



КОМПЛЕКСНЫЕ ЛОГИСТИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ. ТАМОЖЕННЫЙ ПРЕДСТАВИТЕЛЬ.

# ЛОГИСТИКА НА ЛАДОНИ

ОТРАСЛИ:

Что нужно знать при импорте обуви?

17

E-COMMERCE.  
ЧТО, ГДЕ, СКОЛЬКО?

8

СКЛАДСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ:  
ОПЫТ ЛИДЕРА ОТРАСЛИ  
JUNGHEINRICH. ИНТЕРВЬЮ

28

Нужно быстро доставить груз из Китая?

24

РЕИМПОРТ.  
Сложное делаем простым

26



МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ



## СОДЕРЖАНИЕ

слово руководителя

1 ЛОГИСТИКА ТРЕБУЕТ ПЕРЕМЕН

актуальная тема

2 ГАРАНТИИ И НАДЕЖНОСТЬ. WCA

4 ДЕТИ В ПРИОРИТЕТЕ

6 РЫНОК ПОТРЕБЛЕНИЯ – АЗИЯ

8 РЫНОК ИНТЕРНЕТ ТОРГОВЛИ

17 ОПТИМАЛЬНЫЙ ШАГ  
(ЭКСПЕРТ ОБУВНОГО РЫНКА)

20 КОФЕ-БЕЙК

22 ВЫСТАВКА «РОСПЛАСТ 2015»

23 СОБСТВЕННЫЙ АВТОТРАНСПОРТ

ЭКСКЛЮЗИВ

24 НУЖНО БЫСТРО ДОСТАВИТЬ  
ГРУЗ ИЗ КИТАЯ?

26 ВНИМАНИЕ! КОНКУРСНЫЙ ОТБОР  
РЕИМПОРТ.

эксперты вэд

28 JUNGHEINRICH. ИНТЕРВЬЮ

32 «ВЫ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫ...  
МЫ ЧЕРТОВСКИ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫ!»

корпоративный отдых

34 ЗАКОН СОХРАНЕНИЯ ЭНЕРГИИ  
ТАЛАНТЫ ОПТИМАЛЬНОЙ ЛОГИСТИКИ

36 ЖИЗНЬ ОПТИМАЛЬНЫХ ЛОГИСТОВ

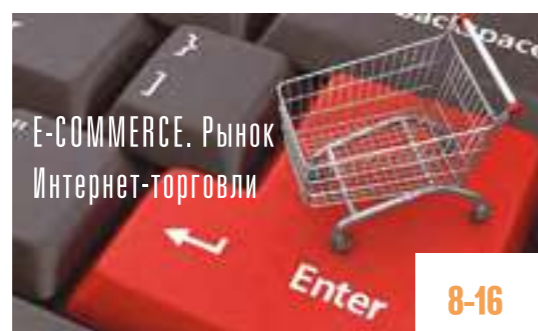


24-25



28-31

**JUNGHEINRICH**  
Machines. Ideas. Solutions.



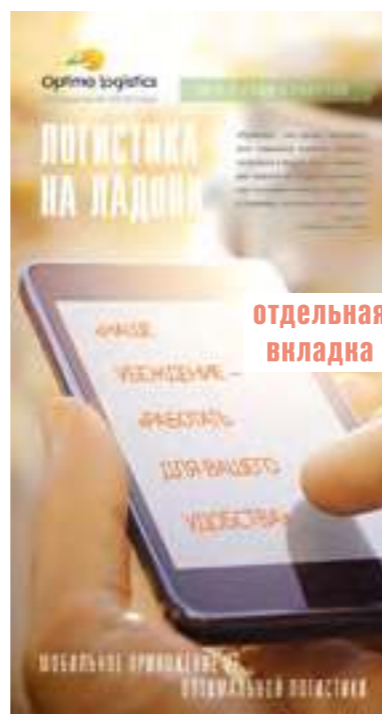
8-16



26-27



17



1 слово руководителя

# ЛОГИСТИКА требует перемен



Не так давно я прочел интервью с Олегом Дерипаска. Отвечая на вопросы о кризисе, Дерипаска сказал, что Россия уже никогда не будет прежней и необходимо нам поменять свое отношение к происходящим событиям. Вы знаете, я с ним полностью согласен.

Основной ошибкой предпринимательского сообщества сегодня, как мне кажется, является надежда на возвращение в докризисные времена. Кто-то считает, что это произойдет через два года, кто-то дает оценки в три и более лет, а кто-то надеется, что через год.

Однако, я считаю, что возврата в докризисные времена уже не будет никогда. 2014 год поломал линию новейшей истории России. Это как в фильме «Назад в будущее», где главный герой, возвращаясь в прошлое, изменяет цепь событий, тем самым навсегда меняя будущее. Так и мы изменились, перешли в другую систему координат с большим количеством неизвестных, которые предстоит открывать. И вот тут самое главное не вздыхать по прошлым временам, когда трава была зеленее, а по-другому посмотреть на происходящее.

Я периодически захожу на тематические форумы, и кроме как о сложностях и практически отсутствия перспектив развития логистики, никто не пишет. Да, дела в экономике обстоят не лучшим образом, да, импорт просел на 38,7% (5 месяцев 2015 г) а внутренний товаропоток уменьшился практически на 30% и это, безусловно, негативно отражается на отрасли. Но задача менеджмента находить для своих компаний новые пути если уж не развития, то выживания и потенциал для будущего роста. А рост будет, и не только за счет каких-то объективных факторов, а за счет грамотного менеджмента, технологичности решений в отраслях, создания уникальных конкурентных преимуществ.

И логистическая отрасль не исключение, и также подвержена изменяющейся конъюнктуре рынка. Логистика требует перемен, если хотите. Мало

уже гарантировать сроки доставки, сохранность грузов в пути, неизменность согласованной стоимости услуг и прочие типовые условия работы. Мое глубокое убеждение, что сегодня клиентам логистической отрасли наряду с качеством услуг требуется удобство в их получении. Я имею в виду, что взаимодействие «клиент-поставщик» логистических услуг должно выходить на совершенной иной уровень, с большой долей автоматизации взаимных процессов.

Примером изменения в отрасли может служить банк Тинькофф, который сломал привычное представление о получении банковских услуг. Не имея офисов, услуги банка можно получить легче и быстрее, чем в ряде крупнейших банков страны с разветвленной сетью филиалов и представительств. Тинькофф в принципе является примером эффективнейшего менеджмента и высочайшей технологичности: один только новый мессенджер от Тинькофф с возможностью отправки денег чего стоит!

Так и в логистике назрела необходимость иного подхода к построению бизнеса, к взаимоотношениям с клиентами, к предоставлению сервиса. У логистических операторов должны быть легко измеримые и понятные клиентом критерии конкурентности услуг наряду с оценкой надежности компании. Условно, клиент в два клика должен понять, что за компания перед ним, сколько стоят её услуги и как их получить. Фразы типа «перезвоните менеджеру и он вам все посчитает» должны уходить в прошлое, потому что сегодня это транзакционные издержки, которые обременяют временными затратами как Клиента, так и оператора.

В своих действиях мы стараемся руководствоваться новыми тенденциями, новыми технологиями, новым взглядом на логистику. Я очень надеюсь, что в нашем Издании каждый Клиент сможет открыть для себя много нового, сможет сориентироваться по дальнейшему развитию своего бизнеса, увидит необходимые перспективы взаимного сотрудничества.

Георгий Властопуло,  
Генеральный директор  
ООО «Оптимальная логистика»

# ГАРАНТИИ И НАДЕЖНОСТЬ

## на международном рынке логистики



*«Оптимальная логистика» подтвердила статус действующего члена всемирного грузового альянса (WORLD CARGO ALLIANCE)*

Второй год подряд наша компания входит в состав Грузового Альянса, который имеет важнейшую роль в отрасли международных перевозок. Партнерство в Альянсе, это возможность предлагать Клиенту максимально надежный сервис в международном сообщении. Для «Оптимальной логистики» это и возможность проявить себя как высокопрофессионального партнера в рамках реализации брокерских услуг на территории Российской Федерации.

Наша компания ставит перед собой цели развития партнерских отношений с WCA и развитие бренда «Оптимальная логистика» в мировом логистическом сообществе.

Мы стремимся активно участвовать в жизни Альянса, и сегодня партнерство приносит свои дивиденды.

Нам удалось построить доверительные и профессиональные отношения с рядом партнёров в мировом сообществе, которые готовы нас рекомендовать.

Благодаря взаимодействию с Грузовым Альянсом, «Оптимальная логистика» может рассчитывать на профессиональный консалтинг деятельности на международном рынке логистики.

Сложно отрицать тот факт, что международный логистический сервис, крайне подвержен рискам, поэтому любой способ минимизировать непредвиденные ситуации повышает качество обслуживания наших Клиентов.



# Дети в приоритете



*Как мы уже говорили, пул клиентов «Оптимальной логистики» крайне разнообразен, поэтому общаясь с потенциальными заказчиками, мы смело заявляем, что можем перевезти всё: «от конфет до ракет». Товары для детей - одно из интересных и актуальных направлений в нашей деятельности.*

## Немного статистики

Сегодня в России проживают более 24 млн. детей – это более 15% населения страны. Самой значительной возрастной группой среди них является группа детей в возрасте до 4 лет – около 9 млн. человек. Дети 5–9 лет составляют около 8 млн., 10–13 лет – более 5 млн., а подростки в возрасте 14–15 лет – более 2 млн. человек.

По отношению к 2000 году численность новорожденных в стране увеличилась на 50%. При этом пик рождаемости пришелся на 2014 г.: родились 1,947 млн. детей, что стало абсолютным рекордом в истории России с начала 2000-х. По разным экспертным оценкам, в России первое место в структуре продаж детских товаров – около 35% – занимает одежда. Второе место – около 24% – игры и игрушки. Более 20% рынка принадлежит товарам для новорожденных. На обувь приходится 9–10%. Больше других в 2014 г. вырос сегмент товаров для новорожденных – на 13% за год.

В России 1200 компаний, которые занимаются продажей исключительно детских товаров. В отрасли занято 300 тыс. человек. Объем рынка в год составляет в среднем 700 млрд. рублей, из которых отечественные товары занимают всего 1/5. В среднем прирост составляет более 10% в год (в 2012/13 – 16%, прогноз на 2015 – рост на 17%).

Текущие экономические сложности и ожидаемое постепенное ухудшение демографической ситуации, конечно, значительно притормозят дальнейший рост, но в среднесрочной перспективе этот сегмент останется одним из наиболее стабильных и выгодных.

Что говорить, в рамках сокращения потребительского спроса, дети так или иначе остаются в приоритете: одежду, обувь, игрушки покупали и будут покупать. Безусловно, будет уход в нижние сегменты по ценовым диапазонам.



## Компания «Таминка»

Среди наших Клиентов есть компании, которые импортируют детские товары. Например, компания «Таминка». Пример крайне интересен тем, что продукция производится и реализуется под собственным брендом. В основном, это пока товары для детского творчества (пластилин, краски и т.д.). Безусловно, создание Торговой Марки с нуля сложнее, нежели реализация уже существующих брендов.

Импортировать и продавать продукт, о котором никто не знает – непросто, но при грамотном менеджменте – «это то самое чистое поле, на котором можно вырастить великолепный урожай».

Одним из преимуществ таких товаров, по словам специалиста компании ТМ «Таминка» Юлии Замальдиновой, является абсолютно безграничные возможности. Что, практически,

исключено при дистрибуции продукции известных западных брендов. Как правило, во втором варианте, существует большой перечень ограничений, которые заложены в дистрибутивных договорах (это и коммерческие и территориальные соглашения, четко регламентирующие условия на использование и продажу товара на территории РФ).

«Сегодня для нас важно производить и продавать товар, который бы одновременно нравился детям и соответствовал запросам и требованиям взрослой аудитории», – продолжает Юлия Замальдинова.

Мы стремились при разработке новой торговой марки учесть все посылы заказчика и потребителя, поэтому для имиджа мы предложили образ ребенка, а для цветовой гаммы выбрали насыщенные и радужные краски.

Создавая «Таминку», мы думали о том, чтобы ребенку нравился не только сам процесс общения с нашим продуктом – т.е. игра, но и внешний вид товара был привлекательным. Крайне важно развивать в детях творческие навыки, прививать желание создавать и мечтать.

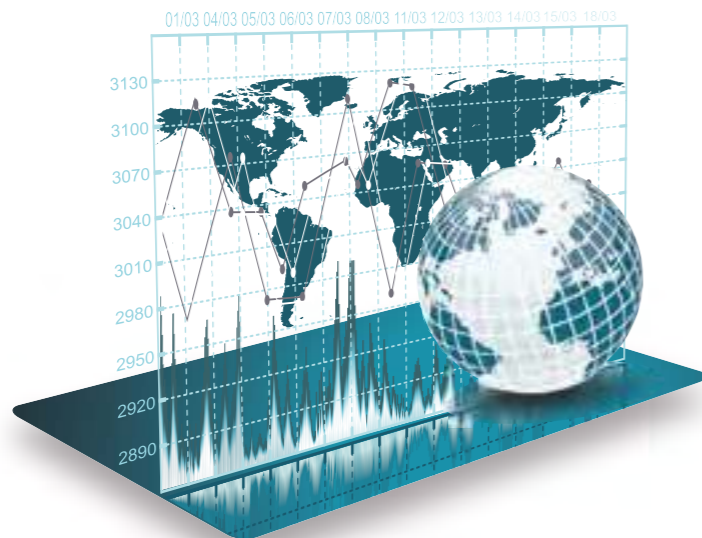
Наша «Таминка» приглашает детей и взрослых к созиданию, игре, творчеству.

Мы очень надеемся, что наш продукт объединит родителей и детей, и поможет создать свои неповторимые персональные творческие произведения!

*В материале использованы комментарии Специалиста компании ООО «Таминка» Юлии Замальдиновой.  
Редакция «Оптимальная логистика»*

# РЫНОК ПОТРЕБЛЕНИЯ – АЗИЯ

## СВЯЗЬ ВРЕМЁН



*Значительную часть в нашей деятельности занимает логистика импортных товаров из стран Азии. Мы совершенствуем пути и маршруты, стремимся экономить время и деньги при импортных поставках. Учимся лучше понимать и говорить в прямом и переносном смысле на языке наших азиатских партнеров.*

*Сегодняшняя тенденция – стремительное движение в направлении Азии – неразрывно связана с экономическим ростом и перераспределением полномочий, вызванных динамикой развития глобального рынка. Надо признать, что подобное азиатское превосходство в истории уже наблюдалось, и этот этап не станет дебютом для Азии в качестве ведущего региона на экономической арене.*

### Из истории

Так, если вернуться к 1700 году и посмотреть на цифры, мы увидим, что на том историческом этапе Индия отмечала 25% мирового ВВП, Китай – 20%, Япония – менее 5%, тройка крупнейших европейских стран

(Великобритания, Германия и Франция) фиксировала ВВП на уровне 10%, а США имели остаточную долю. В 1950-м США достигли своего экономического максимума с долей в мировом ВВП чуть выше 25%, тогда как Китай демонстрировал свой абсолютный минимум (чуть ниже 5%). Снижалась доля в мировом

ВВП и у Индии. В 2000 году Китай и Индия начинают демонстрировать рост, тогда как влияние европейского блока продолжает снижаться.

### Очевидное

Наметившаяся в начале нынешнего века тенденция продолжится и в последующие десятилетия. Развивающиеся рынки и развивающиеся страны демонстрируют наиболее динамичный рост ВВП.

Прогнозы на ближайшие несколько лет указывают на сохранение данной тенденции. К 2019 году страны с развитой экономикой будут формировать 40% мирового ВВП. На рынке происходит перераспределение сил. Если раньше рост потребитель-

ские расходы, в основном, был связан с США, Японией и европейскими странами, а производственные мощности рынка были сосредоточены на территории Азии, то на фоне экономической рецессии США и ЕС, страны третьего мира начинают демонстрировать рост потребления. Импорт ведущих стран падает, тогда как Китай и

другие азиатские страны, переходят от текущей модели экономического роста основанной на экспорте, на развитие внутреннего рынка.

В результате, значительная доля глобального роста потребительских расходов будет приходиться на развивающиеся рынки, что будет иметь последствия для компаний и брендов по всему миру.

Восемь крупных развивающихся стран (Бразилия, Россия, Индия, Китай, Индонезия, Мексика, Турция и Вьетнам) – это 49,4% населения мира.

Пока ВВП их не слишком высок в общемировом исчислении, но они демонстрируют наиболее динамичный демографический и экономический рост, что



дает возможность прогнозировать будущий рост ВВП на душу населения.

### Прогнозы

Несмотря на экономическую нестабильность, страны-лидеры прогнозируют сокращение на 50% в период между 2010 и 2030 числа людей, живущих в условиях

крайней нищеты. В первую очередь, речь идет о странах Восточной Азии, особенно Китае, где более половины населения живет за чертой бедности (60,2%), по данным на 1990 год. По данным статистики ООН, этот показатель резко снизился за последние девять лет до 35,6%. Другие развивающиеся страны в ближайшее время будут демонстрировать подобную же положительную динамику. Экономический рост и увеличение доходов приведут к формированию среднего класса.

### Рынок потребления

По данным исследования, представленного компанией Ernst & Young, в 2009 году к среднему классу можно было причислить 1,8 млрд. человек. К 2030 году это число, как ожидается, вырастет почти в три раза и достигнет 4,8 млрд. человек, что составляет примерно 3 млрд. новых потребителей.

Вместе с численностью среднего класса будет расти и покупательная способность, что приведет к дополнительному потреблению и увеличению сбережений.

Рост среднего класса будет происходить за счет сокращения числа бедных людей. По прогнозам аналитиков, к 2030 году большая часть населения мира будет относиться именно к среднему классу.

### В заключении

Средний класс – хороший сегмент для продаж, понятный, имеющий оптимистический прогноз на будущее.

Умение анализировать, видеть связи, изучать историю и самое главное крайне много работать – все это присуще среднему классу. Классический тренд, который крайне актуален сегодня по всем известным нам причинам, будет актуален во всех временах и эпохах.

# Рынок Интернет-торговли В РОССИИ В 2014 ГОДУ



Мы писали об опыте в сегменте электронной коммерции E-COMMERCE. Данный рынок крайне интересен и привлекателен, тренд его развития в нашей стране и за её пределами – огромен. Ниже мы публикуем уникальное исследование Аналитического подразделения компании InSales.ru.

В Исследовании приняло участие более 20 000 интернет-магазинов. Данные основаны на результатах собственных оценок компании InSales.

Суммарный оборот интернет-магазинов в России за 2014 год составил 612 млрд рублей. В прошлом году суммарный оборот интернет-магазинов оценивался в 470 млрд рублей. Таким образом рост оборота составил 31%.

По данным InSales.ru, в 2014 году в России работало около 43 тысячи розничных интернет-магазинов, в которых совершаются заказы. По сравнению с 2013 годом существенно увеличилось число закрывающихся интернет-магазинов. Этот показатель получен на основе анализа открытых источников по количеству магазинов, выгруженных на товарные площадки Рунета, а также на основании анализа количества клиентов компании InSales.

## I. ОБЩАЯ ОЦЕНКА РЫНКА

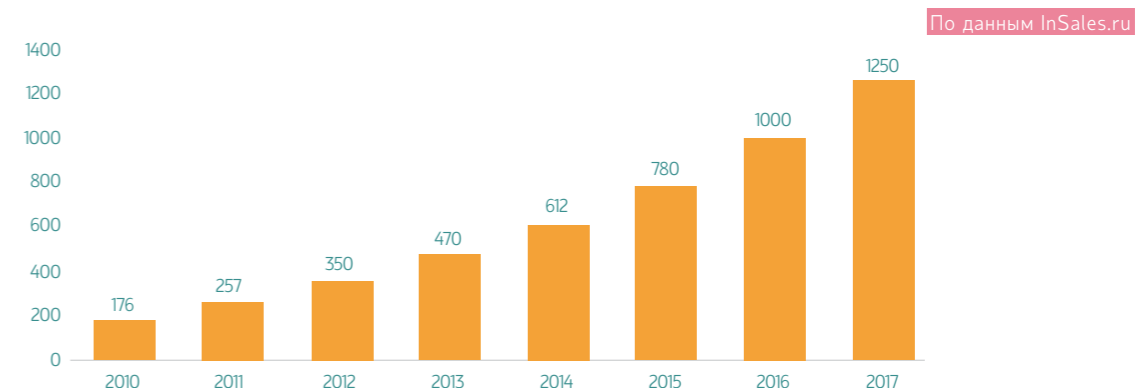
Общий объем рынка интернет торговли в 2014 году составил 612 млрд рублей, рост по отношению к прошлому году составил 31%. Рост рынка замедлился относительно прошлых лет. Инфляционный рост в конце 2014 года заметно повлиял на общий рост

объема рынка, компенсировав снижение темпов роста общего числа заказов.

В ближайшие годы мы ожидаем продолжение роста. Хотя по сравнению с предыдущими годами (до 2014 года) рост в последующие года будет в заметной части

(от четверти до половины) обусловлен инфляционным ростом цен. Наш прогноз из предыдущего отчета о том, что в 2016 году объем рынка интернет-торговли достигнет 1 трлн. рублей, по-прежнему остаётся актуальным.

## Объем рынка и прогноз на ближайшие 3 года, в млрд.руб



В рамках настоящего исследования проводился анализ заказов, совершаемых онлайн на сайте и по телефону с территории Российской Федерации в интернет-магазинах. Учитывались продажи только

материальных (физических) товаров, цифровые товары, билеты на транспорт и мероприятия, купоны на скидки не включены в исследование. В оценке рынка учтены заказы, совершаемые как в российских

интернет-магазинах, так и в зарубежных интернет-магазинах.

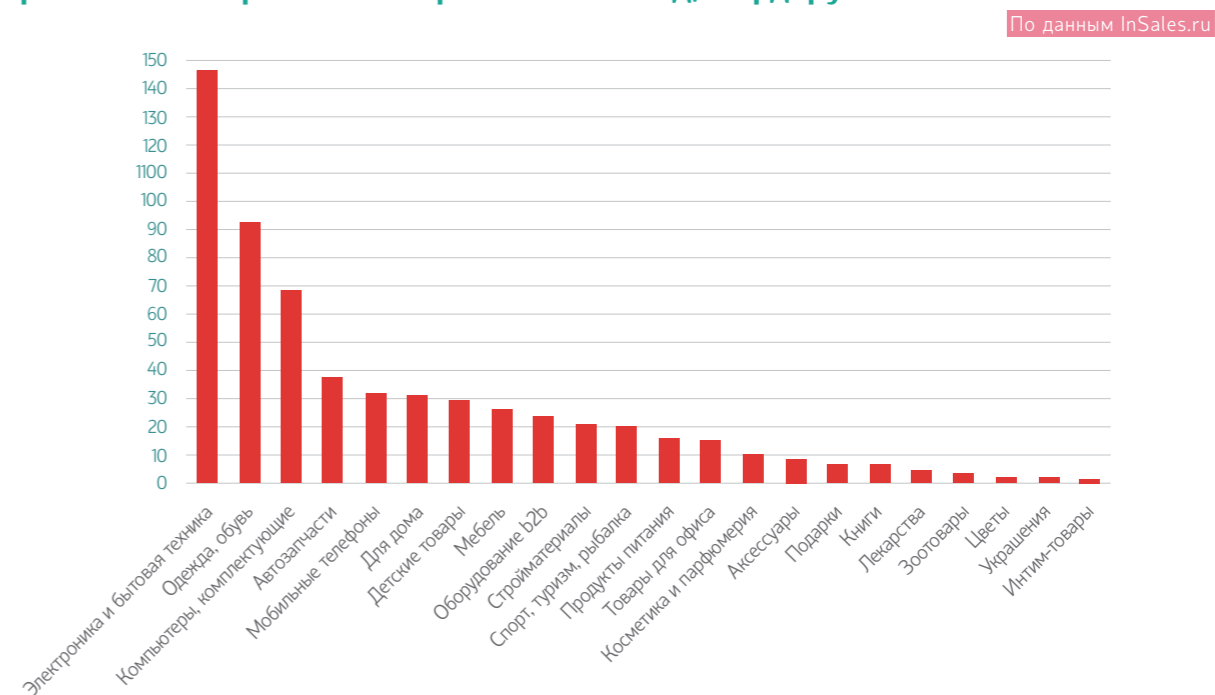
Для магазинов, представленных как в онлайн, так и в оффлайне, в анализ включались только интернет-заказы.

### В ТОП-5 КАТЕГОРИЙ В 2014 ГОДУ ПО ОБОРОТУ ВОШЛИ СЛЕДУЮЩИЕ СЕГМЕНТЫ:

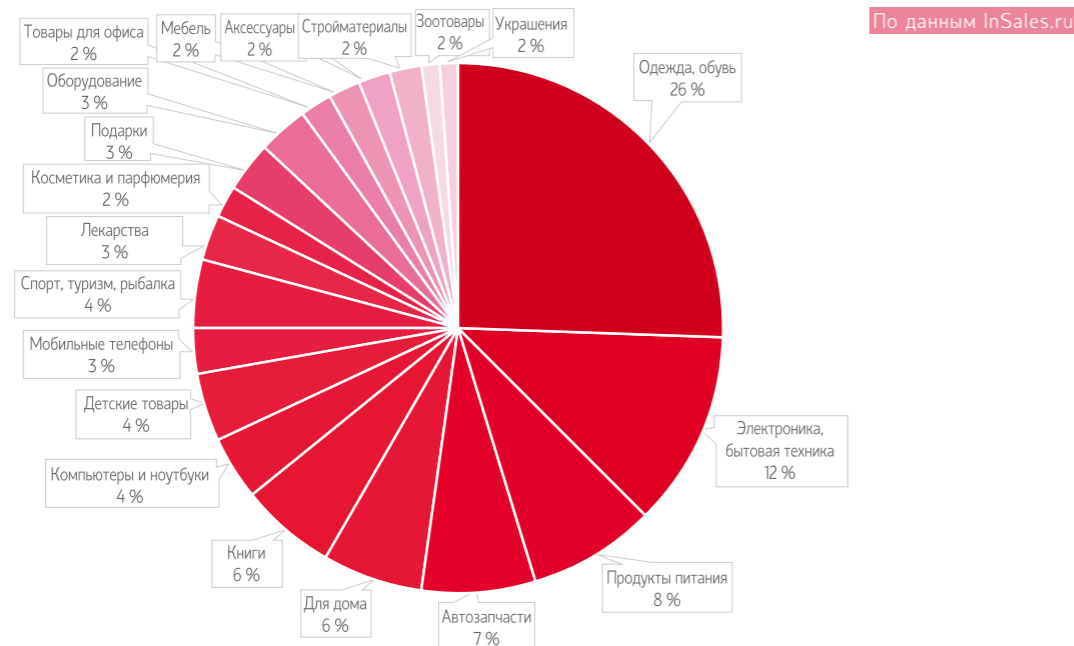
- Электроника и бытовая техника (147 млрд рублей)
- Одежда, обувь (93 млрд рублей)
- Компьютеры, ноутбуки, комплектующие (68 млрд рублей)
- Автозапчасти (38 млрд рублей)
- Мобильные телефоны (32 млрд рублей)

Топ категорий по сравнению с 2013 годом практически не претерпел изменений.

### Объем рынка по товарным категориям за 2014 год, млрд. руб.:



### Среднесуточное число заказов в товарных категориях в 2014 году, в %:

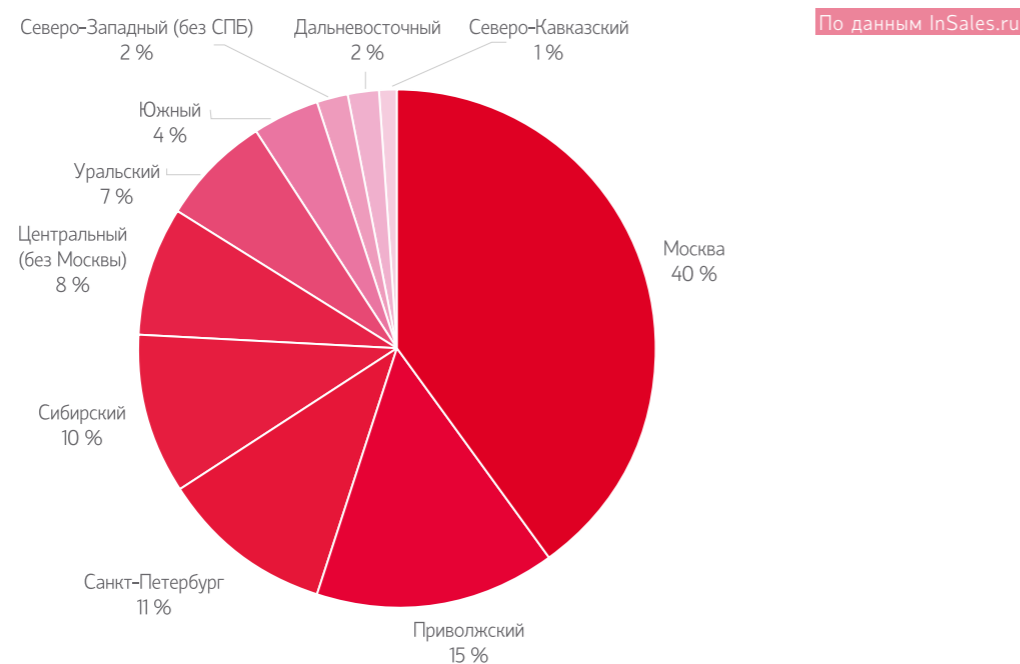


#### ДИНАМИКА ИЗМЕНЕНИЯ СРЕДНЕСУТОЧНОГО ЧИСЛА ЗАКАЗОВ В РАЗНЫХ КАТЕГОРИЯХ

Наиболее быстрорастущими по числу заказов категориями в 2014 году стали категории Одежды и обуви (за счет существенного роста числа дешевых заказов в зарубежных магазинах), в Стройматериалах, Оборудовании и в Спортивных товарах.

## II. РЕГИОНАЛЬНОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ РЫНКА

### Покупательская активность по федеральным округам и столицам, в %:



Наибольший рост доли в общероссийском рынке показал город федерального значения Санкт-Петербург, нарастивший долю с 9% до 11,5%. Также рост выше среднерыночного показали Северо-Кавказский и Южный федеральные округа. Наиболее слабый рост показали Уральский и Приволжский федеральные округа.

Доля Москвы в общероссийском объеме рынка оказалась удивительно стабильной и сохранилась на уровне 40%, также как и в прошлом году. Объем рынка, занимаемый 10-ю крупнейшими по доле рынка городами, составляет 71%. В 2013 году данный показатель составлял 70%.

### Топ-20 городов по покупательской активности

По данным InSales.ru

Ранг	Город	Изменение (%)	Доля покупок
1	Москва		40,1 %
2	Санкт-Петербург		11,5 %
3	Екатеринбург		4,6 %
4	Новосибирск		3,1 %
5	Краснодар	+5	2,3 %
6	Самара		2,0 %
7	Нижний Новгород		2,0 %
8	Челябинск	-3	2,0 %
9	Ростов-на-Дону	+2	1,8 %
10	Уфа	-2	1,6 %
11	Казань	+1	1,6 %
12	Пермь	-3	1,5 %
13	Воронеж		1,3 %
14	Саратов	+3	1,1 %
15	Красноярск	+5	1,0 %
16	Ижевск	-2	1,0 %
17	Тюмень	-2	0,9 %
18	Омск	+1	0,9 %
19	Кемерово	-3	0,9 %
20	Ярославль	-2	0,9 %

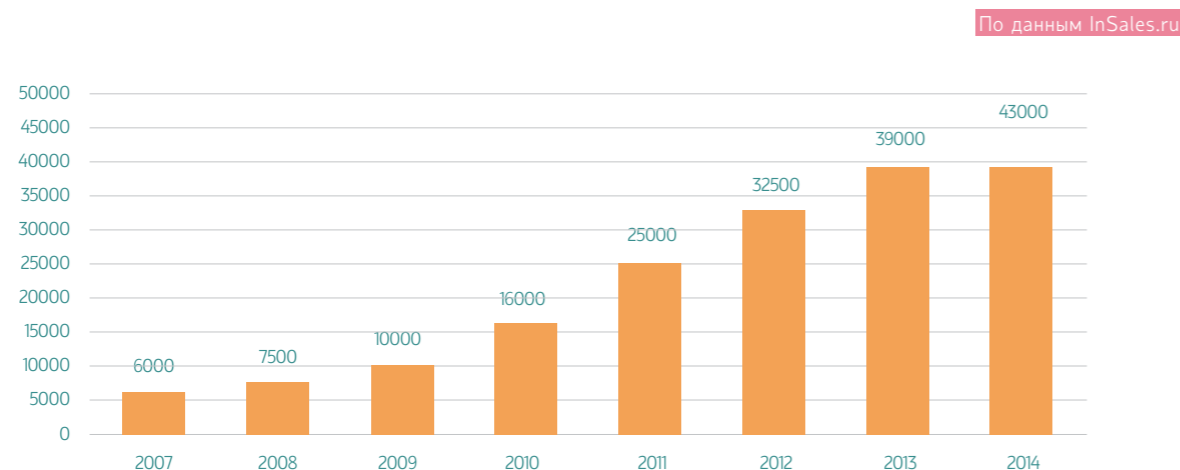
Топ-20 городов по покупательской активности не изменился по составу, однако, отдельные города меняли свою позицию в рейтинге. Наиболее заметное изменение доли, как уже было отмечено выше, в 2014 году произошло у Санкт-Петербурга (с 9% до 11,5%), у Екатеринбурга (с 5,8% до

4,6%) и Челябинска (с 2,5% до 2%). Важно отметить, что уменьшение доли Уральского федерального округа связано не с уменьшением числа заказов и оборота, а лишь с очень низкими темпами роста, ввиду зрелости рынка и малого прироста новой покупательской аудитории.

### III. КОЛИЧЕСТВО ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ В РУНЕТЕ

В Рунете на данный момент присутствует порядка 100 тысяч сайтов, на которых есть раздел «Корзина». Однако реально работающих интернет-магазинов (в магазине совершаются заказы) в 2014 году было около 43 тысяч.

#### Число интернет-магазинов в Рунете в 2007–2014 годах:



По количеству заказов магазины можно разделить на 4 группы:

- Крупные (более 1000 заказов в сутки)
- Средние (более 50 заказов в сутки)
- Малые (более 10 заказов в сутки)
- Микро (менее 10 заказов в сутки)

По данным InSales.ru

	Число магазинов	Средний годовой оборот магазина	Общий оборот
Большие	50	4 000 000 000	200 000 000 000
Средние	950	200 000 000	190 000 000 000
Малые	6500	20 000 000	130 000 000 000
Микро	35400	2 600 000	92 040 000 000

По сравнению с 2013 годом можно отметить увеличение числа больших магазинов в связи с ростом магазинов и переходом в более высокий раздел классификации.

Также увеличился и средний годовой оборот больших магазинов. Среди микро-магазинов можно

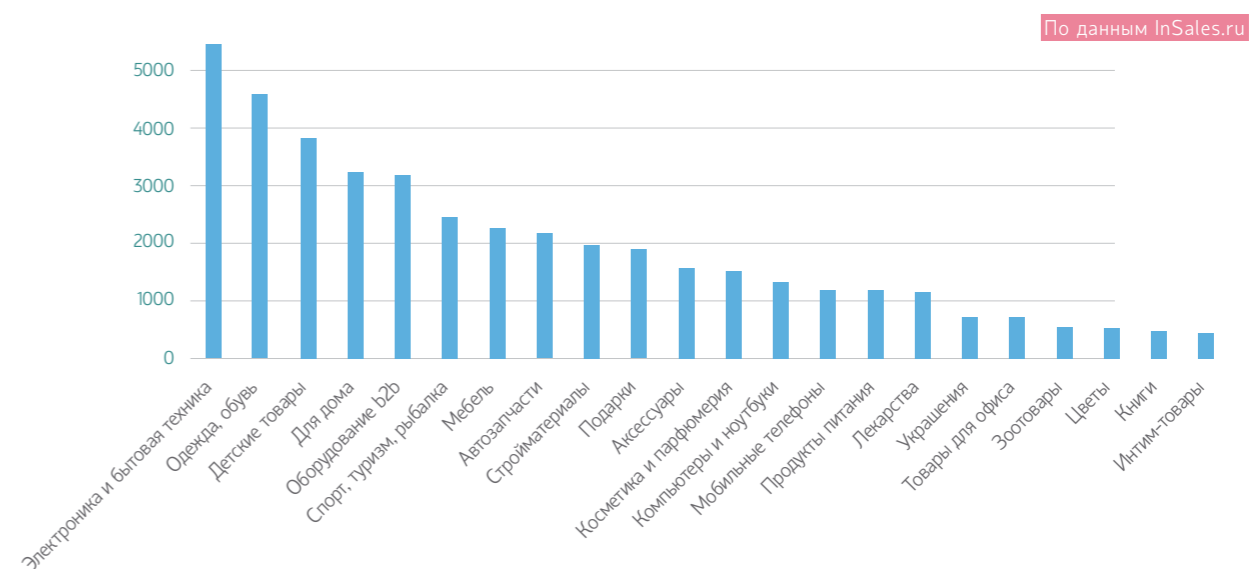
отметить тенденцию к расслоению: около трети микро-магазинов практически не получали заказы, однако средний годовой оборот микро-магазинов вырос по сравнению с 2013 годом за счет роста среднего чека и числа заказов в магазинах с 5–10 заказами в сутки.

### Изменение числа магазинов по товарным категориям

Наибольший прирост числа магазинов в 2014 году произошел в категориях Товары для дома, Стройматериалы, Оборудование и Подарки. В данных категориях число магазинов увеличилось на 15–25% по сравнению с 2013 годом. Это связано с увеличением спроса в данных категориях (можно отметить, что данные категории являются и лидерами по росту оборота в 2014 году).

Уменьшение числа магазинов (превышение числа закрытых над вновь открывшимися) в 2014 году отмечалось в категориях: Электроника и бытовая техника, Цветы, Компьютеры и ноутбуки. Большое число магазинов закрылось в категории Детские товары, однако оно практически было скомпенсировано открытием такого же числа новых.

#### Число магазинов по товарным категориям



### IV. ОЦЕНКА ИЗМЕНЕНИЙ ОБОРОТА РЫНКА

#### Рост в % в топ-категориях по обороту (по отношению к 2013 году):

- Электроника и бытовая техника – рост 37%
- Одежда, обувь – рост 21%
- Компьютеры, ноутбуки, комплектующие – рост 22%
- Автозапчасти – рост 44%
- Мобильные телефоны – рост 24%

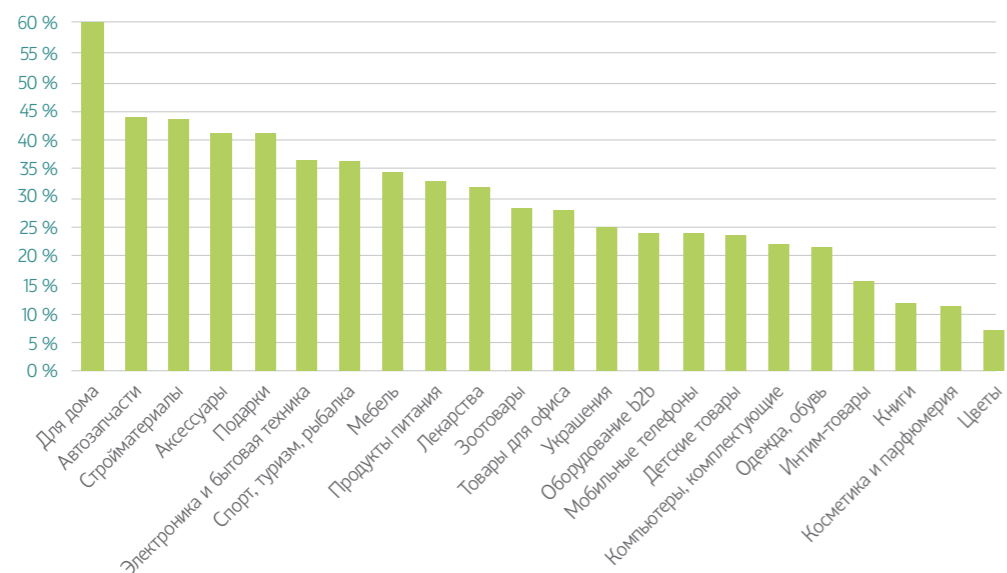
По сравнению с предыдущим годом в топовых категориях можно отметить существенное замедление роста Одежды и обуви, а также Мобильных телефонов.

Лидерами роста в 2014 году стали категории То-

варов для дома, Стройматериалов, Автозапчастей, Аксессуаров и Подарков. Наименьший рост показали категории Цветов, Косметики и парфюмерии, а также Книги (хотя по сравнению с 2013 годом в категории Книг наметилось оживление).

## Динамика объема рынка по товарным категориям (2014 год к 2013 году):

По данным InSales.ru

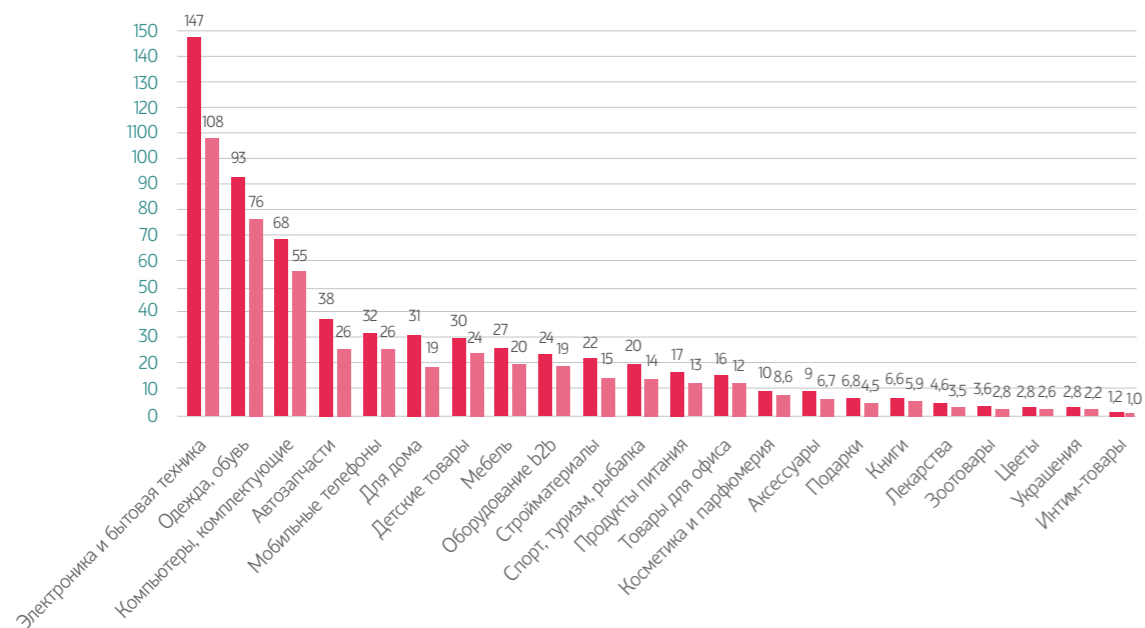


### ТОП-5 САМЫХ БЫСТРОРАСТУЩИХ СЕГМЕНТОВ:

- Для дома – рост 60%
- Автозапчасти – рост 44%
- Стройматериалы – рост 44%
- Аксессуары – рост 41%
- Подарки – рост 41%

## Оборот 2014 и 2013 года в сравнении по товарным категориям, млрд. руб.:

По данным InSales.ru



## Оборот 2014 и 2013 года в сравнении по товарным категориям:

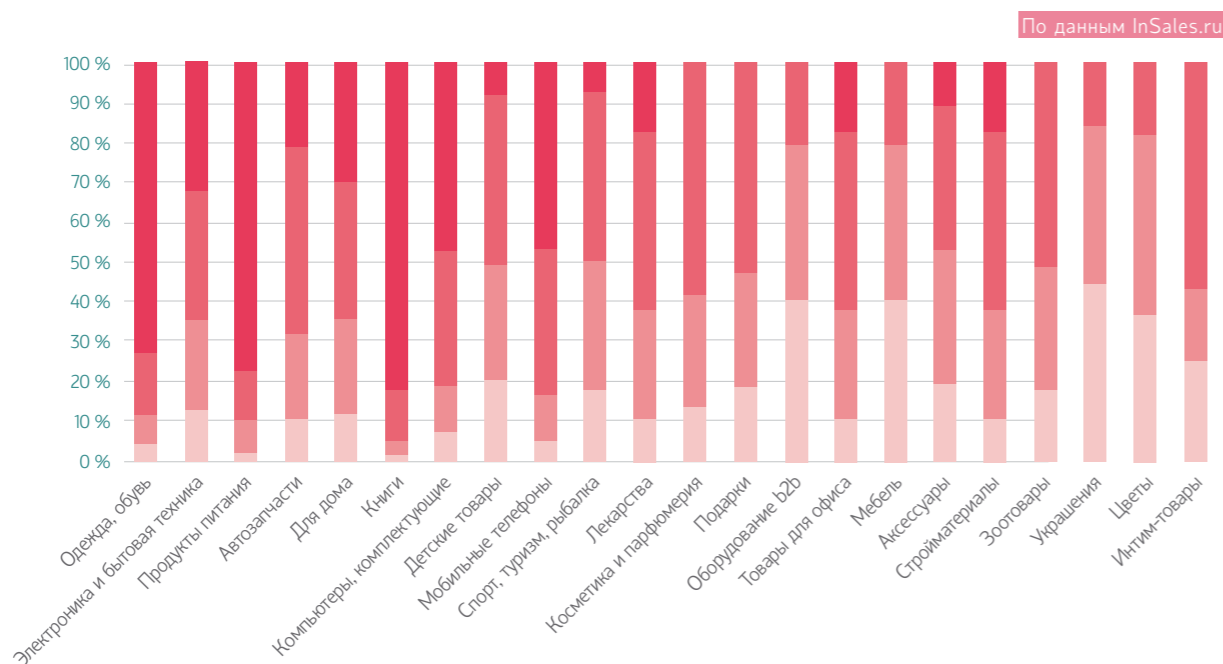
По данным InSales.ru

Категория	2014, млрд. руб.	2013, млрд. руб.	Рост
Электроника и бытовая техника	147	108	37 %
Одежда, обувь	93	76	21 %
Компьютеры, комплектующие	58	56	22 %
Автозапчасти	38	26	44 %
Мобильные телефоны	32	26	24 %
Для дома	31	19	60 %
Детские товары	30	24	24 %
Мебель	27	20	35 %
Оборудование b2b	24	19	24 %
Стройматериалы	22	15	44 %
Спорт, туризм, рыбалка	20	14	36 %
Продукты питания	17	13	33 %
Товары для офиса	16	12	28 %
Косметика и парфюмерия	10	8,6	11 %
Аксессуары	9	6,7	41 %
Подарки	6,8	4,8	41 %
Книги	6,6	5,9	12 %
Лекарства	4,6	3,5	32 %
Зоотовары	3,6	2,8	28 %
Цветы	2,8	2,6	7 %
Украшения	2,8	2,2	25 %
Интим-товары	1,2	1,0	16 %

## III. КОЛИЧЕСТВО ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ В РУНЕТЕ

По количеству заказов магазины можно разделить на 4 группы:

- Крупные (более 1000 заказов в сутки)
- Средние (более 50 заказов в сутки)
- Малые (более 10 заказов в сутки)
- Микро (менее 10 заказов в сутки)

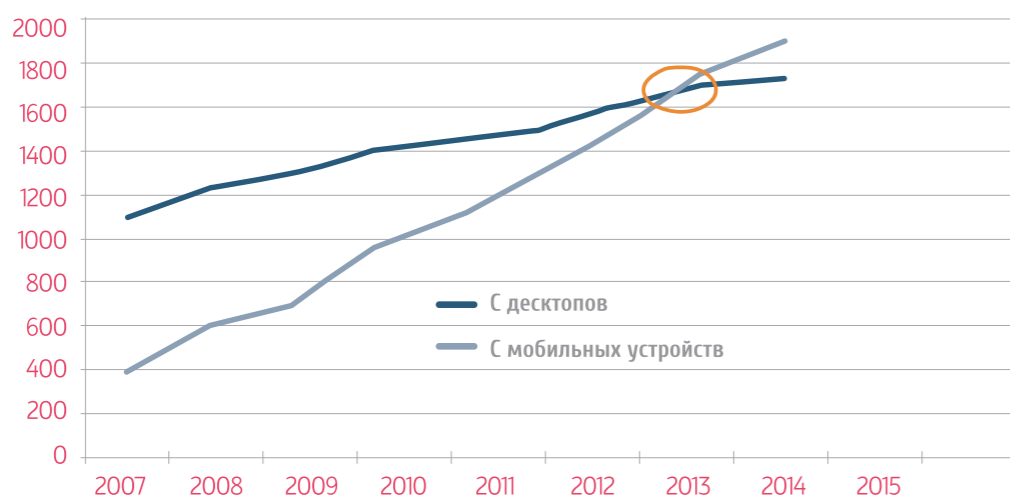


Общей тенденцией 2014 года можно отметить уход с рынка слабых мелких игроков. Те предприниматели, которые не были уверены в своих силах, для кого интернет-магазин не был основным бизнесом, кто был завязан на санкционные товары и чьи магазины были слишком чувствительны к изменению курса национальной валюты. На фоне роста объема рынка и прихода новых игроков общая картина выглядит так: крупные

игроки укрупняются и становятся мультикатегорийными (хотя и среди крупных магазинов есть в с рынка проекты), средние магазины стараются укрупняться и ожесточенней конкурировать, мелкие магазины борются за выживание и рост, а также приходят новые игроки, преимущественно из офлайн ритейла и поставщиков.

Источник и автор исследования:  
Аналитический бюллетень InSales 2015 на slideshare  
© InSales.ru

АКТИВНАЯ АБОНЕНТСКАЯ БАЗА МОБИЛЬНОЙ ПЕРЕДАЧИ ДАННЫХ, МИР, МЛН ЧЕЛОВЕК, 2007-2015 ГГ.



Источник: comScore, 2014 г.

# Оптимальный Шаг

Оптимальная логистика  
– Эксперт обувного рынка



В мае 2015 года, компания «Оптимальная логистика» провела ряд маркетинговых мероприятий с известным обувным экспертом – журналом «Shoes report». Издание работает в сегменте B2B, специализация Shoes report формулируется в разрезе – «как вести обувной бизнес в России». Аудитория журнала – профессионалы обувного бизнеса. Актуальность оптимизации в логистической цепи не ограничивается только обувной сферой, но как в любой товарной номенклатуре, есть нюансы, которые требуют внимания и погружения при импортных поставках.

## При оформлении обуви следует учитывать следующие особенности:

1) Вся обувь делится по принадлежности к торговым маркам «Люкс» – наиболее известные бренды, «Комфорт» – заявленные торговые марки, «Непоименованные» – торговые марки которые не присутствуют в первых двух категориях. Для каждой категории существуют разные уровни таможенных рисков. Индекс таможенной стоимости для системы управления рисков формируется «за пару», но Таможенные органы контролируют и стоимость «за кг». Отдельные торговые марки попадают в Реестр Объектов Интеллектуальной Собственности, на данный товар требуется получить разрешение правообладателя данной торговой марки на территории РФ (если получатель не включён в список официальных поставщиков торговой марки)

2) Код ТН ВЭД – важно правильно определить верный код, чтобы проверить те же самые риски и определиться с таможенными платежами. Для этого требуется получить подробное описание товара (особенно для специальной, защитной и спортивной обуви) в разрезе:

- Наименование обуви (сапоги, ботинки, туфли т.д.);
- Материал подошвы;
- Материал верха;
- Метод крепления подошвы и верха;
- Высота верха (закрывает лодыжку, колено и т.д.);
- Назначение (спортивная, рабочая и т.д.);
- Принадлежность (детская, мужская, женская);
- Наличие доп. обработки (союзки, ремешки, перфорация, металлич. подносок и т.д.);
- Длина стельки (в см);
- Высота каблука.

3) Отдельно отметим, дополнительные условия по детской обуви (длина стельки до 24 см) предоставляется преференция – 10% НДС (вместо 18% НДС).

**Постановление Правительства Российской Федерации от 31 декабря 2004 г. №908 «Об утверждении перечней кодов видов продовольственных товаров и**

**товаров для детей, облагаемых налогом на добавленную стоимость по налоговой ставке 10 процентов».**

4) Для проведения сертификации требуется подробное описание товаров, а для детской обуви и специальной обуви, которая является средствами индивидуальной защиты, ещё и предоставление образцов для проведения экспертизы в лабораториях:

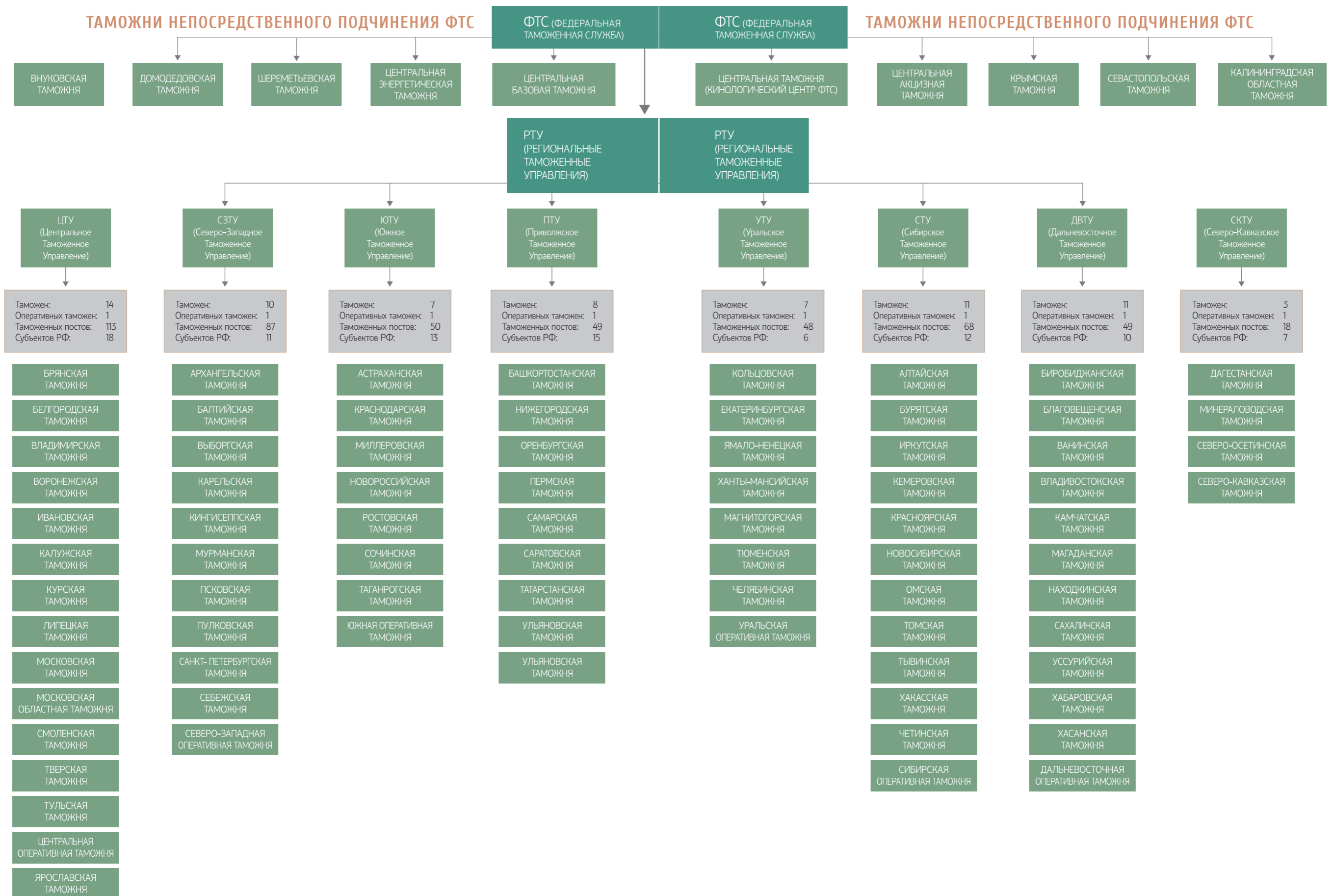
ТР ТС 017/2011 «О безопасности продукции легкой промышленности».

ТР ТС 019/2011 «О безопасности средств индивидуальной защиты».

ТС 007/2011 «О безопасности продукции, предназначенной для детей и подростков».

5) Досмотр – данный процесс в обувной сфере тоже носит индивидуальный характер. В отличие от ряда других товарных групп, досмотр может проводиться не только по каждому артикулу, но и по каждому размеру, цвету артикула. Подробно изучается все этикетки, состав материалов, маркировка коробок и т.д.

# СТРУКТУРА ФЕДЕРАЛЬНОЙ ТАМОЖЕННОЙ СЛУЖБЫ



# «Кофе-брейк»

с Оптимальной логистикой



## Знаете ли вы?

В 1975 году молодой швейцарский инженер Эрик Фавр (сотрудник компании Nestle) и его жена прогуливались по улицам Рима и набрали на небольшое кафе. Заказав по чашечке эспрессо и попробовав напиток, молодые люди обомлели: кофе, который им подали, был вкуснее и насыщеннее, чем во всех других итальянских заведениях, в которые они успели заглянуть.

Тщательно расспросив бариста, Фавр узнал главный секрет: он не сразу пропускал воду через перемолотые зерна, а несколько раз подвергал кофе воздействию горячего пара.

Вернувшись в Швейцарию, Фавр применил свои инженерные навыки и разработал полусферу, в основание которой встроил фильтр и мембрану. Так появилась кофейная капсула — изобретение, совершившее революцию в кофейной индустрии.

## Эпоха капсул

Капсулы придали новый виток популярности классическому эспрессо — одному из самых востребованных кофейных напитков. Эспрессо (в переводе с итальянского — «скорый», «срочный») заваривается менее чем за 25 секунд: под высоким давлением горячая вода проходит сквозь кофейные зерна мелкого помола. Получается концентрированный «шот» кофе с фирменной нежной шоколадно-коричневой пенкой, известной в Италии как crema. В кофемашинах эспрессо научились заваривать еще с 1938 года, но профессиональные машины стоили дорого, были громоздкими и не использовались в домашних условиях.

Эрик Фавр решил усовершенствовать эту технологию. «Воздух на 20% состоит из кислорода. Кислород окисляет эфирные масла и позволяет им выделяться быстрее. Эспрессо состоит из смеси воздуха, воды и кофейных масел. Это очень просто, но

никто не думал об этом раньше», — рассказывал Фавр в своем выступлении на конференции в честь открытия Всемирной организации интеллектуальной собственности в июне 2010 года в Женеве. «Я изобрел не капсулу, я изобрел технологию, а это гораздо существеннее», — уточнял он.

Разработка Фавра настолько понравилась его боссам, что в 1986 году Nestle Group зарегистрировала отдельную компанию, получившую название Nespresso S.A.



## День сегодняшний

Продажи кофе в капсулах растут быстрее, чем рынок кофе. По данным Euromonitor International, за последние пять лет реализация кофейных капсул в мире выросла втрое, до \$10,8 млрд, а весь рынок кофе прибавил за эти годы 35%.

Производителей капсул тоже становится все больше: по оценке The Wall Street Journal, в 2014 году в мире их было около 130, и, как минимум, 50 из них делали капсулы, подходящие к Nespresso.

## Импорт кофе в Россию

Для России кофе — традиционный продукт импорта. Основными странами — поставщиками кофе в Россию являются Вьетнам, Бразилия и Индия, которые в совокупности обеспечивают около 65% всего импорта.

По данным Федеральной таможенной службы РФ, импорт кофе в 2014 году вырос на 14% по сравнению с



аналогичным периодом прошлого года — до 97,7 тыс. тонн (345,2 млн долл.). Россия, с годами становится одним из крупнейших импортеров этого продукта.

## Особенности импорта Кофе

Кофе — это биржевой товар, и очень многое зависит от тенденций на мировом рынке;



Цены на кофе в России зависят от внешних цен на зеленое кофейное зерно;

Качество транспортировки: для многих видов кофе — важен температурный режим, нарушение которого может повлечь снижение качества вплоть до его полной потери.

Оптимальный опыт: мы не раз

В портфеле Оптимальной Логистики есть компании, которые импортируют кофе, чай. Логисты в случае работы с данной номенклатурой особенно уделяют внимание качеству и возможностям транспортного средства. Задачи, которые мы решаем для клиентов заключаются не только в оптимизации затрат на логистику, но и покрытии транспортных рисков: в случае с кофе, крайне важно осуществить перевозку на высшем уровне. И предоставить Клиенту и его конечным потребителям удовольствие от ароматного и бодрящего напитка!

Редакция  
«Оптимальная логистика»



# Выставка РОСПЛАСТ-2015

## ПЛАСТМАССЫ ОБОРУДОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ ИЗДЕЛИЯ

Выставка РОСПЛАСТ-2015, одно из наиболее заметных событий в сфере переработки пластмасс и производства изделий из пластмасс. Мероприятие проходило с 23 по 25 июня 2015 г. в выставочном комплексе «Крокус Экспо». Актуальность данной отрасли в современных реалиях объяснимо назначением материалов, представленных в рамках выставки. Полимеры, пластмассы, крайне востребованы в различных сферах промышленности. Основной целью выставки РОСПЛАСТ является демонстрация возможностей, место встречи профессионалов с целью обмена опытом и поиска новых оптимальных решений. В свою очередь, «Оптимальная логистика», как опытный представитель смежной отрасли, вышла к участникам мероприятия с оптимальными логистическими решениями, которые необходимы и востребованы участниками выставки. Внешнеэкономическая деятельность в большей или меньшей части – важная составляющая большинства отраслей. Профессионализм, опыт и инновационные решения были предложены всем участникам и гостям РОСПЛАСТА.

**Оптимальная логистика, как активный участник логистического рынка, действует по принципу Ближе к ВАМ!**



# Собственный автотранспорт НА ДОРОГАХ МОСКВЫ И ОБЛАСТИ



«Оптимальная логистика» стремится оказывать удобный и комфортный логистический сервис: предлагает Клиентам максимальное количество операционных возможностей в логистической цепи. Одно из свидетельств этому – открытие направления по грузоперевозкам на территории Москвы и области, приобретение собственных автотранспортных средств. Мы понимаем, что цепь поставки не ограничивается таможенным постом, на котором прошла процедура «Импорт 40», задачей Клиента является не только доставка до склада, но и дальнейшая реализация товара конечным получателям.

**Наши оптимальные грузоперевозки — для Ваших оптимальных грузов!**



Имея собственные транспортные средства, мы гарантируем удобство и комфорт, высокий уровень сервиса и качество перевозки. Наши машины соответствуют международному экологическому стандарту – «EURO 4». Уважаемые Клиенты! Ваши грузы доставят и обслужат штатные сотрудники компании «Оптимальная логистика». Вы работаете в нормативно-правом поле и с одним юридическим лицом, что позволяет вам минимизировать риски и оптимизировать логистическую цепь.

# Нужно Быстро Доставить Груз Из Китая ?



## ОПТИМАЛЬНАЯ ЛОГИСТИКА — НА ОПТИМАЛЬНОМ МАРШРУТЕ

В июне этого года, компания «Оптимальная логистика» запустила новый маршрут доставки по самому актуальному на сегодняшний день направлению.

Необходимость сокращать временные издержки при транспортировке грузов – тема, которая актуальна всегда, и сегодня есть решение, которое аккумулирует в себе оптимальные СРОКИ и СТОИМОСТЬ.

**Уникальность данного логистического маршрута – время доставки, которое ограничивается 14-ю днями транзитного пути при экспресс-доставке, и 23-мя днями при стандартной доставке.**

При этом стоимость – конкурентна морским перевозкам, которые в свою очередь растянуты во времени.



Скоростной поезд — это беспрецедентная возможность быстро и надежно доставить Ваш Груз из КИТАЯ.

## Ж/Д ИЗ КИТАЯ — ЭТО УНИКАЛЬНЫЙ ЛОГИСТИЧЕСКИЙ МАРШРУТ:

**МАКСИМАЛЬНО БЫСТРАЯ СКОРОСТЬ ДОСТАВКИ** – минимум остановок в пути

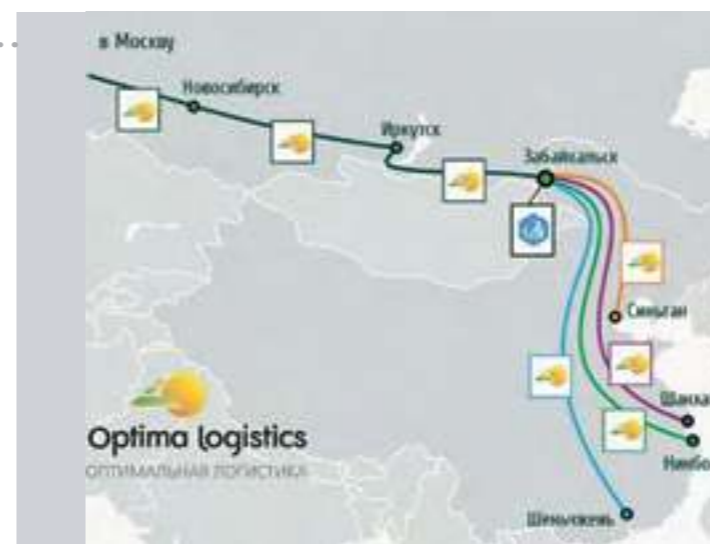
**СОКРАЩЕНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКИХ РИСКОВ** – вне зависимости от погодных явлений

**БЕЗ ОГРАНИЧЕНИЯ ПО ВИДАМ ТОВАРОВ** – перевозим любые группы товаров

**ПЛАНИРОВАНИЕ ОТПРАВКИ ГРУЗОВ** – доставка по расписанию

**СОХРАННОСТЬ ГРУЗА** – на всём протяжении маршрута

**МАРШРУТ СЛЕДОВАНИЯ: ЧЕРЕЗ ПОГРАНИЧНЫЙ ПЕРЕХОД МАНЬЧЖУРИЯ/ЗАБАЙКАЛЬСК**



По данному направлению компания предлагает к перевозкам Сборный и Генеральный логистический сервис:

**ГЕНЕРАЛЬНЫЕ ПАРТИИ ГРУЗОВ:**

FGGL 20` 40` контейнеры

**Маршрут:**  
**Shanghai / Ningbo - Yingkou -**  
**Забайкальск - ст.Кунцево 2**

**СБОРНЫЕ ПАРТИИ ГРУЗОВ ( от 1 кг. ) LCL**

**На регулярной основе: ОТПРАВКА - 1 РАЗ В 2 НЕДЕЛИ / ТАМОЖЕННОЕ ОФОРМЛЕНИЕ - 1 ДЕНЬ**

При этом стоимость транспортировки на этапе вывода нового направления на рынок, имеет статус уникального торгового предложения.

Маршрут:	Расчетный объем, м3	Цена за куб от
Shanghai/Ningbo-Yingkou-Забайкальск - ст. Кунцево 2 (КП)	0 - 5, 0	300 \$
Shanghai/Ningbo-Yingkou-Забайкальск - ст. Кунцево 2 (КП)	5, 1 - 10, 0	250 \$
Shanghai/Ningbo-Yingkou-Забайкальск - ст. Кунцево 2 (КП)	10, 1 - 20, 0	210 \$
Shanghai/Ningbo-Yingkou-Забайкальск - ст. Кунцево 2 (КП)	20, 0 - 30, 0	190 \$
Shanghai/Ningbo-Yingkou-Забайкальск - ст. Кунцево 2 (КП)	30, 1 - 40, 0	170 \$

«Оптимальная логистика» принимает заявки на доставку и таможенную очистку Ваших грузов в международном сообщении. Будем рады оптимизировать Ваш логистический маршрут!

# ВНИМАНИЕ! КОНКУРСНЫЙ ОТБОР. НАМ ДОВЕРЯЮТ ЛИДЕРЫ!

«Счастье не в пункте назначения, а в пути»



Первое полугодие 2015 года для «Оптимальной логистики» ознаменовалось рядом интересных проектов. Нашими заказчиками стали крупные российские и европейские компании, которые оказали нам высокий уровень доверия. Мы были приглашены к числу участников конкурсного отбора, выполнили условия тендера и вошли в число победителей.

Для того чтобы компанию высоко оценили как с профессиональной точки, так и по качеству оказываемого сервиса, нужно пройти длительный путь, который сопряжён с упорной интеллектуальной, эмоциональной, физической работой.

Эмоциональный рост, вложенные человеческие и финансовые ресурсы, ведут компанию к реальным достижениям и открывают новые возможности отрасли для Клиентов.

Правильная стратегия, отлаженные бизнес-процессы, детализация всех производственных алгоритмов от А до Я дают необходимый синергетический эффект, к которому стремится любая компания. О результате работы компании в Сегменте B2B, прежде всего говорит ее клиентский

портфель. Профессиональные возможности, финансовые гарантии, надежность, покрытие рисков, человеческая ответственность – все это должен в равной степени предлагать и ежедневно выполнять международный логистический оператор.

Оптимальная логистика – отвечает этим требованиям и стандартам.

Победы в конкурсных отборах на услуги таможенного представителя и международного оператора прямое тому доказательство.

Положительный результат конкурса, особенно приятен тем, что за ним стоит большая и интересная работа – работа с новыми клиентами и решением соответствующих логистических задач, требующее полной вовлеченности и

досконального изучения деталей проекта. Поэтому фраза «счастье не в пункте назначения, а в пути», близка нашим сотрудникам.

## РЕИМПОРТ: Сложное делаем простым

Участие и победа в тендере крупнейшей компании в сегменте E-COMMERCE (fashion-пространство) дает возможность работать с непростой процедурой РЕИМПОРТА. При этом важно отметить, что товарная номенклатура крайне широка, а количество дополнительных листов к декларации (ДТ) исчисляется сотнями (250 и более).



## Процедура РЕИМПОРТ

### Статья 292.

Реимпорт – таможенная процедура, при которой товары, ранее вывезенные с таможенной территории Таможенного Союза, ввозятся обратно на таможенную территорию Таможенного Союза в сроки, установленные статьей 293 настоящего Кодекса без уплаты ввозных таможенных пошлин, налогов и без применения мер нетарифного регулирования.

2. Товары, помещенные под таможенную процедуру реимпорта, приобретают статус товаров Таможенного Союза, за исключением товаров, указанных в подпункте 4) пункта 1 статьи 293 настоящего Кодекса, являющихся продуктами переработки товаров, вывезенных с таможенной территории Таможенного Союза в соответствии с пунктом 3 статьи 253 настоящего Кодекса.

Реимпорт – самостоятельный процесс, который завершает ряд других процедур.

Таможенный режим реимпорта может быть использован до истечения трехлетнего срока со дня вывоза товара с таможенной территории. Однако в некоторых случаях этот срок может быть продлён по специальному решению, например, для сложного технического оборудования.

### Необходимые документы:

- Сведения об обстоятельствах обратного ввоза товаров написанные в произвольной форме;
- Сведения о ремонте, если он проводился;
- Документы, подтверждающие дату перемещения товара через границу.

### К возврату в бюджет:

- Суммы внутренних субсидий и налогов, которые были не уплачены или были получены в качестве возмещения при вывозе с территории России;

- Суммы ввозимых таможенных пошлин, налогов и проценты по ним, если они были возмещены или не взымались.

### На практике:

Любая процедура при импортно-экспортных поставках одновременно сложна и проста. Важно, чтобы исполнитель был полностью погружен в процесс, имел положительный опыт коммуникаций с сотрудниками Федеральной Таможенной службы (ФТС), ежедневно работал на таможенных постах, обладал теоретическими и практическими знаниями действующего законодательства. Все это дает возможность решать задачи Клиента оперативно, грамотно, соблюдая его интересы в рамках изменчивого законодательного поля.

Использованы данные системы «Гарант»



# JUNGHEINRICH

Machines. Ideas. Solutions.



- Jungheinrich, это мировой бренд, история концерна имеет глубокие корни, при этом российская история развития Компании наверняка насыщена большим количеством рубежей – расскажите о ключевых вехах, которые сегодня позволяют сохранять лидирующие позиции в отрасли.

## - Краткая история развития концерна:

*Jungheinrich – один из мировых лидеров в области промышленных, складских и погрузочно-разгрузочных технологий. По объёму продаж складской техники Jungheinrich входит в тройку ведущих производителей подъемно-погрузочной техники в Европе. Jungheinrich обладает многолетним опытом в сфере производства подъемно-транспортной техники и услуг в сфере складской логистики. Ассортимент продукции включает все – от ручных гидравлических тележек до информационных систем управления складом.*



1899

20 октября 1899 год родился основатель концерна – Фридрих Юнгхейнрих

1953

7 августа 1953 год – в Гембурге основана фирма «H. Jungheinrich & Co.» – фабрика по производству погрузчиков  
Первый электрический четырехколесный погрузчик Ameise 55

1958

Первый погрузчик с двигателем внутреннего сгорания: дизельный погрузчик Ameise 65 DFG 15 G

1960

Первый колесный погрузчик «Ameise Junior» с рулевым управлением при помощи рукояти и стертными аккумуляторными батареями

1962

Первый автоматический, индуктивно управляемый штабелёр «Teletrak»

1976

Собран первый погрузчик с «трехосной системой без водителя»

1982

Представление первого в мире полноприводного трехколесного электрического погрузчика без опор

1987

Новое поколение штабелёров с выдвижной мачтой Retrak®

1989

Построен завод в Лунебурге (Luneburg) для производства специальной техники и техники, выпускаемой в больших объемах, для удовлетворения индивидуальных требований клиентов

1990

Новое поколение экологичных дизельных и газовых погрузчиков

1991

Выход на рынок стеллажной системы для хранения высокой плотности с использованием технологии Drive-In-System (DIS)

1993

Основание завода по производству двигателей JULI в чешском Moravany / Brunn (совместное предприятие с Linde)

1995

Мировая премьера: первый штабелёр с выдвижной мачтой Retrak® с центральной системой управления «Multi-Pilot»

1997

Начало серийного производства погрузчика EFG-VD 25/30 с применением технологии трехфазного переменного тока

1998

Выпущен первый штабелёр с выдвижной мачтой Retrak® ETV 14 со специальным креслом для операторов-инвалидов

1999

Внедрение на рынке новой модели ручной гидравлической тележки – с 1957 по 1999 год налажено в Аржантане (Argentan), Франция было произведено почти 2 500 000 ручных тележек

2000

Основание филиалов Jungheinrich в Сингапуре, Турции, Греции, США, Китае, Финляндии, Тайланде, Украине

2011

Открытие дочерних компаний в Индии, Бразилии, России, Латвии, Литве

2005

Поступок десятилетнего погрузчика Jungheinrich с использованием технологии переменного тока  
Презентация первого в мире погрузчика с вертикальной мачтой

2006

Основание центра по восстановлению б/у техники в Дрездене

2007

Клиентом было поставлено 50.000 электрических погрузчиков Jungheinrich

2011

Основание нового завода Jungheinrich в Шанхае, Китае  
Основание нового центра запчастей в Калтенкирхен, Германия  
Серийное производство первой в мире тележки с литий-ионным аккумулятором EJE 112i

2014

Бизнес-концерн по производству логистических систем выделен в отдельную компанию – Jungheinrich Logistiksysteme

## Наиболее важные даты истории компании в России:

- 1993 Начало деятельности Jungheinrich в Российской Федерации. Первые продажи, осуществляемые дилерами
- 2003 Открытие филиала в Санкт-Петербурге
- 2003 Jungheinrich открывает офис прямых продаж в Москве. Новая компания носит название ООО «ЮНГХАЙНРИХ подъемно-погрузочная техника»
- 2006 Открытие филиала в Екатеринбургe
- 2013 Открытие филиала в Новосибирске
- 2014 Открыт новый склад и ремонтные мастерские Jungheinrich в Московской области (на территории Терминал 1 офисно-складского комплекса в городе Чашниково)



**– Конкурентные преимущества – это множество факторов, на которых основывается компания, и как следствие сильный БРЕНД. НО, тем не менее, есть КИТЫ, те основные принципы для чего и зачем создается продукт. Вы можете выделить ваш фундамент?**

Слоган компании гласит: «Оборудование. Идеи. Решения». Такой подход отражает основные принципы работы концерна:

Jungheinrich производит не только высококачественную технику, но предлагает своим клиентам инновационные продукты и услуги, а также комплексные решения для оптимизации (максимизации эффективности) складского комплекса.

**– Кризис, к огромному сожалению актуальная тема..., Ваша компания ощущает на себе влияние сложных экономических и политических реалий? Расскажите пожалуйста, что**

**сейчас приоритетно для компании Jungheinrich, какова Ваша стратегия развития на 2015 год.**

Рынок в России, несомненно, претерпевает изменения. Компания Jungheinrich, в свою очередь, ищет новые пути максимально эффективно удовлетворить потребности клиентов, предлагая решения в соответствии с изменяющимися реалиями рынка.

В последнее время мы видим рост спроса на б/у оборудование. Компания

Jungheinrich обладает мощностями по восстановлению подъемно-погрузочной техники как в Германии (завод в городе Дрезден), так и в России. Немецкий концерн успешно перенес уникальную многоступенчатую технологию восстановления оборудования в российские мастерские. Таким образом,



б/у машины, прошедшие процесс восстановления в России, не уступают по качеству привезенным с завода в Дрездене.

Jungheinrich также находит возможности предоставить клиентам оптимальные условия сотрудничества, соответствующие новым запросам рынка. Так, Jungheinrich создал абсолютно новый для российского рынка продукт Jungheinrich ProFi (Professional Financing), позволяющий компаниям приобретать оборудование на условиях, максимально выгодных в сегодняшних реалиях.

**Комментирует специалист по развитию лизинга ООО «ЮНГХАЙНРИХ подъемно-погрузочная техника», Анна Сенчагова:**

«В первую очередь сделка по модели продукта Jungheinrich ProFi выгодна организации, которой необходимо получить в оборот дополнительные средства. Такую сделку можно сравнить с выдачей кредита под залог. При этом для компании Jungheinrich расходы по лизинговому договору, как правило, ниже, чем проценты по банковским кредитам, за счет этого компания может

предоставить клиенту весь пакет услуг под очень выгодные ставки».

Продукт Jungheinrich ProFi предполагает полное обслуживание клиента: Клиенту достаточно сообщить свои пожелания и задачи специалистам компании, и они предложат наиболее подходящую модель финансового взаимодействия, помогут подобрать парк техники и возьмут на себя оформление всей необходимой документации.

Для клиента такая модель взаимодействия, в том числе, оказывается и очень оперативной. Без участия сторонних финансовых институтов время на подготовку и проведение сделки сокращается в разы. При этом компания Jungheinrich полностью берет на себя решение вопросов по финансированию. Сервисное обслуживание и ведение клиента в течение всего срока контракта также входят в пакет услуг Jungheinrich ProFi.

Jungheinrich ProFi позволяет заключать сделки от 3000 евро. Сроки финансирования могут варьироваться от 2 до 5 лет, а первоначальный взнос вообще составляет 0%.

**– Основы кадровой политики – полное соблюдение трудового законодательства, ориентация на ценности компании, ее корпоративную культуру.**

Основные принципы кадровой политики компании соответствуют общему стратегическому видению концерна, в котором людям отводится ключевая роль:

**Мы обучаем, развиваем и повышаем квалификацию наших сотрудников.**

**Мы предоставляем возможности для карьерного и профессионального роста.**

**Мы продвигаем наш бренд, как надежного и ответственного работодателя.**

**Мы заботимся о безопасности наших сотрудников 24 часа в сутки.**

**Мы открыты для новых идей наших коллег и самые лучшие воплощаем в жизнь.**

Сотрудники могут обратиться к нам по любому вопросу и мнение каждого будет услышано.

Концерн Jungheinrich сотрудничает с различными ВУЗами по всему миру, в том числе и в России. Предоставляя технику для практических занятий, компания вносит свой вклад в формирование нового поколения высококлассных специалистов.

Компания Jungheinrich берет на себя социальную ответственность и оказывает поддержку организациям медицинской помощи, а также благотворительным и социальным учреждениям, в денежной форме и путем передачи автопогрузчиков. При этом принцип устойчивого развития всегда имеет приоритетное значение для компании Jungheinrich и поэтому является составной частью стратегии компании.

**JUNGHEINRICH**  
Machines. Ideas. Solutions.



# «Вы привлекательны...

*мы гертовски привлекательны...»*



Сфера внешнеэкономической деятельности всегда привлекала соискателей. Хотя логистика, как профессия в России обозначилась не так давно. Впервые специальность «Логист» в ВУЗе была введена в 2000 году в качестве эксперимента, а сегодня она уже представлена во многих учебных заведениях: спрос диктует предложение. Среди самых известных вузов – Государственный университет управления, ГУ-ВШЭ, Московский автомобильно-дорожный институт.

## КОМПАНИЯ «ОПТИМАЛЬНАЯ ЛОГИСТИКА» – ЭТО МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ОПЕРАТОР И ТАМОЖЕННЫЙ ПРЕДСТАВИТЕЛЬ.

**Наши цели и задачи – это способствовать развитию внешнеэкономической деятельности и ее участников в нашей стране, с поддержанием высочайших стандартов качества оказываемых услуг!**

Оптимальная логистика

сегодня – это: Центральный

офис в г.Москва;

Филиалы и операционные

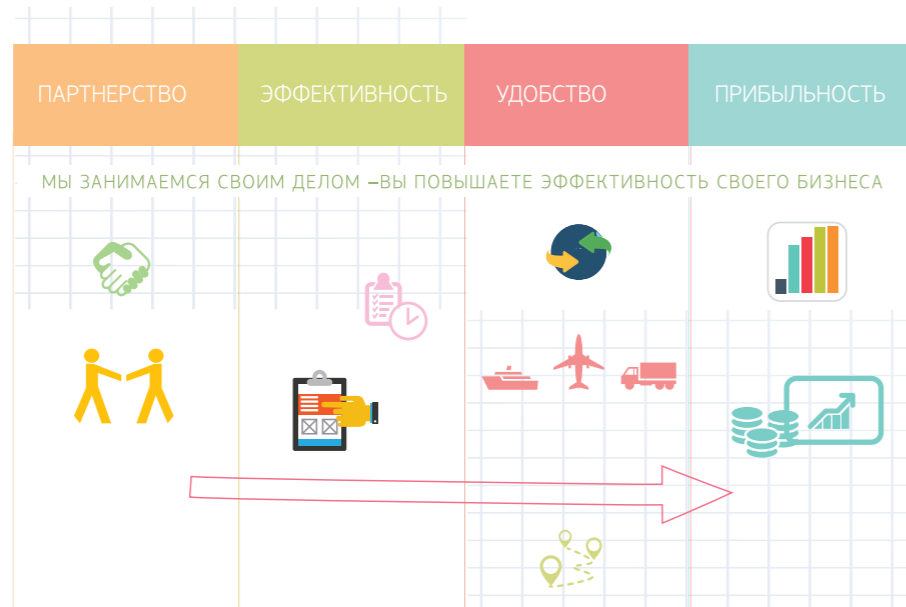
офисы в ключевых точках

России;

Транзитные и генеральные

склады

в Европе, США и ЮВА.



**Optima logistics**  
ОПТИМАЛЬНАЯ ЛОГИСТИКА

г. Москва, ул. Илимская, д. 5, корп. 2. / тел.: +7 (495) 249 24 24 / [www.optimalog.ru](http://www.optimalog.ru) / [optimalog@pf](mailto:optimalog@pf)

Также существует множество центров по подготовке логистов в негосударственных учебных заведениях. Безусловно, вопросы перевозок в необходимые сроки и сохранность были актуальны с начала цивилизаций.

Сейчас, несмотря на значительно упавший импорт, санкции и прочие обстоятельства, интерес к этой сфере продолжает расти. Чем же интересна ВЭД для наших соискателей? Прежде всего своей безграничностью. Это «живая» деятельность, изучать которую можно и нужно на протяжении всего профессионального пути.

К нам приходят, как и с опытом в ВЭД, так и молодые выпускники, получившие пока только теоретические знания, так и соискатели из прочих сфер.

Прежде чем стать специалистом «Оптимальной логистики», еще на этапе собеседований, кандидаты изучают об-

ширный материал, включающий в себя INKOTERMS – 2010, Конвенцию МДП, KDPG, Конвенцию ООН о договорах международной купли-продажи товаров.

Для чего это необходимо? Прежде всего для понимания сферы, того с чем надо будет работать. Для понимания объемов необходимых знаний, реальной готовности погружаться в ВЭД, становиться профессионалом. И далее уже, оценив свои желания и возможности, мы проводим финальное собеседование и принимаем решение. Нам важно чтобы будущему специалисту было комфортно, интересно с нами, а мы в свою очередь получили вовлеченного, интересующегося сотрудника. Погружение в бизнес-процессы компании происходит от первых лиц, Генерального и Производственного директоров. Конечно, есть и наставник из опытных сотрудников, помогающий разобраться во всех нюансах

такой сложной и интересной ВЭД. Для более быстрой адаптации в Компании, так же готовится к выпуску «Книга Новичка», освещающая все вопросы о том, как все устроено в «Оптимальной логистике».

Мы всегда открыты вовлеченным, интересующимся оптимистам, желающим стать профессионалами вместе с «Оптимальной логистикой»!

Галеева Рената HR-специалист  
«Оптимальная логистика»



# Закон сохранения энергии

или таланты оптимальной логистики

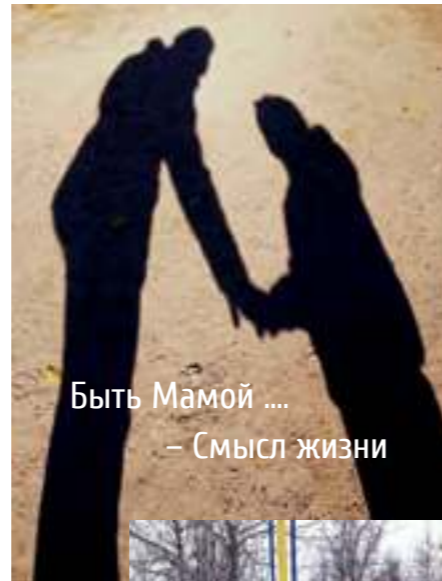


## «СТИХИ» ТОГДА, КОГДА КОМПАНИЯ ВДОХНОВЛЯЕТ НА ПОЭТИЧЕСКИЕ СТРОКИ...

*Поздравляем нашу фирму, ей успехов - на года!  
Оптимальные коллеги, в счастье, не подведут никогда.  
И клиентов привлекают, всех «аккул» собрали в ряд,  
И машины отправляют, без задержек всё всегда!  
Пожелаем мы все вместе - каждый день вперед идти,  
И достичь вершин успеха ей на жизненном пути!*

В прошлом номере мы впервые опубликовали страничку Оптимальных Талантов. Рассказывая об увлечениях и досуге наших сотрудников, мы, прежде всего, говорим о внутренней силе команды, о ее потенциале и ресурсах. Для компании, как и для отдельного человека, крайне важно сохранять, приумножать и расширять границы своих возможностей. У каждого человека, есть свой способ восполнения энергии. Музыка, спорт, чтение, прогулки под дождем, путешествия, игра с ребенком. Мы ищем и черпаем источники вдохновения, чтобы потом привнести творчество в наши ежедневные трудовые будни. Сегодня на страницах издания «Оптимальной логистики», мы делимся досугом оптимальных логистов. Вдохновляйтесь, и присоединяйтесь!

Редакция «Оптимальная логистика»



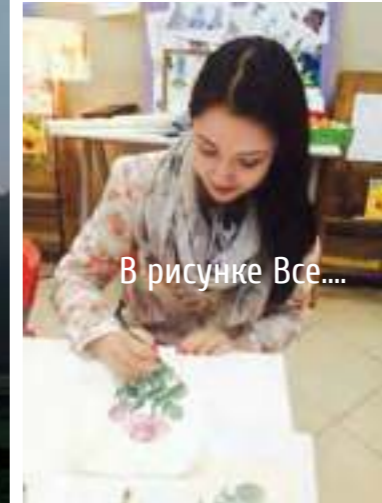
Быть Мамой ...  
- Смысл жизни



Наша гордость!



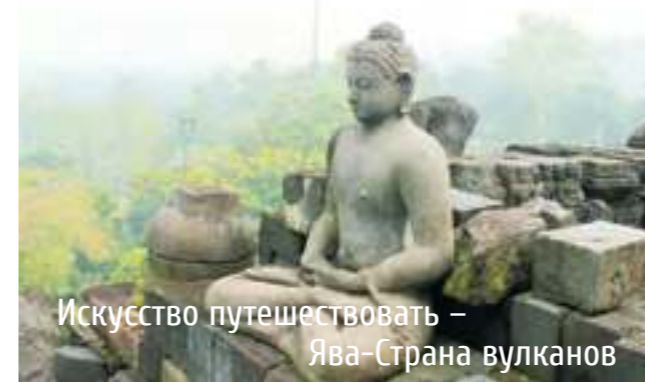
Цикл производства риса



В рисунке Все....



Музыка - умение слушать и слышать - бесценно!



Искусство путешествовать - Ява-Страна вулканов



Вкусно жить - повод для радости..



Рисовые поля



Храм - начало 1900 г.



Китайская каллиграфия - это не только средство общения, но и средство выражения внутреннего мира человека в эстетическом смысле



Рисовые поля местных жителей

# ЖИЗНЬ

## Оптимальных логистов



### Путеводитель по нерабочим дням компании

23 февраля, 8 марта, День Рождения Компании, мы дарим внимание, угощения людям, с которыми проживаем большую часть нашего времени. Мы стараемся разнообразить наши праздники. Например, мужчинам в их мужской день, пришлось «нелегко» .... Их подстерегали крайне сложные конкурсы и задания. Гвозди, молоток в офисе на так уж и часто встречаются в руках у логистов – было увлекательное и азартное зрелище, с которым Оптимальные мужчины справились на «Ура». Коварные конкурсы на предмет женских хитростей, а что еще сложнее содержания «дамской сумочки» – тоже не очень сильно затруднило наших мужчин. Женский коллектив компании постарался подарить эмоции, улыбки, и радость...



В свою очередь мужчины, переняв эстафету – в женский день, были крайне внимательны и со всей душой и теплотой встретили в предпраздничный день каждую – одарив цветами, сладостями, а главное своим Вниманием, что в свете рабочих будней особенно ценно. Спасибо мужчинам Компании – за вечер, проведенный в уютном ресторане, в честь прекрасного пола, за множество красивых слов во имя женщин ...

Шестой год рождения – не юбилей, но тем не менее важная дата в жизни. Повод оглянуться назад, оценить сегодняшний день, подвести итоги и рассказать о планах. Именно по этому сценарию и прошло торжество в честь Оптимальной логистики. Собрались все – не всегда это легко сделать, так как компания

представлена не только офисом в Москве. Сотрудники Смоленского офиса – преодолели расстояние в полном составе, за что Мы от лица всей компании их БЛАГОДАРИМ, присоединились к конференции, которые заняли традиционное и центральное значение на наших корпоративных мероприятиях.

Подняты бокалы в честь Оптимальной логистики, которая работает ДЛЯ И РАДИ КЛИЕНТА.

Задуты свечи на праздничном торте, загаданы желания. Мы сохраняем в памяти короткие минуты счастья!

Редакция  
«Оптимальная логистика»

Спасибо Всем кто был, есть и будет в Компании за участие и неравнодушие!



# Optima logistics

ОПТИМАЛЬНАЯ ЛОГИСТИКА

КОРПОРАТИВНОЕ ИЗДАНИЕ

ОПТИМАЛЬНАЯ ЛОГИСТИКА ДЛЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА

Чтобы Ваш бизнес эффективно работал



Ваши идеи воплощались в жизнь



Ваши планы становились реальностью



Грузы доставлялись в указанный срок



## СТАНЬТЕ КЛИЕНТОМ ЛУЧШЕГО ОПТИМАЛЬНОГО СЕРВИСА!



№ 0355/01

Свидетельство таможенного представителя



Марка качества  
Лауреат премии «Марка качества»



ISO 9001:2008

Система менеджмента качества



Член WCA  
Действительный член WCA Всемирного грузовой альянса



Член МТПП

Действительный член Московской торгово-промышленной палаты



20 000 000 руб.

Гражданская ответственность застрахована на

ЦЕНТРАЛЬНЫЙ  
ОФИС:

127576, Россия,

г. Москва,

ул. Илимская,

д. 5, корп. 2

+7 (495) 249 24 24

info@optimalog.ru

www.optimalog.ru

оптималог.рф

