ЛОГИСТИКА

Перемещение ценностей

доставка

Некоторое время назад картину Анри Матисса «Танец» возили на выставку в Парижский музей современного искусства. Французские хранители были недовольны состоянием российских дорог и просили логистическую фирму «Хепри» использовать только платные магистрали при перевозке ценностей. Специалистам «Хепри» пришлось потратить немало времени на то, чтобы объяснить европейским коллегам, что таких трасс в России просто нет.

Объем рынка музейной и выставочной логистики в России, по оценкам экспертов, превышает $10 млн, и он постоянно растет. «Росту способствует тот факт, что в последние годы наша страна из культурного экспортера постепенно становится принимающей стороной. Все чаще к нам приезжают крупные коллекции, такие как испанский музей „Прадо“»,— говорит генеральный директор компании «Хепри» Виталий Калабуш, который и рассказал курьезную историю о транспортировке картины Матисса в Париж. Между тем подготовка к перевозке ценностей — дело скорее хлопотное, чем прибыльное. Принимающая организация несет все расходы по перевозке, страхованию и временному хранению выбранных экспонатов. Поэтому неудивительно, что отечественные собрания не слишком часто выезжают на региональные площадки. «Так как российские музеи не могут сами оплачивать все расходы по перевозке, они привлекают бюджетное финансирование по схеме госзаказа. То есть необходимо объявить тендер, победитель которого будет организовывать выставку. Здесь кроются риски, так как никто не застрахован от того, что такая организация действительно сможет выполнить все требования по перевозке экспонатов. Кроме того, объявив о конкурсе, мы на всю страну рассказываем, что музейные ценности готовятся к переезду»,— рассказывает Юлия Купина, заместитель директора Музея антропологии и этнографии имени Петра Великого (Кунсткамера) РАН.

Стоит отметить, что сокращение расходов по транспортировке и упаковке экспонатов неизбежно влечет за собой увеличение суммы страховки, то есть не дает желаемого сокращения бюджета выставки в целом, а только увеличивает риски. «Ведь никакие выплаты не покроют поломки или утери экспоната. В этом также кроется одна из причин, почему отечественные музеи столь неохотно ездят по родной стране»,— заключает госпожа Купина.

Другое дело, когда выставка проходит за рубежом. В этом случае именно направляющая сторона имеет право определить транспортную компанию исходя из состава коллекции и особенностей проекта. «Выбор таких компаний невелик, но это проверенные временем компании — российская „Хепри“, немецкая „Хазенкампф“ и финская John Nurminen Oy»,— говорит начальник отдела по культурным связям с зарубежными странами Государственной Третьяковской галереи Татьяна Губанова. При этом каждому музею важно, чтобы персонал компании-подрядчика смог найти общий язык с его сотрудниками. «Иначе куратор может сказать, что логистическая компания неправильно обращается с вещами, и начнется конфликт. Ведь, с одной стороны, в договорах прописано, что подрядчик выполняет все требования хранителей коллекции, с другой — если этого не происходит, то в заложниках оказываются музей и его экспонаты»,— отмечает госпожа Купина.

Подготовительные работы начинаются за несколько месяцев, а то и лет до выставки. Все зависит от сохранности и количества выбранных экспонатов: можно один готовить полгода, а можно 50 — за два месяца. Если выбраны семиметровые произведения Марка Шагала или восьмиметровые — Евгения Лансере, то их надо предварительно снять с подрамника, накатать на вал; в других случаях и затраты времени другие, рассказывает госпожа Губанова. «Есть и такие ценности, которые перевезти невозможно, учитывая состояние их сохранности. В Кунсткамере хранится перьевой ритуальный костюм калифорнийских индейцев середины XIX века. Упаковать его невозможно, так как он просто рассыплется»,— приводит пример госпожа Купина. Затем транспортная компания производит замеры и готовит тару для перевозки. В большинстве случаев используют деревянные ящики разной конфигурации с климат-контролем, которые изготавливаются под каждый экспонат. «Иногда упаковкой служат железный кейс, деревянный планшет, картон, специальные материалы на текстильной основе»,— говорят в ГМЗ «Царское Село». В частности, анатомическая коллекция Кунсткамеры путешествует в специальных металлических кейсах. «Если планируется перелет, их не сдают в багаж, а вместе с хранителем коллекции, на чье имя куплены билеты, проносят в салон, где кейсы рассаживают по местам на правах пассажиров»,— комментирует госпожа Купина.

Стоит особо отметить, что все выставочные передвижения, после того как экспонаты надлежащим образом упакованы и прошли в специальном помещении музея необходимые таможенные формальности, происходят только в сопровождении реставраторов и хранителей коллекций. «Это требование страховых компаний, так как при перевозке необходим человек, знающий особенности работы с данным произведением искусства»,— рассказывают в ГМЗ «Царское Село». И это также может стать фактором, который усложнит и без того трудный процесс. «Скажем, выставка уже должна паковаться, а ряд экспонатов внезапно потребовал дополнительной реставрационной работы и вывозить их нельзя. Или хранителю надо выезжать для сопровождения коллекции сегодня, а в консульстве принимающей стороны сломался принтер и ему не могут выдать визу»,— говорит господин Калабуш.

При перевозке логистические компании обычно используют собственный специализированный автопарк. «Это последнее поколение грузовиков MAN или Scania, в которых дополнительно устанавливается климат-контроль, пневмоподвеска, грузоподъемный лифт и другое оборудование. По стоимости эти работы нередко сопоставимы с ценой новой машины. Железнодорожный и морской транспорт, за исключением паромов в Европе, к перевозкам почти не привлекается по причине отсутствия полноценного контроля за сохранностью груза»,— отмечает господин Калабуш.

В России все наземные передвижения, включая перевозку в аэропорт, осуществляются только с милицейским эскортом. «Музейная логистика развивается и внутри страны, хотя и менее активно. Причины не только в финансовой стороне вопроса, но и в инфраструктуре. Так, маленькая провозная способность аэропорта Пулково и частота рейсов не позволяют отправить более или менее значительную выставку из Петербурга в Иркутск напрямую. Приходится ехать через Москву, но и в этом случае нет уверенности, что мы сможем выслать все одним рейсом»,— комментирует господин Калабуш.

За рубеж большинство отечественных коллекций выезжает через границу с Финляндией. «Этот путь рекомендуется и в страховых компаниях, и в Минкультуры, так как пересечение на машине стран бывшего СССР и Восточной Европы — большой риск с точки зрения сохранности экспонатов. Страховая стоимость выставки нередко доходит до €100 млн, и мы не можем рисковать»,— отмечает госпожа Губанова. Далее экспонаты плывут на пароме из Хельсинки в Любек и затем на машине следуют до пункта назначения в Европе. Средняя стоимость такой перевозки фургоном, скажем, до Парижа и обратно составляет около €60 тыс. Если же выставка вылетает в Америку, Японию или Корею, то для этого выбирается один из трех ближайших аэропортов в странах Евросоюза — в Хельсинки, Амстердаме или Франкфурте-на-Майне. Там коллекции размещают в грузовом лайнере, а хранитель летит ближайшим рейсом вслед за ними. «Раньше нас допускали на летное поле, мы видели, как идет погрузка картин, а затем летели этим же рейсом. Теперь на поле не пускают из-за террористических угроз, да и авиакомпании очень редко разрешают сопровождающим коллекции сотрудникам сесть на борт грузового самолета»,— сетует госпожа Губанова. После прибытия на место упакованные шедевры еще сутки отстаиваются, прежде чем их начинают готовить к выставке. Это обязательное правило, несмотря на то что в транспортировочных ящиках поддерживается необходимый температурный режим.

Андрей Михайлов

Цена гастрономической страсти

аппетиты

Возвращаясь из командировок или туристических поездок, многие везут с собой гастрономические подарки. Везут деликатесы не только по большой любви, но и по расчету: цены на них в России кажутся чрезмерно высокими. Но путешественники стоимость перелета и проживания за границей в цену подарков не закладывают.

Между тем продавцы и поставщики этого рынка могут достаточно четко обосновать составляющие цены. Понятно, что если сыр куплен в маленьком магазине во французской глубинке, где-нибудь в 500 км от Парижа, он априори должен быть дешевым. Ведь его произвели в соседней деревне. А у владельца магазина, где куплен сыр, какие могут быть издержки? Дом ему принадлежит, магазин тут же, семья живет этажом выше, персонал — сам хозяин, его жена да собачка Жу-Жу. А вот для того, чтобы тот сыр оказался на полке магазина в России, придется потрудиться многим. «Один российский бизнесмен видел фестиваль Пармской ветчины в Италии. Захотел порадовать своих московских друзей таким же праздником и в порыве гастрономической страсти купил полтора десятка пармских окороков у местного фермера. Человек он небедный, может себе позволить такие радости. Каждый окорок весит больше 10 кг и в чемодан, даже в одном экземпляре, плохо помещается. А срок их хранения, увы, не вечен. И возникает дилемма: оплаченная ветчина лежит в Италии, а друзья, жаждущие ее отведать,— в России»,— рассказывает Владимир Баканов, вице-президент Федерации рестораторов и отельеров России. Как вывезти купленную продукцию? Удивительно, но… никак. Логистика бессильна помочь незадачливому дельцу, потому что тот фермер, у которого он окорока купил и с которым договорился о временном хранении, не имеет ни малейшего представления о ветеринарном сертификате, требуемом для ввоза его продукции в Россию. Да и в списке предприятий, чья продукция разрешена для экспорта к нам, его маленького хозяйства в принципе нет.

«И в итоге мой приятель может прибегнуть разве что к услугам контрабандистов. Впрочем, и они вряд ли смогут ему помочь, так как фермер живет в совершеннейшей глуши, и если туда заказывать отдельный транспорт, то купленные окорока в итоге станут не Пармскими, а „золотыми“. Вот вам и логистика, и ее влияние на стоимость импортных гастрономических продуктов на полках наших мини-, супер- и гипермаркетов»,— смеется господин Баканов.

Отметим, что для жителей Европейского союза таких проблем не существует. Они произвели, упаковали и погрузили на транспорт любой продукт, отправив его из одной страны в другую с минимальными сопроводительными документами: инвойс, ветеринарный сертификат (нередко заполненный от руки на коленке у местного ветврача) и сертификат происхождения (на семи языках, чтобы не мучиться с переводом в каждой стране).

В России все иначе. Прежде чем попасть на наш стол, заграничные вкусности должны преодолеть ряд «рубежей охраны». Каких именно? Прежде всего необходимо, чтобы европейский производитель попал в список предприятий, которым разрешен экспорт товаров в Россию, а затем получить разрешение на их ввоз. «Подавляющее большинство производителей лучших гастрономических продуктов — предприятия маленькие. Их связи с нужными людьми в министерствах и ведомствах слабые. Потому попадают они в разрешительный лист со скрипом и очень не быстро»,— отмечает господин Баканов. Кроме того, после создания Таможенного союза появились новые списки товаров, на которые нужно получать разрешение, например продукция пчеловодства. То есть закон есть, а процедуры исполнения нет.

После завершения предварительного этапа начинается процедура оформления заказа, сбор нужных документов и консолидация небольших партий. «Чем более изысканный продукт вы заказываете, тем меньший его объем нужен рынку. Иначе говоря, при заказе 20 кг сыра определенного сорта вам придется организовать его доставку к месту консолидации»,— говорит господин Баканов. При этом если продукт редкий и производится в небольших объемах, то хозяйств, откуда планируется перевозка, может быть несколько, а значит, и транспорт будет стоить недешево.

Более того, участники рынка признаются, что иногда логистика поставок может быть настолько сложной, что доставить данный продукт даже до границы с Россией оказывается неоправданно дорого. «Вы нашли какие-то вкусные оливки или сыры на Сицилии. Производители маленькие, и объемы закупок соответствующие. Но чтобы привезти их в Россию, нужно разработать многоуровневую схему доставки. Так, если север Италии охвачен международными логистами, то на юг, особенно в какую-нибудь глухую местность, они ездить категорически отказываются — побаиваются проблем с местной мафией. Там существуют свои компании, которые работают у себя в регионе и по своим правилам»,— делится опытом господин Баканов. В итоге надо организовать доставку груза в район Лацио или Абруцци, а затем найти компанию, которая перебросит товар на север Италии — в Ломбардию или Пьемонт, например, а уже оттуда его можно доставить в Россию.

«Нередко возникает необходимость в транспортировке небольших партий, и в этом нам помогают фирмы, способные формировать так называемые сборные грузы. В этом случае перевозимый товар принадлежит нескольким заказчикам. Это помогает сэкономить деньги и доставить груз вовремя»,— комментируют ситуацию в ООО «Столичная торговая компания» (СТК, управляет сетью «Глобус Гурмэ»).

Значительная по объему часть гастрономических заказов консолидируется в Германии перед доставкой в Россию. «Некоторые производители сами берут на себя расходы, связанные с транспортировкой груза до склада консолидации в Европе (Германия)»,— отмечают в СТК. В зависимости от объема партии и зоны, в которой находится производитель, цена доставки паллета до Германии может сильно колебаться. «К примеру, из Англии и Италии это будет стоить €80–200, из Франции — €70–270, из Испании — €100–280 за паллет»,— рассказывают в СТК. Перевозка из накопителя в Германии на склад в Москве обойдется заказчику еще примерно в €140–280 за паллет. Чаще всего продукция перевозится рефрижераторными грузовиками, в которых можно поддерживать определенную температуру, рассказывает Андрей Корчков, коммерческий директор по работе в Москве и МО ООО «Прованс дистрибьюшен». «Если мы перевозим продукт, срок хранения которого всего две-три недели, тогда используется только самолет. Паромы также применяются крайне редко. Как правило, причиной их использования может стать закрытие польской границы или большая предпраздничная очередь на границе с Финляндией»,— объясняет господин Корчков.

И вот груз прибыл на границу с Россией, остались только известные «дорогостоящие» формальности: таможенная очистка, пошлины, НДС, доставка на склад, обработка товара, а затем перевозка его в магазин. В итоге только при доставке от производителя до терминала импортера в России цена продукта увеличивается как минимум на 60–70%. «Доставка из Франции грузовой фурой с климат-контролем может стоить €4–6 тыс. Однако итоговая стоимость очень зависит как от количества мест загрузки, так и от штрафов за дни вынужденного простоя грузовика из-за сбоев в логистике или при таможенных процедурах»,— заключает господин Баканов.

Вера Никольская

Экспресс-рост

кадры

Для сотрудников компаний экспресс-доставки финансовый кризис закончился: спрос на их услуги растет, а вместе с ним зарплаты и число вакансий. Если работодатель отказывается улучшать условия труда, его стоит сменить, советуют хедхантеры.

Основные тенденции рынка труда в области экспресс-доставки легко узнать, если посмотреть, что вообще происходит в этой нише логистической отрасли. «Во время кризиса на рынке экспресс-доставки в России крупные международные операторы пострадали гораздо больше, чем российские компании, специализирующиеся на внутрироссийских перевозках,— рассказывает Бэла Дзасохова, руководитель департамента FMCG, Retail, Logistics хедхантинговой компании Cornerstone.— В настоящий момент показатели роста данного сегмента рынка логистики в России еще не сравнялись с докризисными (30–40% в год), но динамика рынка все же позитивная. Мы ожидаем, что в 2011 году темпы роста российского рынка экспресс-доставки составят 10–15%».

То есть сейчас компании впервые после кризиса начали набирать персонал. И российские перевозчики нуждаются в новых сотрудниках гораздо больше, нежели их коллеги из иностранных компаний. «Рынок в целом возвращается к своему докризисному состоянию. Для обеспечения возросшего спроса на услуги экспресс-доставки необходимы дополнительные ресурсы, в том числе и кадровые,— рассказывает Наталья Чецкая, директор по управлению и развитию персонала компании „СПСР-Экспресс“.— Наша компания растет, запускаются новые проекты, а под них требуется талантливый персонал: менеджеры по продажам услуг, специалисты информационных технологий, руководители проектов. Уже сейчас по числу персонала мы практически вернулись на докризисный уровень: у нас работает более 2,5 тыс. человек по всей России».

По словам Бэлы Дзасоховой, в кризисное время на рынке экспресс-доставки глобального сокращения персонала не происходило. В среднем фиксированная часть зарплаты топ-менеджмента была снижена с 450 тыс. до 250–300 тыс. рублей. У среднего менеджмента — с 250 тыс. до 150 тыс. рублей. У молодых специалистов заработная плата могла упасть на 10–15 тыс. рублей. «На данный момент мы можем вновь наблюдать тенденцию к постепенному повышению зарплат кандидатов этого рынка,— рассказывает эксперт.— Мы считаем, что в 2011 году она может достигнуть докризисного уровня. Кроме того, можно отметить, что после финансового кризиса все кандидаты стали более адекватно оценивать свои зарплатные ожидания».

«Рынок экспресс-доставки зависит от рынков, на которых работают потребители услуг доставки,— падение на их рынках сразу отражается на нашем бизнесе,— рассказывает Наталья Чецкая.— Оборот сократился, произошло перераспределение потоков, что потребовало в том числе реструктуризации персонала. Компании пришлось отказаться от некоторых частей компенсационного пакета сотрудников. В кризис не было привычных для сотрудников повышений зарплат, покрывающих инфляцию, но не было и понижения заработных плат. Также не производился набор новых сотрудников. Кризис позволил более пристально посмотреть на кадровую политику, сформулировать требования к персоналу. Мы вновь набираем людей, но требования уже более высокие, чем были до кризиса. Рынок становится еще более конкурентным».

С этим мнением согласна и Бэла Дзасохова: «Сейчас на рынке экспресс-доставки наблюдается острая нехватка профессиональных менеджеров среднего звена — есть достаточное количество работников начального уровня, но опытных и профессиональных специалистов уровня руководителей направлений или отделов катастрофически не хватает». Кроме того, всегда нужны опытные профессионалы в коммерческом блоке, а именно менеджеры по продажам, отмечает эксперт по поиску персонала.

Тем не менее профессионалам, работающим в данном сегменте, должно внушать оптимизм то, что рынок экспресс-доставки в России растет быстрыми темпами, он еще не сложился, не прошел фазу интенсивного роста, а значит, и персоналу при желании будет легко сменить работу и получить повышение зарплаты.

Спрос на услуги экспресс-доставки будет и дальше расти за счет регионов России, а также с развитием в стране дистанционной и интернет-торговли, крупных торговых сетей. «Важно отметить, что здесь конкурентное преимущество у российских компаний: цены на их услуги значительно ниже, чем у „большой четверки“ — DHL, TNT, UPS и FedEx,— рассказывает Бэла Дзасохова.— При этом качество оказываемых российскими перевозчиками услуг постепенно улучшается. Пока крупнейшие западные компании все больше осваивают российскую глубинку, российские логистические операторы начинают составлять конкуренцию игрокам на международном поле».

Ольга Мельникова

Реклама
Почтовая лицензия № 73228
ГАРАНТПОСТ
ЭКСПРЕСС-ДОСТАВКА
Срочная доставка почты и грузов по городу, России и миру
Москва, Варшавское шоссе, д. 13 б, стр.1
Отдел продаж +7(495) 956-24-54, 745-01-53
Вызов курьера +7(495) 728-41-51, 925-55-88
8-800-200-65-65
www.garantpost.ru