ЛОГИСТИКА

Домашний фреш

Продуктовые ограничения, введенные Россией в ответ на санкции Запада, ударили по растущему рынку фреша: по словам экспертов, падение составило 30%. На смену «недружественным» овощам и фруктам пришли поставки из Турции, Китая и Израиля. Перераспределение импорта не отразилось на логистических цепочках крупных импортеров-дистрибуторов, зато ударило по мелким субподрядчикам и потребителям. И хотя часть заказчиков ради экономии отказалась от услуг профессиональных провайдеров, большинство логистических операторов уверены: комплексный подход и автоматизация работы обеспечат им стабильный спрос даже в кризис.

— сегмент рынка —

АЛЕКСАНДР ЩЕРБАК

До недавнего времени рынок фреша демонстрировал завидный рост

Что такое скоропорт

Как напоминает Дарья Фалина, коммерческий директор компании FM Fresh, к скоропортящимся продуктам относятся товары с коротким сроком годности и требующие обработки с соблюдением температурного режима. Это фрукты и овощи, молочная продукция, мясные и рыбные деликатесы, а также полуфабрикаты. «Особенность данной категории товаров в том, что они должны оказаться на прилавке магазина в таком качественном состоянии и с таким запасом срока годности, которые позволяют их без проблем реализовать,— подчеркивает генеральный директор компании City Express Алексей Кичатов.

Санкциями по фрешу

До недавнего времени рынок фреша демонстрировал завидный рост: по словам экспертов, в последние год этот сегмент считался одним из самых быстрорастущих среди продовольственных товаров. «Согласно данным ритейлеров, в последние годы доля продуктов категории „фреш“, особенно фруктов и овощей, в общем объеме товарооборота заметно выросла»,— напоминает господин Кичатов. Так, до недавнего времени увеличивалось количество импортеров, поставляющих на российский рынок большой ассортимент товаров, в том числе экзотических фруктов. Ритейлеры также активно закупали свежие овощи и фрукты. «До середины прошлого года на рынке наблюдался очень значительный рост — до 40%, однако сейчас темпы не такие внушительные»,— говорит глава City Express. По его словам, ритейлеры, подводя итоги первого квартала текущего года, говорят о росте уже только в 10% относительно аналогичного периода прошлого года. «На рынке произошел достаточно сильный спад, в первую очередь в связи с введенными санкциями, объемы в сегменте „фреш“ снизились приблизительно на 30% в целом по рынку»,— соглашается Дарья Фалина.

Спад в сегменте «фреш» специалисты объясняют в первую очередь санкциями: в ответ на новые ограничения, введенные США и Евросоюзом против России, правительство РФ запретило импорт целого ряда продовольственных товаров из стран, поддерживающих санкции: США, Евросоюза, Канады, Австралии и Норвегии.

Помимо снижения объемов рынка фреша ответные санкции России изменили географию поставок определенных товаров. «Среди наиболее пострадавших можно выделить два сегмента: овощи и фрукты и молочную продукцию»,— подчеркивает Александр Кунцевич, старший аналитик отдела исследований Cushman & Wakefield.

В сегменте овощей и фруктов наблюдается высокая зависимость от импорта. По данным эксперта, в среднем по стране доля импортной продукции около 50–60%. «Быстро заместить круглогодичный импорт овощей и фруктов внутренним производством практически невозможно. В России не тот климат и нет таких площадей теплиц»,— отмечает господин Кунцевич. Выпавшие объемы поставок заменили импортом из Турции, Китая и Израиля. Однако это привело к монополизации рынка. «Если в 2012–2013 годах на долю первых трех стран-импортеров приходилось около 40–42%, то в последнем квартале 2014 года эта доля выросла до 56% (по весу нетто)»,— напоминает специалист.

Перераспределение задело не всех: крупные импортеры-дистрибуторы или торговые сети, например «Тандер» (сеть супермаркетов «Магнит»), закупают товары у нескольких поставщиков, поэтому введение ограничений на импорт незначительно повлияло на их бизнес. «Логистические цепочки уже созданы, потребность в складских площадях для скоропорта низкая»,— говорит господин Кунцевич.

Другое дело — мелкие и средние субподрядчики и собственно сам потребитель: первые участвовали в логистической цепочке поставок из Европы, у вторых сократился выбор товаров на прилавке. «Никто из крупных клиентов не ушел с рынка, только снизились объемы. Но точно можно сказать, что маленькие компании-импортеры очень пострадали»,— соглашается Дарья Фалина.

Что касается молочной продукции, здесь россиянам повезло еще меньше. Найти замену европейской молочке сложно. Как напоминает эксперт, отечественная молочная промышленность выпускает ограниченную номенклатуру товаров, к тому же внутреннее производство молока не покрывает потребностей. В результате от санкций в первую очередь пострадали транспортные компании.

Помимо глобальных перемен на продовольственном рынке эксперты отмечают локальные изменения в логистических цепочках поставок скоропортящейся продукции на прилавки магазинов. Так, в Московской области открылось сразу два мелкооптовых рынка вместо печально известной благодаря погромам Покровской овощебазы в Бирюлево, где стихийно продавался фреш: открылся «Фрутленд» в районе Домодедово и оптово-продовольственный рынок «Фуд Сити» между Калужским и Киевским шоссе. «Пока говорить о влиянии этих торговых площадок на потребительский рынок Москвы и области рано, но наличие таких рынков облегчит выход отечественного производителя или нового импортера на московский рынок»,— убежден господин Кунцевич.

В условиях кризиса

К новым условиям вынуждены приспосабливаться как поставщики, так и перевозчики. «В условиях кризиса поставщики стремятся сэкономить и сократить затраты на логистику. Поэтому многие из них осуществляют логистику своими силами, не прибегая к услугам логистических операторов»,— говорит Алексей Кичатов. В результате спрос на хранение молочной продукции, мясных и рыбных деликатесов снизился примерно на 20%, подсчитали в FM Fresh.

Падение спроса на складские помещения вместе с выходом на рынок рекордного объема новых складов (1,6 млн кв. м в 2014 году) привели к тому, что уровень свободных помещений в готовых складских комплексах Московского региона вырос до рекордных 7,9% по сравнению с 1,4% в конце 2013 года, подсчитали в Jones Lang LaSalle. «Это самый высокий показатель за последние четыре года, но для сравнения: в кризисный 2009 год доля вакантных площадей находилась на уровне 12% в целом по рынку»,— говорит Петр Зарицкий, региональный директор и руководитель отдела складских и индустриальных помещений компании. Между тем завершается строительство 900 тыс. кв. м новых складов в столичном регионе. Их выход на рынок ожидается уже в текущем году, что только увеличит объем вакантных площадей и конкуренцию среди арендаторов. «Но с учетом того что новые проекты сейчас практически не начинаются, при сохранении даже умеренного спроса уровень вакантных площадей, на наш взгляд, дальше расти не будет»,— убежден эксперт.

Кризис скорректировал не только спрос и объем вакантных площадей, но и валюту, в которой заключаются договоры. «Из-за резкого ослабления курса рубля в конце 2014 года рынок складов стал преимущественно рублевым: сделки сейчас заключаются в основном в локальной валюте»,— говорит господин Зарицкий. Средняя ставка на рынке Московского региона составляет от 4 тыс. до 4,5 тыс. руб. за 1 кв. м в год (triple net), максимальная — 5–5,5 тыс. руб. за 1 кв. м в год (triple net) за стандартные площади. Для сравнения: на конец 2013 года средняя ставка составляла $135 за 1 кв. м в год, максимальная — $140 за 1 кв. м в год.

«В некоторых проектах предлагаются долларовые ставки, зачастую с фиксированным валютным курсом (как правило, на короткий срок), с возможностью дальнейшего пересмотра условий договора и выплаты арендных платежей в рублях по официальному курсу ЦБ»,— отмечает специалист.

Переориентация провайдеров

Что касается спроса на услуги именно логистических провайдеров, то он упал незначительно, в основном в сегменте рыбы, морепродуктов, мясной и молочной продукции, говорит господин Кичатов. Те провайдеры, которые работали с импортом, вынуждены переориентироваться на работу с российскими поставщиками скоропортящихся продуктов.

Однако тех, кто готов предоставить клиентам полный комплекс услуг для товаров категории «фреш», не так уже много, поэтому отток клиентов не приводит к значительному усилению конкуренции: работы хватает всем, отмечает эксперт.

«Большинство торговых сетей запрашивают комплекс услуг»,— соглашается Дарья Фалина. «Комплекс сервисов включает в себя всю логистическую цепочку: погрузка, разгрузка, транспортировка, складирование, доставка заказчику и т. д.,— рассказывает Алексей Кичатов.— Удобство комплексного сервиса в том, что так проще планировать все этапы логистики, выше гарантия сохранности товара, поскольку вся логистическая цепочка находится в одних руках». Если возникает проблема, клиент точно знает, кому именно предъявлять претензии. Например, если товар проходит через несколько рук и доходит до конечной точки испорченным, сразу можно выяснить, на каком этапе и кем был допущен просчет. Что касается стоимости комплексного подхода, то, по мнению эксперта, он обходится даже дешевле, чем отдельные логистические услуги. «Даже если в сумме отдельные опции выходят дешевле, потери нивелируют выгоду»,— говорит господин Кичатов.

Каким бы ни был сервис, ключевым для скоропорта является температурный режим. Складские помещения должны быть оборудованы системами кондиционирования, а транспортировка товара — происходить в рефрижераторных автомобилях, напоминает Дарья Фалина. Для молочной и мясной продукции, а также свежей рыбы диапазон температур составляет +2–4°C, для овощей, фруктов, зелени — примерно до +8°C, для бананов — не меньше +10°C, но не больше +15°C.

Системы климат-контроля постоянно дорабатываются, подчеркивает глава City Express. «Все новые технологии связаны с усовершенствованием IT-обеспечения для более быстрого обмена данными между клиентами и провайдерами, а также для ускорения обработки товара, так как товар категории „фреш“ должен быть доставлен на полки магазинов вовремя»,— говорит Дарья Фалина. Среди последних новинок — автоматическая система управления складом Warehouse Management System. Она позволяет автоматизировать сразу несколько процессов на складе: прием товара, сортировку, отгрузку, сборку. Компьютерное ноу-хау обеспечивает идентификацию товара в системе, управление документооборотом и мониторинг складских операций с товаром.

«Автоматизация складской логистики для товаров категории „фреш“ особенно актуальна, учитывая то, что отбор товара с мест хранения на складе занимает много времени»,— подчеркивает Алексей Кичатов. Оптимизация процесса приводит к тому, что скорость, с которой работает склад, увеличивается: система извещает о том, как идет доставка товара, и дает возможность вовремя принять управленческое решение. Что, в свою очередь, позволяет оптимизировать сроки доставки скоропортящихся продуктов и снизить потери.

Мария Карнаух

От двери до двери по-русски

— новинка —

С точки зрения грузовладельца идеальная перевозка означает подбор оптимального варианта доставки «от двери до двери» в срок и по выгодной цене. При этом желательно наличие единого окна для оформления заказа и учета преимуществ различных видов транспорта. В Европе мультимодальные сервисы используются широко, в России же им мешает развиваться несовершенство правил перевозок.

Правильно организованный сервис доставки товаров «от двери до двери» создает массу преимуществ всем участникам рынка перевозок. Для транспортно-логистической компании это вариант сохранения доходности, хотя иногда и требующий дополнительных усилий. Выгоден он и подрядчикам, например железным дорогам и судоходным линиям, так как дает возможность получения определенного объема грузов в оговоренный срок, пусть и с меньшей маржой. Грузовладельцу «дверной» сервис гарантирует стабильность транспортных расходов на согласованный с подрядчиком период, предсказуемость времени перевозки, возможность отсрочки платежа и использования одного комплекта документов, а также нулевую ставку НДС при экспорте.

Удовлетворение потребности грузоотправителей в комплексных отправках зависит от динамики рынка, поскольку в период его подъема важна экономия времени, а в период падения — средств. Неслучайно приоритетом номер один для сегодняшнего заказчика является стоимость комплексной перевозки. «Чем ниже, тем лучше»,— уверена директор по международным перевозкам ООО «САННА-Экспедиция» Марина Тельнова. Директор по операциям FM Logistic Александр Павлов считает, что выручить грузоотправителей может «дверной» сервис, налаженный крупной экспедиторской компанией: «Стабильные объемы позволяют корректировать структуру каждой отправки, даже если кто-то из клиентов меняет параметры заказа». FM Logistic обслуживает около 600 небольших грузовладельцев в сфере потребительской торговли, в том числе нуждающихся в доставке товаров из Москвы на Дальний Восток. «Оптимизация расходов достигается за счет ряда факторов,— поясняет Александр Павлов.— Например, целенаправленная работа с подрядчиками и собственниками вагонов позволяет снижать ставки на перевозку в обмен на стабильность загрузок, а работа напрямую с РЖД, минуя экспедиторов, то есть отправка вагонов собственными силами со своих подъездных путей и с использованием единого лицевого счета, позволяет экономить».

Затраты российских грузоотправителей на комплексные логистические услуги, в частности доставку «от двери до двери», выше, чем в Европе. В первом случае эксперты оценивают их на уровне 20% от конечной стоимости товара, во втором — в два-три раза ниже. Действительно, существующие правила внутрироссийских перевозок не всегда позволяют добиться максимального эффекта. В России один из классических вариантов «дверной» услуги реализуется на базе контейнерных поездов, связывающих грузоотправителей и потребителей Москвы, Сибири и Дальнего Востока. Для перетарки, хранения и пересадки грузов на другие контейнерные поезда в цепочку включают транспортно-логистические центры. В частности, опыт компании «Евросиб», использующей собственный терминал в Новосибирске, показал, что для экономии времени и затрат терминальным операциям необходимо придать статус транзитных. «Кроме того, нужна возможность оформления единой железнодорожной накладной на весь путь следования груза через транзитную станцию»,— уточняет директор по продажам и экспедированию мультимодальных и контейнерных перевозок ЗАО «Евросиб СПб — транспортные системы» Виктор Иванов.

Подобный опыт частных компаний подсказывает, в каком направлении следует развиваться крупнейшему российскому перевозчику. Перевозки «от двери до двери», как правило, являются логистическим продуктом уровня 3 и 4PL, включающим экспедирование, перевалку, хранение и другие операции. Сегодняшние функции ОАО РЖД помимо владения инфраструктурой в основном сводятся к грузоперевозкам, то есть услуге уровня 2PL, а доля доходов холдинга от предоставления комплексных логистических сервисов не превышает 13%. В то же время одна из самых эффективных железнодорожных компаний Европы — немецкая Deutsche Bahn — более 50% прибыли получает благодаря именно продажам комплексных услуг. Стоит отметить, что в РЖД запланировали трансформацию холдинга в транспортно-логистическую компанию к 2030 году, и один из шагов в этом направлении — приобретение 75% акций компании GEFCO.

Не секрет, что в настоящее время доставка «от двери от двери» является прерогативой автомобилистов. Между тем практики твердят, что для такой страны, как Россия, сочетание железнодорожного и автомобильного транспорта в комплексной цепочке поставок является наиболее эффективным способом организации логистики. Железная дорога дает преимущества на длинных расстояниях и при поставках массовых грузов, а автомобильный транспорт идеален для дискретных поставок партий на средних и коротких дистанциях, где необходимы мобильность и гибкость.

В качестве успешного примера мультимодальных перевозок можно привести совместный проект компаний Toyota и Sollers по доставке готовых автомобилей с Дальнего Востока в европейскую часть России с использованием железнодорожной составляющей и дальнейшим распределением по компаундам и розничным точкам с помощью специализированного автомобильного транспорта. Сочетание железной дороги и автотранспорта часто практикуется при доставке грузов из Китая. Использование одного вида транспорта на всем маршруте здесь нерационально, поэтому и применяется комбинированный способ доставки. В большинстве случаев в логистическую цепочку включается и морская перевозка: сначала происходит транспортировка от места закупки до порта КНР, затем по морю до российского порта, потом доставка по железной дороге до перевалочного пункта и автотранспортом до места назначения. При этом в сфере грузоперевозок существует определенный конфликт интересов: автомобилисты воспринимаются как конкуренты железнодорожников. Однако выстраивание взаимодействия между этими видами транспорта делает возможным и партнерство. Рынок логистических услуг раздроблен и фрагментарен, причем не только в РФ, но и в целом по миру. Его характерной чертой является то, что даже самые крупные компании занимают лишь небольшую долю рынка, а сервис доставки грузов «от двери до двери» предлагают и экспедиторы, готовые работать с генеральными грузами, и логистические операторы, специализирующиеся в сфере ритейла. В России в этот высококонкуретный сегмент недавно вышли и компании—операторы железнодорожного подвижного состава. Предпосылкой стало изменение ситуации в сфере железнодорожных перевозок: из-за профицита вагонов времена, когда маржинальность операторского бизнеса достигала 15–18%, ушли в прошлое. В то же время активизировались логистические компании с гораздо более низкой маржой (например, у GEFCO она находится на уровне 2,5%), но не обремененные затратами на содержание тяжелых активов, например вагонов.

Крупные российские железнодорожные операторы, например «Трансконтейнер», «Евросиб», Fesco, ПГК, уже позиционируют себя как вертикально интегрированные транспортно-логистические компании, способные предоставлять сервис уровня 3PL. Интересен и опыт небольших железнодорожных компаний, не считающих чем-то экстраординарным комплексные доставки с привлечением автотранспорта, перегрузками на складах, хранением контейнеров, крановыми работами и прочими услугами. «Это нормальная работа,— поясняет генеральный директор ООО „Транком-Сервис“ Андрей Тайгин.— Мы для того и существуем, чтобы подсказать грузовладельцу экономически выгодную схему доставки товара из точки „А“ в точку „Б“».

Эксперты отмечают, что роль локомотива в освоении новых логистических компетенций зачастую играют морские компании. Например, мультимодальный сквозной коносамент, используемый в Европе для доставки грузов «от двери до двери», пришел из практики морских перевозок. Автоматизация бизнес-процессов портовых терминалов, например тайм-слотирование, или упрощенный документооборот в морских перевозках также являются хорошими примерами для сухопутных транспортников. Свою лепту вносят представители малого и среднего бизнеса, демонстрирующие гибкость в ценообразовании и готовность оказывать грузоотправителям более полный спектр логистических, транспортных и экспедиционных услуг. Впрочем, усиление конкуренции всегда служило залогом роста качества, поэтому у сервисов доставки грузов «от двери до двери» в России определенно есть будущее.

Дарья Краснокутская

«Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» («Логистика»). Учредитель: АО «Коммерсантъ». Адрес: 127055, г. Москва, Тихвинский пер., д. 11, стр. 2. | **Владимир Желонкин** — президент ИД «Коммерсантъ» | **Мария Комарова** — генеральный директор ИД «Коммерсантъ» | **Азер Мурсалиев** — шеф-редактор ИД «Коммерсантъ» | **Павел Кассин** — директор фотослужбы | **Валерия Любимова** — коммерческий директор ИД «Коммерсантъ». **Рекламная служба:** Тел. (499) 943-9108/10/12, (495) 101-2353 | **Алексей Харнас** — руководитель службы «Издательский синдикат» | **Ольга Соломатина** — выпускающий редактор | **Наталия Дашковская** — редактор | **Сергей Цомык** — главный художник | **Виктор Куликов** — фоторедактор | **Екатерина Бородулина** — корректор | **Адрес редакции:** 125080, г. Москва, ул. Врубеля, д. 4. Тел. (499) 943-9724/9774/9198