КУРСОВАЯ РАБОТА

Развитие логистических услуг в России

**СОДЕРЖАНИЕ**

ВВЕДЕНИЕ

1.Характеристика услуги

1.1. Понятие логистического сервиса

1.2. Логистические услуги

2. Развитие рынка логистических услуг в России

2.1. Контрактные логистические услуги

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

**ВВЕДЕНИЕ**

Рынок логистических услуг в России находиться в стадии становления и имеет ряд национальных особенностей в сравнении с зарубежными рынками. В России сейчас активно формируется рынок комплексных логистических операторов (3PL - провайдеров), основные направления развития которого аналогичны тенденциям европейского рынка. Поэтому следует ожидать развития более тесного сотрудничества российских логистических компаний с клиентами в области оптимизации уровня запасов, интеграции информационных систем и совместного управления логистическими затратами [26].

Рассматриваемая тема данной курсовой работы, на сегодняшний момент является актуальной, так как спрос на логистические услуги в нашей стране ежегодно растет и составляет около 20%. В России имеются сегменты логистических услуг, которые малоразвиты, но на сегодняшний момент им уделяется большое внимание, например, сегмент складирования на российском рынке логистических услуг занимает 12% и является развивающимся [27].

Объект исследования: российские логистические услуги.

Предмет исследования: развитие логистических услуг на российском рынке.

Сегодняшнее состояние рынка логистических услуг в сравнении с мировыми тенденциями развития отрасли характеризуется высокими темпами роста - 6-7 % по сравнению с 3-4 % в странах ЕС.

Цель работы: анализ развития логистических услуг на российском рынке.

Задачи:

Изучить теоретическую часть по данной теме;

Рассмотреть сферу логистических услуг в России;

Раскрыть понятие логистических услуг;

Составить словарь по данной теме.

В структуру данной работы входит 2 главы. В первой главе рассматриваются теоретические основы логистического сервиса и логистических услуг, даются понятия и характеристика, история возникновения и развития логистических услуг. Во второй главе рассматривается развитие российского рынка логистических услуг в целом, далее проанализирован рынок транспортных услуг и рассмотрены основные проблемы логистических услуг и их развития.

**1. Характеристика услуги**

**1.1 Понятие логистического сервиса**

В современном цивилизованном рынке — рынке покупателя — товар определяется как комплекс осязаемых и неосязаемых факторов, включающий в себя не только материальную компоненту, а также упаковку, цвет, габариты, дизайн, цену, но и услуги как комплекс определенных действий, престиж производителя и торгового посредника. Все это покупатель принимает как некую совокупность физического и абстрактного, которая обеспечивает ему удовлетворение своих нужд и ожиданий. Покупатель также диктует свои условия так же и в области состава и качества услуг, оказываемых ему в процессе доставки товара [7, с.211].

Услуга, в общем понимании этого термина, означает чье–либо действие, приносящее пользу, помощь другому. Работа по оказанию услуг, т.е. по удовлетворению чьих–либо нужд, называется обслуживанием или сервисом.

Природа логистической деятельности предполагает возможность оказания потребителю материального потока разнообразных логистических услуг. Логистический сервис неразрывно связан с процессом распределения и представляет собой комплекс услуг, оказываемый в процессе поставки товаров [7, с.211].

Таким образом, предметом логистического сервиса является определенный комплекс (набор) соответствующих услуг.

Объектами логистического сервиса выступают конкретные потребители материального потока. Осуществляется логистический сервис либо самим поставщиком, либо экспедиторской фирмой, специализирующейся в области логистического обслуживания [7, с.212]. Это зависит от вида логистической системы, уровня требований потребителей и стратегии поставщика (производителя, торгового посредника).

Потенциальная востребованность логистического сервиса обусловливается его способностью придавать товарам новые свойства, такие как полезность места, времени доступности, формы владения и пользования.

Логистический сервис – это особая область сферы сервиса, предметно и функционально специализированная на оказании логистических услуг, то есть связанных с формированием и организацией движения потоков [24, с.119].

Рассмотрим обобщенную схему логистического сервиса по структурным компонентам:

Логистический сервис по поставкам товарной продукции, степень готовности заказов, надежность поставок, качество и скорость, обязательность поставок, сроки поставок и т.д. [15. с.87].

Организация эффективного логистического обслуживания включает в себя:

Решение вопросов, связанных с технологией и организацией структурой обслуживания;

Показателями качества обслуживания;

Определением оптимальной сферы и целесообразного уровня обслуживания;

Ранжирование мотиваций потребителей при выборе поставщика.

К ключевым параметрам качества логистического обслуживания потребители относят:

Время от получения заказа поставщиком до доставки продукции потребителю (заказчику), гарантированную надежность доставки при любых условиях, стабильность материально-технического обеспечения клиентов, максимальное соответствие выполнения заказов требованиям клиентов, скорейшее подтверждение заказа, принятого поставщиком к исполнению, объективность цен на логистические услуги, наличие в логистической системе возможностей предоставления постоянным клиентам товарных кредитов и скрытых скидок в виде бесплатно оказываемых логистических услуг, обеспечение высокого качества упаковки товарной продукции и т.д. [15, с.88-89].

Мировая торговая практика выработала определенные стандарты сервисного обслуживания, позволяющие оперативно реагировать на заявки клиентов, правильно определять и выбирать конкретный вид сервисного обслуживания.

В международной практике действует несколько систем организации сервисного обслуживания. Одна из них: организация обслуживания изготовителем товара, организация обслуживания осуществляется специализированной зарубежной службой, функционирующей в стране покупателя и другие [15, с.89].

К основным факторам отрицательного воздействия на интернационализацию логистического сервиса относятся: специфичность нормативно-правовой базы в различных странах, своеобразие международных торговых и экономических отношений между государствами, частая несогласованность и многообразие таможенных процедур, специфичность в каждой стране транспортного законодательства, объективно сложившийся различный уровень логистического сервиса, различные требования к уровню информационного обеспечения перевозок; территориальные, рельефные и климатические особенности различных государств [15, с.90].

Так как не все услуги одинаковы, возрастает потребность в анализе услуг. Разная природа услуг по-разному может влиять на их получение. Каждая услуга обычно имеет свою номенклатуру, традиции, стандартные приемы, технологию и многое другое [13, с. 602].

В процессе приобретения услуги следует учитывать, по крайней мере следующие характеристики: стоимость, повторяемость, материальное содержание, направленность, производство, характер спроса, характер предоставления услуги, степень индивидуализации, навыки и умения, требуемые для предоставления услуги.

Стоимость услуги: при самой общей классификации услуг их можно разделить на услуги высокой, средней и низкой стоимости. Таким образом, покупатель может выбрать для себя именно то, что ему подходит.

Частота повторяемости: при приобретении повторяющихся услуг, как правило, созданы системы, в которые входят отдельные сотрудники – специалисты, которые являются экспертами по конкретно таким услугам.

Производство услуги: услуги могут производиться людьми, оборудованием или иной комбинацией. Услуги с небольшой затратой труда могут требовать большого привлечения капитала или активов. Услуги с высокими затратами труда могут быть самыми разними, здесь основную роль имеет качество человеческого компонента [13, с. 605].

Природа спроса: спрос на конкретную услугу может быть постоянным, периодическим или дискретным. Постоянной услугой будет, например страхование или круглосуточная охрана. Дискретной, то есть разовой может быть приглашение оформителя внутреннего интерьера. Особенностью постоянной услуги является то, что она позволяет отслеживать динамику ее предоставления и вносить изменения.

Степень стандартизации: существует большая разница между стандартной и индивидуализированной услугой, которая предоставляется по спецификациям покупателя. В целом, чем меньше при предоставлении услуги контактов с потребителем, тем более стандартной становиться услуга. При индивидуализированных услугах процесс спецификаций становиться очень сложным. В данном случае возрастает важность привлечения к процессу разработки спецификаций конечных пользователей [13. с. 606].

Навыки и умения, требуемые для обслуживания. Производство услуги требует широкого диапазона навыков и умений, от самых простых для предельно специализированных.

Таким образом, следует учесть все характеристики услуги до ее приобретения для оптимального выбора.

**1.2 Логистические услуги**

В современной экономике выделяют четыре этапа развития логистики и логистических услуг [18]. На официальном сайте логистики www.sklada.ru автор выделяет следующие этапы:

Первый этап (60-е гг.): Характеризуется использованием логистического подхода в управлении материальными потоками в сфере обращения. Постепенно приходит понимание того, что объединение потоковых процессов в производстве, хранении и транспортировании может дать существенный экономический эффект. В 60-х годах развитие логистики в США связывают с оптимизацией распределения продукции, называя этот этап физикой распределения, - в итоге был создан специальный комитет по "физическому" распределению. В это время в США изменился рынок покупателей и продажи, родилась философия маркетинга. Сервис поставок приобрел решающее значение в стратегии рынка;

Второй этап (80-е гг.) связывают с японским наступлением в сфере производства и торговли, особенно в области автоматизации. Европейский и американский ответ на экономическую "агрессию" Японии проявился в повышении качества технологии при подготовке заказов. Отсюда требование к интеграции планирования и управления производством и распределением. Интеграционная основа логистики в это период расширилась и стала охватывать и производственный процесс;

Третий этап проходит в настоящее время. Реализуется одна из основных целей логистики - доставка грузов "точно в срок" с широким использованием электроники и оптимизации производства. Совокупность материалопроводящих субъектов приобретает целостный характер;

Четвертый этап - будущая логистика. В его границах в полной степени при построении логистической системы будет проявляться комплексный подход, охватывающий потенциалы производства, снабжения, подготовки продукции и потребления, то есть в итоге появится электронная интегрированная логистика [18]. На этом этапе борьба пойдет за учетом особенности предоставления услуги для определенного потребителя.

Логистические инфрасистемы – межотраслевые информационно – технологические системы обслуживания процессов товародвижения. Их отраслевой состав обуславливается составом логистических услуг. Предоставляемые в комплексе или интегрируемые по продукту или рынку логистические услуги формируют логистический сервис, относительно которого может развиваться особый вид услуг – управление логистическим сервисом [1, с. 118].

Рассмотрим отличительные особенности услуг подробнее:

Неосязаемость услуг.

Услуга не может быть продемонстрирована покупателю до момента ее оказания. Это обстоятельство повышает для покупателей услуг степень неопределенности их приобретения. В таких условиях от производителей требуется принять возможные меры к прояснению для потребителей процесса оказания услуг;

Неотделимость от производства.

 Материальные товары сначала производят, после чего их хранят, затем продают и, наконец, потребляют. В отличие от них услуги сначала продают, а лишь затем производят и потребляют, причем процесс производства и потребления совпадает во времени. Неотделимость означает, что услуги нельзя отделить от процесса их оказания. Продажа услуги – это практически продажа самого процесса труда. Отсюда следует важный вывод: качество услуги – качество самого процесса ее производства;

Непостоянство качества.

 Поскольку процесс производства и потребления услуги неразрывен и связан с участием в нем людей, имеется значительный риск непостоянства качества. Качество услуги трудно поддается контролю;

Недолговечность.

 Услугу нельзя хранить с целью последующей продажи или использования. Недолговечность услуг не представляет проблем, если спрос на них достаточно устойчивый. Если же он подвержен колебаниям, то производители услуг оказываются в сложной ситуации;

Отсутствие владения.

При покупке материальных товаров покупатели получают личный доступ к использованию продукта, т.е. владеют им, а при желании могут продать его. Покупатель услуги потребляет ее в момент производства, поэтому период владения выделить, как правило, невозможно [13, с.129-130].

В целом все работы и операции в сфере логистических услуг можно разбить на три основные категории:

1. Услуги предпродажного характера.

Это работы и операции по формированию спроса на логистическое обслуживание. Включают в основном планирование уровня этого сервиса и самих услуг [20, с. 199].

2. Логистические услуги, оказываемые в процессе реализации товаров.

Они обеспечивают эффективное продвижение материальных потоков и доставку продукции к месту назначения в строгом соответствии с заказами потребителей. Сюда можно отнести подбор и комплектацию партий поставок, упаковку, маркировку, формирование грузовых единиц, работу по обеспечению надежности поставок и т.д. [15, с. 95].

3. Логические услуги послепродажного характера.

К ним относят услуги по гарантийному обслуживанию, обеспечению запасными частями, обязательства по рассмотрению претензий покупателей, обеспечение возвратных потоков, осуществление обмена продукции и ряд других [20, с. 199].

Основополагающие характеристики логистических услуг являются объективными и концептуально определяют условия и параметры логистической деятельности.

1. Связь с источником.

Логистические услуги как форма деятельности неотделимы от своего источника в отличие от материального товара, который может существовать независимо от присутствия или отсутствия его источника;

2. Вариативность качества.

Качество логистических услуг имеет склонность к колебаниям в зависимости от степени совершенства логистической системы, требований клиентов, воздействия множества случайных факторов. Даже если логистические услуги стандартизированы по комплексу параметров, то и в данном случае колебания качества происходят в определенных пределах;

3.Адресность услуг.

Логистические услуги предоставляются заказчику непосредственно. Это отличает их от товара в материальном виде, который выпускается, ориентируясь, как правило, не на конкретного потребителя, а на общий спрос целевого рынка;

4. Уникальность.

Каждая оказываемая логистическая услуга уникальна для получателя. Другая подобная услуга будет отличаться от предыдущей или последующей по своим параметрам, срокам, качеству, условиям производства и потребления;

5. Услуги логистического характера, как, впрочем, и другие, нельзя произвести «про запас». Логистические услуги нельзя складировать, и это в принципе освобождает предприятия от накопления каких-либо запасов данного вида продукции;

6. Эластичность спроса.

Преимуществом логистических услуг в сопоставлении с товаром в материальном виде является их большая эластичность на рынке сбыта. Специалистами уже давно отмечена интересная закономерность. В нормальных экономических условиях очень быстро возрастает спрос на логистические услуги по мере снижения на них цен и увеличения доходов предприятий-потребителей. Причем темпы роста спроса на логистическое обслуживание значительно превышают динамику спроса на материальные товары;

7. Оперативность [15, с.93-94].

В отличие от товаров в материальном виде или других видов деятельности, где скорость и быстрота выполнения работ не всегда являются положительными по отношению к конечному результату, логистические услуги, как правило, дают тем больший экономический эффект, чем быстрее происходит их реализация. Очень часто именно оперативность оказания логистических услуг привлекает потенциальных заказчиков.

Логистические услуги получили свое развитие с 60-х годов и развиваются по настоящее время. Разные авторы видят связь логистической услуги с логистическим сервисов по-разному. Гаджинский А. М. пишет, что логистический сервис формирует услугу, а Архипкин А. В. утверждает, что сначала появляется услуга, вокруг которой формируется сам логистический сервис. Логистические услуги бывают разных категорий, имеют свои отличительные особенности.

**2. Развитие рынка логистических услуг в России**

Рынок логистических услуг в России находится в стадии формирования, и мировые тенденции в сфере логистики служат для отечественных предпринимателей отправной точкой для поиска новых технологий, способов и форм обслуживания клиента в условиях растущей конкуренции. Россия, как известно, имеет свою неповторимую специфику, обусловленную множеством факторов, среди которых не последнюю роль, особенно в данной сфере, играют такие, как огромная территория, недостаток необходимой инфраструктуры, климатические условия, менталитет. Каким образом мировые тренды влияют на становление рынка логистических услуг в России, какой была динамика рынка в прошедшие годы, и каковы прогнозы его развития на ближайшие пять лет, рассматривается в данной главе.

Доля отраслей во внутреннем валовом продукте страны, представляющих интерес для логистики (потребительский сектор и торговля, промышленность, сфера услуг), превышает 45% (рис. 1). Структура ВВП подтверждает тот факт, что транспорт по отношению к промышленности и потребительскому сектору и торговле является обслуживающей отраслью. Правильное сочетание транспорта с современными складскими сетями будет способствовать снижению логистических издержек в цене товара, росту товарооборота и производительности в промышленности [9, с. 39-40]

По оценкам экспертов, российский розничный рынок торговли к 2010 году достигнет уровня в $555 млрд. Такое развитие торговли обуславливает необходимость поиска новых схем доставки товаров и их распределения. Следовательно, будет ожидаться появление новых видов логистических услуг и расширение их спектра.

Рис. 1. Структура ВВП России по отраслям

Практически все категории производственных и торговых компаний осваивают регионы, где находятся примерно 70% их клиентов – потребителей. Это привело к тому, что в экономически развитых регионах России уже появился спрос на профессиональные логистические услуги и современную складскую инфраструктуру.

В тех регионах, где существует наибольший потребительский спрос и реализуются самые значительные объемы оптовой и розничной торговли, в частности, в городах-миллионниках, отмечен и максимальный спрос на логистические услуги и современные складские площади. Можно сделать вывод, что спрос на складские услуги велик, а предоставление таких услуг в России мало развито около 12%.

За 2007-2008 гг. объем российского рынка транспортно-логистических услуг увеличился на 35%. Среднегодовые темпы роста оборота работающих в этом секторе компаний, с учетом инфляции, составили 16% [9, с. 40].

Сегмент складских и дистрибьюторских услуг, несмотря на высокие темпы развития (более 30% в год в 2006 и 2007 гг.), в структуре рынка занимает пока скромное место (около 4%). Управленческая логистика дает еще 1% общего объема рынка (рост на 58% в год в 2006-2008 гг.).

Ожидается, что к 2010 году в структуре российского рынка транспортно-логистических услуг доля грузоперевозок сократится с 88% до 82%, а доли управленческой логистики и услуг по складированию и дистрибуции вырастут: с 1-го до 3% и с 4-х до 6% соответственно.

Сейчас на долю 20-ти ведущих компаний приходится около трети конкурентного сегмента и около 9% совокупного объема транспортно-логистического рынка России. В первую двадцатку игроков, наряду с российскими компаниями, входят восемь западных 3PL провайдеров.

Таблица 1

Крупнейшие непубличные транспортные компании (выручка в 2007 году) [9, с. 32]

|  |  |
| --- | --- |
| Компания | млн. $ |
| «Северстальтранс» | 1 550 |
| «Ист Лайн» | 1 150 |
| «Трансгрупп» | 860 |
| «Волга-Днепр» | 660 |
| «Трансойл» | 520 |
| ДВТГ | 500 |
| «Трансаэро» | 500 |
| «Евросиб» | 470 |
| ОТЭКО | 360 |

По объему выручки лидируют российские транспортные холдинги, расширяющие сферу своей деятельности за счет создания (или приобретения) специализированных логистических подразделений, которые стремятся работать в сегменте 3PL.

Оборот ведущих холдингов (например, FESCO, ГК «Дело», «Евросиб СПб – ТБ») оценивается в пределах от $300 до 600 млн. На долю указанных компаний приходится около 16% конкурентного сектора рынка (табл. 1).

В 2004-2006 гг. объем операций ведущих западных логистических операторов в России увеличился более чем в 2 раза. Однако, несмотря на привлекательность и перспективность российского рынка, объемы деятельности в России большинства западных 3PL компаний еще скромны и не превышают 3% от их оборота в масштабах мирового рынка.

Уже свыше 25-ти немецких компаний, действующих в области грузоперевозок, экспедирования грузов, складских услуг и экспресс-доставки работает на российском рынке логистических услуг.

**2.1 Контрактные логистические услуги**

Производители товаров и услуг все больше концентрируются на своих ключевых компетенциях, стараясь непрофильную деятельность вывести в дочерние структуры или же вовсе передать на аутсорсинг [16, с. 42].

В развитых капиталистических странах теория уже нашла отражение в практике. Подавляющее большинство грузовладельцев предпочитают покупать на стороне услуги по доставке своего товара потребителю, проведению тарных, маркировочных операций, а также по управлению цепочками поставок – выстраиванию логистики таким образом, чтобы груз в максимально короткие сроки при минимальных затратах был доставлен в нужное место в нужном количестве.

В России теория «вживается» в практику с трудом. Грузовладельцы предпочитают отдавать на сторону ограниченный спектр транспортных услуг, чаще всего – доставку и складирование.(рис. 3)

Развитию контрактной логистики в России мешает низкий спрос на данного вида услуги со стороны торговых и промышленных компаний. Отсутствие спроса эксперты объясняют непониманием руководством компаний преимуществ передачи логистических функций специализированным предприятиям, а также - нежеланием грузовладельцев пользоваться услугами сторонних организаций.

Рис. 3. Логистические услуги, передаваемые на аутсорсинг, % [2, с.40]

Сознательный отказ от услуг логистического посредника – следствие нескольких причин:

отсутствие на рынке реальных компаний 3PL с охватом всей территории страны;

нежелание менять свою технологическую цепочку;

боязнь допуска логистического посредника к коммерческой информации;

работа по принципу: «Все свое вожу/гружу и т. д. сам».

По оценке компании КИА центр, объем российского рынка контрактной логистики на сегодняшний день не превышает $22 млрд, что составляет примерно 23% от всего объема рынка логистических услуг.

При самом оптимистическом подходе, к 2010-му году доля контрактной логистики в общей структуре логистического рынка России составит 40-45% или $61-68 млрд.

Что же касается полного аутсорсинга логистических операций, то в России он фактически отсутствует. К аутсорсингу большинства логистических функций прибегают лишь иностранные компании. Они работают с теми поставщиками логистических услуг, с которыми поддерживают партнерские отношения по всему миру, и в Россию переносят уже устоявшуюся технологию [23, с. 41].

На рис. 4 мы видим результаты опроса участников российского рынка логистических услуг в апреле 2008 года [16, с. 30].

Рис. 4. Основные проблемы на рынке логистических услуг.

На рис. 4 голубым цветом выделен процент опрошенных участников, которые данную проблему не считают важной для себя, красным цветом выделен процент участников, проблемы, которые уже имеют место быть и считаются для участников проблемой, но не первой важности, зеленый цвет указывает на то, что проблему выделили как средней степени важности, фиолетовый цвет указывает, что проблема является существенной для участников и оранжевый цвет значит, что проблема для опрошенных очень большая.

Как очень большие проблемы отметили: аренду складских площадей по приемлемым ценам, владение современными складскими площадями и создание складской логистической инфраструктуры. Из выделенных проблем видно, что складское хозяйство как логистическая услуга в России малоразвито, что тормозит развитие российского логистического рынка в целом.

Как большие проблемы определили необходимость расширения пакета предоставляемых логистических услуг, поддержание прибыли под ценовым давлением клиентов, долгосрочные отношения с клиентами, поиск новых.

В табл. 2 показан комплекс логистических услуг, предоставляемых в настоящее время на рынке, и доли исследованных транспортно-экспедиторских компаний и складских операторов, предоставляющих эти услуги. Лишь 50% транспортно-экспедиторских компаний и 43,8% складских операторов обеспечивают экспедирование грузов, причем только 40% транспортно-экспедиторских предоставляют одну из основных логистических услуг – услугу интермодальных перевозок. Обработку и упаковку грузов обеспечивают 87,5% складских операторов и 40% транспортно- экспедиторских компаний [16, с. 33].

Из таблицы 2 хорошо видно, что в нашей стране развиты транспортные логистические услуги: экспедиторские, автомобильные перевозки, ж\д перевозки, авиаперевозки. Услуги складирования находятся в разделе проблемных, например упаковка грузов, хранение, обработка. А сопровождающие услуги такие как консультирование, страхование, оптимизация грузопотоков, управление заказами находятся в развитии и усовершенствовании.

Таблица 2

Комплекс логистических услуг, предоставляемых логистическими операторами

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид услуги | транспортно – экспедиторские компании | складские операторы |
| доля компаний, предоставляющий данную услугу, % |
| автомобильные перевозки | 94,1 | 64,7 |
| ж/д перевозки | 76,5 | 41,2 |
| авиа перевозки | 64,7 | 35,3 |
| интермодальные перевозки | 64,7 | 29,4 |
| речные перевозки | 47,1 | 17,6 |
| морские перевозки | 47,1 | 23,5 |
| управление и контроль перевозок | 88,2 | 58,8 |
| курьерские услуги | 47,1 | 29,4 |
| экспедиторские услуги | 94,1 | 70,6 |
| доставка грузов клиенту | 41,2 | 76,5 |
| доставка «just – in – time» | 82,4 | 41,2 |
| доставка на основе собственной сети распределения | 64,7 | 5,9 |
| доставка с помощью сети международных транспортных агентов | 94,1 | 35,3 |
| хранение | 58,8 | 100 |
| формирование рекламных комплектов  | 100 | 58,8 |
| страхование складских запасов | 64,7 | 58,8 |
| обработка и упаковка грузов | 100 | 76,5 |
| кросс-докинг | 76,5 | 70,6 |
| таможенные услуги | 70,6 | 47,1 |
| консультирование в области логистики | 88,2 | 58,8 |
| оптимизация грузопотоков | 70,6 | 52,9 |
| управление заказами от имени клиента | 47,1 | 35,5 |
| страхование | 58,8 | 47,1 |
| другое | 29,4 | 1,8 |

Таким образом, в ВВП страны доля отраслей, интересующих логистические услуги составляет 45% и включают в себя потребительский сектор и торговлю, промышленность и сферу услуг. Логистические услуги делятся на транспортные (авиаперевозки, автомобильные, интермодальные перевозки), складские (хранение, упаковка, сортировка товара) и сопроводительные услуги (управление поставками, кросс-докинг, таможенные услуги, страхование). Из которых в России сектор транспортных услуг самый развитый, складские услуги малоразвиты и находятся в развитии, а такие сопроводительные услуги как консультирование в области логистики находятся на стадии появления и распространения по стране.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В ближайшее время можно ожидать на рынке логистических услуг России следующие тенденции:

Ожидается значительное расширение спектра предлагаемых логистических услуг, особенно при взаимодействии с крупными торговыми сетями;

Растет компетенция российских логистических операторов при обслуживании клиентов в области оптимизации уровня запасов, интеграции компьютерных систем и совместного управления издержками;

Рост спроса на логистические услуги в дальнейшем будет усугублять разрыв между ведущими логистическими операторами и отсталыми в технологическом отношении компаниями;

Следует ожидать значительного расширения спектра предлагаемых логистических услуг на российском рынке, особенно при взаимодействии с крупными торговыми сетями;

Основные секторы активно развивающегося рынка логистических услуг России - это:

сектор перевозок и экспедирования грузов различными видами транспорта;

сектор складских услуг;

сектор услуг по интеграции и управлению цепями поставок - поле деятельности ЗРL-провайдеров;

сектор сопроводительных услуг.

Особенности российского рынка логистических услуг:

Рынок находится в фазе активного роста и развития;

Рынок недостаточно открыт, то есть, параметры деятельности логистических компаний закрыты для общего доступа;

Имеется большое количество молодых, недавно образованных компаний, с малым опытом работы;

Рынок логистических услуг в России расширяется от центра страны в регионы;

Комплекс предлагаемых логистических услуг отличается многофункциональностью;

Российские логистические компании обслуживают международные и национальные рынки;

Наблюдается объединение логистистических компаний между собой;

Российский рынок логистических услуг отличается фрагментарностью.

Наиболее динамично в нашей стране сейчас развиваются простые логистические операции: перевозка и экспедирование грузов всеми видами транспорта. Сложным комплексным логистическим услугам, например, интеграция и управление цепями поставок от производителя к конечному потребителю, наши провайдеры уделяют значительно меньше внимания. Но тенденция увеличения к предоставлению более сложных услуг все же наблюдается.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Архипкин О. В. С думой о клиенте. // Российское предпринимательство. – 2007. - №4 вып. 1. – С.118-121
2. Аутсорсинг. // Логинфо. – 2005. - №4. – С.38-43
3. Баева В. Л. Спрос на логистов превышает предложение. // Служба кадров и персонал. – 2008. - №8. – С. 3-5
4. Ветров Петр Рынок жаждет качества и надежности. // Россия – 2005. - N42. – С.7 http://www.logistics.ru/9/2/i20\_26603p0.htm
5. Виртуальная таможня. http://www.logistics.ru/9/26/i77\_34317p0.htm
6. Воркут Татьяна. Логистические решения предприятий. http://www.logistics.ru/9/2/i20\_1239.htm
7. Гаджинский А. М. Логистика: Учебник для высших и средне специальных учебных заведений. – 2-е изд. – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1999. – 228 с.
8. Горбачева О. Л. Структура услуг логистических операторов // Логинфо. – 2008. - №7-8. – С. 62-71
9. Елин М. А. Об особенностях логистических ритейлеров и производителей. // Логинфо. – 2007. - №10. – С. 30-36
10. Есенькин Б.С. Логистика в книжном деле / Б. С. Есенькин – М., МГУП, 2002 – 335 с.
11. Калистратов Д. И. Уральская компания федерального уровня // Логинфо – 2008. - №29. – С.8-12
12. Левиков Г. А. Логистика. Актуальные явления и проблемы. http://www.logistics.ru/9/19/i20\_2218.htm
13. М. Линдерс, Ф. Джонсон, А. Флинн, Г. Фирон. Управление закупками и поставками. Учебник для студ. вузов; пер. с англ. под редакцией Ю.А. Щербакина. – 13-е изд. – М.: ЮНИТИ-ДАНТ. – 2007. – 751 с.
14. Логистика: учеб. пособие / Б. А. Аникин, под ред. Б. А. Аникина, Т. А. Родкиной. М.: Тк Велби, изд. Проспект, 2007. – 408 с.
15. Логистика : учебник / А.А. Гайдаенко, О.В. Гайдаенко. — М.: Издательство «Палеотип», 2006. – 220 с.
16. Манжосов А. А. Рынок логистических услуг в России и странах ЕС //Логинфо – 2008. - №11. – С.30-36
17. Морозов О.Б. Основы логистической теории в практике успешного ведения современного бизнеса. Лекция 2 / О. Б. Морозов – С.-П. – СПГУ, 2006
18. Официальный сайт логистики http://sklada.ru/index.php?id=576
19. Официальный сайт тендеров северо-запада Росии http://business.murman.ru
20. Романович Ж.А., Калачев С.Л. Сервисная деятельность: учебник. – М.: Издательско – торговая корпорация «Дашков и К», 2006. – 284 с.
21. Савенкова Т.И. Логистика: учеб. пособие. – М.: изд. «Омега - Л», 2006. – 256 с.: ил., табл.
22. Сайт маркетинговых исследований http://www.bsplan.ru
23. Сахаров А. Ю. Соединить все стихии // Эксперт – 2007. - №21. – С.116\
24. Сербин В.Д. Основы логистики. / В. Д. Сербин - Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2004
25. Б. Сергеев, В. Дыбская Правовой коридор. Логистика в вопросах и ответах http://www.logistics.ru/9/2/i20\_1543.htm
26. Титюхин К. С. Некоторые современные особенности российского рынка логистических услуг // Логинфо. – 2007. - №12. – С.38-43
27. Цицилин П. О. Логистика на страже капитала // Современная торговля. – 2004. - №11. – С.23-25