

ЛОГИСТИКА

Не ценой единой

— конкуренты —

Кризис поставил участников рынка складской логистики в непростую ситуацию: с одной стороны — собственники, резко поднявшие арендные ставки, с другой — клиенты, рассчитывающие на скидки. Лучше всего себя чувствуют провайдеры, располагающие собственными площадями: они могут предложить выгодные условия и не уйти в убыток. Операторы с менее выгодной позицией идут на демпинг, который в непростые экономические времена чреват банкротством.

Экономический кризис ударил по рынку складской логистики, в первую очередь отразившись на спросе. По словам Елены Печникова, директора по развитию Itella в России, он снизился как на транспортные услуги, так и на складскую обработку. «Складская логистика сильно зависит от качества и количества площадей, доступных для хранения, поэтому спрос долгие годы основывался на отсутствии нужного количества качественных пространств», — подчеркивает эксперт. На смену дефициту качественных складских помещений, когда условия диктовали арендодатели, пришло время арендатора, говорит Николай Девятилов, генеральный директор Praedium. По подсчетам участников рынка, уровень вакантных площадей достиг рекордных 6% после того, как девелоперы достроили проекты, замороженные еще с прошлого кризиса: только в прошлом году, по данным City Express, в Москве было введено 1,5 млн кв. м — вдвое больше, чем в 2013-м.

Избыток арендных площадей создает конкуренцию среди арендодателей и заставляет их идти на уступки. «В целом по стране цены на складскую недвижимость снизились в среднем на 25%», — говорит Алексей Кичатов, генеральный директор City Express. По его словам, провайдеры, владеющие складами, также вынуждены снижать ставки, пусть и не так значительно: в зависимости от формата и площадки, аренда упала от 5% до 20%.

Те операторы, кто успел передоговориться с собственниками о снижении арендных ставок во время кризиса, оказались в самой выигрышной позиции. Однако, подчеркивает Елена Печникова, для некоторых логистических компаний долларовая ставка, вопреки ожиданиям, не упала, а выросла — в результате колебаний курса от 80% до 100% (в зависимости от того, по какому курсу происходило подписание договора аренды). «Логика бизнеса потерялась между здравым смыслом, диктующим снижение ставок, и жадностью девелоперов, настаивающих на опосредованном повышении», — говорит эксперт. — В этой модели находится большинство логистических операторов, имеющих долгосрочные договоры аренды». Госпожа Печникова уверена: в конечном итоге эта ситуация невыгодна никому. Чтобы покрыть рост затрат на аренду в рублевом эквиваленте хотя бы частично, провайдеры, оперирующие на арендованных площадях, повышают тарифы более чем на 30%, соглашается Полина Винокурова, директор по маркетингу «Молком». Альтернативой может быть расторжение договора и переезд на другой склад, однако в большинстве договоров для таких случаев прописаны draconовские штрафы вплоть до суммы годовой аренды, подчеркивает эксперт. В результате операторам приходится сокращать собственные расходы за счет оптимизации и повышения эффективности процессов.

Со своей стороны клиенты операторов рассчитывают на скидки: по подсчетам экспертов, ожидаемое снижение цены составляет от 5% до 15%. Предоставить специальные условия могут компании, располагающие комбинированным объемом собственных и арендованных складских площадей. Такие участники рынка могут на короткий срок предложить скидку ради сохранения клиентского портфеля за счет собственной маржинальности, поясняет Елена Печникова. «На сколько хватит запаса прочности, зависит от финансовой стабильности и баланса между собственными и арендованными площадями у каждого логистического оператора», — говорит эксперт.

«Многие компании в погоне за уменьшением затрат на логистику начали выходить на рынок с тендерными запросами», — говорит коммерческий директор FM Fresh Дарья Фалина. — В данной ситуации есть большие риски, так как многие небольшие провайдеры в погоне за клиентами начинают демпинговать, абсолютно не думая о качестве, ресурсах и в целом о трудности запуска нового проекта». Как показал опыт кризиса 2008–2009 годов, договоры, заключенные по низким ценам, год спустя пересматривались, а тарифы резко увеличивались. Кроме того, компании, забывавшие в погоне за клиентом о собственных интересах и бюджетах, выбывали с рынка, напоминает госпожа Фалина.

«Демпинг может стать временным решением, на которое идут в основном так называемые лоукостеры, чтобы поддерживать конкурентоспособность и привлекать клиентов. Однако если не будет должного уровня качества, которого ждет клиент, скоро подобная стратегия работы сыграет против оператора», — убеждена госпожа Печникова. «Клиенты логистических компаний заинтересованы в стабильном логистическом партнере — банкротство оператора и вынужденный переезд на другой склад могут сопровождаться не только ростом затрат, но и потерями продаж или доли рынка для клиента», — соглашается Полина Винокурова.

Таким образом, комфортнее всего сейчас на рынке себя чувствуют провайдеры, работающие на собственных складских площадях, а также представители крупных международных компаний, за спиной которых сильная финансовая поддержка, убеждена госпожа Винокурова. «Выдержать кризис смогут те логистические операторы, портфель которых включает клиентов из различных сегментов бизнеса. В кризис это особенно ощутимо, так как логистические операторы сразу чувствуют, какие сегменты продолжают рост, а какие, наоборот, замедляются», — отмечает Елена Печникова. Так, фармацевтическая продукция востребована независимо от кризиса, в то время как перевозки одежды и обуви резко сокращаются из-за падения спроса среди населения. В выигрышной позиции также находятся 3PL-провайдеры, оказывающие клиентам полный комплекс логистических услуг. «Им необязательно демпинговать, чтобы выжить», — убежден Алексей Кичатов. Кризис заставляет операторов не только оптимизировать расходы и искать способы сэкономить, но и повышать эффективность своей работы. Участники рынка уверены: компании, активно инвестирующие в IT-технологии и новое оборудование, выдержат непростые времена. Ведь главное по-прежнему не столько цена, сколько качество обслуживания.

Мария Карнаух

Искушение для курьеров

Курьерский бизнес — низкомаржинальный и высококонкурентный. И то и другое вынуждает многие компании работать на грани себестоимости, а любая более или менее серьезная управленческая ошибка грозит стать последней. Кризис по понятным причинам только усугубляет ситуацию. Основным клиентам курьерских служб — интернет-магазинам сегодня приходится несладко: количество заказов, а значит, и потребности в логистике сокращаются, желание сократить расходы за счет партнеров увеличивается.

— тенденция —

Понимая, что во многом их благополучие зависит от наличия клиентов, курьерские службы стремятся изо всех сил сохранить текущих и выиграть в борьбе за новых. Вариантов, как это сделать, немного. Самый на первый взгляд очевидный и «продстой» путь — начать демпинговать, снижать тарифы на доставку (к тому же это можно сделать быстро). Простой и долгий — оптимизировать расходы. Курьерским компаниям это делать сложнее, чем многим другим бизнесам: мы не можем, например, позволить себе активно увольнять персонал для сокращения издержек, так как всегда должны учитывать фактор сезонности с ее подъемами продаж, а также круглогодичные распродажи. В итоге некоторые выбирают быстрый путь — снижение тарифов. Так было и в прошлые кризисы, наверняка будет и сейчас.

Чем опасен демпинг, особенно для мелких и средних компаний? Чтобы использовать в качестве козыря меньший, чем у коллег по цеху, тариф (не снижая при этом качество), нужно иметь хорошие оборотные средства или надежную подпитку в виде внешних инвестиций. Если ни первого, ни второго нет, рано или поздно (скорее рано) у компании просто не хватит денег для покрытия текущих расходов. Но даже понимая возможный исход, многие готовы рисковать, в том числе сами заказчики.

Желание интернет-магазина уменьшить затраты на логистику вполне понятно, но надо правильно оценивать риск работы с логистическим оператором, который может оказаться ненадежным. Сделать это можно с помощью несложного расчета. Допустим, магазин делает 20 продаж ежедневно, при этом средний чек заказа составляет порядка 3 тыс. руб. Это означает, что при условии выкупа всех посылок курьерская служба ежедневно получает 60 тыс. клиентских



Интернет-магазинам следует с опаской относиться к курьерским компаниям с впечатляюще низкими тарифами

рублей. Если у нее тариф ниже рыночного на 50 руб., то каждый день магазин экономит на доставке 1 тыс. руб. (50 руб. на каждом из 20 заказов), а спустя полгода эта сумма может вырасти до 120 тыс. руб. (с учетом шести рабочих дней и 12 месяцев). Если же в какой-то момент курьерская служба «сломается» и перестанет возвращать деньги магазину (ежедневные 60 тыс. руб.), то через пару дней вся

его годовая экономия сойдет на нет: за два дня он потеряет ровно столько, сколько сэкономил за год.

Низкий тариф при небольших объемах — это всегда тревожный сигнал, к тому же он может спровоцировать еще один опасный соблазн. Представьте, что игра с тарифами все-таки аукнулась курьерской службе — возник кассовый разрыв. Что делать, чтобы исправить ситуацию? Рынку известны истории, когда компании пытались залатать дыры в собственном бюджете за счет денег клиентов. Во время кри-

зиса подобное искушение может стать еще сильнее.

Специфика курьерского бизнеса состоит в том, что через него проходят большие (в десятки раз превышающие собственную выручку) клиентские деньги за выкупленные посылки. И если у логистов дела идут не очень, может возникнуть искушение немного задержать возврат этих денег клиенту и воспользоваться ими как беспроцентным кредитом. Конечно же, на какое-то время, а не навсегда ... Но искренние намерения в данном случае сложнореализуемы: если

чужие деньги запущены в оборот, выплатить их обратно практически невозможно. Возникает эффект снежного кома. «Одолженные» деньги направляются на покрытие убытков, а значит, не приносят дополнительной прибыли. Где же тогда взять новые средства, чтобы вернуть долг клиенту? Оказавшись в безвыходной ситуации, компания снова залезает в клиентский карман и т. д. Счастливый конец в этой истории маловероятен.

Еще одно испытание курьерских компаний на стойкость — это неплательщики. Снижение покупательского спроса многие онлайн-ритейлеры переживают достаточно тяжело: продажи падают, вероятность неплатежей с их стороны партнерам и поставщикам резко увеличивается. Не исключено, что многим интернет-магазинам просто не будет хватать выручки на оплату курьерских служб. Часто логисты готовы идти навстречу любимым клиентам и закрывать глаза на отсрочку платежей.

Клиенториентированность — это отличное, 100% необходимое сервисной компании качество, но она должна быть разумной и взаимовыгодной. Чем сложнее экономическая ситуация на рынке в целом, тем опаснее отход от правил. Платежи необходимо держать под пристальным контролем, особенно сейчас: более тщательно отслеживать соблюдение сроков оплат со стороны клиентов, составлять графики платежей, а если проблема возникла — решать ее с каждым клиентом индивидуально. Один из вариантов — заменить выставление счета за оказанные услуги по итогам месяца новой схемой взаиморасчетов, когда средства за оказанные курьерской службой услуги доставки удерживаются при перечислении интернет-магазину денег за оплаченные посылки.

Алексей Прыгин,
генеральный директор «МаксиПост»

Переходим на рубли

— логистические операторы —

Начавшийся в прошлом году кризис изменил бизнес-модели и клиентов логистических операторов, и самих операторов. Баланс затрат и доходов у многих компаний кардинально изменился. Долларовые статьи расходов резко увеличились. Речь в первую очередь идет о тарифах на аренду, в частности, складских площадей, которые в России традиционно были долларовыми.

Например, в начале 2014 года официальная средняя ставка аренды склада в Московской области составляла \$125–135, или примерно 4–4,5 тыс. руб. за квадратный метр. Несложно подсчитать, что сейчас она автоматически повысилась до 8–9 тыс. руб. из-за скачков курса доллара, то есть затраты на аренду выросли в два раза.

Новая ставка является абсолютной неподъемной для бизнеса. Возникла «дыра в кошельке», которую никто не готов был латать за свой счет. Поэтому сейчас логистические операторы, их клиенты и девелоперы ведут жесткие переговоры, пытаются найти баланс в новой ситуации. К сожалению, победивших не будет: всем придется чем-то пожертвовать, чтобы найти золотую середину и выстроить в условиях кризиса новые бизнес-модели выживания.

Смысл деятельности логистического оператора в любых экономических реалиях — получать прибыль от обработки грузов своего клиента на складе, взятом в аренду у девелопера. Получается, что у логистической компании всегда есть два контракта: один — с арендодателем в логпарке, второй — с клиентом. В условиях кризиса без четко планируемого дохода от работы по обслуживанию клиента логистическому оператору становится очень тяжело поддерживать текущие, а тем более заключать новые дорогостоящие договоры аренды складских площадей. Рынок складских услуг и рынок аренды формируются клиентским спросом — сейчас это очевидно как никогда.

Только при наличии действующего контракта с клиентом (или победы в тендере потенциального клиента) логистическому оператору стоит заключать договор аренды нужного для осуществления его профильной де-

ятельности объема складских площадей. Только в этой ситуации деятельность принесет финансовую выгоду и будет иметь профессиональный смысл.

Процесс перехода в рублевое поле уже запущен. Но идти он будет не быстро: это вопрос, как минимум, двух следующих лет. Сегодня, по нашим прогнозам, около 30% арендодателей готовы перейти в рублевое поле. Однако международные игроки (например, Raven Russia, Immofinanz Россия и др.) все еще остаются в долларовой зоне. Но в перспективе девелоперы, ставки которых останутся на уровне 8–9 тыс. руб. за квадратный метр, будут работать себе в убыток.

Немного статистики. В 2014 году в Москве было построено около 2 млн кв. м новых качественных складских площадей. Из них около 0,7 млн кв. м площадей класса А остались невостребованными. Кроме того, нельзя забывать о том, что старые складские комплексы нигде не исчезли. Сегодня в Москве, по официальным данным, 10% складских площадей пустуют. А если учесть площади, которые формально арендованы, но пустуют (то есть у девелопера есть действующий или заканчивающийся договор аренды этих площадей, но у арендатора нет своего товара или товара его клиента и площадь фактически простаивает, требуя ежемесячной арендной платы), то, по оценкам экспертов логистического рынка, доля пустующих площадей в некоторых логпарках на первый квартал текущего года может достигать 20% и даже 30%, и это не нашло отражения в официальной статистике.

Такая ситуация привела к тому, что новые договоры аренды заключаются уже в рублях и зачастую по ценам ниже начала 2014 года. По

нашей информации, есть контракты по 3,5–3,8 тыс. руб. за квадратный метр. Понятно, что компании, заключившие договоры аренды по таким низким рублевым ставкам, получают серьезные конкурентные преимущества на логистическом рынке. И фактически они начинают обрушивать старые долларовые соглашения, которые вынуждены продолжать поддерживать игроки рынка, ставшие заложниками предыдущих договоров с девелоперами.

Кроме того, многие площади на рынке, предлагаемые за доллары, по меркам складской недвижимости являются старыми. Восемьдесят лет для склада — это серьезный возраст. Десять лет назад объекты строили по другим стандартам качества, с тех пор существенно ужесточились требования пожарной безопасности и экологического надзора. Поэтому во многие объекты того периода сейчас необходимы серьезные дополнительные вложения. В то же время в строй введены новые площади, соответствующие всем современным техническим требованиям, и их можно арендовать дешево и за рубли. Понятно, на какие площади охотнее будут подписываться контракты.

В целом мы считаем, что сейчас идеальная ситуация, когда на складском рынке должен произойти окончательный перелом в пользу рубля — это именно то, о чем игроки логистического рынка говорят уже не первый год. Так, как это случилось с жилой недвижимостью, как происходило в предыдущий кризис с торговой недвижимостью. Теперь настала пора последнего оплота доллара — складов.

Николай Воинов,
генеральный директор Itella в России

all over cargo*

***Комплексные решения в области транспортной и складской логистики:**

- ✓ Автомобильные грузоперевозки: Европа / Россия / СНГ
- ✓ Срочная доставка грузов / Авиафрахт / Доставка "от двери до двери"
- ✓ Контейнерные перевозки (FCL/LLC), вкл. экспедирование в порту
- ✓ Тяжеловесные, негабаритные грузы
- ✓ Фито – ветеринарные грузы / Опасные грузы
- ✓ Складская логистика: Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Варшава
- ✓ Таможенный сервис, в т.ч. сертификаты и регистрация

*реклама

тел. +7(495) 647-6290; факс: +7(495)593-8410 www.dls-logistics.ru; info@dls-logistics.ru

РЖД расширяет колею

Согласно утвержденной стратегии развития ОАО «Российские железные дороги» (РЖД), через пять лет компании транспортно-логистического блока холдинга РЖД должны занять значительную долю на рынке 3PL- и 4PL-логистики. Это позволит после 2020 года приступить к формированию глобальной мультимодальной логистической компании и потеснить крупнейших международных игроков на рынке. В холдинге убеждены, что наибольшие перспективы для освоения этого сравнительно нового для российской железнодорожной монополии рынка услуг сосредоточены в сфере индустриальной логистики в широком понимании этого термина.

— проект —

Оказанием полного комплекса транспортно-логистических услуг крупным производственным холдингам и целым промышленным кластерам призваны заниматься входящие в холдинг РЖД логистические операторы — международная транспортно-логистическая сеть GEFCO, приобретенная в 2012 году у французского автоконцерна Peugeot Citroen, и созданное в 2010 году в виде 100-процентного дочернего общества ОАО «РЖД Логистика», следует из материалов РЖД. Сегменты деятельности этих двух компаний четко разделены по характеру грузовой базы: международный 3PL-оператор GEFCO сфокусируется на работе с промышленными грузами и перевозками готовой продукции, а «РЖД Логистика» — на взаимодействии с предприятиями, где преобладают массовые сырьевые грузы и требуется работа с различными типами подвижного состава, преимущественно железнодорожного.

Главные транспортные активы холдинга РЖД сосредоточены в рамках глобального проекта Объединенной транспортно-логистической компании (ОТЛК; см. интервью гендиректора ОТЛК Петра Баскакова на этой странице). Компания создана в 2013 году совместно железнодорожными администрациями России, Казахстана и Белоруссии и призвана стать «контейнерным трубопроводом» между Европой, Россией и Азией. РЖД уже внесли в уставный капитал компании свой крупнейший транспортный актив — контрольный пакет акций «Трансконтейнера», а также 100% «РЖД Логистики», Казахстан и Белоруссия завершают оценку и передачу своих контейнерных терминалов и подвижного состава. Благодаря деятельности ОТЛК новый импульс должны получить международные подразделения GEFCO, обеспечивающие усиление присутствия холдинга РЖД на крупнейших развивающихся рынках планеты, говорится в материалах монополии.

Горизонтальная интеграция

Комплексное логистическое обслуживание сложных многокомпонентных производств — от снабжения до сбыта — ключевая компетенция GEFCO. Компания изначально была создана как эксклюзивный логистический оператор французского автомобилестроительного концерна PSA Peugeot Citroen, но затем, накопив знания и опыт в сфере комплексной логистики автомобильного производства, стала одним из крупнейших специалистов в мире по решению логистических задач автозаводов. После смены акционера это позволило GEFCO не только сохранить своего ключевого исторического клиента Peugeot Citroen, но и с успехом обслуживать логистические интересы конкурирующих автомобильных концернов. Например, доходы от контрактов с General Motors в 2014 году выросли на 26%, притом что в целом на логистику предприятий автопрома приходится до 60% продаж GEFCO. Общий годовой оборот компании составляет около €4 млрд.

Сегодня GEFCO осваивает работу на российском рынке и интегрируется в периметр холдинга РЖД. По словам генерального директора GEFCO Люка Надаля, компания уже работает с несколькими автомобильными предприятиями в России, но при этом реализует и другие крупные внешнеторговые российские контракты европейских машиностроительных холдингов. В частности, компания получила контракт от испанского машиностроительного завода Talgo на перевозки в Россию пассажирских железнодорожных вагонов и комплектующих к ним (РЖД заказали семь 20-вагонных поездов). В числе других новых клиентов компании на российской территории — японская Toyota (GEFCO перевозит автомобили из новороссийского порта в Узбекистан), а также крупная российская угольно-металлургическая компания, которую гендиректор GEFCO не называет.

Тем не менее в нынешние кризисные времена, когда все российские

предприятия всерьез рассматривают вопросы снижения издержек и непроизводительных затрат, все больше отечественных автомобильных автозаводов задумываются о передаче на аутсорсинг решения своих логистических задач, считает топ-менеджер GEFCO. «Бизнес все больше будет odchодить от вертикальной интеграции в сторону европейской модели. Это даст дополнительные возможности таким компаниям, как GEFCO», — считает Люк Надаль. Это подтверждает история и самой GEFCO, ведь продажа компании была обусловлена финансовым кризисом в концерне Peugeot Citroen и необходимостью сократить расходы на содержание непрофильных активов.

Снабжение по-европейски

Благодаря сотрудничеству с новым акционером компетенции GEFCO в области индустриальной логистики сегодня получают новое развитие. Еще до смены собственника, с 2010 года, французский логистический оператор перешел на эксклюзивное сотрудничество с входящим в РЖД ОАО «Трансконтейнер» по перевозкам автомобильных запчастей в составе ускоренных контейнерных поездов в Россию для концерна Peugeot Citroen, которые регулярно курсируют и по сей день для всех клиентов GEFCO в Европе и России. Подводя итоги деятельности компании, в январе 2014 года президент РЖД Владимир Якунин в очередной раз заявил, что приобретение GEFCO не было спонтанным решением. «Полагаю, что мы правильно рассчитали те тенденции, которые происходили на рынке. Приобретение французской компании позволило нам приобрести опыт в области международного сотрудничества», — сказал он, подчеркнув, что GEFCO входит в десятку крупнейших логистических компаний мира с численностью персонала 11,5 тыс. человек.

Квалифицированные услуги международных экспертов по промышленной логистике, оказываемые GEFCO, должны помочь и самой железнодорожной монополии эффективно управлять собственными производственными издержками. В компании считают «чрезвычайно важным, чтобы интеграция GEFCO в деятельность холдинга сопровождалась не только повышением качества услуг для сторонних потребителей, но и создавала специфические транспортно-логистические продукты для внутреннего пользования. Например, вопрос поставки запасных частей является очень серьезным логистическим бизнесом», — отмечают в пресс-службе РЖД, добавляя, что с помощью GEFCO холдинг смог существенно сократить реальные затраты на приобретение и поставку запчастей.

«ИНТЕРЕС К ПРОЕКТУ ОТЛК ОЧЕНЬ ВЕЛИК»

С проектом Объединенной транспортно-логистической компании (ОТЛК) неразрывно связаны перспективы выхода холдинга «Российские железные дороги» (РЖД) в лидеры мирового логистического рынка. Российское государство в лице национальной железнодорожной монополии внесло в уставный капитал СП с Казахстаном и Белоруссией самый ценный железнодорожный актив — компанию «Трансконтейнер», занимающую почти половину рынка контейнерных перевозок по железной дороге на пространстве колеи шириной 1520 мм. На вопросы о кризисе в экономике и переговорах с потенциальными клиентами в Европе и Азии ответил гендиректор ОТЛК и «Трансконтейнера» ПЕТР БАСКАКОВ.

— Как повлиял экономический кризис последних месяцев на деятельность ОТЛК?

— Безусловно, девальвация рубля и начало рецессии в экономике оказали негативное влияние на целевой рынок ОТЛК — рынок контейнерных перевозок. В частности, по итогам четвертого квартала 2014 года снижение железнодорожного контейнерного рынка составило 2,2%, по итогам первого квартала 2015 года мы ожидаем снижения примерно на 5%.

Что касается компаний, входящих сегодня в периметр ОТЛК, — ПАО «Транс-



После приобретения международного оператора GEFCO Холдингом РЖД специализация компании на логистике автозаводов будет расширяться за счет возможностей железной дороги

В компании уточнили, что уже сегодня реализуется специальная программа по оптимизации деятельности сервисного филиала монополии «Росжелдорснаб» (РЖДС). «В ходе работы по повышению эффективности внутренних логистических операций и терминально-складского хозяйства ОАО РЖД ОАО РЖД в лице РЖДС и компанией GEFCO реализуется программа проектов «Рейнжиниринг снабжения ОАО РЖД», предусматривающая управление цепочками поставок для снабжения подразделений компании и активное сотрудничество с внешними клиентами», — сообщили в пресс-службе монополии, добавив, что заинтересованность в комплексных складских услугах на мощностях «Росжелдорснаба» уже проявили французские компании Faugèsia (корпорация по производству автокомпонентов), машиностроительный концерн Alstom и его СП с российским «Трансмашхолдингом» Railcomp (предприятие производит высокотехнологичные компоненты для железнодорожного подвижного состава).

Благодаря наличию столь мощного партнера в лице РЖД перед GEFCO открываются значительные перспективы развития не только на российском рынке. Учитывая транзитный потенциал России и возможности ее развивающейся транспортной инфраструктуры, дополнительные конкурентные преимущества приобретает международное подразделение ОТЛК более чем в 70 странах мира. Разворот внешнеэкономического курса России на восток совпадает с одним из главных направлений бизнес-модели GEFCO: стратегия развития компании предполагает акцент на увеличение присутствия именно на азиатских рынках, говорится в справочных материалах РЖД. Эта стратегия уже реализуется: в январе Владимир Якунин заявил, что один из новых проектов GEFCO — транспортно-логистическое сопровождение перевозок алюминия из Венгрии в Китай.



контейнер» и ОАО «РЖД Логистика», то мы в принципе были готовы к подобному развитию событий и концентрируем наши усилия на повышении качества сервиса и эффективности бизнес-процессов. По итогам первого квартала мы ожидаем рост рыночной доли «Трансконтейнера» и положительный динамику бизнеса «РЖД Логистика».

— Каковы ваши прогнозы развития логистического рынка в пределах полигона деятельности ОТЛК с учетом новых геополитических реалий и «поворота на восток» внешнеэкономического курса России?

— Для проекта ОТЛК китайский рынок изначально был важнейшим зарубежным рынком

Старые горизонты

Между тем применение принципов индустриальной логистики не ограничивается кластером производств по выпуску готовых товаров и высокотехнологичной продукции. Значительный потенциал российской рынка промышленной логистики сосредоточен в оптимизации транспортных издержек российских предприятий переработки низкого передела, где современные технологии транспортного менеджмента еще только предстоит внедрить. Решение этой отраслевой проблемы намерена способствовать другая дочерняя компания РЖД — «РЖД Логистика», специализирующаяся на организации перевозок с преобладанием сырьевых и массовых однородных грузов. Обладая значительными компетенциями в области железнодорожных перевозок, компания предлагает крупным промышленным предприятиям логистический аутсорсинг как в сфере сбыта продукции на внутреннем и внешнем оптовых рынках, так и в области обеспечения подвоза сырья для нужд заводов и внутрикорпоративной логистики на производственных площадках.

Нынешним индустриальным бизнесменам России в наследие от советского периода развития промышленности досталась вертикально интегрированная модель производственного цикла, при которой все транспортные потребности удовлетворялись, как правило, собственными силами предприятия. «Транспортный цех», управляющий всем комплексом поставок ресурсов, перемещением полуфабрикатов между производственными площадками и отгрузками готовой продукции, сам владел необходимым подвижным составом и инфраструктурой для его обслуживания, выполняя заявки других подразделений на перевозку. Возможности транснационального подразделения технологии производственных линий, а затраты на организацию транспортной работы были для топ-менеджмента заводов неизменяемой константой, вырабатываемой в недрах могущественного транспортного департамента. На современном этапе перехода к глобальной конкуренции, когда требуются повышенная экономическая отдача от использования мощностей и снижение себестоимости выпуска-

емой продукции, крупнейшие отечественные промышленные холдинги по-разному решают проблему высоких транспортных издержек.

Одни предприятия остались верны прежней, по факту успешной модели хозяйствования и сосредоточили в своих руках все необходимые им транспортные активы, стремясь полностью гарантировать выполнение собственными силами всех требуемых объемов перевозок. Характерным примером в этом контексте можно назвать крупнейшую угольную компанию СУЭК, самостоятельно управляющую парком свыше 20 тыс. грузовых вагонов и 200 собственных локомотивов, 900 км железнодорожных путей, морскими терминалами в Мурманске и Ванино общей пропускной способностью свыше 40 млн тонн в год. Аналогичным путем пошли и компания «Мечел», объединившая управление своим огромным железнодорожным, автомобильным, судноходным и портовым хозяйством в дочерней компании «Мечел-транс».

Аутсорсинг по-железнодорожному

Другие же крупные промышленные холдинги, наоборот, предпочли избавиться от имеющегося на балансе подвижного состава и наняли профессиональных участников транспортного рынка, нередко передавая им в управление всю имеющуюся на предприятии транспортную инфраструктуру. Например, металлургическая компания ЕВРАЗ не только продала свои вагоны независимому транспортному оператору (в 2012 году свыше 4 тыс. вагонов вместе с долгосрочным контрактом на перевозку грузов ЕВРАЗа приобрел частный оператор «Нефтетранссервис»), но и перешел в управление внешнепрофессиональному логисту весь свой транспортный комплекс, включая перевалку грузов в принадлежащем ЕВРАЗу Находкинском морском порту на Дальнем Востоке.

«В результате логистическое предприятие всего холдинга ЕВРАЗ сократилось до 20 человек», — рассказывает Дмитрий Мазурин, директор по развитию бизнеса компании «РЖД Логистика», вытравившей контракт ЕВРАЗа на обеспечение транспортных потребностей металлургического холдинга. По его словам, уникальным

инструментом эффективного взаимодействия железной дороги и морских портов стала оперативная система контроля и прогнозирования прибытия вагонов на морской терминал, планирования выгрузки и погрузки угля и металла на морские суда. «Она позволяет не только оптимизировать работу припортовой железнодорожной станции и самого порта, но также планировать и корректировать работу грузоотправителя и железной дороги», — говорит он. В подтверждение эффективности этого решения Дмитрий Мазурин приводит 25-процентный прирост грузооборота Находкинского порта ЕВРАЗа по итогам 2014 года до 9,3 млн тонн, что стало рекордом за все годы деятельности предприятия.

Среди других контрактов «РЖД Логистики» на управление транспортными активами в промышленности — металлургический завод «Северсталь» в Балаково, где дочерняя компания РЖД получила в управление комплекс путей необщего пользования развернутой длиной 15,7 км и парк маневровых локомотивов. Специалисты «РЖД Логистики» предложили предприятию использовать наряду с маневровыми тепловозами локомотив Mercedes-Benz Unimog, что значительно повысило эффективность перевозок внутри завода. «За счет оптимизации логистических процессов удалось на 25% снизить время простоя вагонов на подъездном пути, свести к нулю отказы технических средств железнодорожной инфраструктуры», — рассказывает Дмитрий Мазурин. — В результате были оптимизированы 34 штатные единицы, при этом производительность труда работников выросла на 32% и увеличены объемы отгрузки продукции».

Выгода о двух концах

Экономически, безусловно, выгоднее отдать транспортную составляющую профессионалам, а самому сосредоточиться на профильном бизнесе, будь то добыча и переработка сырья, производство автомобилей или товаров народного потребления, считает директор исследовательского агентства InfraNews Алексей Безбородов. Потенциал российского рынка огромен, считает он, но пока еще далеко не все предприятия в России готовы отдать на аутсорсинг свою логистику. Например, две из четырех крупнейших торговых сетей в России пока предпочитают заниматься перевозкой и экспедированием своих товаров собственными силами. При этом, как указывает эксперт, такая стратегия иной раз оказывается весьма эффективной. «В частности, сеть «Магнит», имея все перевозки на собственном балансе, показывает лучшие финансовые результаты, то есть эффективнее управляет затратами, в том числе на транспортировку. На это, кстати, стоит обратить свое внимание профессиональных консультантов в области логистики», — полагает директор InfraNews.

Это означает, что вывести логистику во внешний контур не панацея для предприятия, а решающее значение имеют квалификация логистов и их способность ответственно следить за соблюдением интересов заказчика. Например, грамотный анализ существующих логистических потоков на крупном производстве может с легкостью выявить имеющиеся коррупционные схемы или очертить круг потенциально опасных с этой точки зрения операций, которые выполняются на уровне руководителей подразделений или дочерних компаний. В этом случае в сфере ответственности логистического оператора входит информирование клиента о наличии подобных рисков, а также построение такой структуры логистического менеджмента, которая позволит их максимально исключить. В этом огромный плюс внешнего аудитора и управленца, не имевшего в прошлом тесного взаимодействия с устойчивым производственным коллективом предприятия.

Но есть и обратный риск: в компанию может прийти логистический консультант, который воспользуется неосведомленностью клиента в тонкостях этого бизнеса и сознательно завысит величину собственного заработка, нанеся тем самым ущерб производителю, предупреждает Алексей Безбородов. «Чтобы этого избежать, нужно внимательно смотреть на репутацию прежних клиентов нанимаемого специалиста. Если человек долго работал в компании, где воровство и финансовая нечистоплотность в порядке вещей, то такого специалиста лучше на свой завод не брать», — рекомендует эксперт.

Впрочем, эксперты и участники рынка подчеркивают, что логистический аутсорсинг — мировой тренд развития в промышленности, а передача транспортно-логистического предприятия под управление специализированной компании — неизбежный этап экономико-промышленного прогресса и для России.

Елизавета Соловьева

формирования уставного капитала ОТЛК. Вместе с тем у нас есть полное понимание со всеми учредителями ОТЛК, что мы должны и будем, не дожидаясь завершения юридических процедур, отработать совместные транспортно-логистические технологии, найти и реализовать все синергии от объединения, повышая эффективность наших бизнес-процессов. Мы уверены, что увидим конкретные и осязаемые результаты этой работы уже в текущем году.

— Коснулась ли проблема высоких ставок по кредитам инвестиционной программы ОТЛК?

— Нет, не коснулась. Компании, входящие в периметр ОТЛК, финансируют свою инвестиционную программу за счет собственных средств, поэтому ситуация на финансовых рынках на реализацию инвестпрограммы 2015 года не повлияет.

— Когда завершится этап формирования уставного капитала и полного комплекса активов ОТЛК?

— В соответствии с решением учредителей процесс формирования базы активов группы ОТЛК должен завершиться в 2016 году. В наших общих интересах максимально ускорить этот процесс, и мы вместе с акционерами ОТЛК будем прилагать все усилия, чтобы успеть внести основные активы до конца текущего года. К этому моменту мы планируем завершить разработку общей технологической платформы, о которой говорилось выше, и внедрить ее уже в масштабе всей группы ОТЛК.

ЛОГИСТИКА

Добро пожаловать в парк

Индустриальные парки становятся все популярнее. Удобную форму организации промышленного производства недавно разглядело и государство и решило создать программу ее поддержки, что придаст обозначенной тенденции дополнительный импульс. Очевидно, что увеличение числа парков окажет со временем серьезное влияние на систему товародвижения в России и, соответственно, на работу транспортных и логистических компаний.

— индустриальные парки —

По данным Ассоциации индустриальных парков (АИП) России, в настоящее время в стране работает чуть больше сотни подобных образований. 60% приходится на частные, 40% — на государственные и муниципальные. Индустриальный парк не стоит путать с логистическими и складскими комплексами, равно как и просто с территорией, на которой по соседству расположено несколько фабрик и заводов. Он также отличается от промзоны, как закрытый коттеджный поселок от обычного собрания домов на обычной улице. Как правило, им занимается некая управляющая компания, которая предоставляет резидентам широкий перечень услуг, необходимый для их функционирования — от правовых до логистических. Это освобождает промышленное предприятие от необходимости тратить ресурсы на подготовку инфраструктуры в виде тепло-, газо-, энергоснабжения, отведение территории, охраны и прочих видов головной боли, с которыми сталкиваются отдельно стоящие площадки. Иными словами, здесь есть все необходимое для выпуска товаров, причем «под ключ», и обеспечивается владельцем объекта, который с этого и живет.

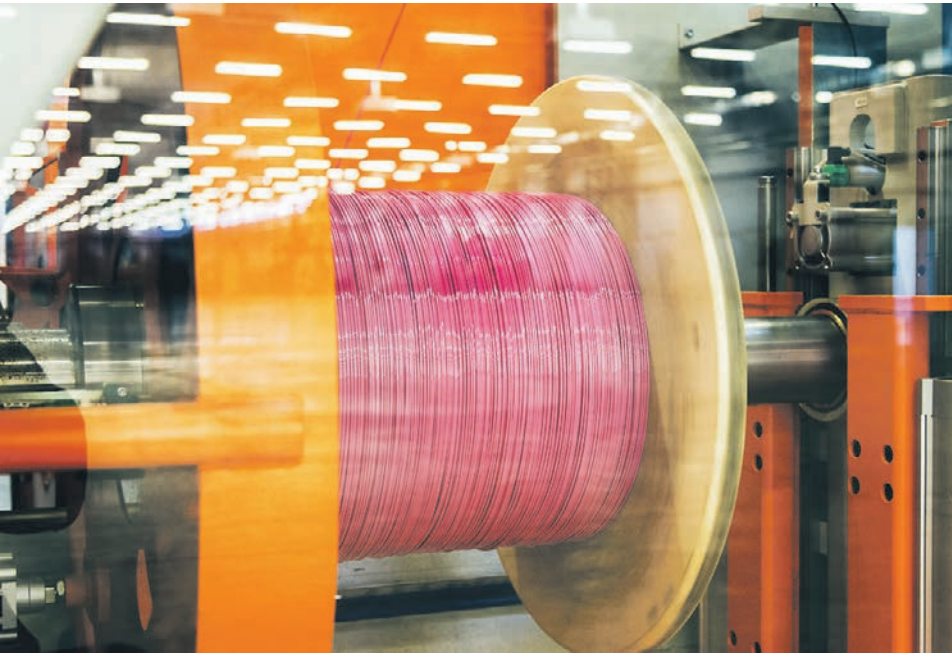
В России система индустриальных парков начала активно развиваться со стартом переноса в нашу страну производственных мощностей ведущих мировых автоконцернов. Для выпуска легковых авто нужны разного рода компоненты вроде кресел, дворников, ковриков и прочего. В ряде регионов, в частности в Петербурге и Калуге, вокруг автоборки стали складываться целые кластеры, послужившие основой для парков.

В 2013 году отрасль набрала уже серьезные обороты: было заявлено около полусотни новых проектов, из которых в стадии реализации находится более половины. В настоящее время, как уже было сказано, об-

щее количество площадок в стране достигает 101, причем 21 введена в эксплуатацию в прошлом году — таким образом, перед нами налицо тенденция ускоряющегося роста, если не бум. Стоит отметить, что если на 2013 год своими парками могли похвастаться только 33 субъекта Федерации, то в нынешнем — уже 40.

Как отмечается в исследовании, проводимом АИП, «локализация отрасли характеризуется высокой территориальной концентрацией и неравномерным развитием как на региональном уровне, так и на уровне федеральных округов. Несмотря на высокие темпы развития и расширение географии отрасли, выйти на равномерное пространственное развитие пока не представляется возможным». В настоящее время площадки сильно сконцентрированы. По большей части они расположены в Северо-Западном, Центральном и Приволжском федеральных округах (87 из 101), а именно в таких регионах, как Петербург, Ленинградская, Костромская, Московская, Калужская, Ульяновская, Калининградская области, а также Республика Татарстан. «География размещения в полной мере отражает рыночные тенденции развития обрабатывающих отраслей промышленности в постсоветский период», — отмечают специалисты ассоциации. Однако с этим тезисом можно поспорить. Опережающее развитие ряда регионов объясняется также и целенаправленной политикой властей, сделавших ставку на привлечение инвесторов. Заметно, что многие области, как, например, Иркутская, изначально располагающие и инфраструктурой, и давними промышленными традициями, и трудовыми ресурсами, не смогли уловить веяние времени и присоединиться к передовикам. И сейчас нагонят упущенное.

Логистика — вещь для индустриального парка, очевидно, критически важная. Для российских реалий близость к транспорт-



Индустриальные парк стали популярными площадками для организации производства. Поскольку совмещают в себе логистические, складские и производственные комплексы

ным коммуникациям, прежде всего, федеральным и региональным автотрассам, а также железнодорожным веткам существенно. АИП был разработан Стандарт индустриального парка, который прописывает как обязательные, так и необязательные критерии для производственных площадок, претендующих на получение данного статуса. Сам стандарт носит добровольный характер, но тем не менее интересно посмотреть, какие пункты считаются ключевыми в сфере транспортной доступности. Их всего три. Речь идет о наличии введенной в эксплуатацию дороги с твердым покрытием до границы земельного участка, существующего присоединения дороги к региональным и федеральным трассам, наличии съезда с дороги к земельному участку, позволяющего обеспечить въезд строительной техники и проведение инженерных изысканий.

К необязательным признакам, которые служат больше конкурентными преимуществами, нежели непременными атрибутами, относятся такие, как близость региональных дорог (1–2 км), близость федеральных магистралей (1–5 км), близость действующей железнодорожной ветки к действующей станцией погрузки-разгрузки (1–

2 км до станции), наличие отдельной железнодорожной ветки, подходящей к границам индустриального парка и (или) на территории индустриального парка, наличие транспортного сообщения с ближайшими населенными пунктами (регулярный общественный транспорт), близость аэропорта (5–15 км). Обращает на себя внимание, что среди обязательных критериев по транспортной доступности — только выход на автомобильные трассы, а близость к железнодорожной станции и наличие подъездных путей числятся лишь в дополнительных признаках. В этом нет ничего удивительно. Как говорит генеральный директор ИА «INFOline-Аналитика» Михаил Бурмистров, «в отрасли перевозок наблюдается тенденция ухода грузов с железнодорожного на автомобильный транспорт и конфигурация производственных площадок это явление отражает». Индустриальные парки, продолжает эксперт,— форма производства, отличная от, скажем, месторождений угля или крупных металлургических комбинатов, отгружающих продукцию, которую иначе как по стальным магистралям не перевезешь. Для отправки потребителю продуктов питания, бытовой химии, электроники и прочих подобных номенклатур достаточно обойтись и фурами, уверен он.

С такой оценкой согласен и Вячеслав Холопов, партнер, директор по офисной и складской недвижимости компании

Knight Frank Russia & CIS: «К сожалению, железная дорога предлагает не самые выгодные тарифы и стоимость перевозок грузов даже на большие расстояния в ряде случаев уже получается выгоднее в случае использования автомобильного транспорта. При этом, что важно для клиентов, срок доставки по автомагистралям является хорошо прогнозируемым». Однако при создании новых индустриальных парков господин Холопов все же считает необходимым предусматривать возможность подведения железнодорожной ветки.

Очевидно, что бурный рост количества производственных площадок окажет рано или поздно на работу логистических компаний сильное влияние вне зависимости от того, каким видом транспорта преимущественно пользуются резиденты. «Одно из основных преимуществ индустриальных парков перед традиционными методами размещения производственных ресурсов — сокращение издержек на инфраструктуру за счет в том числе доставки сырья и готовой продукции. Соответственно, несколько компаниям, которым, так сказать, „по пути“, будет проще формировать фуры или железнодорожные составы вместо того, чтобы отправлять грузы небольшими партиями», — полагает господин Бурмистров. Такой подход может, с одной стороны, уменьшить общие объемы транспортной работы и выручку перевозчиков, с другой — поможет им же оптимизировать собственные затраты за счет сокращения холостого пробега. «На первый план выйдет уже не наличие ресурсов, например, автопарка, а умение им распорядиться наиболее оптимальным образом. В целом я бы рекомендовал логистам активнее дружить с индустриальными парками и стремиться к тому, чтобы предлагать резидентам комплексные услуги», — говорит эксперт.

По словам господина Холопова, «за редким исключением, наши парки еще не заполнены и уменьшение затрат за счет использования общей инфраструктуры происходит далеко не всегда. По большому счету парки пока не оказывают существенного влияния на изменение расходной части на логистику. Но оптимизация логистических схем — это наше будущее». По всей видимости, это будущее не за горами. По прогнозу Министерства промышленности и торговли, в ближайшие пять лет количество парков может достигнуть трехсот.

Денис Соин

Рабочие лошадки

— техника —

По части надежности «Соболь» также не разочаровал. Эксплуатируется он в очень жестких условиях: длинные трассовые перегоны на максимальной скорости (крайне нелюбимый ди-зелями режим), регулярные поездки по серьезному бездорожью, да еще участие в спортивных соревнованиях, в которых «Соболь» отнюдь не выглядит статистом: в двух ралли-спринтах удалось одержать победы в зачете полноприводных легковых автомобилей, оставая за кормой экипажи на Subaru! При всем этом за 30 тыс. км был лишь один отказ — аккумуляторной батареи. Узел был сразу же заменен по гарантии. Ну а чтобы автомобиль достойно выдерживал выпавшие на его долю испытания, он вдвое чаще положенного проходит техобслуживание и на расходниках для него не экономят (если обходиться без спорта, то такой частоты ТО не потребуется). При этом фильтры, например, закупает только у официальных дилеров или в фирменных магазинах «ГАЗ — детали машин» — рынок уже наводнили подделки низкого качества под оригинальные детали для дизеля Cummins. Одним словом, микроавтобус «Соболь 4х4» показал себя машиной крайне полезной как в работе, так и на отдыхе.

Народный выбор

Кроме микроавтобуса «Соболь 4х4» наш корреспондент тестировал и другой отечественный автомобиль — «ГАЗон Next». В сентябре 2014 года группа ГАЗ объявила о начале серийного производства среднетоннажного грузовика нового поколения, а в декабре машина, получившая название «ГАЗон Next», была представлена журналистам для серьезного тест-драйва. Помимо базовой, «универсальной» модели сегодня покупателям доступны городская версия «ГАЗон Next City» и грузопассажирские варианты с двухрядной кабиной.

Пришедший на смену популярному семейству ГАЗ 3307/3309 автомобиль самым радикальным образом отличается от своего предшественника. Если тот брал прежде всего низкой ценой и простотой конструкции, то новинка отличается завидной, почти легкой управляемостью, хорошей эргономикой, комфортом, повышенной грузоподъемностью. Увеличенная гарантия и сокращение интервалов ТО позволили существенно снизить стоимость обслуживания. Выпуск «ГАЗона» — часть большой программы по

обновлению всей линейки продукции Горьковского автозавода. Первой, еще в 2013 году, в производство запустили новую «ГАЗель» семейства Next, для которой была разработана совершенно новая кабина. Опыт оказался удачным, и теперь этой кабиной будут комплектоваться грузовые автомобили, выпускаемые под марками «ГАЗ» и «Урал».

Кабина большая, трехместная. И тут действительно можно сидеть вдвоем. Отличия от «ГАЗели Next» небольшие, но существенные, например подресоренное сиденье водителя с шестью регулировками и развитым поясничным подпором плюс более массивный рычаг коробки передач. Появилась и такая опция, как подогрев сидений. Отдельное спасибо разработчикам за хорошую обзорность: большие лобовые и боковые стекла практически не оставляют мертвых зон, а ситуацию сзади позволяют контролировать большие двухсекционные зеркала.

Ни для кого не секрет, что газовские среднетоннажники зачастую покупают частники и используют их для поездок на плече 1 тыс. км и более. Им, а также многочисленным бригадам ремонтников понравится двухрядная версия кабины с отдельной дверью для пассажиров второго ряда. В нормальном положении сзади можно разместить еще четырех на вполне комфортабельных сиденьях с трехточечными ремнями безопасности. Вы спросите: причем здесь частники-дальнобойщики? Дело в том, что двухрядная кабина проектировалась с учетом пожеланий клиентов и спинки задних сидений складываются в полноценное спальное место, на котором можно вытянуться в полный рост: ширина кабины вполне позволяет. Потребителям же из мегаполисов адресуется версия «ГАЗон City», отличающаяся уменьшенным диаметром колес и сниженной погрузочной высотой.

Уверенный разгон грузовика полной массой 8,7 тонны обеспечивает двигатель ЯМЗ-5344. Это совсем новое поколение четырехцилиндровых ярославских дизелей Common Rail с топливной аппаратурой Bosch, адаптированное для работы на российском топливе. На «ГАЗоне» он выдает 149 л. с. и 490 Нм.

Пятиступенчатая коробка пере-дач основательно усилена и напичкована импортными комплектующими: манжеты Rubena, Simrit, подшипники Schaeffler, SKF и синхронизатор Oerlikon Graziano на второй, третьей, четвертой, пятой передачах. Нашли свое место и более

массивные шестерни. Все это обеспечивает снижение шума, повышение ресурса и минимум усилий при переключении передач. О таких приемах вождения, как двойной выжим сцепления и перегазовка, можно забыть.

Рулевая колонка регулируется по наклону, а в сочетании с шестью регулировками водительского сиденья легко подобрать оптимальную посадку. При повороте ключа зажигания отмечается неплохая звукоизоляция. Работа рулевого управления ZF без преувеличения, пожалуй, лучшая в классе. Этому способствует и новая подвеска со стабилизаторами поперечной устойчивости как спереди, так и сзади. Уверенный разгон, четкое восхождение до пятой передачи — и с 60 км/ч можно ехать как на автомате: эластичный двигатель это позволяет. Заявленная максимальная скорость — 110 км/ч. Отличная плавность хода объясняется не только новой подвеской, но и тем, что, в новом «ГАЗоне», в отличие от его конкурентов, водитель сидит не на переднем колесе, а за ним. Вождение на заснеженных, а временами и обледенелых участках трассы не доставляет дискомфорта. Стоит отметить и новые пневматические тормоза — машина замедляется вполне адекватно, даже вчерашний выпускник автошколы вряд ли ошибется с длиной тормозного пути.

В общем, можно констатировать, что машина получилась неординарная. Среднетоннажные грузовики японских и корейских производителей проигрывают новому «ГАЗону» и по комфорту, и по качеству отделки, и по ходовым характеристикам. Но самое главное — это цена и стоимость владения. И вот здесь «ГАЗон Next» торпедирует конкурентов ниже ватерлинии, заявляя цену от 1185 тыс. руб. При этом периодичность ТО выросла до 20 тыс. км, а гарантия — до трех лет или 150 тыс. км пробега. По программе утилизации скидка на эту машину составляет 350 тыс. руб., что позволяет приобрести пятитонный грузовик по цене легковушки среднего класса.

В ближайшие годы иностранным производителям будет очень сложно выставить конкурентов «ГАЗону Next». Машину ждут успех и шильдик «Народная марка».

Теперь автомобили «ГАЗель Next» будут продаваться в странах Юго-Восточной Европы. Группа ГАЗ заключила дистрибуторское соглашение с восточно-европейской компанией Verano Motors о реализации автомобилей «ГАЗель Next» на террито-

рии Сербии, Черногории, Боснии и Герцеговины и Македонии. «Подписание соглашения с новым партнером является частью стратегии группы ГАЗ по расширению экспорта в страны дальнего зарубежья», — рассказывает Вадим Сорокин, президент группы ГАЗ. — В 2014 году мы начали производство и продажи автомобилей «ГАЗель Next» в Турции, получили Единый европейский сертификат, подтверждающий соответствие автомобиля всем требованиям Европейского союза. Я уверен, что потребители в Юго-Восточной Европе по достоинству оценят преимущества нашей техники, которая отличается высокой функциональностью и надежностью в сочетании с лучшей ценой в своем классе».

Созданные на основе лучших технических решений автомобили семейства Next отвечают самым современным стандартам эргономики, надежности, безопасности и комфорта. Проектирование автомобилей, выбор вариантов конструкции велись на основании тщательного изучения мнения потребителей и с использованием инженерных ресурсов ведущих мировых производителей узлов и компонентов. Сертификационные испытания «ГАЗель Next» экологического класса «Евро-5» проводились в европейской технической службе AT IDIADA (Испания), было подтверждено соответствие машин 43 требованиям безопасности, получено 113 международных сертификатов.

Испытания Олимпиадой

Крупнейший производитель автомобильной техники в России группа ГАЗ изготовила по олимпийскому контракту 739 машин всего за год. В это число входят и специально разработанная низкопольная модель для городских перевозок, и туристические автобусы большого и особо большого классов. Ни одно европейское предприятие не имеет опыта производства такого количества автобусов в столь сжатые сроки. При реализации олимпийского проекта были использованы высокотехнологичные решения, которые раньше не применялись на российском транспорте. Нет их и в автобусах иностранных производителей, которые перевозят пассажиров в России. Впервые в истории Олимпийских игр гости и спортсмены ездили на автобусах, которые соответствовали всем требованиям Международного олимпийского комитета, были оснащены системами пожаротушения, цифровыми тахографами, пандусами для маломобильных пассажиров.

Нужно сказать, что Олимпиада всегда становится испытанием для транспортной инфраструктуры и возможностью реализовать смелые технологические решения. Например, в 1980 году во время Игр в Москве советское руководство решило провести полную модернизацию автотранспорта: от автобусов до автомобилей организаций. Всего же в Олимпиаде-80 было задействовано более 10 тыс. машин, включая 5,4 тыс. автобусов. К Афинам-2004 городские власти возродили не работавшее с 1960 года трамвайное движение, в Пекине-2008 власти запустили масштабную программу оснащения городских транспортных служб электробусами, а при подготовке Лондона-2012 на городские улицы вернулись двухэтажные даблдекеры.

Готовя проведение Олимпиады в Сочи, организаторы транспортного сообщения решали множество сложнейших задач. Достаточно начать с того, что Игры проходили фактически в двух климатических зонах, различных настолько, что для них требовались разные машины. Поэтому была организована сеть маршрутов с пересадкой на границе кластеров.

Особенность Сочи в его рельефе: внизу узкие улочки, наверху сложные серпантины. Перед началом производства автобусы группы ГАЗ прошли испытания на городских маршрутах, после чего были внесены дополнительные изменения в конструкцию, повышающие маневренность машин. «Для работы в сложных условиях Горного кластера мы адаптировали двигатель Scania мощностью 275 лошадиных сил с большим крутящим моментом и автоматическую коробку передач ZF», — рассказывает Вячеслав Орехов, директор департамента продвижения продукта «ЛиАЗ» ООО «Русские автобусы» — группа ГАЗ» (компания была основным поставщиком автобусного парка для Игр). — Ходовые элементы европейского производства гарантируют безопасность и высокую эксплуатационные характеристики. Это доказали тестовые испытания, которые проходили на сложных дорогах в районе строящихся олимпийских объектов. Точнее, дорог как таковых еще не было. Это финальный элемент инфраструктуры, и к сентябрю 2013 года их просто не успели построить. Это были экстремальные заезды. Но наши «ЛиАЗы» прошли все испытания с легкостью».

Междугородные модели «Крузи» и «Вояж» получили усиленную подвеску, которую можно было регулировать по высоте для прохождения сложных мест. Кроме того, удлиннен-

ный 15-метровый автобус «Вояж L» оснастили поддуливающим третьим мостом для сокращения радиуса разворота. Все автобусы Олимпиады оснащены бортовыми компьютерами. Они проводили диагностику состояния машины перед выходом на маршрут, системы кондиционирования салона и климат-контроля для водителя, видеонаблюдения и системы безопасности, были подключены к единому диспетчерскому пункту. Для людей с ограниченными возможностями установили подъемники кассетного типа. Они пригодились во время XI Паралимпийских зимних игр. Кстати, специально для Паралимпиады низкопольные городские машины переделали прямо в спецавтопарке Сочи: убрали часть сидений и установили крепления для инвалидных колясок.

После Олимпиады все автобусы были переданы автотранспортным предприятиям Московской области и Санкт-Петербурга. Более того, уже после Олимпиады начались поставки «олимпийских» моделей по муниципальному заказу. Только за прошедший год дивизион «Автобусы» группы ГАЗ поставил в разные города 574 машины, в том числе уже в рамках подготовки к чемпионату мира по футболу, который пройдет в 2018 году.

«Качество автобусов соответствует программе подготовки к ЧМ-2018 и муниципальной программе обновления автотранспорта», — отметил во время приема партии автобусов для ЧМ-2018 губернатор Ростовской области Василий Голубев. — Подготовка к чемпионату мира по футболу дает уникальную возможность обустроить города и районы области с учетом современных требований. Тот задел, который мы создадим здесь, будет служить людям на десятилетия вперед». «На основе олимпийских технологий сейчас выпускаются машины, которые к концу 2016 года обновят парк Подмосковья», — говорит директор по развитию корпоративных продаж дивизиона «Автобусы» группы ГАЗ Николай Одинцов. — Олимпиада стала для всех поставщиков автотранспорта испытанием на прочность, выработала умение оперативно преодолевать технические сложности, выполнять требования Оргкомитета, быстро реагировать на запросы Транспортной дирекции Олимпийских игр. Благодаря Играм мы смогли внедрить массу технологических новаций, которые повысили конкурентоспособность наших автобусов на рынке».

Федор Мельников

ЛОГИСТИКА

Домашний фреш

Продуктовые ограничения, введенные Россией в ответ на санкции Запада, ударили по растущему рынку фрэша: 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 —

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 фрэшу

До недавнего времени рынок фрэша 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 приблизи-

тельно 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 фрэша 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



До недавнего времени рынок фрэша демонстрировал завидный рост

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 программе Покровской овошебазы 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 завершение 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 предлагают 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 выйдут 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 оборот 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 отправлениях зависит от динамики рынка, поскольку в период его подъема важна экономия времени, а в период падения — средств. Неслучайно приоритетом номер один для сегодняшнего заказчика явля-

ется 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 загрузки, 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. «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 загрузки, 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».

Подобный опыт частных компаний подкапывает, 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 до двери» является прерогативой автомобилизмов. 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 железнодорожного составляющей и дальнейшим распределением по компаниям 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 применяются 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 воспринимают как конкуренты железнодорожников. Однако выстраивание взаимодействия между этими видами транспорта делает возможным и партнерство. Рынок логистических услуг раздроблен и фрагментирован, 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 высококонкурентный сегмент недавно вошли 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 интегрирован-

ные 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 подказать 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 транспортных. 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



Надежность и эффективность: 100 лет успеха. Ровно сто лет назад был выпущен первый грузовик MAN.

21 июня 1915 года в торговый реестр города Нюрнберг была занесена компания Lastwagenwerke M.A.N. Вскоре после этого первый трёхтонный грузовик MAN покинул завод в Линдау, а вслед за ним последовали и первые автобусы. Эта дата стала началом производства коммерческих автомобилей MAN и одновременно вехой в истории индустрии в целом: инновационные решения специалистов концерна MAN уже не раз предопределяли дальнейшее развитие технической мысли и продолжают делать это по сей день.

8 800 250 55 22

www.mantruckandbus.ru

MAN kann.*

100
100 Years
MAN Truck and Bus**



* MAN может это.** 100 лет MAN Трак энд Бас. Реклама.