируемая гостиница «Минск»). А вот IKEA из-за бюрократиче-

ских проблем с региональными властями в Омске и Самаре вынуждена сократить свои планы по развитию.

Появление новых торговых комплексов — явление, безусловно, приятное, но статистика неумолима. Число российских потребителей, считающих нецелесообразным для себя совершать крупные покупки в ближайшие двенадцать месяцев, увеличилось с 73% в марте до 78% в мае нынешнего года.

Да и в отношении покупок так называемого повседневного спроса большинство россиян умерило аппетиты. Оперативно реагируя на снижение потребительских доходов, власти некоторых крупных муниципальных образований (Москвы, Екатеринбурга, Нижнего Новгорода) вместо того, чтобы расширить сеть рынков и «народных магазинов», решили отложить переоборудование рынков и базаров в торговые центры. В результате доля площадей неорганизованной торговли в России увеличилась с 12,9% в июне 2008 года до 13,5% в июне 2009 года. ●

Макроэкономические показатели, влияющие на потребительский спрос

Показатель	Россия			Москва			Санкт-Петербург		
	2008	I пол. 2008 г.	I пол. 2009 г.	2008 г.	I пол. 2008 г.	I пол. 2009 г.	2008 г.	I пол. 2008 г.	I пол. 2009 г.
Среднемесячный личный доход, долл. США	611	551*	565**	1 388	1 438*	1 309**	720	722*	664**
Реальный рост доходов, %	5,0	9,6***	-0,6***	-18,2	-0,6***	7,1***	-11,1	2,6***	-7,9***
Товарооборот, млрд. долл. США	557	486*	512**	95	90*	85**	23	20*	21**
Реальный рост товарооборота, %	13,0	16,0	-3,0	5,3	9,7	-5,6	11,2	14,8	-6,6
ИПЦ, %	13,3	15,1	11,9	12,3	—	—	14,4	—	—

* июнь 2007 — май 2008 г.

** июнь 2008 — май 2009 г.

*** январь-май 2008 г. / январь — май 2009 г.

Главный отраслевой форум химического комплекса России — 15-я Международная выставка химической промышленности и науки «Химия-2009» — прошел с 28 сентября по 2 октября 2009 года в московском Экспоцентре. Выставка была организована ЗАО «Экспоцентр» при содействии ЗАО «Росхимнефть», при поддержке и участии Министерства промышленности и торговли РФ, Российского союза химиков, Европейского совета химической промышленности (CEFIC), под патронатом Торгово-промышленной палаты РФ и Правительства Москвы.

ХИМИЯ-2009

В 2009 году Экспоцентр празднует свое 50-летие. 18 выставкам Экспоцентра сегодня присвоен статус UFI approved event, т.е. они соответствуют самым высоким мировым стандартам. Это треть всех сертифицированных российских выставок. Но восхождение Экспоцентра на выставочный олимп началось именно с выставки «Химия-75».

2011 год объявлен ООН Международным годом химии. Однако финансово-экономический кризис, затронувший большинство отраслей промышленности, существенно повлиял и на развитие химического комплекса страны. Несмотря на экономические сложности, участие в выставке «Химия-2009» приняли 550 компаний — лидеров мировой и российской химической промышленности, в том числе AKZO NOBEL, BUSCH VAKUUM, DOW EUROPE, EPC, GEO, HUNTSMAN, LANXESS, MOELLERS, SARTORIUS, SIEMENS, TEIJIN, VARIAN, WOMA и многие другие.

Большой интерес к сотрудничеству с предприятиями нашей страны подчеркивает тот факт, что на «Химии-2009» были созданы государственные экспозиции Белоруссии, Германии, Италии, Китая, Финляндии и Франции. Также приняли участие около 300 отечественных производственных предприятий, химических компаний и организаций.

Главная традиция выставки — ее промышленный отраслевой характер, где уделяется большое внимание специализированным разделам (салонам), среди которых в этом году выделялся 3-й специализированный салон «ХИМ-ЛАБ-АНАЛИТ-2009».

Предлагаемый участниками салона широчайший ассортимент лабораторного оборудования, приборов и инструментов позволит обеспечить работу любой лаборатории на самом современном уровне.

Важная составляющая салона — химические реактивы и реактивы медицинского назначения, в том числе диагностические средства, особо чистые химические вещества, индикаторы, газы и газовые смеси, растворители и тест-системы. Кроме того, значительное внимание было уделено проблеме стандартизации и унификации методов исследований, применяемого оборудования и приборов в соответствии с международными стандартами.

Впервые здесь был организован международный салон химического машиностроения и насосов «ХИММАШ и НАСОСЫ — 2009», где были продемонстрированы оборудование, технологические линии и установки для производства и переработки продукции химической, нефтехимической, нефтеперерабатывающей, нефтегазодобывающей

отраслей, металлургической и угольной промышленности, производства цветных металлов и многих других отраслей экономики. Экспозиция салона также ознакомила с образцами весового оборудования, системами дозирования, вакуумным оборудованием, холодильным и криогенным оборудованием.

Особое внимание было уделено вопросам рационального использования ресурсов, экологической безопасности и охраны окружающей среды. И здесь было представлено оборудование для обработки отходов, системы водоподготовки и водоочистки, вентиляционные системы, системы промышленной очистки оборудования, конструкционные материалы, контрольно-измерительные приборы, датчики, контроллеры, автоматизированные системы управления производством, системы контроля качества продукции и т.д.

А ЗАО «Росхимнефть» совместно с Правительством Москвы также впервые организовало специализированный раздел «Отечественные реагенты — антигололедные препараты для мегаполиса России».

Деловая программа выставки, включенная в программу празднования 175-летия Д.И. Менделеева под общим названием «Неделя химии в Москве», затронула самые актуальные вопросы современной химической промышленности и науки и проходила ежедневно в течение всего времени работы выставки. В ходе программы обсуждались вопросы современного производства антикоррозионных ЛКМ, современных технологий водоподготовки, энергосберегающих технологий в химической и нефтехимической промышленности.

Интересным событием в рамках программы Центра науки и профессионального образования стал конкурс проектов молодых ученых, который проводится Экспоцентром совместно с РХТУ им. Д.И. Менделеева. Экспертная комиссия конкурса заслушала доклады молодых ученых ведущих химических вузов страны, а победители конкурса получили дипломы лауреатов первой, второй и третьей степени. В работе Центра в 2009 году приняли участие ведущие профильные вузы страны и ближнего зарубежья.

Впервые в России в рамках выставки «Химия-2009» прошло заседание комитета «Ответственная забота» (RC) Международного совета химических ассоциаций (ICCA), участниками которого стали химические ассоциации таких стран, как Болгария, Бельгия, Бразилия, Германия, Сингапур, США, Тайвань, Турция, Чехия, Финляндия, Франция, Южная Африка, Япония. ●

Ставки аренды в ТЦ по типам профилей во II квартале 2009 года

Формат	Торговая площадь (кв. м)	Москва	Санкт-Петербург
Гипермаркет	>5 000	100–140	80–120
Электроника и бытовая техника	>2 500 <2 500	190–300 410–550	150–200 н/д
Спортивные товары	>3 000 <3 000	120–250 180–400	150–250 250–1 650
Кинотеатры	>3 000	100–150	100–170
Развлечения	1 500–7 000	100–120	90–140
Парфюмерия и косметика	300–500 <300	1 200–1 800 1 500–2 200	600–1 200 1 000–2 000
Товары для детей	<300	600–1 200	580–800
Товары для ремонта	8 000–15 000	120–150	120–200
Фудкорт	40–90	1 000–2 000	700–1 000
Рестораны	250–600	400–600	300–580
Одежда	40–200 200–1 000 >1 000	800–3 000 500–800 % с оборота – 400	650–2 000 420–650 240–500

Ставки аренды и доходности ТЦ во II квартале 2009 года

		Москва		Санкт-Петербург	
		мин.	макс.	мин.	макс.
Максимальная ставка аренды в ТЦ	долл./кв. м/год	2 000	3 000	1 000	1 800
Средняя ставка аренды в ТЦ	долл./кв. м/год	350	1 000		
Максимальная ставка аренды в торговых коридорах	долл./кв. м/год	2 100	3 000		
Минимальная ставка доходности	%	12,5	13,0	13,5	14,0
Доля свободных площадей	%	8,0		8,0	

С 1992 года в Москве проходит выставка World Food Moscow, ставшая авторитетным мировым форумом. В сентябре этого года в Экспоцентре прошла очередная, семнадцатая выставка.

ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЙ КРИЗИС НАМ НЕ ГРОЗИТ

Важность развития внутреннего продовольственного рынка России, в том числе и для мирового сообщества пищевиков, постоянно растет. Самые известные компании начали ориентироваться на российского потребителя.

В этом году количество участников выставки составило ни много ни мало 1328. Общая площадь выставки превысила 60 000 кв. м. Свою продукцию продемонстрировали производители и поставщики из 63 стран. На выставке было представлено 57 национальных групп и ассоциаций из 27 стран, таких как Аргентина, Бельгия, США, Италия, Бразилия, Германия, Норвегия, Дания, Венгрия, Франция, Турция, Канада, Египет, Кипр, Греция, Индия, Польша, Тайвань. Впервые участниками выставки стали компании из Эквадора, Болгарии, Словении, ОАЭ, Иордании, Румынии, Гонконга, Финляндии и Мексики. Выставку посетили 45 250 специалистов из 30 стран.

В рамках выставки прошел 3-й Российский агропродовольственный форум «Прогнозы и тенденции — 2009». Основной темой, понятно, стала тема воздействия мирового экономического кризиса на рынки сельскохозяйственного сырья и продовольствия, а также путей выхода из него.

На открытии форума в первой пленарной сессии с докладами выступили Виктор Семенов — председатель Совета АССАГРОС, Мушег Мамиконян — председатель правления Мясо-го союза России, Борис Богитко — представитель Роспотребнадзора, Мэтью Шан — эксперт Минсельхоза США.

2-я сессия форума была посвящена ситуации на мировых аграрно-продовольственных рынках и влиянию кризиса на отрасль. Своим видением ситуации поделились представители отраслевых ассоциаций стран — экспортеров продовольствия — Памела Бонджиованни (молочная отрасль, Новая Зеландия), Сара Патерсон (Sadia) и Отавио Кансадо (ABIEC) (мясная отрасль, Бразилия), Александр Виссер (фрукты/овощи, Нидерланды), Эд Аллен (мировой рынок зерна, США).

Здесь же прошел «круглый стол», посвященный перспективам российского агропродовольственного сектора, под руководством Дмитрия Рылько, генерального директора Института конъюнктуры аграрного рынка (ИКАР).

Завершила работу первого дня форума сессия, посвященная кредитованию, потокам инвестиций в АПК, антикризисным финансовым и управленческим инструментам.

Выступавшие на форуме представители законодательной и исполнительной власти,

отраслевых союзов и ассоциаций, руководители российских и зарубежных компаний сходились в том, что есть, пусть еще слабые, нестойкие, сигналы того, что экономика достигла дна падения и намечаются пути выхода из кризиса. «Мы начинаем выкарабкиваться», — таково мнение Виктора Семенова, председателя Совета АССАГРОС.

Второй день форума был посвящен анализу спроса на основные продовольственные товары и тому, как он изменился под влиянием кризиса. Свои данные представили ведущие аналитические мировые агентства — «Евромонитор», Nielsen, «Бизнес Аналитика», «GFK Русь», «А.Т. Kearney Россия». Вице-президент компании «Продукты Питания», крупнейшего производителя замороженных полуфабрикатов, Дамир Имамович рассказал о своем опыте преодоления кризисных тенденций в сбыте продовольственных товаров.

Огромный интерес аудитории вызвал «круглый стол», посвященный проблемам продовольственной розницы в связи с принятием закона о торговле, в работе которого приняли участие Илья Белоновский, исполнительный директор Ассоциации компаний розничной торговли (АКОРТ), Владимир Карнаухов, председатель совета директоров, «Седьмой континент», Максим Волгарев, исполнительный директор, SPAR, Юлия Михалычева, генеральный директор юридического бюро «Падва & Эпштейн», Ирина Канунникова, директор Союза независимых сетей России (СНСР), Алексей Поповичев, исполнительный директор «РусБренд», и Виктор Носов, директор департамента факторинга ОАО «Промсвязьбанк».

Последнее заседание форума было посвящено вопросам оптимизации производственного ассортимента компании в условиях спада платежеспособного спроса. С докладами выступили Денис Шириков, руководитель подразделения по работе с предприятиями розничной торговли компании «Nielsen Россия», Алексей Трефилов, директор по маркетингу ЗАО «Талина», Сергей Панкратов, менеджер по маркетингу группы компаний EFES в России, и Игорь Качалов, президент компании «Качалов и Коллеги».

За два дня в работе форума приняли участие свыше 380 человек. Среди них представители министерств и ведомств, Государственной думы РФ, отраслевых союзов, сотрудники дипломатических миссий, аналитических агентств, крупного российского и зарубежного бизнеса.

Форум прошел при поддержке Министерства сельского хозяйства РФ. ●

1328

— число участников выставки. Ее общая площадь превысила 60 000 кв. м.

Продукцию продемонстрировали производители и поставщики из

63

стран.



Сегодня рынок коммерческой недвижимости не способен поглощать торговые площади «докризисными» темпами, однако в среднесрочной перспективе падение объемов строительства может привести к дефициту качественной торговой недвижимости. Так считают специалисты из Knight Frank Russia, занимающиеся подбором помещений в торговых центрах по запросу клиентов и поиском арендаторов в торговые центры.

ПЕРЕЖИЛИ ИЗОБИЛИЕ, ПЕРЕЖИВЕМ ЛИ ГОЛОД?

По материалам Knight Frank Russia

Общая площадь торговых центров, введенных в эксплуатацию в первом полугодии 2009 года, как явствует из отчета, опубликованного компанией, составила 472,7 тыс. кв. м. Для сравнения: за весь 2008 год было введено 640 тыс. кв. м. Общая площадь предложения увеличилась на 7,9% и достигла 6 млн. кв. м. При этом на долю вакантных площадей приходится около 8%. Ожидается, что до конца года общее предложение составит 7 млн. кв. м, а показатель обеспеченности современными торговыми площадями может возрасти до 420 кв. м на 1000 жителей, что существенно больше, чем в начале года, когда этот показатель составлял всего 292 кв. м.

Однако отмечается, что в августе на рынке торговой недвижимости не был завершен ни один крупный проект. При этом снизились темпы сокращения объемов строящихся торговых площадей. Впрочем, данная тенденция не является однозначно положительной и скорее связана с приостановкой ввода в эксплуатацию достраивающихся торговых центров. А

Компания Build-to-Rent Group в рамках сетевого проекта планирует построить к 2012 году около десяти многофункциональных торгово-развлекательных центров. Большинство объектов будет реализовано в Московской области (Мытищи, Люберцы, Солнечногорск).

вот объем планируемых к строительству торговых площадей в августе увеличился. Было заявлено о реализации нескольких крупных центров или МФК, включающих торговые площади: ТЦ в Зеленограде (36 тыс. кв. м), возобновлены работы по проекту МФК на ул. Профсоюзной (60 тыс. кв. м) и подземному комплексу на Пушкинской площади, что свидетельствует о смене настроений и прагматичной оценке ситуации в де-

Торговые центры, открытые в I полугодии 2009 года

Название	Расположение	Общая площадь, кв. м	Арендопригодная площадь, кв. м	Девелопер/участники проекта
«Метрополис»	Ленинградское ш., д. 16	205 300*	80 000	Capital Partners
«Мегаполис»	Андропова пр-т, вл. 4-10	61 000	44 000	«Мосрыбхоз»
«Спектр»	Новоясеневский пр-т, д. 1	56 400	30 000	Z-Build
«Филион»	Багратионовский пр-д, д. 5	130 000*	55 000	«Рубин-Девелопмент»
«На Беговой»	Хорошевское ш., вл. 2-20	20 000	10 500	«Дон-Строй»
«Юнимолл»	Новорижское ш., 6-й км	30 200	24 700	BTR-Group

* Площадь торговой части многофункционального объекта
Источник: Knight Frank Research, 2009

велопменте. Учитывая изменение рыночной ситуации, девелоперы проектируемых и строящихся торговых центров все чаще обращаются к услугам реконцепции. Собственники готовы не только корректировать масштабы, но и менять функциональное назначение проектов с целью диверсифицировать риски и увеличить доходность. Некоторые девелоперы, учитывая трудности с финансированием и реальный спрос со стороны операторов, предпочитают поэтапное строительство или частичный ввод в эксплуатацию торговых объектов (например, открытие только части этажей проекта).

Новые экономические условия существенно изменили приоритеты покупателей. В сегменте торговой недвижимости наблюдается перераспределение долей рынка в пользу дисконтных форматов и усугубление кризисной ситуации на рынке luxury-ритейла. В Москве в ТЦ «Mega. Теплый Стан» открылся первый стоковый магазин TSUM Outlet (около 1,5 тыс. кв. м), в Санкт-Петербурге — стоковый магазин компании Bosco di Ciliegì под названием «Остатки Сладки» (более 500 кв. м).

К позитивным тенденциям, по мнению специалистов Knight Frank Russia, можно отнести тот факт, что многие ритейлеры, несмотря на сложную экономическую ситуацию, продолжают развитие привычных форматов, а также приступают к реализации новых сетевых проектов. Так, сеть «Мос-март» (контрольный пакет акций выкупили Сбербанк и фонд экс-президента АФК «Система» Евгения Новикова) в сентябре возобновила работу и уже во второй половине следующего года надеется получить прибыль.

Снижение затрат на аренду или покупку помещения, а также расходов на рекламу, логистику и заработную плату персонала, ставок аренды делает российский рынок розничной торговли привлекательным для выхода международных ритейлеров. Свое развитие операторы предпочитают начинать с Москвы или Санкт-Петербурга. Участились сделки слияния и поглощения среди торговых операторов. В сегменте street-retail наметилась тенденция к увеличению спроса на «представительские» магазины (помещения с хорошей линией витрин и отличным расположением) со стороны международных сетевых операторов. Активно проявляют себя торговые операторы, ранее не представленные на российском рынке: H&M, Hamleys, Mamas & Papas, River Island, Ipekyol, New look, Bebe, Sainsbury's, Carrefour, сети мебельных центров Habitat и Kika, сеть закусочных Burger King. ●

Nota bene

Доля объектов в стадии строительства в общем объеме торговых центров Москвы продолжала сокращаться. Она снизилась с 20% в III квартале 2008 года до 15,9% во втором квартале 2009 года. Проектируемые торговые центры остаются на бумаге, поскольку проблемы с финансированием не позволяют девелоперам выйти на этап строительства проекта.

ПРОГНОЗ

Во втором полугодии ожидается рекордное увеличение предложения площадей высококачественных ТЦ — на 1,3 млн. кв. м, поскольку продолжается ввод в эксплуатацию крупных объектов, заявленных к строительству в докризисный период. К концу года ожидается увеличение общего объема площадей в торговых центрах на 22% (до 7,3 млн. кв. м). Инерционный прирост торговых площадей и сокращение спроса со стороны сетевых ритейлеров позволяют говорить о дальнейшем увеличении доли вакантных помещений и о сохранении потенциала

снижения ставки аренды. В сегменте street-retail будет наблюдаться увеличение сроков экспозиции торговых площадей, поскольку вступление в силу федерального закона о ликвидации игорных заведений вызвало существенное увеличение доли вакантных площадей в торговых коридорах. Доля вакантных помещений на центральных улицах Москвы достигнет 10%. Те операторы, для которых сроки развития сетевых проектов не являются принципиальными, ожидают освобождения помещений, занимаемых операторами игровых клубов и казино.

Основные показатели. Street-retail

Совокупный объем площадей объектов street-retail, представленных на центральных торговых коридорах, тыс. кв. м	410,0
Доля вакантных площадей, %	3,2–9,8
Совокупный объем площадей объектов street-retail, представленных на магистральных торговых улицах, тыс. кв. м	150,0
Доля вакантных площадей, %	5–7
Базовые арендные ставки, \$/кв. м/год*	
Центральные торговые коридоры*	1000–4500**
Магистральные торговые улицы*	500–1000**
Помещения на первых этажах жилых домов в спальных районах*	250–800**

*Без учета операционных расходов и НДС (18%)
**Ставки для магазинов площадью около 100 кв. м на 1-м этаже
Источник: Knight Frank Research, 2009

Мода на автоматизацию бизнес-процессов ушла вместе с деньгами на развитие. Средства, вложенные в автоматизацию, сродни колесу Фортуны — могут принести большие прибыли, а могут... и не принести. Известны даже случаи разорения фирм и компаний, начавших внедрение дорогостоящих информационных систем (ИС), у которых в процессе внедрения закончились деньги. В среде системных интеграторов даже ходили шутки, что лучший способ разорения конкурента — это «засланный казачок», активно лоббирующий внедрение сложной ИС.

АВТОМАТИЗАЦИЯ ПРОЦЕССОВ В ЛОГИСТИЧЕСКОМ БИЗНЕСЕ



ИЛЬЯ ТИМОШИН,
кандидат технических наук
директор компании «Риссофт»
(«Российские Информационные Системы»)

В последнее время предложений на рынке так много, что трудно разобраться в многообразии названий, типов, видов и подвидов ИС. Попробую внести ясность. ИС глобально можно разделить на 3 типа:

- ИС, созданные на заказ;
- готовые ИС, адаптированные под конкретный бизнес;
- коробочные ИС.

ИС, разрабатываемые на заказ, обычно собираются на базе готовых платформ, а не пишутся с нуля. Такой подход наиболее затратен, однако считается, что система будет в точности соответствовать именно вашим задачам. В реальности же задачи компании трансформируются в процессе внедрения, а многое становится понятным уже после этого внедрения. Поэтому либо заказные ИС «подсаживают» на иглу системного интегратора (компания, которая выполняет внедрение системы), либо заставляют создавать отдел, который будет заниматься только этой

системой. Обычно по такому пути идет крупный бизнес, способный позволить себе 2–3 года на внедрение и имеющий широкие бюджетные возможности.

Адаптированные ИС базируются на готовых ИС и включают в себя адаптацию, внедрение и настройку системы. Готовое отлаженное ядро позволяет быстрее внедрить систему, но некоторые пожелания компании попросту не могут быть учтены из-за технических ограничений исходной системы.

С «коробками» же все более-менее прозрачно: покупаете готовый продукт, который предварительно протестировали, и подстраиваетесь под разработанные ранее стандарты.

Немного о типах ИС

■ CRM — системы управления взаимоотношениями с клиентами. Основные направления: учет истории работы с каждым клиентом в одном месте, разграничение доступа менеджеров к БД клиентов, формирование типовых документов, передаваемых клиентам по шаблону. Цели таких систем: повышение качества и скорости обслуживания, увеличение уровня безопасности бизнеса, повышение прозрачности работы каждого сотрудника отдела продаж, автоматизация создания отчетов по продажам.

■ СЭД — системы электронного документооборота. Основные направления: автоматическая регистрация входящих документов в дела и регистрационные карточки, систематизация документов в компании, ведение истории изменения и согласования документов, контроль поручений по документам. Цели: повышение безопасности документооборота, повышение скорости прохождения согласований документов, ускорение поиска документов, в том числе и архивных, контроль исполнения документов.

В реальности задачи компании трансформируются в процессе внедрения, а многое становится понятным уже после этого внедрения. Поэтому либо заказные ИС «подсаживают» на иглу системного интегратора, либо заставляют создавать отдел, который будет заниматься только этой системой.

■ СУП — системы управления проектами.

■ Биллинг — системы, позволяющие клиентам компании управлять своим счетом самостоятельно: пополнять баланс, заказывать услуги в автоматическом режиме, выписывать себе счета и получать первичные документы по оказанным услугам.

Самое интересное, что такое в общем-то правильное разделение систем по типам сегодня уже практически не имеет смысла. Границы функциональности систем стираются с поразительной скоростью. Поэтому лучше всего начинать подбор системы с определения приоритетов, то есть какой участок бизнес-процессов наиболее важен, и выбирать систему, изначально реализующую именно это направление. Остальные ее функции будут отличным дополнением к решению основной задачи.

ИС в логистике

Логистический бизнес по сути ничем не отличается от любого другого бизнеса. Основные бизнес-процессы: управление проектами перевозки грузов; учет документооборота до, в процессе и после оказания услуг; регистрация

общения с клиентами и контрагентами. И если принимать решение об автоматизации бизнеса и внедрении ИС, возникает несколько вариантов.

Можно идти по бюджетному пути — автоматизировать стандартизированные участки бизнеса, например только CRM или документооборот. Это довольно быстро даст положительный эффект. Но обычно все хотят автоматизировать именно процесс управления транспортировкой, так как это и есть «зарабатывающее» звено компании. И данный процесс комплексный и довольно уникальный. Основная сложность в том, что нельзя прописать 2–3 стандартных алгоритма управления процессом транспортировки груза. Каждый клиент — это уникальный процесс, который, однако, со временем может изменяться. Поэтому никак не получается использовать стандартные системы управления проектами. Либо их использование оказывается неэффективным. Именно поэтому решения с диаграммами Ганта и прочими «фишками» MS Project* практически не используются в логистике и других специфических видах бизнеса, где управление проектами предполагает индивидуальную структуру подхода. Хочу отметить, что готовые системы автоматизации логистики в плане управления проектами транспортировки грузов весьма слабо интегрируются с документооборотом, биллингом и системами CRM. Попытки использовать несколько систем без интеграции превращаются в пытку сотрудников, которые по три раза выполняют одни и те же действия в трех системах. Например,

груз пришел на таможню. Менеджер получает уведомление, открывает систему управления проектами, изменяет статус проекта доставки. После этого открывает CRM-систему, меняет статус доставки там, чтобы система отправила уведомление клиенту. А потом заходит в систему документооборота, находит там клиента и документы сертификатов на груз и... отправляет все это водителю. Не очень удобно, хотя и жизнеспособно. Но большинство компаний вообще все делает вручную, с использованием Excel*.

Опыт автоматизации

«Риссофт» имеет опыт комплексной автоматизации логистического бизнеса. Изначально система разрабатывалась для управления проектами, потом был создан модуль биллинга, а следом подтянулись документооборот и CRM. И это все в конкретной привязке к логистике. Разработанная уникальная система охватывает практически все стандартные бизнес-процессы: позволяет конструировать уникальные проекты, заказы с помощью шаблонов. Это достигается благодаря встроенному конструктору заказов, с помощью которого любой пользователь сможет создать свою модель прохождения транспортного заказа. Излишне говорить, насколько удобно использование встроенных в систему уведомлений по стадиям заказов. Доступ в систему управления заказами возможен и для клиентов, которые, указав уникальный код своего заказа, получают доступ к «трекингу» контроля местонахождения заказа

Лучше всего начинать подбор системы с определения приоритетов, то есть какой участок бизнес-процессов наиболее важен, и выбирать систему, изначально реализующую именно это направление.

и просмотра истории его транспортировки. Достаточно большое количество документации (накладные, сертификаты и пр.) прикрепляется к заказу, а заказы связаны все с тем же клиентом. Это обеспечивает логичную структуру хранения данных и быстрый поиск любых «бумажек». Согласование документов в процессе прохождения заказа реализовано непосредственно в карточке заказа, что делает возможным фиксацию и просмотр истории переписки между менеджерами, клиентами и контрагентами (которые тоже имеют свой, ограниченный доступ), не открывая миллион окон. Вообще, для клиента главное — «чтобы работать было удобно и просто». Этого принципа мы и стараемся придерживаться при разработке заказных систем.

Более подробно про все модули и принципы работы ИС для автоматизации бизнес-процессов логистической компании мы непременно расскажем в следующих номерах журнала. ●

* © Зарегистрированные торговые марки Microsoft

Rissoft Российские Информационные Системы

Ограниченное предложение!*

Решение всех офисных задач в системе Lасonix:

- Электронный документооборот
- Управление проектами
- CRM

Всего 80 000 руб.

Без ограничения числа пользователей!

Узнай больше на www.rissoft.ru

* Предложение действительно до конца 2009 года





Упаковка «тетрапак» стала в своей области таким же символом и нарицательным именем, как ксерокс или джакузи. О секретах успеха компании, ее уникальности и неповторимости мы беседуем с вице-президентом по корпоративным связям ЗАО «Тетра Пак» Александром Николаевым.

TETRA INCOGNITA



АЛЕКСАНДР НИКОЛАЕВ,
вице-президент по корпоративным
связям ЗАО «Тетра Пак»

Как высокие технологии повлияли на развитие компании?

Наш бизнес основан на открытии технологии непрерывного розлива в картонную упаковку, которая формируется из рулона. А затем — начиная с 1969 года — наш успех еще более упрочился на основе еще одного гениального прорыва — асептической технологии, которая позволяет сохранять продукты длительный срок, во-первых, без применения холодильного обо-

дования и, во-вторых, без необходимости использования каких-либо консервантов.

Наша асептическая упаковка — это шестислойный комбинированный материал, который состоит из картона, слоев полиэтилена и алюминиевой фольги. Каждый слой упаковки выполняет свою функцию. Картон-основа обеспечивает упаковке жесткость и удобную для хранения и транспортировки форму, слои полиэтилена предохраняют от влаги и обеспечивают герметичность, слой алюминиевой фольги защищает от света и кислорода. Таким образом, многослойный асептический материал обеспечивает длительное безопасное хранение продукта, создавая эффективный барьер против бактерий и других внешних нежелательных воздействий. Все эти факторы вместе и обеспечивают длительность хранения продукта при комнатной температуре без добавления каких-либо консервантов. Асептическая технология в свое время была признана наиболее значительным достижением в области пищевой промышленности XX века.

Уникальность «Тетра Пак» и в том, что мы — единственная компания, готовая предложить заказчикам собствен-

ные комплексные технологические и упаковочные решения, от сверхэффективной автоматизированной линии до целого завода. У нас также уникальный опыт сотрудничества с нашими заказчиками, в том числе и в России. Помимо поставки оборудования, упаковочного материала, предоставления технического сервиса он включает развитие продуктовых категорий и разработку брендов, программы повышения эффективности производства и консультации по вопросам финансирования, технологий, обучение и многое другое. Работать для заказчиков и совместно с заказчиками — вот философия компании.

Какова линейка изобретений «Тетра Пак» в области технологий и ассортимента продуктов питания?

Компания «Тетра Пак» работает на многих направлениях рынка питания — от традиционного молока до упаковки твердых пищевых продуктов или мороженого. В настоящее время портфель компании разделен на несколько сегментов, ориентированных на нужды наших заказчиков. Для переработки продуктов предлагаются различные технологические решения, для их

упаковки — комплексные упаковочные линии, для диверсификации продуктов — широкий выбор форматов, размеров и систем открывания картонных упаковок. Например, одним из последних наших достижений, воплощенных в конкретный продукт, стала упаковка Tetra Recart — новое слово в консервировании, теперь привычные консервы (горошек, кукурузу, фасоль) можно приобрести в картонной упаковке.

Что собой представляет линия пастеризации и розлива «Тетра Пак» и насколько легко ее интегрировать в структуру российского предприятия? Как происходит сервисное обслуживание таких установок? Нужно ли вызывать в регионы иностранных специалистов, москвичей или можно научиться самим?

Линия по производству ультрапастеризованных продуктов в асептической упаковке «Тетра Пак» представляет собой целую производственную цепочку — от оборудования для приемки сырья до групповой упаковки готового продукта. Примером могут служить более 500 различных линий, установленных и выпускающих продукцию на территории России. Сервисное обслуживание осуществляется специалистами «Тетра Пак» совместно с обученным персоналом заказчика по системе сервисного обслуживания «Тетра Пак». Она, в частности, предусматривает плановую замену отработавших ресурс узлов. Технический сервис «Тетра Пак» доступен во всех регионах страны — в наших региональных центрах постоянно находятся сервисные инженеры. Такой подход позволяет более оперативно реагировать на запросы заказчиков, что крайне важно, учитывая расстояния и часовую разницу.

В ваш подмосковный завод было инвестировано 200 млн. евро. Окупилась ли вложения? Какое оборудование там стоит и отличается ли производственная схема от других предприятий «Тетра Пак»?

Хотел бы уточнить: в строительство нашего завода в Лобне мы инвестировали 100 млн. евро. Сегодня фабрика «Тетра Пак», несмотря на кризис, наращивает производство упаковочного материала для наиболее востребованных российским рынком форматов упаковки, что означает также сокращение импорта. Рынок молока в асептической упаковке в России продолжает развиваться, и, по нашим прогнозам, эта тенденция сохранится. Наша фабрика в Лобне относится к наиболее масштабным проектам в российской упаковочной отрасли и по всем параметрам, включая такие как энергосбережение, соответствует стандартам «Тетра Пак», принятым во всем мире.

Tetra Pak — крупнейший в мире поставщик картонной упаковки для жидких продуктов. Расположенный в подмосковной Лобне завод компании — самое крупное предприятие в России и Восточной Европе по производству упаковочного материала для жидких пищевых продуктов. Постоянными партнерами и заказчиками «Тетра Пак» в России и Беларуси являются более 200 предприятий пищевой промышленности. На российских заводах действует более 500 линий «Тетра Пак» по розливу жидких пищевых продуктов. Среди крупнейших заказчиков и партнеров компании «Вимм-Билль-Данн», «Мултон», ОАО «Лебедянский», «Юнимилк».

Что такое идеальная упаковка? Бумага полностью разлагается, но, чтобы ее сделать, надо срубить дерево. Полиэтилен позволяет обойтись без таких жертв, но засоряет планету. Как найти идеальный баланс и что для этого делает «Тетра Пак»?

Мы исходим из того, что упаковка должна экономить больше, чем она стоит, как говорил о нашей упаковке основатель компании «Тетра Пак» швед Рубен Раусинг. Она должна быть полезной, удобной и безопасной для потребителей и для окружающей среды. В «Тетра Пак» мы считаем наиболее близкой к идеалу упаковку, в основе которой картон, уникальный материал, родина которого — лес. В отличие от всех других материалов и источников, из которых сегодня изготавливают упаковку для напитков, лес — это возобновляемый природный ресурс.

Чтобы лес как ценнейший ресурс не иссякал, необходимо устойчивое лесопользование. В лесу нужно сохранять его биологическое разнообразие. Леса нужно восстанавливать. Их необходимо обновлять. Планомерное управление лесным хозяйством наряду с собственной природной способностью лесов как экосистемы к регенерации помогает также сохранять климат нашей планеты от катастрофических изменений. В устойчиво управляемых лесах, где ведется промышленная заготовка, на смену каждому срубленному дереву высаживают новые. Поэтому и площади новых лесных массивов там постоянно растут. Чтобы добиться этого, «Тетра Пак» участвует в глобальных и региональных лесных программах совместно с WWF, Лесным попечительским советом (FSC) и другими организациями.

Оригинальная идея в свое время сделала Рубена Раусинга одним из богатейших людей планеты. Как обстоит дело с революционными know-how в сегодняшнем производстве «Тетра Пак»?

Инновационные разработки компании не остановились и во время мирового финансового кризиса — мы с оптимизмом смотрим в будущее и верим, что наши предложения будут способствовать росту прибылей наших заказчиков.

В качестве примеров последних новинок, которые «Тетра Пак» вывела на рынок, можно привести новый формат упаковки для пастеризованных продуктов Tetra Brik Edge или упаковочную линию нового поколения i-Line, а также технологическое решение для молочного производства Tetra Lactenso Aseptic и новое поколение пастеризаторов для напитков Tetra Therm Aseptic Drink.

Вы поставляете не только продукты и оборудование, но также и услугу «технический сервис» — консалтинг, логистику, обучение. Как велика доля прибыли концерна от этих «невещественных» продуктов? Если ваш клиент подключается к услуге «технический сервис», то где и как это происходит? И кем он становится, окончив «Академию «Тетра Пак»?

Для наших заказчиков мы открываем новый Центр технического обучения. Наши заказчики видят, что экономический эффект от использования наших услуг и их объемы, а также номенклатура постоянно растут. Портфель услуг построен таким образом, что «подключение» заказчика происходит на любом этапе сотрудничества с «Тетра Пак» — от установки нового оборудования до решения заказчика повысить эффективность работы линии, цеха или целого предприятия за счет реализации комплексной программы, предлагаемой «Тетра Пак». Конкретный набор услуг подбирается под индивидуальные требования заказчика, отвечая формуле «эффективное производство при низких операционных затратах». Здесь основную роль играют технические менеджеры «Тетра Пак», которые непосредственно работают с заказчиками и совместно формируют программу развития. Для повышения уровня знаний и навыков операционного персонала заказчика предлагается многоступенчатая форма обучения с контрольными точками. На каждой из таких точек сотрудник сдает экзамен, после успешного прохождения которого выдается диплом. Мы знаем немало примеров того, как диплом «Академии «Тетра Пак» помогал ее выпускникам успешно продвигаться по карьерной лестнице. ●

Что же такое рейтинги — спорт или бизнес? Что получает победитель этих «состязаний», регулярно проводимых авторитетными аналитическими агентствами? Лавровый венок, новых клиентов или ничего, кроме затрат на участие? Значение рейтинга как дополнительного рекламного инструмента анализируют эксперты интернет-портала Transmap Павел Кобзев и Сергей Воронежцев.

ПОБЕДИТЕЛЬ ПОЛУЧАЕТ ВСЕ

Если рейтинг объективен, точен, правильно срежиссирован и отправлен по адресу, то его «читатели» одновременно являются и потенциальными клиентами компаний-участников.

Рейтинг возникает из потребности измерить то, что не может быть точно измерено. Если попросту, это балл, который мы ставим в нашем сознании тому или иному явлению, виду деятельности, движению или, наконец, человеку. Рейтинг рождается там, где нельзя точно измерить степень важности или эффективности, но основной заботой всякого, кто учреждает рейтинг, всегда является потребность сделать его измеримым или хотя бы придать ему видимость измеримости. Естественно, что всякий рейтинг грешит произвольностью и субъективностью оценок. Но смысл всякого анализа как раз и состоит в том, что он подтверждает и обосновывает вывод так называемого интуитивного суждения. Рейтинги при всей их субъективности позволяют увидеть свет в лабиринтах коммерческих интриг и ведомственных амбиций.

В рыночной экономике существует свобода выбора партнера, однако она должна подкрепляться уверенностью в его надежности. Для принятия решения недостаточно собственного мнения и зачастую необходима оценка независимых экспертов. Такую роль в современном обществе играет, в частности, система рейтингов. Рейтинг присваивается на основании аналитического отчета, который составляется на базе специально разработанных методик и дает представление о текущем положении дел исследуемых компаний.

Существующий уровень рейтинга и динамика его изменения служат сигналами для сохранения, расширения или свертывания сотрудничества. Аналитическое агентство, присваивая компании определенное место в рейтинге, одновременно создает ее портрет, написанный независимым и объективным наблюдателем.

Что дает рейтинг? Во-первых, компании, принимающие в нем участие, получают возможность определить свое место на рынке и получить независимую оценку своей деятельности. Второй, не менее важный фактор для участников — это реклама. Положение и само участие

в рейтинге, безусловно, влияют на узнаваемость компании на рынке и способствуют увеличению ее популярности.

Если рейтинг объективен, точен, правильно срежиссирован и отправлен по адресу, то его «читатели» одновременно являются и потенциальными клиентами компаний-участников. Для таких заказчиков рейтинг служит своего рода индикатором, помогающим принимать решение при выборе партнера.

Таким образом, участие компаний в рейтинге позволяет им правильнее позиционировать себя на рынке, выявлять сильные и слабые стороны по отношению к конкурентам, а также (last but not list) получать новых партнеров для развития и процветания своего бизнеса.

Требования к рейтингу

Рейтинг, оценивающий деятельность участников рынка логистических услуг в России, должен охватывать деятельность складских операторов, транспортно-экспедиторских компаний, поставщиков оборудования, IT-решений в логистике, консалтинговых компаний. Возможно, этот список должен быть еще шире.

Главная задача такого рейтинга — дать объективную картину о надежности той или иной компании и о качестве предоставляемых ею услуг. Здесь нужно четко понимать, что объем оказанных услуг, к примеру вес перевезенного за год груза, не всегда говорит о качестве предоставленных компанией услуг. Однако это показатель ее мощности, «оборотистости», возможности работать с большим пакетом заказов.

Следовательно, рейтинг не только должен разделять компании по видам деятельности (то есть делить их на группы предоставляемых услуг, а не объединять в общий список), но и в каждой группе должны быть предусмотрены свои номинации, которые могли бы дать максимально объективную оценку деятельности компаний. В следующем номере мы расскажем подробнее о каждой из таких номинаций. ●



16-я международная выставка

СТЛ

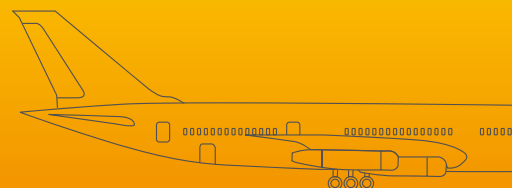
Склад Транспорт Логистика

26–29 октября

2009

Системы логистики,
транспортное обслуживание,
средства автоматизации
и механизации складских
и погрузочно-разгрузочных
работ

Павильоны № 1 и «Форум»



РЕКЛАМА

 **ЭКСПОЦЕНТР**
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ
МОСКВА

50
ЛЕТ

ЦВК «Экспоцентр»
123100, Россия, Москва,
Краснопресненская наб., 14
Тел./факс: [499] 795-28-89 / [495] 605-60-59
E-mail: stl@expocentr.ru



При участии и содействии:
Министерства сельского хозяйства РФ
Министерства транспорта РФ
Федеральной таможенной службы

Комментарии участников рейтингов — логистических операторов



Компания

Itella LLC

Avalon Logistic

1. Нужны ли рейтинги вашей компании?	На рынке логистики существует лишь один рейтинг, который нам интересен, — логистических операторов. Его проводит EALA, Киа-центр и журнал «Логинфо». В сфере недвижимости (ранее нам приходилось строить складские объекты самостоятельно) — это рейтинг CRE AWARDS.	Конечно, как и всем. Но они должны быть объективными и отражать реальное положение дел на логистическом рынке.
2. Дает ли участие в рейтингах новых клиентов?	Безусловно, наличие наград не является основополагающим фактором при выборе клиентом логистического оператора, но это положительно отражается на имидже компании, участие и победа повышают узнаваемость бренда. Участие дает множество других возможностей — быть в курсе событий на рынке, отследить тенденции, посмотреть на возможности конкурентов. По итогам рейтинга организаторы выпускают отчет- исследование логистического рынка, где можно найти множество интересной информации о конкурентах, динамике развития рынка и т.д. Определить не только свои сильные стороны, но и слабые, чтобы учесть и исправить их в дальнейшей работе.	Само участие скорее не дает. Дает статус, укрепляет репутацию компании и ее положение на рынке. Что, в свою очередь, позволяет участвовать и лидировать в рейтингах.
3. Плюсы существующих рейтингов.	1. Комплексная оценка: используется сразу несколько источников информации и методов. 2. Мониторинг материалов печатных и электронных деловых и специализированных изданий, аналитических обзоров рынка; Интернета; материалов маркетинговых и консалтинговых компаний. 3. Опрос участников рынка. 4. Анкетирование участников рынка в рамках ежегодного рейтинга «Логистический оператор России». 5. Экспертные оценки (в т.ч. мнение клиентов), причем по широкому спектру показателей, не только по обороту компании, но и по динамике развития, маржинальности, количеству складских площадей и их качеству, а также качеству самого сервиса, оборудования и т.д. 6. Система номинаций очень хорошо продумана, т.е. в рейтинге интересно участвовать не только крупным игрокам рынка логистики, но и молодым начинающим компаниям.	В целом оцениваем проведение рейтингов как момент положительный.
4. Минусы существующих рейтингов.	Участие бесплатное, поэтому в рейтинг вошли только те компании, которые подали заявку. В особенности это касается региональных компаний, которые или не знают о существовании рейтинга, или нет времени заниматься этим вопросом.	Рейтинг может быть более или менее справедливым, в зависимости от критериев оценки, прозрачности информации и профессионализма тех, кто подводит итоги.



DPD

Рейтинги, безусловно, нужны. Они дают возможность клиентам и более широкой аудитории понять, какие компании формируют ту ли иную отрасль, а также получить первичную независимую информацию о том, что представляют собой эти компании. Для самих же участников рейтингов — это хорошая возможность получить экспертную оценку своей деятельности. DPD в России регулярно участвует в рейтингах. Компании, работающие под брендом DPD в России, удостоены многих профессиональных наград и занимают ведущие места в специализированных рейтингах. Так, в 2009 году DPD в России одержала победу в рейтинге «Логистический оператор России — 2008» в одной из основных номинаций — «Логистический оператор по экспресс-доставке», а в декабре 2008 года победила в специальной номинации «За вклад в развитие отрасли (транспортно-экспедиторские услуги)» в Национальной премии «Компания года — 2008».

Прямой зависимости между участием в рейтинге, победой в нем и притоком новых клиентов нет. Однако участие в признанном отраслевом рейтинге и тем более завоевание в нем лидирующих позиций позволяет компании быть еще более уверенной в качестве своих товаров и услуг. Для потенциальных клиентов позиция в рейтинге и даже само участие зачастую являются весомым аргументом в выборе подрядчика.

Качество рейтингов во всех отраслях за последние годы значительно выросло. Итоговый рейтинг определяется на основании множества важных бизнес-показателей, которые реально отражают позицию компании и ее потенциал.

Основным недостатком логистических рейтингов является невысокий охват участников. Большая часть компаний предпочитает не участвовать, поэтому в список участников в основном входят хорошо известные на рынке компании.



FM Logistic

Мы участвуем в рейтингах логистических операторов. Это касается не только России, но и других стран, в которых мы работаем. Мы, безусловно, понимаем, что критерии бывают не всегда объективными, тем не менее есть в этих рейтингах определенная доля справедливой оценки. В России мы регулярно участвуем в рейтинге «Логистический оператор России», организуемом журналом «Логинфо».

Напрямую участие в рейтинге клиентов не приносит, но положительный результат служит рекомендацией.

Для нас это своего рода ориентир для самоосознания своего положения на рынке.

На данный момент нет рейтинга, который бы охватывал всех игроков рынка логистики, в котором каждая логистическая компания стремилась бы принять участие.

Дефицит кадров в сфере логистики всегда представлял и до сих пор представляет актуальную проблему. Обостряется это и нынешним кризисом — у компаний нет ни времени, ни достаточных средств на обучение и рост сотрудников внутри самой компании.

ВЫБОР СПЕЦИАЛИСТОВ: КРУГ СУЖАЕТСЯ

Обзор подготовлен агентством «АВТОКАДР»

Помимо опыта работы, в логистике по-прежнему остается строгим требованием, особенно для руководителей, владение иностранным языком

По данным интернет-рекрутмента HeadHunter, проанализировавшего около 900 тыс. резюме и 800 тыс. вакансий, ситуация на российском рынке труда несколько стабилизировалась и даже начала чуть улучшаться, о чем свидетельствует увеличившееся число вакансий и некоторый рост зарплат после сокращений, произошедших осенью прошлого года. Между тем эксперты отмечают наметившуюся тенденцию: за чуть подросшие зарплаты компании пытаются купить профессионалов высочайшего уровня.

Если прежде требовались готовые специалисты, работающие в аналогичных должностях, то сейчас определяющий фактор при выборе кандидата — его впечатляющие знания и опыт специалиста определенного профиля (фармацевтика, продукты питания, одежда). Если это руководитель отдела закупок продуктов питания, то важна в первую очередь наработанная база поставщиков по данному профилю, если же это руководитель/менеджер отдела продаж логистических услуг, то это база корпоративных клиентов и т.д. Иными словами, требования к опыту стали еще более жесткими (сужающими круг рассмотрения кандидатов) и теперь связаны еще и с профилем работы логистика.

Очень редко встречаются компании, готовые рассматривать должность руководителя отдела закупок из другой области (например, маркетинга). Возможно, здесь имеет место экономия компании, так как предполагается, что специалисты, готовые перепрофилироваться, «стоят» меньше.

Заработная плата руководителей разных направлений (склад, закупки, производство) колеблется от 30 000 до 160 000 рублей, но средний уровень 60 000—80 000 рублей. Наиболее активный поиск отмечается среди компаний, занимающихся продуктами питания, одеждой, фармацевтикой. Общая тенденция такова: компании предпочитают не указывать диапазон зарплаты (как это практиковалось до кризиса),

а обсуждают ее с каждым кандидатом индивидуально (обычные формулировки: «обсуждается с успешным кандидатом», «привлекательная компенсация (обсуждается)», «определяется индивидуально»). Предположительно компании оставляют для себя возможность торговаться (с одной стороны, работодатель смотрит, как специалист сам себя оценивает, с другой — не ставит себя в жесткие рамки озвученной зарплатной «вилки»), а также не хотят упустить тех специалистов, которые могут реально стоить больше.

Наличие соцпакета присутствует практически во всех предложениях вакансий в области логистики, кроме тех сфер, которые особенно пострадали в кризис, например автобизнеса. Льготы предлагаются лишь у таких «монстров», как «Рольф» и ему подобные. Но таковых становится все меньше. Автобизнес пострадал сильнее других отраслей. И потому в качестве соцпакета или льгот здесь уже стали указываться оформление по ТК или наличие «белой з/п», хотя еще недавно это было стандартным условием.

Помимо опыта работы, в логистике по-прежнему (примерно 70% вакансий) остается строгим требованием (особенно для руководителей) владение иностранным языком, а в некоторых компаниях — предпочтительно несколькими. Это требование, как и все остальные, лишь ужесточилось в связи с кризисом.

Обязанности приобретают более «укрупненный» характер: от менеджера среднего звена теперь не просто «желательно», а чаще всего «требуется» способность системно видеть и в дальнейшем оптимизировать весь комплекс бизнес-процессов, умение стратегически мыслить. Это вовсе не означает, что потребность в узких специалистах исчезла, но показывает, что нарастает тенденция к расширению профессионального кругозора, а значит, и обязанностей специалистов, способных решать задачи не только в рамках своих должностных обязанностей. ●



VII МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

РЫНОК ТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ: ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ И ПАРТНЕРСТВО

2009

22-23 октября 2009 г.

Москва, Президент-Отель

КЛЮЧЕВАЯ ТЕМА

**«К эффективному развитию железнодорожной отрасли:
время согласованных действий»**

НОВЫЕ ФОРМАТЫ:

- **Мастер-класс**
Управление транспортной составляющей в период экономического спада
- **Семинар**
Как стать поставщиком ОАО «РЖД»

МЕРОПРИЯТИЯ “БЕЗ ГАЛСТУКА”:

- Церемония вручения премии «Партнер ОАО «Российские железные дороги» - 2009»
- Вечерний гала-прием

СЕКЦИИ КОНФЕРЕНЦИИ:

- 2010 - год завершающий третий этап реформы железнодорожного транспорта. Реализация задуманного
- Тарифная политика
- Транспортное машиностроение и ремонт
- Создание комплексной транспортной услуги
- Транспортное право
- Качество оказания транспортных услуг
- Порты
- Инвестиции в инфраструктуру и развитие комплекса транспортного строительства

Организаторы



Стратегический партнер



Спонсор



Спонсор



Кадровый партнер



Спонсор круглого стола



Спонсор круглого стола



Официальный
информационный
партнер



Официальный
информационный
партнер



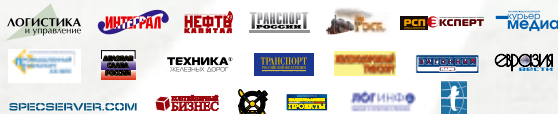
Информационный
партнер



Информационный
партнер



Медиа-партнеры



Интернет-партнеры



По вопросам спонсорства и участия обращайтесь:

Тел.: +7 (812) 458-34-90, +7 (812) 458-34-99, +7 (812) 457-80-34, +7 (812) 457-87-95, e-mail: conf@rzd-partner.ru

www.businessdialog.ru

www.rzd-partner.ru

Обзор вакансий (отдел закупок и складская логистика) в сентябре 2009 года

Начальник склада	35 000 руб. (на исп. срок).	Мужчина, высшее или средне-специальное образование, 30–45 лет, гражданство РФ. Опытный пользователь ПК (MS Office, 1С 7.7). Опыт работы в данной должности не менее 3 лет. Опыт работы на складах от 2000 кв. м. Опыт руководства коллективом.	Офисно-складской комплекс класса А, который предоставляет полный спектр логистических услуг.
Заместитель начальника склада	50 000–55 000 руб.	Мужчина, 30–35 лет; высшее образование. Опыт управления персоналом. Коммуникабельность, ответственность, инициативность, хорошие организаторские способности. Знание систем штрихкодирования.	Модная одежда, стандартные обязанности.
Супервайзер склада	График работы сменный (1-я неделя 7.00–15.00, 2-я неделя 15.00–23.00, 3-я неделя 23.00–7.00). Работа в крупной международной компании, динамично развивающейся на российском рынке. Привлекательная компенсация (обсуждается) + бонусы. Отличный социальный пакет (ДМС + возможность обслуживания членов семьи, питание, и.т.д.). Перспективы профессионального и карьерного развития.	Высшее образование. Отличное знание складских процессов. Опыт руководящей работы на складе от 3 лет. Знание английского языка на среднем уровне (не ниже Intermediate, переписка, устно). Знание программ (SAP/R3, 1C).	Производственная компания, международная.
Рук-ль склада	От 70 000 руб.	Мужчина, 30–35 лет. Высшее образование. Опыт организации работы склада площадью от 4000 кв. м. Отличное знание адресного хранения. Опыт работы с WMS. Опыт оптимизации складских процессов, внедрения эффективных методов работы. Опыт управления персоналом. Коммуникабельность, ответственность, инициативность, хорошие организаторские способности.	Модная одежда. Организация работы центрального склада, площадь 5000 кв. м. Управление складскими потоками. Оптимизация работы склада. Внедрение эффективной системы мотивации сотрудников склада. Проведение инвентаризаций.
Зам. нач. склада	40 000 руб. График работы 5/2, сменный. Склад работает с 6.30 до 23.00. Оформление по ТК РФ, соц. пакет (питание, медстраховка). Склад расположен рядом с м. «Черкизовская».	Мужчина, 35–45 лет, без вредных привычек, гражданство РФ. Опыт работы от 5 лет. Уверенный пользователь ПК (1С, Excel). Проживание вблизи склада (м. «Черкизовская»).	Продукты питания.
Рук-ль смены склада	До 57 000 руб., График работы: 2/2 только ночные смены (начало с 9.00 и с 21.00). Оформление по ТК РФ (соц. пакет). Корпоративный транспорт от м. «Кантемировская».	Мужчина, до 35 лет, образование высшее, желательно техническое. Опыт работы в должности руководителя смены склада/руководителя склада не менее двух лет В РОЗНИЧНОЙ КОМПАНИИ. Понимание складских бизнес-процессов. Опыт руководства коллективом не менее 50 человек. ПК — уверенный пользователь (MS Office, 1C).	Розница МТС.
Руководитель складского комплекса	60 000 руб., моб. связь. Складской комплекс класса А с адресным хранением 5500 кв. м (6 ярусов стеллажи). Работа в стабильной компании, существующей с 1995 года. Оформление и социальные гарантии согласно ТК РФ.	Мужчина, 32–45 лет. Высшее образование. Опыт работы в данной должности от 2 лет на подобных складах (желательно с продуктами питания). Знание ПК, опыт работы с WMS-системой. Наличие а/м.	Продукты питания.
Заместитель директора складского комплекса	Территориально р-он Бусиново, м. «Речной вокзал». График работы: 5/2. ТК РФ, соцпакет, заработная плата 40 000–45 000 руб.	Гражданство РФ, проживание рядом с работой — желательно. Знание 1С 7.7. Опыт работы на складе в должности зав. складом не менее 5 лет. Знание и ведение адресного хранения с применением штрихкодирования. Коммуникабельность, порядочность, пунктуальность. Грамотное управление людьми.	Стабильно развивающаяся компания по продаже металлопроката.

Директор по складским операциям	З/п не указана. Официальное оформление. Компенсация обсуждается индивидуально с каждым кандидатом. Медицинская страховка. Питание. Корпоративный транспорт.	Высшее образование. Опыт управления складскими операциями для больших объемов продукции. Знание нормативов, стандартов складской деятельности. Знание правил и норм охраны труда, техники безопасности, производственной санитарии и противопожарной защиты. Знание организации погрузочно-разгрузочных работ. Стандарты и технические условия хранения товарно-материальных ценностей. Владение английским языком (разговорный уровень) обязательно.	Организация и координация складских операций. Руководство персоналом склада. Контроль эффективности складских работ. Контроль выполнения требований безопасности, чистоты, эксплуатации помещений и других объектов складского комплекса. Контроль и управление бюджетом складской службы. Контроль и повышение рентабельности оказываемых услуг клиенту, оптимизации операционной деятельности. Взаимоотношения с клиентами склада по всем вопросам, касающимся предоставления логистических услуг. Логистич. компания.
Зам. нач. склада	30 000–40 000 руб. Склад 500 кв. м, комплектация д/карнизов, ткани, пластик, от 3000 наим., рабочий день с 9 до 18, пятидневка, ТК, обеды.	Мужчина, 26–40, гражданин РФ. Опыт работы на складе от 500 кв. м. от 3 лет, с количеством наименований от 3000. Знание 1С, 7:7.	Продажа и производство комплектующих и оборудования для производства предметов интерьера окон.
Нач. склада	З/п не указана. Оформление согласно ТК РФ. Бесплатные обеды. Часы работы: 8.00–17.00, выходные – суббота, воскресенье. Доставка корпоративным транспортом до метро (5 мин.).	Мужчина, 30–50 лет. Гражданство: РФ, Беларусь. Образование: высшее техническое + специализированные курсы. Опыт управления складским хозяйством от 3 лет (желательно продукты питания.) Разработка, внедрение и оптимизация складских процессов. ПК-пользователь. Наличие медкнижки.	Натурфудс, орехи. Разработка пошаговой схемы реорганизации работы склада. Постановка процесса приема, учета, складирования, выдачи товара (орехи, сухофрукты.) Обеспечение соблюдения правил оформления и сдачи приходно-расходных документов. Участие в проведении инвентаризации товарно-материальных ценностей. Контроль дисциплины и общего порядка на складе.
Нач. склад	35 000–40 000 руб. График работы с 9.30 до 18.00 (пятидневка), возможны переработки — оплачиваются дополнительно). Нет соцпакета.	Возраст 30–40 лет, наличие московской прописки обязательно! Опыт работы руководителем склада от 3 лет, наличие рекомендаций. Знание «1С 8 — Торговля — Склад» + офисных программ. Управленческие навыки и аналитические способности, пунктуальность и ответственность, желание работать. Организация бесперебойной работы склада (120 м, номенклатура — 3000 ед.).	
Рук-ль произв-ва склада	45 000–50 000 руб. График работы с 9 до 18 часов, 5 (2), бесплатное горячее питание, соблюдение ТК РФ.	Мужчина, 30–45 лет, образование от среднего специального технического (высшее приветствуется). Опыт руководителя производственного участка (мастерской) с долей ручного труда от 50% не менее 5 лет в полиграфии, сувенирной продукции и т.п., знакомство с принципами работы складского хозяйства. Необходимые качества: организаторские способности, стрессоустойчивость, умение находить контакт с рабочим коллективом, знание ПК.	Сувенирка. Руководство производственным процессом, контроль за соблюдением технологии производства и качества продукции, развитие и расширение производства (технологии: гравировка механическая и лазерная, акрил, термотрансфер), в подчинении 7 чел. Планирование, организация, управление и контроль за работой склада-производства (сувенирная продукция): в подчинении 13 чел.
Руководитель складского комплекса готовой продукции	З/п указана. Оклад, бонус, медицинская страховка, страхование жизни и оплата мобильной связи.	Международная торгово-производственная компания.	Организация работы склада. Отслеживание товарных запасов. Организация эффективной работы склада по отгрузке и по другим складским операциям. Организация подготовки документации и проведение инвентаризаций. Руководство сотрудниками. Организация учета и контроля продукции.



Международное ралли «Шелковый путь — 2009», или, как его называют в прессе, «российский Dakar», завершено. 5 сентября в Казани стартовали 20 грузовиков и 51 внедорожник. До финиша, который состоялся в Ашхабаде 13 сентября, дошли 34 джипа и 16 грузовиков. Победили Карлос Сайнц (Volkswagen) и Фирдаус Кабиров («КАМАЗ»).

КАРАКУМСКИЕ ХРОНИКИ

Старт гонке ранним утром 5 сентября дал Президент Республики Татарстан Минтимер Шаймиев. На прологе лучшее время показал пилот из ЮАР Жиниль де Вилье, выступающий за команду Volkswagen. А в грузовом зачете самым быстрым был победитель «Дакара» — Фирдаус Кабиров. Он проехал специальный участок (2 км) за 2 минуты 31 секунду, его результат всего на 22 секунды отличался от лучшего результата в автомобильном зачете. Оранжевый грузовик Iveco Жерара де Роя отстал от победителя на 2, а Tatra Алеса Лопрвайса на 3 секунды. На втором этапе (Казань — Бугуруслан) ралли «Шелковый путь» победителем стал новый пилот команды Volkswagen Насер Аль-Аттия из Катара. На внедорожнике Race Touareg он «пролетел» 141 км специального участка за 1 час 10 минут 15 секунд, оставив позади трех других членов команды.

Победитель «Дакара-2009» Жиниль де Вилье завершил второй этап на четвертом месте. За пятую строчку

в турнирной таблице упорно боролись Алексей Беркут, двукратный чемпион России по ралли-рейдам, и Кристиан Лавией, которому удалось вырваться вперед и выиграть у российского экипажа 25 секунд. На пятое место также претендовал Филипп Гаш, но механические проблемы далеко отбросили пилота-конструктора от «великолепной пятерки».

Команде «КАМАЗ-мастер» на втором этапе одержать победу не удалось, лучшее время показала голландская команда, выступавшая на грузовиках Iveco. Она подготовила абсолютно новый автомобиль, который прошел крещение здесь, на «Шелковом пути». После возвращения с «Дакара-2009», на котором Жерар де Рой был только третьим, голландец приложил все свои силы, чтобы взять реванш в России. Следом за голландцами приехал Владимир Чагин, показав лучший результат среди членов команды «КАМАЗ-мастер». Алес Лопрвайс по итогам дня оказался на третьей позиции, его отставание от

Жерара де Роя составило 4 минуты 54 секунды.

В понедельник 7 сентября участникам ралли предстояло пройти два спецучастка на маршруте Бугуруслан — Уральск общей протяженностью 547 км. Здесь триумфатором был Владимир Чагин, опередивший своего главного соперника де Роя на 2 минуты 46 секунд и возглавивший гонку в общем зачете. Третий результат с отставанием от лидера на 8 минут показал Фирдаус Кабиров, а четвертым был Эдуард Николаев, основной задачей которого была тестовая работа с новым грузовиком. По словам Эдуарда Николаева, такого результата он не ожидал. А что касается автомобиля, то по управляемости он превосходит наши дакаровские версии. И это позволяет проходить повороты с большей скоростью, автомобиль более послушен. В отличие от дакаровской машины, двигатель и кабина здесь больше смещены к центру, и это позволяет добиться почти идеальной развесовки. В тот же день продолжи-



По мере того как увеличивались дистанции, стратегии участников ралли становились все более изощренными и пилоты играли как с педалью газа, так и на нервах своих соперников. С точки зрения скоростных характеристик тяжелые грузовики, подготовленные командой «КАМАЗ-мастер», не уступали джипам.



которая, скорее всего, совершенно не поколебала уверенности катарца. И статистика самого длинного на ралли специального участка свидетельствовала лишь о том, что Сайнц был быстрее. Конечно же, дуайену команды Volkswagen сыграл на руку прокол колеса на Race Touareg соперника. Кроме того, отобрав 1 минуту 50 секунд у Аль-Аттия, он остался на второй позиции по сумме. И на трассе испанец никогда, правда, не отпускал недостижимого катарца, который пересек финишную черту одновременно с ним. Жиниль де Вилье замыкал триумфальное шествие Race Touareg, однако он отставал от Аль-Аттия на 11 минут 57 секунд.

С точки зрения скоростных характеристик грузовики, подготовленные командой «КАМАЗ-мастер», не уступали джипам. Победитель этапа в грузовой категории Фирдаус Кабиров «всего-навсего» проехал этап быстрее, чем Кристиан Лавией. Теперь он занял вторую строчку в классификации, уступая всего 2 минуты 33 секунд своему другу Владимиру Чагину. Жерар де Рой, финишировавший с третьим результатом, занял третью позицию и по сумме этапов, так как его отставание от лидера увеличилось до 9 минут 25 секунд. Еще более труднодостижимой стала цель, которую поставил перед собой Алес Лопрвайс. Если до этого дня он мог претендовать на подиум, то теперь от третьего места чеха отделяла уже более получаса.

В среду 9 сентября на спецучастке пятого этапа Бейнеу — Янаозен в категории «автомобили» одержал победу Жиниль де Вилье, тем самым позволив Насеру Аль-Аттия увеличить преимущество в общем зачете гонки. А Владимир

лась жесткая борьба за первое место в номинации внедорожников между двумя пилотами команды Volkswagen, Насером Аль-Аттия и Карлосом Сайнсом, отстававшим в общем зачете от именитого катарца на 3 минуты 56 секунд.

По пути в Бейнеу 8 сентября Карлос Сайнц одержал победу на самом длинном специальном участке (580 км), благодаря чему он несколько сократил свое отставание от Насера Аль-Аттия. Тем не менее пилот из Катара оставался лидером гонки. В грузовом зачете победа Фирдауса Кабирова позволила ему отобрать у Жерара де Роя второе место в классификации и вплотную приблизиться к Владимиру Чагину.

По мере того как увеличивались дистанции, стратегии становились все более изощренными и пилоты играли как с педалью газа, так и на нервах соперников. Похоже, противостояние между Насером Аль-Аттия и Карлосом Сайнцем перешло в психологическую стадию: испанец одержал победу,





Чагин, напротив, потерял все шансы на победу. Экипаж команды «КАМАЗ-мастер» потерял колесо всего за 7 км до финиша.

Несмотря на рискованную манеру вождения, Насер Аль-Аттия продолжал уверенно держаться на трассе. На пятом этапе соревнований катарец вновь атаковал Карлоса Сайнца, чтобы укрепить свои позиции в общем зачете. Стартовав с третьей позиции, Насер сначала обогнал Марка Миллера, потом добрался и до самого Карлоса Сайнца, который открывал в этот день трассу. Дополнительное преимущество в 4 минуты в общем зачете обеспечивало спортсмену спокойное будущее на следующем этапе. Жиниль де Вилье стартовал четвертым, но в итоге показал лучшее время, выиграв у Аль-Аттия 7 секунд.

А вот для Владимира Чагина этот этап оказался роковым. Еще утром он лидировал в гонке, показал лучшее время на первом контрольном пункте, имел все шансы на то, чтобы увеличить отрыв от ближайших соперников в общем зачете, но потеря колеса перечеркнула все его планы. Фирдаус Кабиров действовал без ошибок и стал лидером гонки. На втором месте расположился де Рой, он проигрывал камазовцу 27 минут. Из-за проблемы Чагина и в результате того, что Мардеев задержался, чтобы оказать ему помощь, Алес Лопрвайс вошел в тройку лидеров в общем зачете.

10 сентября на 6-м этапе Янао-зен — Туркменбаши Карлос Сайнц одержал свою вторую победу на специальном участке (514 км). С преимуществом в 3 минуты 13 секунд он обошел Насера Аль-Аттия, однако тот остался лидером в общем зачете. Владимир Чагин одержал убедительную победу, но его результат также не повлиял на классификацию по сумме этапов, первое место в которой занял Фирдаус Кабиров. Владимир Чагин показал высший пилотаж на специальном участке, пересекавшем границу Казахстана и Туркмении. Он

В субботу 12 сентября гонщики вышли на заключительный, 8-й этап ралли Балканбад — Туркменбаши. Менее чем за 100 км до финиша специального участка Насер Аль-Аттия потерял место лидера в общем зачете. В проходе через пересохшее русло реки его Race Touareg перевернулся, и гонку возглавил Карлос Сайнц.

«пролетел» его за 5 часов 29 минут! Фирдаус Кабиров хотя и отстал от Чагина на 27 минут, однако финишировал вторым на СУ, обойдя Жерара де Роя. Финишировавший четвертым экипаж Ильгизара Мардеева вышел на третью позицию по сумме этапов.

Лидер общего зачета Насер Аль-Аттия 11 сентября на участке Туркменбаши — Балканбад выиграл третий по счету этап и увеличил отрыв от Карлоса Сайнца. Насер выиграл у Карлоса в общем зачете 4 минуты 56 секунд. Такой результат стал отличным шансом на победу в гонке, ведь впереди остался только один «серьезный» этап. В категории «грузовики» Владимир Чагин также в третий раз показал лучшее время на этапе, правда, это не увеличило его шансы на победу в ралли. Чагин ехал по трассе в полном одиночестве. Впереди него неслись четыре экипажа команды VW, и где-то далеко позади — остальные заявленные грузовики. На финише спецучастка прошлый лидер общего зачета вновь показал лучший результат, опередив своего ближайшего преследователя Эдуарда Николаева, начинающего пилота команды «КАМАЗ-мастер», на 6 минут. Синие грузовики вновь монополизировали подиум. Фирдаус Кабиров, по-прежнему лидирующий в общем зачете, занял третье место. Алес Лопрвайс, который, в свою очередь, подвинул Мардеева в общем зачете, оказался на третьем месте. Несмотря на то что Жерар де Рой занял четвертое место — голландский экипаж застрял в дюнах, — он остался вторым в общем зачете гонки. В субботу 12 сентября гонщики вышли на заключительный, 8-й этап ралли Балканбад — Туркменбаши. Менее чем за 100 км до финиша специального участка Насер Аль-Аттия потерял место лидера в общем зачете. В проходе через пересохшее русло реки его Race Touareg перевернулся, и гонку возглавил Карлос Сайнц. Экипажам оставалось проехать 24-километровый



спецучасток, после которого гонщиков ожидала длинная дорожная связка до Ашхабада, где состоялась церемония награждения. Возможно, этап до Туркменбаши останется одним из показательных уроков в истории ралли-рейдов. Таким как «Дакар-2009», когда на 13-м этапе Карлос Сайнц был вынужден закончить гонку из-за того, что его автомобиль улетел в аргентинский овраг. Насер Аль-Аттия попал в схожую неприятную историю. На 283-м км спецучастка, он, оставаясь лидером общего зачета с первого этапа и на протяжении всей гонки, поплатился за свою поспешность на пересечении «вади», или, говоря русским языком, пересохшего русла реки. Его автомобиль Race Touareg под номером 104 перевернулся.

Карлос Сайнц, который накануне был готов к, казалось бы, неизбежному проигрышу в дуэли с Насером, стал первым в общем зачете гонки. Такой подарок — это не что иное, как награда Сайнцу за упорство. Испанец всю неделю продолжал упорно атаковать своего соперника. И только за 80 км до конца последнего, решающего спецучастка Карлосу удалось взять пальму первенства в гонке. Матадору осталось стартовать на завершающий специальный участок в присутствии президентов России, Казахстана, Туркменистана и Азербайджана, и через 24 км он уже праздновал победу.

Распределение мест на подиуме в субботу претерпело серьезные изменения. На первом месте в предварительных итогах общего зачета гонки оказался Сайнц, за ним Марк Миллер и Жиниль де Вилье. Импровизированный ремонт не позволил Насеру благополучно добраться до финиша. Пилот вынужден был покинуть маршрут этапа и добираться до бивуака по асфальту, что гарантировало штраф.

Приехав в Россию за победой, Алес Лопрвайс успел столкнуться за



Команда «КАМАЗ-мастер» может гордиться молодыми талантами. Эдуард Николаев составил достойную конкуренцию именитым соперникам и занял почетное 4-е место в общем зачете.

эту неделю с многочисленными ударами судьбы, так что практически полностью потерял надежду на призовое место. Показав лучшее время на этапе, пилот доказал, что его амбиции небеспочвенны, а его присутствие на подиуме вполне заслуженно. Жерар де Рой, которому также иногда не хватало везения, смог, тем не менее, продемонстрировать достоинства своего нового грузовика Iveco и заодно занять второе место. Команда «КАМАЗ-мастер» выполнила свою задачу, несмотря

на досадную поломку грузовика Владимира Чагина, ведь Фирдаус Кабиров лидировал в грузовом зачете гонки с более чем часовым преимуществом над ближайшим соперником.

34 автомобиля и 16 грузовиков прибыли 13 сентября в Ашхабад на финиш первого в истории ралли «Шелковый путь». Карлос Сайнц в категории «автомобили», Фирдаус Кабиров в категории «грузовики» заняли первые строчки в итоговой классификации. Целую неделю лидеры гонки сражались за победу, им пришлось пройти через многие испытания — это был настоящий ралли-рейд.

Воскресным утром Президент Туркменистана Гурбангулы Бердымухамедов, Президент России Дмитрий Медведев и Президент Казахстана Нурсултан Назарбаев встретились в Туркменбаши на берегу Каспийского моря для того, чтобы отпраздновать рождение нового спортивного события и поздравить экипажи, которые войдут в историю как первопроходцы «Шелкового пути». ●



ПОЛЕЗНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

www.mintrans.ru	Официальный сайт Министерства транспорта Российской Федерации
www.seanews.ru	Морские новости
www.lardi-trans.com	Транспортно-информационный сервер
www.cargo.lt	Литовский информационный сервер, посвященный автоперевозкам
www.cargo.ru	Информационная сеть в области перевозок
www.1520mm.com	Железнодорожный портал украинской фирмы «Юникон», железнодорожные новости
www.seaport.spb.ru	Новости транспортного мира
www.pro-mps.ru	Профессионально о Министерстве путей сообщения (ОАО «РЖД»)
www.rls.ru	Русская логистическая служба
www.madi.ru/logistics	Координационный совет по логистике
www.loginfo.ru	«Логинфо» — журнал информационных технологий в логистике
www.linkrusfareast.net	Россия, СНГ, Балтия. Морские и смешанные перевозки, справочники, ссылки
dcfto.narod.ru	Дорожный центр фирменного транспортного обслуживания Северной железной дороги
www.uts-agency.com	Транспортно-информационное агентство «Единая транспортная система»
www.vagontrace.ru	Система слежения за вагонами
www.transrussia.net	Морские перевозки России: порты России, документация, фрахт и тарифы на обработку грузов в портах, справочники транспортных компаний, портов мира. Статистика грузопотоков в портах России, СНГ, Балтии
www.calculate.ru	Расчет стоимости упаковки из картона, гофрокартона, микрогофрокартона, кашированного картона. Система on-line-заказов
www.zol.ru	Зерновая биржа
www.product.ru	Продуктовый портал
www.emetex.ru	Информационная система трубной промышленности
www.nge.ru	Нефтяной портал
www.asmap.ru	Ассоциация международных автомобильных перевозчиков (ASMAP)
www.rs-head.spb.ru	Российский морской регистр судоходства
www.loglink.ru	Современная интегрированная логистика и составляющие ее звенья
www.logiconf.ru	Специализированные отраслевые логистические конференции
www.abinfo.ru	Информационный портал AutoBusinessinfo
www.colliers.ru	Colliers International — услуги в области коммерческой недвижимости
www.vch.ru	Информационно-консалтинговая система «Виртуальная таможня»

УВАЖАЕМЫЕ ЧИТАТЕЛИ!

Издательский дом «Наутилус» предлагает вам подписаться на журнал «B2B Логистика» в 2009/10 году.

Стоимость полугодовой подписки — 1600 рублей.

- 009/2009 Ноябрь
- 001/2010 Январь–Февраль
- 002/2010 Март
- 03/2010 Апрель

СПОСОБЫ ОФОРМЛЕНИЯ:

→ СПОСОБ 1:

Заполните форму (не забудьте почтовый индекс), вырежьте ее и оплатите в банке. Попросите операциониста банка внести в назначение платежа адрес полностью (с индексом), ФИО и телефон.

→ СПОСОБ 2:

Пришлите на наш адрес ab@id-nautilus.ru письмо с указанием почтового адреса доставки (не забудьте почтовый индекс), ФИО, телефона (для решения вопросов по исполнению подписки) и даты рождения — нам будет приятно поздравить вас с праздником.

В ответ мы вышлем на ваш электронный адрес заполненную форму для оплаты через Сбербанк и счет для оплаты в других банках.

→ СПОСОБ 3:

Зайдите на наш сайт www.log-b2b.ru и оформите подписку там.

Предложения по подписке действуют только на территории Российской Федерации.

Банки могут взять с вас плату за свои услуги.

Наша служба подписки готова ответить на все ваши вопросы.

E-mail: ab@id-nautilus.ru

Телефон подписки для юридических лиц: +7 (495) 727-42-80 (доб. 1332)



ООО «Издательский дом «Наutilus»»

Адрес: 109029, Москва, Автомобильный проезд, д. 4, кор. 1, тел.: 727-42-80

Образец заполнения платежного поручения

ИНН 7722620581	КПП 772201001		
Получатель ООО «Издательский дом «Наutilus»»		Сч. №	40702810000000001628
Банк получателя ОАО БАНК «РОСТ» г. Москва		БИК	044552940
		Сч. №	30101810600000000940

СЧЕТ № от 1 октября 2009 г.

Платательщик:

Грузополучатель:

№	Наименование товара	Единица измерения	Кол-во	Цена	Сумма
1	Оплата за подписку на 4 номера журнала «B2B Логистика»	шт.	1	1454,54	1454,54

Итого: 1454,54
Итого НДС: 145,46
Всего к оплате: 1600,00

Всего наименований 1, на сумму 1600,00

Одна тысяча шестьсот рублей 00 копеек

Заместитель Генерального директора _____ (Федоров И. И.)



Федоров

ФИНАНСОВАЯ ЛИЗИНГОВАЯ КОМПАНИЯ В СОСТАВЕ ХОЛДИНГА
ООО "ТЕЛЛУС-ЛИЗИНГ"



**КОМПАНИЯ ПРЕДЛАГАЕТ УСЛУГИ
ПО МЕЖДУНАРОДНОМУ ЛИЗИНГУ**

Сделки от 40 000 у.е.
До 5 000 000 у.е.
Удорожание от 12%
Срок лизинга - от 2 до 3 лет
Аванс от 25%

**ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
КОМПАНИИ**

- Автотранспортные услуги
- Погрузочно-разгрузочная техника
- Дорожно-промышленное оборудование
- Торгово-промышленное оборудование
 - Оргтехника
- Полиграфическое оборудование
 - Объекты недвижимости

НАШ АДРЕС: 109029, Москва, Автомобильный проезд, д. 4 Тел.: (495) 981-84-47

- Прямые московские телефонные номера
- Высокоскоростной доступ в интернет
- Построение корпоративных сетей
- Монтаж и комплектация СКС

2-KOM.ru
сети технологии интернет

Группа 2КОМ предоставляет полный комплекс современных IT-решений для дома и офиса, от проектирования и монтажа до сдачи системы заказчику.

Группа 2КОМ занимает лидирующие позиции на рынке IT-услуг с 1992 г.

Мы ценим каждого нашего клиента, и такая политика приносит ощутимый результат - нас рекомендуют друзьям и коллегам.

(495) **727-42-40**
www.2KOM.ru