

15 ЛЕТ ЛОГИСТИКЕ

Уважаемый читатель!



Нашему журналу — 15 лет. Пилотный номер вышел в декабре 1997 года. Журнал стал первым специализированным изданием в области логистики в России. Это был ответ на один из вызовов рыночной экономики.

Всю ответственность за выпуск нового издания взяло на себя издательство ООО «Тара и упаковка», которое к тому моменту уже 6 лет выпускало одноименный журнал. «Логистика» стала выходить как приложение к основному изданию. На презентации первого номера те немногие специалисты в области логистики, которые были в стране, подчеркивали несоответствие статуса журнала. «Все наоборот, — говорили они. — «Тара и упаковка» должна быть приложением к «Логистике»».

Со временем журнал доказал свою значимость, стал площадкой для дискуссий многих школ и направлений в области логистики. Он вышел на лидирующие позиции в сегменте СМИ, пишущих о логистике, выдержал все испытания кризисами, когда канули в Лету многие профильные издания. Этому способствовала взвешенная экономическая политика первого главного редактора,

Игоря Смиренного, опыт и знание предмета ответственного редактора **Генриха Шишкина**. Большой вклад в развитие журнала внесли сотрудники редакции **Ирина Ермолова, Ирина Гронская, Илья Зимонко, Евгения Кузнецова**. Опыт логистической журналистики оказался для некоторых бесценным. Так, например, **Виктор Сергеев, Николай Титюхин** и ваш покорный слуга участвовали в формировании контента первых номеров, а впоследствии стали главными редакторами различных логистических изданий.

В сентябре 2010 года у журнала сменился издатель и начался новый этап в его развитии. Стало ясно, что логистика как отрасль экономики развивается быстро, и ежеквартальный журнал уже не успевает быть на переднем крае информационного фронта, поэтому в 2011 году было принято решение печатать журнал ежемесячно.

Сегодня журнал работает в конкурентной среде. Редакция прилагает все усилия к тому, чтобы «Логистика» была первой не только по дате основания, но и по содержанию, популярности, количеству читателей.

Юбилей редакция встречает в рабочей обстановке. Мы отказались от размещения традиционных приветствий в наш адрес, а решили подготовить аналитическую подборку «15 лет логистике». Именно так, «логистика» с маленькой буквы. Что изменилось в нашей отрасли за этот период? С этим вопросом редакция обратилась к авторам, которые 15 лет назад создавали наш журнал.

С наступающим Новым годом!

МИХАИЛ ВАСИЛЬЕВ

Главный редактор журнала «Логистика»

Первый номер журнала открывался редакционной статьей главного редактора Игоря Смиренного. Сегодня его материал возглавляет подборку «15 лет логистике». Виктор Сергеев отметил дважды: заметкой «Уделить внимание логистическим терминам и их толкованиям» в рубрике «Каким быть новому журналу» и большой аналитической статьей «Проблемы развития логистики в России». Рубрику «Основы логистики» открывала программная статья Леонида Миротина «Концепции логистики в бизнесе». Также в первом номере была напечатана статья нынешнего главного редактора



Михаила Васильева «Во что обходится потерянная оборотная тара».

В разделе «Кадры и образование» большой интерес у читателей вызвала статья «Кто вы, менеджер по логистике?» Ырысбека Ташбаева.

Михаил Пьяных в рубрике «Логистика и Интернет» опубликовал актуальный материал «Фрахтовая сеть в Internet».

Завершался журнал рекламным модулем компании «Русская логистическая служба» (RLS), которую возглавлял Кирилл Власов.

Этим авторам редакция предоставляет слово вновь, 15 лет спустя.

ИЗ ПРОШЛОГО В БУДУЩЕЕ



ИГОРЬ СМИРЕННЫЙ
ООО «Журнал «Тара и упаковка», директор; главный редактор журнала «Логистика» с 1997 по 2010 год

Сегодня в связи 15-летием журнала «Логистика» весьма важно, на наш взгляд, вспомнить 90-е годы XX века. Именно тогда в России заметно обозначился интерес к логистике как к новому, не известному ранее рычагу управления экономическими процессами. Ученые того времени провозгласили логистику наряду с менеджментом и маркетингом третьим «материком» экономики.

В 1990 году по инициативе Госснаба СССР и Научно-исследовательского института экономики и организации материально-технического снабжения (НИИМС) была создана Ассоциация по логистике. В то время в журнале «Подъемно-транспортная техника и склады» открылась постоянная рубрика «Логистика». Тогда же зародилась мысль о необходимости и целесообразности выпуска специализированного отечественного журнала логистического профиля.

Однако реализовать эту идею удалось лишь в самом конце 1997 года, когда наш журнал «Тара и упаковка» зарегистрировал в Госкомпечати РФ приложение: журнал, полностью посвященный проблемам логистики.

Изданий подобного профиля в России еще не было. Это обусловило наш ответственный подход к разработке терминологии и тема-

тической классификации, созданию рубрик, подбору авторского состава, формированию содержания. Становлению нового журнала в первые годы работы способствовал Координационный совет по логистике при ГТУ МАДИ, «родившийся» почти одновременно с ним.

Ведущим редактором журнала «Логистика» тогда, в 1997 году, был назначен Генрих Сергеевич Шишкин, в течение многих предыдущих лет бывший главным редактором сначала журнала «Промышленный транспорт», а затем — «Подъемно-транспортная техника и склады». Мы решили заострить внимание нового журнала на подходах, проблемах, опыте и особенностях применения в России логистических технологий, становлении отечественного конкурентного рынка логистического сервиса, освещении базовых основ общей теории логистики, подготовке кадров для этой сферы бизнеса.

Мы не хотели превращать журнал в чисто учебное пособие для ликбеза в области логистики. Журнал не должен был стать сборником научных трудов и аспирантских рефератов. Редакция видела его своеобразным информационным помощником предпринимателей из разных отраслей экономики, рассказывающим о самых значимых логистических событиях и современных технологиях, новых изданиях, специализированных выставках, конференциях, тематических круглых столах, зарубежном опыте и нерешенных проблемах. Именно таких жестких требований, не допускающих «всеядности» в отношении публикаций, редакция старалась придерживаться в своей работе. Оглядываясь на прошедшие 15 лет, можно сделать бесспорный вывод, что логистика как теоретическая база и инструмент практического управления потоковыми процессами получила в нашей стране всеобщее признание. Подготовлены и продолжают готовиться многочисленные кадры различной квалификации в области логистики, развивается ее инфраструктурная сеть, издается специальная литература. И во всех этих процессах немалую роль сыграл и продолжает играть журнал «Логистика».

К 15-ЛЕТИЮ ВЫХОДА В СВЕТ ПЕРВОГО НОМЕРА ЖУРНАЛА «ЛОГИСТИКА»



ВИКТОР СЕРГЕЕВ
Национальная логистическая ассоциация России, президент; НИУ ВШЭ, заведующий кафедрой «Управление цепями поставок», профессор, д.э.н.

Даже не верится, что прошло уже 15 лет с момента выхода в свет первого номера журнала «Логистика». Как сейчас помню свои встречи с Игорем Смиренным, издателем журнала, и Генрихом Шишкиным, главным редактором. Это было в 1997—1998 годах в Москве на первых международных форумах по логистике, которые проводились Координационным советом по логистике при МАДИ. Тогда участники этих форумов (в основном преподаватели вузов Москвы и Санкт-Петербурга, а также представители науки и специалисты только зарождавшейся логистической отрасли) яростно спорили о сущности логистики, терминологическом аппарате, доказывали свой приоритет в научных и учебных публикациях по теме. Конечно, по истечении этих лет понимаешь, как мало мы в действительности знали о логистике и ее роли в бизнесе, как плохо представляли себе механизмы ее влияния на эффективность функционирования компаний и экономики страны в целом. С трудом верится, что в конце прошлого века в Москве насчитывалось всего несколько десятков компаний, имевших службу логистики.

Все, кто интересовался этой отраслью, по-настоящему изголодались тогда по отечественным книгам (монографиям, учебникам, пособиям) по логистике, которые можно было буквально пересчитать по пальцам. Периодических изданий по ло-

Надеемся, что и в будущем журнал будет объективно оценивать, освещать и развивать результаты этой деятельности, сосредоточит внимание на нерешенных вопросах. Ведь, по экспертным оценкам Всемирного банка и ВТО за 2012 год, Россия по уровню развития логистического сервиса занимает только 97-е место в мировом рейтинге и отстает по этому показателю от развитых стран, как минимум, на десятилетие.

Публикации в деловой прессе показывают, что у нас в стране за последние годы заметно обозначилось такое негативное явление, как отказ ряда крупных торговых и промышленных предприятий от услуг логистических компаний и возвращение их к самообслуживанию. Это объясняется низким качеством и завышенными тарифами на указанные услуги, что в результате отражается на росте конечной потребительской цены продукции. По нашему мнению, сегодня редакция журнала «Логистика» должна уделять больше внимания освещению проблем и особенностей отраслевого применения инструментов логистики: в агропромышленном, лесопромышленном, топливно-энергетическом комплексах, в торговле, строительстве, здравоохранении, в таких наукоемких отраслях экономики, как сложное приборостроение, электроника, автомобиле- и авиастроение. И, конечно, не стоит забывать проблемы тароупаковочной индустрии.

Творческого внимания требует и тема логистического управления возвратными потоками материальных ресурсов при построении цепей сбора, сортировки и утилизации промышленных и бытовых отходов, а также оборудования, изделий и продукции, отслуживших свой срок.

Поздравляя редакцию журнала «Логистика» с юбилеем, желаем успехов в осуществлении стоящих перед ним задач, а читателям журнала — актуальных и интересных публикаций!

гистике в 1997 году в России просто не существовало. Поэтому надо сказать большое спасибо Игорю Смиренному: он сделал подарок всем нам, выпустив новый журнал «Логистика» — приложение к своему изданию «Тара и упаковка».

Бессменным главным редактором журнала вплоть до конца 2009 года был Генрих Сергеевич Шишкин, настоящий подвижник логистики, человек, сделавший чрезвычайно много для ее популяризации в нашем обществе. Я многократно встречался с ним на всех значительных логистических мероприятиях, будь то конференция, выставка или презентация нового складского комплекса. От себя лично и от всех моих коллег по факультету логистики, Международному центру логистики НИУ ВШЭ и Национальной логистической ассоциации России я хотел бы выразить огромную благодарность Генриху Сергеевичу за его поистине титаническую работу по продвижению логистических идей в нашей стране.

С момента выхода в свет журнала «Логистика» (который, кстати, долгое время был единственным журналом, рекомендованным ВАК РФ для публикации статей соискателей ученой степени кандидатов и докторов наук по логистике) прошло 15 лет. Этот по историческим меркам небольшой срок, тем не менее, оказался прорывным для российской логистики. Начало XXI века охарактеризовалось революционным взлетом интереса к логистике со стороны организаций бизнеса, правительственных институтов и ведомств России. За прошедшие 15 лет логистика из экзотического термина превратилась в привычный функционал менеджмента огромного количества отечественных компаний. В службах логистики работают десятки тысяч менеджеров разного уровня иерархии управления — от операционных логистов до директоров и вице-президентов компаний по логистике.

Стратегическое видение логистики заключается в поддержке выполнения корпоративной стратегии с оптимальными затратами ресурсов при управлении материальными и сопутствующими потоками. Основная задача логиста — изыскивать оптимальные варианты принятия решений по управлению материальными потоками, а также связанными с ними информацией и финансами. Во многом заслуга в осознании этого видения принадлежит таким журналам, как «Логистика».

ОТ ПОНИМАНИЯ ЛОГИСТИКИ — К ЛОГИСТИЧЕСКИМ ДЕЙСТВИЯМ



**ЛЕОНИД
МИРОТИН**
МАДИ ТУ,
профессор, д.т.н.

Пятнадцать прошедших лет научили нас многому. Этому способствовали не столько научные изыскания, сколько опыт практиков, смотрящих далеко вперед. Я хочу предложить вашему вниманию собственное видение практической логистики, которое не только мне импонирует, но и предопределяет истинный физический смысл всей моей 15-летней творческой деятельности, реализованной на крупных проектах. В числе последних — Олимпиада в Сочи, продвижение грузов через Внуковский терминал, поставка низкосортной нефти из Казахстана и Туркмении в отсутствие южного коридора транзитом через Россию, экспортные поставки зерна по новой элеваторной технологии, транспортное обслуживание крупных московских ритейлеров, заграничная поставка комплектующих и запасных частей Рособоронэкспорта РФ и др. Моя практика позволила мне увидеть тот путь, по которому мы прошли, чтобы сегодня глубоко понимать логистику.

Логистика: определение, требования

Как всякое определение, термин «логистика» претендует на некую универсальность. Вместе с тем это определение мертво, если оно не наполнено конкретикой.

Поскольку перемещение материальных объектов есть явление вторичное по отношению к сформулированным людьми идеям и планам, связанным с таким перемещением, существуют и ожидания, связанные с качеством исполнения такого перемещения.

Эти ожидания по качеству исполнения перемещения сложившись в классический перечень требований:

- нужный товар;
- в нужный момент времени;
- в нужное место;
- в нужном количестве;
- по нужной цене;
- с нужным качеством;
- нужному потребителю;
- по нужной бизнес-схеме;
- с нужными документами.

Все эти требования предъявляются к логистике одновременно.

Товары перемещаются постоянно, так или иначе преобразываясь: от шахты и рудника к металлургическому заводу, от металлургического завода к оптовику, торгующему арматурой, от оптовика к строительной компании.

Логистический оператор действует по указанию грузовладельца (товаровладельца), и в общем случае его не очень интересуют вопросы собственности, а также контрактные и финансовые взаимоотношения между продавцом и покупателем. Он должен точно исполнить все полученные от грузовладельца (товаровладельца) указания: столько-то таких товаров в таком-то месте к такому-то времени передать таким-то лицам, составив такие-то документы. Обязательства логистического оператора перед грузовладельцем (товаровладельцем), тем не менее, касаются количественных и ка-

чественных характеристик товара, поскольку логистический оператор обязан не допустить порчи и/или пропажи товара.

Взаимоотношения между логистическими операторами (например, между экспедитором, который заключил договор с товаровладельцем на организацию перевозки, и автотранспортным предприятием, которое предоставит транспортное средство и водителя для исполнения такой перевозки) — это их внутреннее дело, со своей ответственностью и порядком отчетности, однако эти взаимоотношения должны быть четко сориентированы на исполнение бизнес-задач, сформулированных грузовладельцем (товаровладельцем).

Грузовладельцу (товаровладельцу), если он правильно организован, нужно знать, кто конкретно исполняет работы по перемещению его товаров, но он поэтому и нанимает экспедиторов и прочих логистических управленцев-посредников, чтобы упростить для себя управление перемещением своих товаров. У экспедитора может быть много перевозчиков, задействованных при исполнении перевозок. С каждым из них складывается своя система отношений. Задачу экспедитору ставит товаровладелец, эта задача — главное, что питает всю систему логистики, т.е. дает работу и оплачивает ее. Все требования, которые есть у грузовладельца (товаровладельца) к организации и исполнению перемещения (время, место, качество, количество и все прочие элементы технического задания), транслируются на систему отношений между логистическими операторами.

Определение «логистика», озвученное мною 15 лет назад, как и всякие логистические решения глобального свойства транслируются в решения более низкого уровня: от общей концепции работы к заключению конкретных контрактов, выработке внешних и внутренних процедур, назначению ответственных лиц, разработке отчетов, контролю исполнения.

Эффективная логистика — это, однозначно, оружие в конкурентной борьбе. Тот, кто умеет принимать правильные решения, будет иметь преимущество.

Самое простое исполнение логистической операции

Визуально исполнение логистической операции очень просто, нужно всего лишь:

- вовремя привезти заказанное количество товаров, обладающих согласованными качественными характеристиками, в указанное время и указанное место и передать тем людям, которые должны этот товар получить согласно договору и при этом безошибочно составить товарно-сопроводительные документы;
- просто иметь готовое к передаче в согласованном месте и согласованное время заказанное количество товаров, обладающих согласованными качественными характеристиками, уполномоченным людям при безошибочно составленных товарно-сопроводительных документах.

Различие между пунктами лишь в том, кто будет организовывать перевозку и перевозить, а все остальное, собственно, одинаково.

Логистика как создание сервиса

Можно сформулировать утверждение, что еще одна задача логистики — это создание сервиса для клиента (т.е. для того, ради кого перемещение товаров и людей было задумано и исполнено). Нужно передавать товары, перемещать материальные ценности в интересах клиента, а также перевозить самого клиента. Заказчику должно быть удобно и комфортно работать: у него есть предметы, которые он может использовать или с выгодой перепродать, он может добраться, куда планирует. В рамках существующей диалектики тот, кто занимался исполнением перемещения, также должен решить свою задачу по контролю расходов и получению дохода, если такой доход предусмотрен.

Метрики в логистике

Существует оценка эффективности работы логистики, и исполнение указанных ожиданий транслируется через метрики эффективности работы (KPI). Есть две основные и бесчисленное количество вторичных метрик для логистики.

Основными метриками для оценки работы логистики являются:

1. Метрика удовлетворения заказов (спроса на товар, услуги) (fill in rate);

2. Метрика сроков исполнения заказа (lead time).

Действительно, если задача логистики — создать сервис для клиента, нужно четко представлять, как полно был удовлетворен спрос на его (клиента) заказы товара и как быстро этот заказ был исполнен (согласно имеющимся договоренностям). Говоря о спросе в данном контексте, уже имеется в виду, что он основывается на договорах/контрактах, когда качество, цена, условия поставки уже согласованы. В частности задачи логистики — изучение потенциального спроса (на товары и сервисы) и создание условий для сглаживания влияния несистемного импульсивного спроса на взаимоотношения с клиентами. Для этого нужно иметь достаточные запасы товаров, чтобы сглаживать неравномерности спроса или иметь возможности расширять сервис при увеличении спроса на него.

Метрика времени характеризует готовность системы логистики ответить на требования клиента.

Таким образом, метрики являются не самоцелью, а инструментом оценки качества работы и материалом для последующего улучшения такой работы. Они напрямую зависят от ряда объективных факторов (например, производственные возможности, особенности ценообразования, сформулированные условия платежа и поставки). Так, если нет финансирования закупки сырья, нет производства, а следовательно, нет логистики. Или: если продажная цена на товар много выше рыночной (не важно, по какой причине) при отсутствии дефицита, никто его не купит, и опять ничего не отгрузится. Эффективность бизнеса зависит и от исполнения внутренних логистических обязанностей (что есть явление субъективного плана), и если при наличии финансирования сырье не закуплено или закуплено неразумно дорого, это тоже повлияет на отсутствие удовлетворения спроса.

Таким образом, метрики могут подсказать, как меняется эффективность работы логистики под влиянием внешних и внутренних факторов.

Систематизация ограничений в логистике

Внутренняя взаимосвязанность процессов и явлений, присущая бизнесу, а также наличие внешнего воздействия на бизнес-процессы приводят к тому, что обычно на исполнение бизнес-задач одновременно влияет большое количество факторов-условий или ограничений. Можно попробовать систематизировать ограничения, влияющие на процессы в логистике.

Например, так:

1. Ограничения, связанные с товаром.
2. Ограничения, вызванные бизнесом.
3. Внешние ограничения, связанные с деятельностью государства.
4. Внешние ограничения, связанные с деятельностью поставщиков.
5. Внешние ограничения, связанные с деятельностью клиентов.
6. Внешние ограничения, связанные с деятельностью логистических провайдеров.
7. Ограничения технических средств.
8. Другие внешние ограничения и факторы.

Каналы сбыта и логистика

В силу имеющихся знаний и опыта, характеристик товара и существующих ограничений каждый бизнесмен принимает собственные решения и определяет свои подходы к бизнесу по осуществлению закупок и дистрибуции и связанных с ними перемещений. Таких решений и подходов может быть много, поскольку у всех контрагентов есть свое видение, свои решения и свои подходы. Стандартизированные отношения в области сбыта (дистрибуции) складываются в так называемые каналы сбыта. Опыт подсказывает, что практически для каждого канала сбыта должна существовать своя бизнес-схема.

Под каналом сбыта следует понимать совокупность особенностей потребителей, товара и организационных и логистических мероприятий. На каждый канал сбыта имеется свой потребитель, свой товар, своя бизнес-схема.

КТО ВЫ, МЕНЕДЖЕР ПО ЛОГИСТИКЕ?



**ЫРЫСБЕК
ТАШБАЕВ**
STS Logistics,
Руководитель
корпоративного
института
тренинга

Каким требованиям должен отвечать современный менеджер по логистике? Постараемся нарисовать идеальную картину и все время стремиться к совершенству. Начну с того, что окружающая менеджера среда постоянно изменяется. Это обуславливает наличие у менеджера по логистике одного из наиболее важных навыков — адаптивности. Кроме того, он координирует деятельность большого количества людей таким образом, чтобы перемещение товаров от места производства до мест конечного потребления проис-

ходило в минимально возможные сроки и с низкими затратами. Итак, менеджер по логистике:

- Способен планировать, управлять, влиять, мотивировать, вести и организовывать. Он думает глобально и понимает, что эффективная логистика увеличивает прибыль путем сокращения затрат и роста продаж за счет лучшего клиентского сервиса.
- Владеет знаниями системного анализа, финансов, экономики и маркетинга. Понимает процессы прогнозирования продаж и управления запасами, методы обработки статистических данных и умеет оценивать информацию о поставщиках.
- Понимает взаимосвязи между всеми логистическими функциями и умеет связывать логистику с другими видами деятельности фирмы. Оптимизирует товаропотоки от первичных поставщиков до конечных потребителей;
- Управляет и координирует отдельные логистические функции: перемещение, складирование, закупку, управление материалами и контроль запасов.
- Поддерживает регулярный контакт с представителями других функций фирмы (маркетинг, производство, финансы, бухгалтерия) с целью интеграции. Участвует в разрешении межфункциональных конфликтов между различными подразделениями.
- Анализирует тарифы на логистические услуги. Планирует, организует и контролирует перевозки и связанные с ними

услуги. Ведет переговоры по эффективной дистрибуции товаров, отслеживает спрос на транспорт, готовит отчеты, обучает персонал, рассчитывает и обосновывает выбор оптимального вида транспорта для клиентов.

- Знает основы организации перевозок: различные способы транспортировки и их воздействие на все области де-

ятельности фирмы. Знает электронную обработку данных, обслуживание клиента, контроль запаса и планирование производства.

- Хорошо знает компьютерную технику и программы на уровне пользователя. Умеет общаться, писать деловые письма, пользоваться разными видами связи и коммуникаций.

ОТКРЫТАЯ ИНТЕРНЕТ-ПЛАТФОРМА DRUPAL И ЛОГИСТИЧЕСКИЙ БИЗНЕС



МИХАИЛ ПЬНЯНЫХ
Директор,
компания
«Мощные
Компьютерные
технологии»

Впервые открытое программное обеспечение (open-source software) с доступным всем пользователям исходным кодом заявило о себе в полный голос с началом разработки операционной системы Linux начатой Линусом Торвалдсом в 1991 году.

К настоящему времени можно сказать, что это огромный сектор IT-технологий: к примеру, только на одном из многих специализированных ресурсов, поддерживающих такие проекты — github.com — доступны 4,5 млн проектов, в которых в качестве разработчиков участвуют 2,6 млн программистов со всех концов мира.

Сразу скажем, что коммерциализация этих проектов переместилась из области продажи лицензионного программного обеспечения в области разработки конкретных решений на их базе, сопровождения и развития.

Именно поэтому множество таких проектов спонсируется крупными коммерческими структурами, что и обеспечивает существование и развитие открытых проектов.

Можно отметить, что рождение журнала «Логистика» по времени совпало с первыми серьезными использованиями открытого обеспечения в России.

На наш взгляд, для сферы Интернет-решений для логистических организаций разного профиля наибольший интерес может представить платформа с общим названием Drupal.

Довольно часто встречаются статьи по выбору системы управления контентом сайта (CMS), в которых в разделе открытого обеспечения традиционно фигурирует большая тройка — WordPress, Joomla и Drupal (рис. 1). Эти системы являются лидерами в области создания сайтов малой, средней и высокой сложности соответственно.

На определенном этапе развития при решении все более сложных задач информатизации стали проявляться проблемы постоянного роста трудоемкости разработки и сопровождения прикладных проектов. Естественно, в первую очередь это проявилось в сфере применения Drupal, и решение было найдено — был разработан специализированный язык — Drush — для поддержки, установки, разработки и сопровождения сайтов на Drupal.

Для примера: одна строка на этом языке позволяет установить на сервер базовую систему или тематическую сборку, а если добавить еще десяток строк, можно устано-

вить все необходимые дополнительные модули, активировать их, сделать перевод на русский язык базовую часть и дополнительные модули. Одно это многократно экономит время и уменьшает число ошибок, а если учесть, что в процессе разработки приходится многократно создавать различные конфигурации сайтов, этот эффект еще более усиливается.

Дальнейшее развитие привело к появлению следующих компонентов: Features, Apps и тематически ориентированных сборок. Все они последовательно расширяют возможности модулей для повторного использования в новых проектах.

Так, Features выполняет отдельную функциональную задачу сайта и содержит для этого группу взаимосвязанных модулей, в свою очередь, Apps реализует законченное функциональное приложение для сайта и содержит для этого набор модулей и Features. И, наконец, сборка предназначена для построения сайта определенной тематической направленности и содержит набор вышеперечисленных компонент.

Несколько слов о тематических сборках. Они охватывают практически все основные области специализации сайтов: электронная коммерция (Commerce, Ubercart, Groupdeals и др.), CRM (civiCRM, RedHen), для командной работы над проектами (Open Atrium), обучение (ELMS), для госучреждений (OpenPublic и др.), корпоративный сайт (OpenEnterprise), вики-сайтов (Drupal Wiki) и т.д. Основное преимущество тематических сборок заключается в том, что их разработку ведут специалисты, хорошо знающие предметную область проекта.

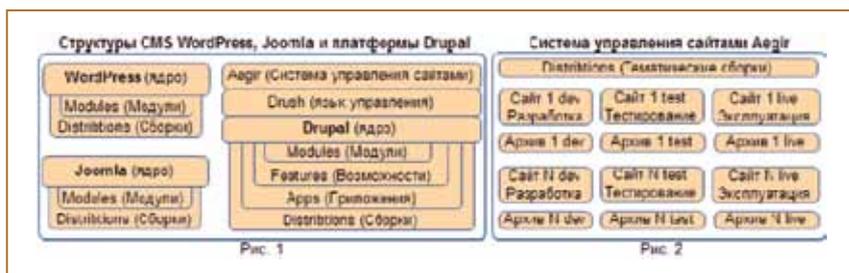
Необходимо упомянуть, что в составе модулей Drupal можно найти множество возможностей интеграции с другими информационными корпоративными системами: WMS, ERP, CRM и др.

Развитие информационных технологий в условиях соблюдения требований информационной безопасности приводит к тому, что в зависимости от профиля деятельности необходимо иметь, как минимум, сайт во внутренней защищенной сети организации и один или несколько сайтов в открытом Интернете.

Таким образом, встал вопрос о разработке и сопровождении группы сайтов.

Появление Drush не только обеспечило новый уровень автоматизации разработки сайтов на Drupal, но и позволило на его основе создать инструментальный комплекс Aegir (рис. 2), который позволяет поддерживать в едином инструментальном пространстве весь комплекс сайтов, при этом каждый сайт в системе представлен в трех вариантах: сайт для разработки, сайт для тестирования и рабочий сайт. Эта схема позволяет изолировать проблемы разработки и тестирования от рабочей версии сайта, т.е. на рабочий сайт попадают только отлаженные и протестированные изменения и обновления программного обеспечения.

Почему стало возможно вокруг в общем-то изначально классической CMS создать интегрированный с ней инструментальный комплекс, с точки зрения которого единичный сайт — всего лишь объект для различных технологических манипуляций (создание, архивирование, обновление, пере-



мещение с одного сервера на другой и т.п.). Откуда берутся ресурсы на это?

Приведем несколько показательных цифр. На головном сайте drupal.org зарегистрировано 22 237 разработчиков, которые объединены в 3950 групп по различным направлениям разработки, усилиями которых идет постоянная разработка ядра Drupal, а также всех основных компонентов: 5467 модулей, 419 тем (варианты внешнего дизайна), 115 сборок для текущей версии 7.x.

Это полностью соответствует современной концепции продолжающейся разработки.

И это далеко не весь корпус разработчиков — на вышеупомянутом ресурсе (github.com) находится 17 893 проектов, связанных с Drupal, в том числе 1531 — Drush и 245 — Aegir.

доставки->континент->страна->город не вызовет никаких проблем.

И наконец приведем примеры использования Drupal: whitehouse.gov, www.interfax.by, news.sportbox.ru, grammy.com, forbesrussia.ru. На habrahabr.ru/post/98696/ можно посмотреть подборку крупных сайтов на Drupal, а на drupalogy.ru/all-categories/transport представлены 50 российских сайтов транспортных и логистических предприятий.

Таким образом, фактически в создании ваших сайтов на Drupal будут участвовать не только прямые исполнители ваших сайтов (платно), но и весь корпус разработчиков Drupal (бесплатно), с которым вряд ли смогут соревноваться коллективы коммерческих производителей.

«ОТ ИНТУИТИВНЫХ РЕШЕНИЙ — К ВЫВЕРЕННЫМ ТЕХНОЛОГИЯМ»



КИРИЛЛ ВЛАСОВ
 ЗАО «СТС Логистик»,
 член совета директоров

...1992 год. Именно тогда началась моя логистика. Я поступил на работу в крупную швейцарскую компанию, производящую строительный инструмент, на позицию «директор по логистике-информатике». При этом я хорошо разбирался в компьютерах и говорил по-английски, но на входе даже термина «логистика» не знал. Мы учились на практике, решая подчас самые сложные задачи неожиданным образом. Например, подсобное помещение магазина мы оформили как склад временного хранения, и весь прибывший товар разгружали туда и продавали. По факту продажи в конце месяца мы формировали ГТД и оформляли уже проданный груз в свободное обращение.

...1993 год. Компания — производитель шоколадных батончиков. Моя первая позиция в этой компании — логистик супервайзер. Помню, однажды пришел в ЖК брать выписку из домовой книги. Полная дама среднего возраста спрашивает меня: а кем вы работаете? Отвечаю, как есть: «Лоджистик супервайзер!» А дама кокетливо так спрашивает: «А почему лоджию берете?»

Мы продавали много импортного шоколада, почти 100 грузовиков в день, а хороших складов в России не было, поэтому мы торговали «с колес». Однажды продавцы переоценили свои возможности, был заказан переизбыток товара, и

в Москве на парковке для грузовиков скопилось более 300 траков с шоколадом — это караван длиной более 12 километров...

На складах не было никаких информационных систем, мы вели учет карточным способом. Хранение на полу, ручная инвентаризация, когда ты с листочком в руках ползаешь между паллетами и считаешь коробки. Кстати, тогда даже электронной почты не было.

...1996 год. По просьбе нашего клиента — производителя газированных напитков помогаем им с таможенным оформлением грузов. Они просят нас оформить стройматериалы для собственного офиса (паркет, краску) под временный ввоз.

Что поменялось с тех пор?

Да практически все.

Сегодня логистика — это не просто хранение или перевозка. Это оптимальные цепи поставок, рассчитанные объемы производства, сопряженные с распределительными сетями. Мощные логистические платформы, распределительные центры, WMS, штрихкоды и сканеры. Кросс-докинговые платформы, TMS-системы, современные грузовики с трейсингом и возможностью обмена сообщениями с автокомбинатом.

Литерные поезда без пересортировки. Сборные грузы, программы маршрутизации. Технологии таможенного оформления с удаленным досмотром и электронным декларированием, выпуск грузов в течение 3-х часов. Класс-решения, позволяющие одной ГТД оформить в свободное обращение оборудование целого завода. IT-решения, совмещающие в себе профессиональную социальную сеть для логистики, электронную торговую площадку, TMS и трейсинг. Описанные бизнес-процессы, контроль КПЭ и работа над качеством исполнения процессов. Доступ к информации о грузе 24 часа в сутки...

Время интуитивных решений, основанных на эмоциях и здравом смысле, заканчивается. Наступает эра выверенных практикой технологий, для реализации которых требуются знания, опыт и инвестиции.