

Железнодорожные контейнерные перевозки между Россией и Китаем переживают бум, которого не было, пожалуй, даже в докризисные времена: результаты 2016 года превзойдут итоги 2015-го почти в два раза. Участники рынка благодарят западные санкции, активную поддержку контейнерных маршрутов со стороны китайских властей и отмечают, что у перевозок остается большой потенциал.

Изобилие из Поднебесной

— тенденция —

Объединенная транспортно-логистическая компания (ОТЛК), по ее собственным прогнозам, в 2016 году маршрутными контейнерными поездами перевезет около 90 тыс. TEU, в 2015-м было 47,4 тыс. В настоящее время ОТЛК оперирует 28 регулярными маршрутами. В среднем в неделю отправляется 20 составов, которые связывают промышленные центры Китая Гуанчжоу, Иу, Далянь с крупными российскими городами — Москвой, Новосибирском, Екатеринбург, Калугой и др. Есть также сервисы, принадлежащие другим железнодорожным операторам. Часть потока транзитная, следующая из Китая в страны Европы и в обратном направлении.

Уже сейчас поезда по срокам доставки опережают конкурентов — океанские судаконтейнеровозы — в два-три раза. Путь от Гуанчжоу до Москвы занимает всего две недели вместо полутора месяцев морем, а из Западного Китая до Екатеринбурга доставить груз можно за три-четыре дня. Суточная скорость составляет около 1 тыс. км, в следующем году ее планируется увеличить до 1,15 тыс. км. Сохранятся ли такие же темпы роста в дальнейшем или могут увеличиться? И в чем причина резкого роста контейнерных перевозок на фоне скромных достижений транспортной отрасли?

По словам президента ОАО РЖД Олега Белозерова, компания в последние два года предприняла целенаправленные усилия по решению проблем инфраструктуры и созданию удобных для контейнерных поездов условий работы, что помогло обеспечить стабильные суточные скорости. «По стоимости железнодорожная доставка в Россию в контейнерном поезде через погранпереход „Забайкальск—Маньчжурия“



Уже сейчас поезда по срокам доставки опережают своих конкурентов — океанские судаконтейнеровозы — в два-три раза

соизмерима с морской перевозкой, но сроки при этом в полтора раза меньше!» — говорит коммерческий директор компании АКФА Алексей Чернышев.

Кроме того, расширился ассортимент перевозок — «РЖД-Логистика», например, запустила в октябре в тестовом режиме услугу доставки из Китая в Германию почтовых отправлений: это значительно быстрее, нежели морем, и гораздо дешевле, чем

авиатранспортом. Были сформированы и маршруты с рефрижераторными контейнерами, что позволит в будущем заняться доставкой грузов, требующих особых температурных условий транспортировки.

Принесли плоды и точечные усилия — взаимодействие с конкретными клиентами. Например, РЖД подписала с Samsung Electronics соглашение о перевозке его продукции, выпускаемой в Южной Корее и Китае, в страны Восточной Европы.

Сергей Лапин, первый заместитель генерального директора SPSR Express, одну из причин роста видит в санкциях западных

государств в отношении России и контрагеров, которые заставили отечественный бизнес искать альтернативных поставщиков товаров широкого потребления и высокотехнологичной продукции. С этим согласен и Александр Соболев, генеральный директор компании «Трансертико»: он отмечает, что закрытие кредитных линий западных банков под низкий процент вынудило импортеров пользоваться более краткосрочными источниками фондирования. И здесь железнодорожный транспорт оказался как нельзя кстати: благодаря сокращению времени в пути оборачиваемость капитала возросла.

Господин Чернышев обращает внимание на то, что китайские власти активно участвуют в финансировании перевозок через территорию России. Указывает он и на другой немаловажный фактор: цены на железнодорожные перевозки остаются стабильными, в отличие от ставок морского фрахта.

Одним словом, многолетние технологические и маркетинговые усилия РЖД и сложившаяся в 2016 году экономическая и геополитическая конъюнктура создали очень выгодную для российской транспортной системы ситуацию — и груз пошел.

Регулярным поездам не хватает... регулярности

По оценке президента РЖД Олега Белозерова, объемы перевозок между Азией и Европой к 2020 году увеличатся с нынешних ежегодных \$700 млрд до \$1,2 трлн. Таким образом, железнодорожники могут ожидать продолжения роста, даже не прилагая усилий к тому, чтобы забрать какие-то сегменты у конкурентов — морских контейнерных линий. Однако очевидно, что этот сценарий, назовем его инерционным, едва

ли устроит российских железнодорожных операторов и РЖД. Атака на конкурентов уже идет и, скорее всего, будет усиливаться — пример с Samsung тому подтверждение.

По мнению Александра Соболева, речь может идти о генеральных грузах, которые не требуют особых условий для хранения и перевозки. Сергей Лапин уточняет, что железнодорожные компании могли бы претендовать на товары широкого потребления, продовольствие, комплектующие (электроника, автомобильная промышленность), поставка которых требует четкого графика. Алексей Чернышев приводит конкретный пример: обувь, дорогой товар, требующий не только четкого расписания, но также высокой скорости доставки и чуткий к условиям транспортировки: повышенная влажность на море может вызывать появление плесени, чего не наблюдается при сухопутных перевозках.

В общем, перспективы неплохие, однако успокаиваться транспортникам рано: сперва надо избавиться от кое-каких недостатков. Господин Соболев обращает внимание на то, что «при развитости перевозок 40-футовыми контейнерами доставка сборных грузов 20-футовыми контейнерами до сих пор не получила должного распространения». Господин Чернышев сетует на отсутствие регулярности в движении контейнерных поездов. «На бумаге поезда есть, но по факту часто их нет!» — говорит он. — На Москву сейчас четко работают только поезда через Далянь/Инкоу и Сучжоу, остальные — по мере загрузки. Но если поезда не уходят вовремя, то долгое накопление груза на целый поезд нивелирует их основное преимущество — скорость»

И при очередной смене экономической погоды на море груз снова может уйти туда.

Александр Смирнов

УПРАВЛЕНИЕ ДОСТАВКОЙ

ОЖИДАЕТЕ ЗАКАЗ ИЗ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА?

- ОТСЛЕЖИВАЙТЕ СТАТУС ЗАКАЗА
- ВЫБИРАЙТЕ УДОБНУЮ ДАТУ И ВРЕМЕННОЙ ИНТЕРВАЛ
- ИЗМЕНЯЙТЕ АДРЕС И СПОСОБ ДОСТАВКИ
- 24 ЧАСА В СУТКИ 7 ДНЕЙ В НЕДЕЛЮ!

Онлайн-сервис «Управление доставкой» на сайте www.spsr.ru

Скачайте и оцените удобство мобильного приложения SPSR Express!



ЛОГИСТИКА

Экспорт как драйвер роста



Санкции в отношении России привели к тому, что главным драйвером для логистических компаний вместо импорта стал экспорт. Изменилась и география доставки: вслед за экспортерами транспортные компании переориентировались со стран Евросоюза на более перспективные в данный момент направления — Китай, страны СНГ и Юго-Восточной Азии. А операторы теперь дорожат работой даже с небольшими компаниями и максимально сокращают издержки.

— тенденция —

Санкции против РФ и продовольственное эмбарго, введенное Россией в качестве ответной меры, повлияли на объем внешней торговли и на бизнес логистических компаний. По данным Федеральной таможенной службы России (ФТС), с января по август внешнеторговый баланс РФ снизился на 18,3% и составил \$290,3 млрд. Импорт за тот же период сократился на 5,2% и составил \$113,4 млрд (за аналогичный период 2014 года до экономического кризиса объем импорта РФ составил \$192,5 млрд). Экспорт за первые восемь месяцев текущего года упал на 25% и составил \$176,9 млрд (за тот же период 2014 года — \$342,9 млрд). Как подчеркивает Георгий Ващенко, начальник управления операций на российском фондовом рынке ИК «Фридом Финанс», в первую очередь на рынок логистических услуг повлияло падение импорта продовольственных товаров: «Он сократился уже почти вдвое и продолжает снижаться в денежном и физическом выражении». Сократился и общий объем перевозок — по оценкам господина Ващенко, на 20–40%.

Больше всего пострадал от кризиса сегмент автоперевозок, где каждый сам за себя: –6%, или 7 млрд руб. убытков только в 2015 году. В сегменте железнодорожных перевозок, где монополия принадлежит РЖД, ситуация, наоборот, стабильная: госкомпания держится за счет единой структуры и устойчивых экономических связей. «У многих потребителей просто нет альтернативы», — поясняет господин Ващенко. Аркадий Иванов, директор по развитию ГК «Трансasia Логистик», напоминает, что бизнес большинства российских операторов был заточен под импорт. «Проблема в том, что все привыкли к импорту: раньше не было такой проблемы, как найти любое количество порожних контейнеров в Китае для отправки груза в Россию. Теперь же поиск в России, особенно в регионах, порожних контейнеров для отправки грузов за рубеж ставит многих операторов в тупик», — говорит Аркадий Иванов. По словам Ивана Головки, руководителя направления «Международный транспорт» FM Logistic, ахилесовой пятой российского экспорта являются сырьевая направленность, ориентированность на вывоз товаров низкого сырьевого передела и с некоторых пор силь-

ная аграрная ориентированность. «Последний кризис показал, что как только снизился импортный поток, сразу стало не хватать мощностей (тары, машин) для вывоза товаров за рубеж. Конкуренция на мировом рынке заставляет отечественных экспортеров искать альтернативные маршруты экспорта, а также снижать удельные издержки. В связи с этим следует ожидать, что по части экспорта готовых изделий, изделий пищевого производства, FMCG (товаров повседневного потребления) рынок будет меняться», — говорит господин Головки. В текущем году лидером среди партнеров РФ по внешней торговле, несмотря на санкции, остался Евросоюз. По данным ФТС, с января по август на ЕС пришлось 43% российского товарооборота. На втором месте страны АТЭС (29,8%), далее следуют страны СНГ (12,2%) и страны ЕАЭС (8,5%). Основным торговым партнером России среди отдельных стран с января по август текущего года оставался Китай (\$40,2 млрд). Переориентация с импорта на экспорт влияет и на транспортные коридоры. Например, говорит учредитель V.I.G. Транс Игорь Ребелский, отдельного внимания заслуживает «Великий Шелковый

путь», где российские операторы тесно сотрудничают с КНР в рамках развития транспортного направления из Китая через Россию в Европу. «К прежним направлениям добавляются новые маршруты доставки грузов из Китайской Народной Республики, например через порты Дальнего Востока, Забайкальск или Маньчжурию по железной дороге в Россию», — говорит глава V.I.G. Транс. Также, напоминает господин Ребелский, активно обсуждается строительство новых транспортно-логистических центров. Среди них — транспортно-логистический комплекс «Южноуральский», задача которого — организация транспортных коридоров между странами Азии и Европы, а также создание зоны свободной торговли. Проект ТЛК позволит обеспечить сбалансированное и эффективное развитие транспортной инфраструктуры и существенно сократить сроки нахождения грузов в пути. «С одной стороны, изменение экономической ситуации сказалось на бизнесе логистических операторов, а с другой, усиление конкурентоспособности российских товаров способствовало развитию бизнеса логистических компаний в новых направлениях», — убежден Сергей Лапин,

первый заместитель генерального директора SPSR Express. Вслед за экспортерами логистические компании переориентировались со стран Евросоюза на Китай, страны СНГ, Юго-Восточной Азии и Латинской Америки. По мнению экспертов, вместе с развитием логистических маршрутов в эти страны будет усиливаться инфраструктура региона. Более того, санкции положительно сказались и на качестве логистических услуг в РФ. По словам господина Иванова, операторы стали больше внимания уделять убыточным направлениям, лучше считать расходы и экономить, оптимизируя процессы. «В годы расцвета импорта было не до этого: логистические компании считали только прибыль», — поясняет эксперт. Улучшилось и отношение к мелким импортерам и экспортерам, поскольку транспортные компании рады даже минимальной прибыли с отправки. Более того, некоторые участники рынка даже позволяют себе работать в ноль, считывая, что, когда кризис кончится, клиент, которому они пошли на уступки в трудное время, останется с ними и даст возможность заработать. Мария Карнауш



Go Further

НОВЫЙ FORD TRANSIT

Реклама.

от 1 399 000₽*

ДЛЯ БИЗНЕСА ЛЮБОГО РАЗМЕРА

> НОВЫЙ FORD TRANSIT С ГРУЗОПОДЪЕМНОСТЬЮ ДО 2274 КГ ГОТОВ К САМЫМ ТЯЖЕЛЫМ ИСПЫТАНИЯМ. ОБЪЕМ ГРУЗОВОГО ОТСЕКА АВТОМОБИЛЯ ДОСТИГАЕТ 15,1 М³. А ДЛИНА ПЕРЕВОЗИМЫХ ГРУЗОВ ДО 4217 ММ ДЕЛАЕТ FORD TRANSIT НЕЗАМЕНИМЫМ ПАРТНЕРОМ ДЛЯ ЛЮБОГО БИЗНЕСА.

Обладатель премии «Золотой Клаксон 2014».**

* Цена действительна на Ford Transit (модификация – переднеприводный фургон) 2.2L 125 л.с., М6, 310 L2 H2 и рассчитана на базе максимальной розничной цены с учетом всех действующих специальных предложений, включая экономию 155 000 руб., бонус при покупке по программе «Бонус за Трейд-ин/Утилизацию» 222 000 руб., экономию по программе Ford Credit 130 000 руб. Ориентировочный расчет экономии Ford Credit по «Ford Credit (Форд Кредит): Лайт» приведен на 01.10.16, исходя из: 1) цены на Ford Transit указанной модификации с учетом экономии и бонуса по программе «Бонус за Трейд-ин/Утилизацию», 2) предоставления кредита «Сетелем Банки» ООО на срок 36 мес. при первоначальном взносе 20%, по ставке Банка – 20% в год, пакет документов – полный, обязательное КАСКО, соотв. требованиям Банка, сумма кредита – от 100 000 до 4 000 000 руб., залог – приобретаемый а/м. Предложение действует по 30.10.2016 и не является публичной офертой. Подробности и наличие а/м – у Вашего дилера и на www.ford.ru

** В номинации «Спецтранспорт».

Выгодное решение

☒ Экономия

☒ Программа FORD CREDIT*

☒ Утилизация

Выгода до 507 000₽*

Review

Комплексный подход

Топливные карты ЛУКОЙЛа — универсальное решение для бизнеса

В России медленно запрыгают, но быстро ездят. Большинство современных сервисов пришло к нам позднее, чем в другие страны, но темпы их проникновения зачастую превышают общемировые. Так и с топливными картами: пока за границей компании массово используют карты предыдущего поколения, на российском рынке развиваются принципиально новые сервисы. Например, бесконтактные топливные карты, которые в отечественных широтах внедряет компания ЛУКОЙЛ.

— инновации —

От истоков к современным технологиям

История возникновения карт на бензин берет свои истоки в США, где в начале XX века нефтяные компании начали предлагать своим клиентам удобные в использовании кредитные карты, с помощью которых можно было оплачивать топливо. В 1928 году бостонской компанией Farrington Manufacturing была выпущена первая топливная карта. Она стала знаком оплаты за топливо на автоматизированных заправочных станциях (АЗС). Тогда топливная карта представляла собой металлическую пластину, на которой выдавливались все необходимые данные о клиенте и виде предоставляемых ему услуг. Именно эти топливные карты, выпускаемые с 1914 года компанией Mobil Oil, стали прародителями пластиковых карт, в том числе банковских.

Во времена Советского Союза роль топливных карт играли бумажные талоны. Они имели различные номиналы в литрах и марках бензинов. Основным отличием таких талонов от топливных карт была обезличенность: их можно было передать другому водителю, подарить или обменять. Они даже использовались в качестве аргумента при решении споров с сотрудниками ГАИ. В СССР впервые картонные карты с магнитной полосой были применены в 1984 году для расчетов на заправочных станциях в Новосибирске. Информация о транзакциях оставалась на перфолентах автомата при АЗС, которые через каждые десять дней забирались в вычислительный центр, где данные с бумажных носителей переводились на магнитный диск, после чего составлялся платежный документ для отправки в банк.

Карты ЛУКОЙЛа, признанные в России и за рубежом

Полноценные пластиковые карты в России появились уже в конце XX века, и для компании ЛУКОЙЛ, придерживающейся комплексного подхода в обслуживании потребителя (не только предоставление качественного бензина, но и сопутствующий сервис на удобной заправочной станции), возможность использования комплексных решений по управлению топливными расходами была логичным этапом в развитии бизнеса.

Терминальное оборудование для топливных карт ЛУКОЙЛа установлено на 3,7 тыс. АЗС в России и за рубежом. Компания уже эмитировала более 10 млн карт лояльности.

Они оборудованы электронным микрочипом, который хранит всю необходимую информацию для заправки на АЗС: в нем зашифрован индивидуальный ключ пользователя, который при заправке сверяется с базой данных. Топливная карта также имеет уникальный кодовый серийный номер, который с помощью специального устройства (эмбоссера) нанесен методом выдавливания (эмбоосирования) и легко читается на карте. Кроме того, указывает

ВОЗМОЖНОСТИ ТОПЛИВНЫХ КАРТ ЛУКОЙЛ ДЛЯ БИЗНЕСА

ЭКОНОМИЯ СРЕДСТВ



ВОЗМЕЩЕНИЕ НДС

Некоторые операторы предоставляют готовый пакет бухгалтерской отчетности для снижения налоговых платежей

до 18%



СКИДКИ

Клиент, регулярно покупающий топливо у оператора, вправе рассчитывать на скидки

до 10%



КАЧЕСТВО ТОПЛИВА

Выбор поставщика качественного топлива позволяет снизить его расход и увеличить ресурс двигателя

до 7%



ОПТИМИЗАЦИЯ МАРШРУТОВ

Разветвленная сеть АЗС крупных операторов позволяет оптимизировать логистические затраты

до 5%

УСЛУГИ И СЕРВИСЫ



УПРАВЛЕНИЕ ON-LINE

Онлайн-мониторинг транзакций и баланса по договору в режиме реального времени позволяет контролировать расходы и планировать платежи



БЕЗОПАСНОСТЬ

Информационные системы защищают от хищения средств



ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ

Крупные операторы предлагают круглосуточную информационную поддержку



ся название владельца карточки. На топливной карте может быть также указан государственный номер автомобиля, который можно заправить с помощью карточки. Корпоративные карты часто имеют определенный в договоре на обслуживание лимит по суточным заправкам, что не позволяет израсходовать топлива больше, чем нужно на поездку. По топливной карте дополнительно оказываются различные сервисные услуги.

Возврат НДС, 10% скидки и круглосуточный сервис

На примере топливных карт ЛУКОЙЛа можно оценить, какие преимущества дает компаниям-клиентам их использование.

В первую очередь это упрощает систему учета. Компания-клиент сразу получает единый счет, к которому привязаны все ее топливные карты. Для всех карт или для каждой в отдельности прописываются лимиты: по объему и виду топлива, по сумме покупки, времени или географии использования карты. Возможные нарушения со стороны водителей (преднамеренные или случайные) становятся очевидными при простом анализе статистических данных. Процессинговая система топливных карт ЛУКОЙЛа объединена с Центрами обработки данных и CRM-платформой.

Информация о заправках может приходиться в виде SMS-уведомления определенному сотруднику, всю информацию можно посмотреть в личном кабинете в режиме реального времени. Впрочем, личным этот кабинет можно назвать условно: пользоваться им может неограниченное количество сотрудников, причем даже со смартфона. Для обслуживания

клиентов на территории России работает современный call-центр «Единая горячая линия ЛУКОЙЛа». За рубежом есть возможность перевода интерфейса личного кабинета на английский, польский, румынский и турецкий языки.

Второй аргумент в пользу топливной карты ЛУКОЙЛа — система скидок и бонусов: до 10%. Кроме скидки есть и другие возможности для экономии: логистически правильное направление в сети, которая располагает большим количеством автозаправочных станций.

Еще одно преимущество — уменьшение документооборота. Процессинговая система ЛУКОЙЛа позволяет клиентам формировать не только аналитические и транзакционные отчеты, о которых говорилось выше, но также и бухгалтерские, что позволяет снизить налоговые отчисления на сумму НДС — до 18%. Возможность получения бухгалтерского отчета напрямую упрощает, к примеру, работы с арендованной спецтехникой.

АЗС ЛУКОЙЛа «на вашей территории» и быстрота обслуживания

Сегодня в ЛУКОЙЛе активно продвигаются две новинки. Первая — современные решения для бизнеса: топливный модуль и автомобильный топливозаправщик компании ЛУКОЙЛ, позволяющие поставлять нефтепродукты в удобное для компаний-клиентов время и место без дополнительных денежных вложений со стороны клиентов. Топливный модуль — это компактная автозаправочная установка, включающая в себя резервуар для хранения топлива и комплекс систем и механизмов для заправки

транспорта без участия оператора. То есть опять же с помощью топливной карты. Установка модуля позволяет уменьшить затраты предприятия на логистику и обеспечить постоянное снабжение транспорта топливом. По сути, речь идет об открытии персональной АЗС на собственной территории.

Вторая новинка касается удобства и долговечности использования карт — бесконтактная система оплаты. Карту не требуется проводить через терминал, достаточно приблизить на определенное расстояние, при котором оборудование получает доступ к хранящимся на ней сведениям.

Передача информации осуществляется за счет технологии Wi-Fi. При этом, как и прежде, необходимо пройти идентификацию путем введения PIN-кода, иначе в заправке будет отказано. Все остальные меры защиты традиционны: чип, ключи безопасности, система предотвращения несанкционированного списания денег со счета.

Несомненный плюс топливных карт ЛУКОЙЛа — моментальное проведение операций. Простое сравнение: если при использовании обычной топливной карты потребуются до 2 минут, то с помощью бесконтактной процедуру можно завершить в четыре-пять раз быстрее. Это значит, что очереди на АЗС ЛУКОЙЛа не скапливаются.

Другие положительные моменты — это в первую очередь отсутствие неудобств при использовании карты в плохих погодных условиях и увеличение ресурса карты за счет уменьшения износа при контакте с терминалом. Также с бесконтактной картой становится возможной оплата без ее передачи оператору.



ЛОГИСТИКА

Логистика будущего: беспилотные перевозки и автоматизация

Специалисты по HR предупреждают: скоро роботы смогут заменить людей в целом ряде профессий. Среди областей, наиболее перспективных для развития технологий, эксперты называют логистику: беспилотные грузовики, доставка дронами, автоматизация складов — все это может стать обыденностью. И хотя до полной автоматизации еще далеко, уже сейчас логистические операторы используют новейшие разработки — впервые очередь для того, чтобы сократить расходы.

— конкуренты —

По мнению участников рынка, наиболее многообещающим в области перевозок выглядит беспилотное управление. «В последнее время наблюдается бум высокотехнологичных проектов: если раньше их разработку мало афишировали, то сейчас пришло время испытаний и усовершенствований», — говорит Андрей Майоров, генеральный директор компании DPD в России.

Потенциал эксперты видят прежде всего в дронах. По мнению Полины Винокуровой, директора по маркетингу и коммуникациям компании МОЛКОМ, доставка грузов с помощью беспилотных летательных аппаратов может быть интересна широкому кругу участников рынка — интернет-магазинам и курьерским компаниям. По мнению госпожи Винокуровой, для торговых точек онлайн- и фулфилмент-операторов дроны могут решить од-



ИРИНА КОЗМИНСКАЯ

ну из самых актуальных проблем — доставку к определенному времени и в труднодоступные места в условиях современных мегаполисов, где движение затруднено пробками. Среди тех, кто считает использование дронов перспективным, — DPD в России. В сентябре был представлен дрон DPD, который способен перевозить крупногабаритные посылки весом до 3 кг на расстоянии до 20 км.

Что касается наземных беспилотных транспортных средств, то большие надежды эксперты возлагают на беспилотные автомобили. По мнению Андрея Майорова, их массовый запуск перевернет мир курьерской доставки и сервисов, связанных с перемещением груза между продавцом и покупателем или между отправителем и получателем. Однако Полина Винокурова напоминает, что пока на массовый запуск рассчитывать не приходится: подходящей для этого мо-

дели нет ни у одного из производителей, хотя больше всего в этом направлении преуспели Google, Volvo и Mercedes.

Наконец, беспилотными могут быть и грузовики. Антон Сидашин, технический директор Qwintry Logistics, напоминает: в США ведутся разработки соответствующих моделей, которые, по мнению эксперта, могут быть востребованы в будущем сразу по нескольким причинам: «Длительность и монотонность поездок, зарплаты водителей, успешный опыт внедрения автопилотов в сегменте легковых авто — все это может сделать беспилотные грузовики востребованными». Максим Бочков, директор по закупкам транспортных услуг FM Logistic, добавляет: в начале года группа беспилотного грузового транспорта в рамках соревнования European Truck Platooning Challenge (грузовые компании DAF Trucks, Daimler Trucks, Iveco, MAN Truck & Bus,

Scania и Volvo) проехала по Европе, преодолев больше 2 тыс. км, а в России активно идет разработка программного обеспечения грузового беспилотника «КамАЗ».

Речь не идет о том, что фуры по всему миру смогут ездить самостоятельно, без сопровождающего: благодаря технологиям водители смогут отдыхать, не прерывая движения, а компании сократят издержки, оптимизировав численность персонала. Оплата труда водителей с учетом налогов составляет до 50% от стоимости поездки. Эксперты также убеждены, что благодаря беспилотникам снизится число ДТП. «Беспилотники будут ездить точно по запрограммированным правилам, а скорость принятия решений у компьютера на порядок выше», — поясняет госпожа Винокурова.

Автоматизация достаточно актуальна и для складских решений, которые не стоит отделять от перевозок, говорит Антон Сидашин. «Осо-

Вскоре людей в логистике заменят роботы

бенно это касается логистики для e-commerce. Именно поэтому такие гиганты онлайн-торговли, как Amazon, активно развивают в первую очередь технологии автоматизации складских процессов», — отмечает эксперт. Это системы OCR (распознавания текста), 3D-сканеры посылок для быстрого измерения, интеллектуальные сортировочные конвейеры — все эти технологии уже сейчас ускоряют логистические процессы. По словам Дениса Артамонова, генерального директора Praedium, в России, несмотря на кризис, развитие автоматизации в сегменте складской логистики идет активно. «Логистические операторы все чаще используют штрих-кодирование, адресное хранение товаров на складе, систему 1С и аналоги», — говорит эксперт. Современные технологии помога-

ют оптимизировать и рабочее пространство склада, и работу погрузчиков: чем меньше времени они тратят на поиск товаров (к примеру, на складах ответственного хранения), тем больше экономия оператора, а именно оптимизация стала одним из основных факторов развития большинства компаний. Различные системы контроля, например контроля топлива, отслеживание перемещения машин уже повсеместно используются логистическими операторами. По словам Елены Печниковой, директора по развитию Itella в России, компании в обозримом будущем смогут сократить издержки за счет технологий на 15%. Если же взглянуть на это реалистично, то есть учитывать инвестиции и т. д., то на 7%.

По мнению экспертов, логистическая схема, основанная на автоматизации складов и широком использовании беспилотных транспортных средств, откроет новую эру не только для розничной торговли, производства и услуг, но и для всех сфер бизнеса. Однако участники рынка признают: массовое внедрение этих технологий займет немало времени. Например, использованию беспилотников в области транспорта препятствуют существующая инфраструктура и законодательство. Не ясно, как обеспечить безопасность груза, аппарата и оказавшихся поблизости от него людей, как идентифицировать получателя. Что касается электромобиля, российское законодательство придется изменять, чтобы машины без водителей смогли ездить по дорогам легально. В сфере грузового транспорта все упирается в возможности логистических операторов. «В РФ грузовой коммерческий транспорт старше 5 лет, по некоторым оценкам, составляет 80–85% от общего грузового парка, а старше 20 лет — 45–50%. Очевидно, что в ближайшие пять-десять лет обновление транспортного парка вряд ли возможно, не говоря уже о замене на беспилотные грузовые автомобили», — говорит Полина Винокурова. Не говоря уже о том, что полностью заменить людей роботы не смогут. Ведь понадобится много квалифицированного персонала, способного обслуживать эти системы, напоминает Антон Сидашин.

Мария Карнаух

Мобильный бизнес

— экспертная оценка —

Логистика по степени проникновения информационных технологий в основные бизнес-процессы стоит в одном ряду с такими высокотехнологичными отраслями, как финансовый сектор (банки), телеком (операторы связи). Мобильные инструменты используются в логистике как на разных этапах технологической обработки грузов, так и при организации коммуникаций с клиентами и предоставлении им услуг.

При технологической обработке груза мобильные устройства активно используются курьерской службой и складским персоналом. Какие задачи решаются при их применении и что помогает повысить эффективность работы?

В работе курьерской службы (при приеме груза у клиента и доставке получателю) с помощью мобильных устройств выполняются следующие операции и решаются задачи: выдача заданий водителям и контроль за их перемещением, формирование оптимальных маршрутов, управление форс-мажорными ситуациями (например, водитель ушел с маршрута, не успевая доехать в пункт назначения или машина сломалась, попала в ДТП и т. д.), отслеживание статуса выполнения задания, фотофиксация груза и т. д.

Если у курьера есть мобильные принтер и весы, то он может осуществлять полноценные операции по оформлению и приему груза: обмен, взвешивание и маркировку, что значительно упрощает все последующие операции с грузом на складе. Мобильные устройства, выступающие в роли терминалов для оплаты банковскими картами, позволяют проводить необходимые финансовые транзакции.

Благодаря широкому распространению мобильных устройств возможна организация «биржи заказов», когда подключенные к системе водители могут в оперативном режиме принимать срочные заказы на доставку (по модели Uber или «Яндекс.Такси»). Это позволяет логистическому оператору обеспечить наиболее широкую сеть покрытия и существенно сократить сроки и стоимость перевозки, так как в данном случае можно оптимизировать коли-



СЕРГЕЙ МАКЕЕВ

Логистика без мобильных инструментов существовать давно не может

чество сотрудников и резервное количество автомобилей в парке.

В виде разнообразных терминалов сбора данных мобильные устройства становятся незаменимыми при выполнении складских операций. Перемещение груза по складу, погрузка/разгрузка межтерминальных рейсов, размещение по ячейкам склада, комплектация заказов клиентов, инвентаризация, выдача груза и другие операции с помощью данных устройств оперативно отображаются в системе управления складом WMS. Это обеспечивает наличие в ней актуальной информации по грузам. При этом минимизируется влияние человеческого фактора, что полностью избавляет от траты времени на передачу и обработку информации.

Кроме того, с помощью специальных мобильных устройств можно проводить быстрый поиск интересующих грузов, которые маркируются радиометками (RFID-метки), а также инвентаризацию. Чтобы автоматически регистрировать в системе перемещения таких грузов, требуются считыватели. Также с помощью мобильных устройств можно отслеживать перемещение складского персонала и техники и в режиме реального времени наблюдать за их местоположением.

Второе направление использования IT-инструментов в логистике — это организация коммуникации с клиентами и предоставление им услуг.

Используя любой гаджет, клиент через мобильное приложение с адаптированным интерфейсом или напрямую через браузер на сайте логистического оператора может узнать предварительную стоимость перевозки, написать, чтобы груз забрал курьер, заказать какие-либо дополнительные услуги, отследить статус груза, его местоположение, получить информацию о пунктах выдачи и времени их работы, оплатить услуги и т. д.

Современные мобильные приложения ориентированы на то, чтобы заказчик мог осуществлять все операции онлайн. Уже сейчас при сдаче груза на склад или заказе курьера клиент может осуществить оплату, получить всю необходимую информацию и документы в электронном виде через мобильные сервисы. Это экономит время заказчика и издержки логистического оператора, ведь при таком подходе расходы на содержание офиса и штат сотрудников заметно сокращаются.

Использование мобильных инструментов в логистике позволяет повысить эффективность и скорость работы. Степень их проникновения в бизнес-процессы возрастает. Возможности контроля и быстрота предоставления актуальной информации с помощью информационных технологий в ближайшее время превратятся из конкурентного преимущества отдельных компаний в необходимость для всей отрасли.

Михаил Граблев, директор IT-департамента транспортно-логистической компании ПЭК



Цельтесь в причины, а не в симптомы!

Симптомы: большой расход топлива, повышенный износ узлов автомобиля. Причина: неэффективное управление автомобилем.

Система управления автопарком FleetBoard предназначена для выявления причин неэффективности и для их дальнейшего устранения. Как это работает:

- Справедливая оценка навыков водителя.
- Отдельная оценка сложности выполняемого рейса.
- Выявление возможностей роста эффективности вашего автопарка.
- Предоставление индивидуальных рекомендаций на основании 30-летнего опыта эксплуатации грузовых автомобилей по всему миру.
- Механизм контроля для фиксации и улучшения достигнутых результатов.

Используя систему FleetBoard, вы получаете готовый инструмент проактивного анализа, который позволяет раскрыть внутренний ресурс для улучшений и повысить конкурентоспособность, начиная с сегодняшнего дня.

Система управления автопарком FleetBoard доступна для грузовиков других марок. Описан функционал сервиса «Анализ эффективности», также доступны сервисы: «Записи рейсов», «Карты», «Техобслуживание», «Учет времени», «Теледиагностика». Подробную информацию можно получить у специалиста проекта FleetBoard по телефону 8 800 444 04 45 (звонок по России бесплатный) или на сайтах www.fleetboard.com и www.trucks.mercedes-benz.ru.

Реклама. *FleetBoard — ФлитБорд. **Грузовики, которым доверяют.

Mercedes-Benz

Trucks you can trust™



ЛОГИСТИКА

Голодные игры

Глобальный рынок морских контейнерных перевозок переживает, пожалуй, худший год за последнее десятилетие. Пока аналитики прогнозируют общий убыток линий в \$5 млрд и надеются на улучшение ситуации в 2017–2018 годах, шипинговые компании пытаются выжить с помощью гибкой ценовой политики и создания альянсов с конкурентами либо заполняют заявления о банкротстве. Причина бедствия не столько в дисбалансе спроса на перевозки и предложения провозных мощностей, сколько в ценовых войнах на истребление.

— конкуренты —

В конце октября южнокорейская компания Hanjin, седьмой по величине морской контейнерный перевозчик с восьмипроцентной долей в грузовом трафике между Азией и США и оператор перегрузочных терминалов, объявила о закрытии всех своих европейских подразделений. Чуть раньше, в конце августа — начале сентября, Hanjin подала заявления о банкротстве в десятке стран, где есть его подразделения.

По всему миру остановилось 80 судов Hanjin с грузом на борту общей стоимостью \$14 млрд, без работы останутся больше 1,2 тыс. человек: от моряков, боцманов и капитанов до докеров контейнерных терминалов. В контейнерах на морских судах были в том числе товары для розничных сетей, заказанные под Рождество. Не доставленные конечным пользователям ящики заняли в США так много трейлеров, что ситуация начала угрожать нехваткой подвижного состава для перевозок контейнеров других линий. И теперь ритейлеры США и Европы спешно дозаказывают игрушки, елочные украшения и бытовую технику для главного торгового события года. Корейцы тоже не сидят сложа руки. Korean Air Lines, основной акционер Hanjin, вместе с Банком развития Кореи одолжили перевозчику \$99 млн, чтобы оперативно доставить застрявший груз клиентам. Времени у них, однако, осталось совсем немного, и банкротство Hanjin, возможно, еще отзовется громкими увольнениями в главных офисах розничных сетей.

Многим судам Hanjin было отказано во входе в порты, некоторые контейнеровозы, находившиеся в лизинге, были возвращены лизингодателям или собственникам.

Пять убыточных лет подряд обернулись для Hanjin долгом в \$5 млрд. И сама линия, и аналитики указывают на то, что погубила компанию не только недальновидная коммерческая политика, но и плохая конъюнктура — финансовый кризис 2009 года и замедление роста китайской экономики.

Стоит ли ожидать новых банкротств? И если да, то кто следующий?

Умри ты сегодня, а я — никогда

По оценке аналитического агентства Drewry, высказанной в последнем отчете Container Forecaster and Review 2016/2017, второе полугодие 2016-го окажется лучше первого, но тем не менее не спасет отрасль от убытков: они составят около \$5 млрд. Общий доход оценивается примерно в \$143 млрд. Для сравнения: в 2012-м было \$218 млрд. Как же так получилось?

Контейнерные перевозчики в последние годы играли в нехитрую войну на выживание: яростно наращивая флот, а именно делая акцент на более вместительные, чем раньше, суда, они тем самым опускали ставку на транспортировку грузов до невероятно низкого уровня. Разумеется, пагубность последствий такой стратегии они понимали, но, во-первых, у них не было выбора: либо ты делаешь как все, либо теряешь долю рынка; во-вто-



ЕВГЕНИЙ ПЕРВУШЕВ

Контейнерные перевозчики в последние годы играли в нехитрую войну на выживание: яростно наращивая флот, а именно делая акцент на более вместительные, чем раньше, суда, они тем самым опускали ставку на транспортировку грузов до невероятно низкого уровня

рых, сильные игроки ждали, что слабые начнут тонуть и тут их можно либо поглотить, либо отправить в историю. Что, собственно, сейчас и происходит.

По данным ассоциации BIMCO, в 2005–2015 годы размер всего контейнерного флота, если считать в TEU (эквивалент 20-футового контейнера), вырос в 3,4 раза, достигнув перед началом 2016 года 19,7 млн TEU. Очевидно, что объемы мировой торговли увеличились не столь значительно.

Причем если общая вместимость судов росла ежегодно в среднем на 9%, то количество контейнеровозов — лишь на 3,7%. Это означает, что спускаемое со стапелей новое судно было значительно вместительнее, чем то, которое отправлялось на утилизацию. Если в 2007 году доля ULCS (ultra large container ship — сверхбольшое контейнерное судно, может перевозить около 18 тыс. TEU) составляла всего 0,5%, то в 2015-м — уже 18%.

Гонка размеров привела к тому, что летом 2016 года цена на перевозку 40-футового контейнера из Азии в порты Западного побережья США достигла исторического минимума в \$800, что составляло менее трети ставки 2010-го.

Приплыли

Впрочем, здравого смысла даже в ценовых войнах никто не отменял. Перевозчики, многие из которых являются публичными компаниями, связанными к тому же множеством финансовых отношений с банками, страховщиками, лизингодателями, владельцами судов, не могут позволить себе коммерческого беспредела на море даже в обмен на перспективу уменьшения числа конкурентов. Они прекрасно понимают, что хотя избыток предложения не удастся ликвидировать, но им можно управлять.

Механизм такого управления существует давно, но в 2016-м он обрел особенную актуальность: компании

стали создавать альянсы, внутри которых могут совместно делить суда, коллективно договариваться о выгодных ставках на портовую перевалку, регулировать предложения на отдельных сервисах, чтобы не возить «воздух» и так далее. Сейчас практически все крупные операторы объединены в четыре союза, один из которых, впрочем, пока в стадии создания. По мнению экспертов, независимым перевозчикам также придется рано или поздно примкнуть к какой-то группе, чтобы не повторить судьбу Hanjin.

Событием года стало решение ряда крупных игроков, в частности Evergreen, CMA CGM, Cosco Group, сформировать мощный Ocean Alliance, который займет ключевые позиции на ряде направлений, в том числе в перевозках между Азией и США. Если регулирующие органы Китая и Евросоюза не будут возражать, группа начнет работать в апреле 2017 года, что окажет на отрасль серьезное влияние — в направлении улучшения баланса спроса и предложения.

Классика пикирующего рынка — слияния и поглощения — также имеет место. Глава AP Moller-Maersk A/S Михаэль Расмуссен, заявил, что Maersk Line меняет стратегию: от наращивания нового флота переходит к приобретениям существующих компаний. После этого заявления рынок тут же стал прочить в кандидаты на поглощение Hanjin и его соотечественника Hyundai Merchant Marine, который сейчас проходит через реструктуризацию своих долговых обязательств.

Ранее третий по величине перевозчик французская CMA CGM приобрела линии Neptune Orient Lines и APL, а немецкий Harap-Lloyd сливается с United Arab Shipping Company из ОАЭ.

Maersk от комментариев воздерживается, но понятно, что кто-то кого-то купит.

Как пишут аналитики агентства Drewry в Container Forecaster and Review 2016/2017, уход южнокорейской линии обозначил дно, ниже которого опуститься уже невозможно. Отраслевой экстремум отрасли нащупан, и теперь стоит ожидать только роста, несмотря на сомнения относительно увеличения объемов перевозок и имеющийся избыток флота.

В 2017-м можно ожидать восстановления рентабельности контейнерных линий благодаря увеличению ставок и хоть и слабому, но все же росту товарооборота. Перевозчики, по прогнозам Drewry, в будущем году могут рассчитывать на скромную операционную прибыль в \$2,5 млрд. Тучные времена вернуться нескоро: еще несколько лет ставки будут значительно ниже тех, которые радовали компании в 2015-м.

С одной стороны, обнадуживает то, что рост заказов новых судов практически прекратился, а количество отправляемых на утилизацию увеличивается, с другой стороны, в ближайшие два года флот тем не менее пополнится на 5–6%, причем во многом за счет сверхкрупных судов.

Отрасль быстро консолидируется скорее по необходимости, чем по предварительному расчету, говорят аналитики. Перевозчики, которые смогут пережить этот длительный шторм, имеют все шансы занять более высокие позиции в 2019–2020 годах.

Директор по контейнерным исследованиям Drewry Нейл Деккер отмечает, что ключевым вопросом выживания остается все же не столько баланс спроса и предложения, а также состояние мировой торговли, где все более или менее прогнозируемо, а коммерческая политика операторов. И здесь можно ждать сюрпризов, как показала практика последних лет. «Банкротство Hanjin — это кульминация неверных коммерческих решений и плохого управления не только самой компании, но и отраслью в целом. Однако я не уверен, что это станет переломным моментом», — говорит господин Деккер.

Дальнейшая консолидация возможна, но это вовсе не обязательно тот путь, который приведет к желаемой цели — восстановлению доходности и выходу на приемлемый уровень прибыли. Объединение активов позволяет сэкономить сотни миллионов долларов, но все это окажется напрасным, если менеджеры перевозчиков в погоне за удержанием или ростом доли рынка будут продолжать предлагать клиентам низкие ставки. Выравнивайте доходы — и тогда хорошие времена вернутся, уверен аналитик.

Иван Смирнов

У вас интернет не работает

— тест-драйв —

Если компании из сегмента B2C, например службы экспресс-доставки, уже давно принялись за разработку максимально удобных для посетителей сайтов, то до B2B новые тенденции пока не добрались. Корпоративные клиенты транспортных компаний жалуются, что разобраться в порядке действий на сайтах большинства компаний трудно — для специалистов по юзабилити здесь огромное поле работы.

Юзабилити (usability) означает удобство сайта в использовании. «Речь не просто о том, чтобы обеспечить пользователю комфортное пребывание в интернет-представительстве, а о том, чтобы повысить конверсию. Иными словами, сделать так, чтобы посетитель принял те или иные целевые действия — в данном случае заказал у транспортной компании услугу или хотя бы задал ее представителям интересующие вопросы», — объясняет генеральный директор агентства по продвижению сайтов TextForce Александр Жуков.

Вот типичные ошибки, которые допускают поставщики логистических услуг: в стремлении выделиться перемудрили с дизайном, не учли последних тенденций, не продумали структуру, и в результате навигация получилась запутанной.

«Сегодня продвинутые компании идут по максимально простому пути: функциональный дизайн без излишеств, на первом экране четкое и короткое описание услуг, контакты, заказ обратного звонка, форма онлайн-заявки. Минимум элементов, максимум смысла. В идеале у пользователя на поиск нужной ему кнопки должно уходить всего несколько секунд», — говорит Александр Жуков.

В числе самых распространенных ошибок — отсутствие формы для онлайн-заявки на



АЛЕКСАНДР ЖУКОВ

В числе самых распространенных ошибок сайтов логистических компаний — отсутствие формы для онлайн-заявки на видном месте

видном месте. «Наши сотрудники почти всегда пользуются такими формами, это удобно: отправил запросы и ждешь информацию», — говорит Роман Вдовенко, генеральный директор интернет-магазина Maestra.ru. — Однако часто эту форму могут запрятать куда-то вниз, поставить в левое вертикальное меню вместе с другими разделами. Один раз наш менеджер и вовсе нашел ее в самом низу главной страницы под длиннющей таблицей с тарифами на доставку. Причем называлась она как-то по-другому вроде «задайте вопрос нашим менеджерам». Нашли мы ее случайно». При этом, от-

мечает господин Вдовенко, на сайте компаний, которые «прячут» от посетителя онлайн-заявку, может красоваться огромный логотип или развернутое обращение генерального директора, то есть информация, которая потенциальному клиенту не нужна.

К этой же категории ошибок можно отнести и непродуманное меню. Генеральный директор группы компаний «Северсити» Елена Жукова рассказывает, что порой у логистического провайдера имеется сразу два меню на сайте — горизонтальное и вертикальное, причем их разделы пересекаются, а не дополняют друг друга: «В горизонтальном, например, перечислены способы доставки, а в вертикальном просто свалено все в кучу, включая другие услуги вроде страхования».

Многие транспортные компании злоупотребляют лишними элементами вроде меняющегося фона, огромных фотогалерей, выезжающих баннеров, которые приводят лишь к потере времени и замедляют загрузку. «Мы искали поставщика для доставки оборудования для производства железобетонных изделий, нашли компанию с приличными условиями. На ее сайте на трех слайдерах (сменяющих друг друга картинок) были указаны маршруты и сроки доставки из китайских городов в Петербург. Но остановив слайдер, который менялся быстро, чтобы посмотреть информацию, было нельзя», — говорит госпожа Жукова.

Генеральный директор интернет-магазина «Азимут-С.РФ» Геннадий Попов вспоминает, как его подчиненные разглядывали сайт поставщика логистических услуг, который в разделе «Контакты» поместил нарисованную дизайнером карту и отметил на ней свой офис, в чем, конечно, не было ничего необычного. Фишка заключалась в том, по улицам на карте катался красный шарик, который невозможно было остановить. «Мы очень внимательно смотрим на сайты других компаний, оцениваем новинки, поскольку для интернет-магазина веб-представительство — это канал продаж и взаимодействия с клиентом. Но так и не поняли, зачем нужен лишний элемент, который мешает сосредоточиться на информации и который нельзя отключить», — удивляется господин Попов.

О хорошем

Впрочем, грамотное оформление сайтов транспортных компаний также встречается. В стилистике интернет-магазинов — телефон, заявка, услуги и конкурентные преимущества — выполнено веб-представительство, например, одного из крупнейших железнодорож-

ных операторов — «РЖД-Логистика». На первом экране владельцу груза предложено ввести точку отправки, пункт назначения, а также объем и вес партии — и все, дальше можно переходить к оплате. Это даже проще, чем покупка билета на «Сапсан». Нет вопросов и к сайту компании «Рейл Континент», которая на главной странице удобно разместила большое количество элементов, позволяющих клиенту сделать заказ или получить ответы на часто задаваемые вопросы. При этом сайты и «РЖД-Логистики», и «Рейл Континента» содержат и информацию, которая грузоотправителю не нужна, скажем, о компании или новости рынка, но она отображена так, что не занимает много места и убрана либо на второй экран, либо в специализированные разделы.

Наконец, на сайте компании GlobalPost нашел бы все, что нужно, даже школьник, настолько просто и четко выстроены элементы. Для оформления заказа надо заполнить четыре поля и нажать три кнопки — и можно ждать звонка от менеджера или ответа по электронной почте. Без слайдеров, занудных текстов-простыней о компании, приветствия генерального директора и прочих не добавляющих смысла вещей.

Значительная часть ошибок случается из-за того, что логистические провайдеры стремятся сделать сайт о своей компании, а не для клиента — а это совсем разные задачи, объясняет господин Жуков. Кроме того, они не тестируют несколько вариантов, не собирают фокус-группы, чтобы выбрать наиболее удачный, и не следят за новинками в интернет-сфере, которые при относительно небольших вложениях денег и времени могут дать значительный прирост конверсии, а следовательно, и прибыли. Но, похоже, ситуация хоть и медленно, но все же начинает меняться.

Федор Демьянов

ЛОГИСТИКА

Стимул для регионов

Участники логистического рынка в России констатируют: в последнее время промышленный экспорт стал более чувствителен к политическим и экономическим потрясениям в мире. Однако несмотря на это, экспорт в некоторых отраслях растет, а значит, увеличиваются и перевозки продукции. Основные надежды эксперты возлагают на сельское хозяйство. Лидерами перевозок остаются железнодорожный и морской транспорт, однако переориентация экспорта на Юго-Восточную Азию привела к росту популярности мультимодальных перевозок.

— логистическая география —

Российский экспорт диверсифицирован по регионам в зависимости от того, где сконцентрировано производство тех или иных товаров: логистическая география аналогична промышленной и аграрной, говорит Иван Головки, руководитель направления «Международный транспорт» FM Logistic. Большой объем агроэкспорта идет из южных регионов страны — с Кубани, из Ставропольского края, поясняет эксперт. Промышленный — из традиционных регионов производителей: с Урала, из Татарстана, Башкирии и всех городов-миллионников России. Сырьевой экспорт и экспорт продуктов низкого передела — из регионов добычи: Ямало-Ненецкого автономного округа, Тюменской области, Ханты-Мансийского автономного округа. «Особенностью экспорта в России является то, что основной поток экспорта — это товары с низкой добавленной стоимостью, большими объемами и часто в наспышной или наливной форме. Классический промышленный экспорт составляет невысокую долю в стоимостном выражении», — поясняет Иван Головки. По его словам, особенностями несырьевого экспорта являются отправка из основных промышленных зон, многие из которых возникли еще в советское время, и труднопредсказуемая география поставок: «В последние годы наш промыш-

ленный экспорт стал более чувствителен к политическим и экономическим потрясениям в мире». Среди отраслей, на которые ослабление рубля повлияло положительно, — сельское хозяйство. По словам учредителя V.I.G. Trans Игоря Ребельского, в этой области отмечается увеличение объемов и поставок. «Особенно быстро растет экспорт кукурузы и пшеницы (27% и 34% соответственно), поставки подсолнечного масла увеличились на 8%», — говорит господин Ребельский. Экспорт продуктов питания за первое полугодие 2016 года по сравнению с аналогичным периодом прошлого года вырос в денежном выражении на 6,7% (до \$6,4 млрд). «Динамично растут автомобильные перевозки в Еврозоюз стекла и изделий и него (+75,6%), промышленного оборудования (+63,5%), свинца и изделий из него (+47,9%)», — рассказывает эксперт. Что касается стран ЕС, с которыми у России действует режим санкций, то, несмотря на них, в этом направлении выросли в физическом выражении перевозки таких грузов, как дерево и изделия из дерева — на 23,4%, минеральное топливо, масла и продукты их перегонки — на 137,3%, неорганические химикаты — на 23,8%, алюминий и изделия из него — на 20,2%. Абсолютные рекордсменом стали удобрения: их экспорт в страны ЕС вырос на 538%. Что касается видов транспорта, то, по словам Алексея Безбородова,

генерального директора агентства InfraNews, для экспортных перевозок логистические операторы традиционно используют железнодорожный транспорт и порты. «Автотранспорт проигрывает на сухопутных погранпереходах везде, где требуется нормальное оформление документов (для возврата НДС); там, где этого не требуется (при контрабанде или сером экспорте леса в Китай или рыбы в ЮВА), авто выигрывает», — поясняет эксперт. При этом он признает, что зачастую до портов автотранспортом перевозят и экспортируемые товары — алюминий, каучук и др. «Однако все равно большая часть экспортных поставок — на РЖД и стивидорах», — подчеркивает господин Безбородов. При этом, говорит господин Ребельский, достаточно активно развиваются и другие виды доставки. Помимо морских перевозок в приоритете мультимодальный формат, особенно если речь идет о транспортировке товаров в Юго-Восточную Азию: «Рынок экспортных автомобильных грузоперевозок РФ — ЕС в первом полугодии 2016 года по сравнению с аналогичным периодом прошлого года показал рост 20% (до 5318 тыс. тонн)». При этом экспортные авиаперевозки сократились на 43,9%. Таким образом, в приоритете остаются железнодорожная и морская доставки. Однако эксперты надеются,



Среди отраслей, на которые ослабление рубля повлияло положительно, — сельское хозяйство. Растет экспорт кукурузы и пшеницы (27% и 34% соответственно), поставки подсолнечного масла увеличились на 8%

ся, что выбор у потребителя станет шире, а значит, в ближайшее время удастся найти баланс между главными параметрами перевозок — качеством, сроком и ценой. Для этого необходимо расширять транспортную инфраструктуру, без которой экономика любого государства не может активно развиваться. В России отсутствуют высокоскоростные магистрали, напминает учредитель V.I.G. Trans. Из-за отсутствия дорог в дальних регионах РФ доставка автомобильным транспортом невыгодна, так как ложится на себестоимость товара. «Многое зависит не от того, какой вид транспорта преобладает, а как будет развиваться транспортная инфраструктура», — поясняет господин Ребельский. При наличии хороших дорог, большого количества транспортно-логистических узлов будет расширена сеть железнодорожных путей, конечный потребитель сможет выбирать вид доставки. Не стоит забывать и об усвершенствовании складской логисти-

ки. Господин Головки считает, что в России появится сеть консолидационных складов, способных обеспечить даже мелкого экспортера возможностями таможенного оформления и отправки груза в любую точку мира. «В рамках инициативы правительства РФ и инициатив РЭЦ будут появляться логистические площадки, позволяющие мелким компаниям-экспортерам полностью обеспечивать свои логистические потребности — хранение, таможенное оформление, перевозку и доставку», — соглашается Сергей Лапин, первый заместитель генерального директора SPSR Express. Генеральный директор компании Graedium Денис Артамонов говорит, что тенденция к консолидации складских площадей уже есть. «Международные логистические операторы стремятся консолидировать на своих площадях ритейлеров „по национальному признаку“ — к примеру, FM Logistic построил складской центр на Дмитровском шоссе и кон-

солидировал в нем товары французских компаний. А немецкий оператор Schenker сейчас ищет площадку для строительства центра, в котором планирует консолидировать немецкие компании», — рассказывает эксперт. Участники рынка полагают, что самым популярным видом перевозок останутся в ближайшее время железнодорожные. В географическом плане основными драйверами роста станут Китай, страны ЕАЭС и АСЕАН, а также страны БРИКС: торговые отношения с этими регионами укрепляются, российский бизнес в них становится более популярным. В целом же, по прогнозам участников рынка, Россию ждет как развитие традиционного экспорта — оружия, зерновых, удобрений, металлов, так и поставок продукции, которая ранее не считалась традиционным российским экспортом: готовых продуктов питания, мяса, легковых автомобилей.

Мария Карнаух

Непростая арифметика

— кризис —

Дискуссия вокруг индексации железнодорожных тарифов на 2017 год ведется не только вокруг конкретных цифр, но также и вокруг механизмов расчета ставок. За спором ОАО РЖД, чиновников и грузовладельцев о деталях не стоит забывать о решении основного вопроса, который все споры и порождает, — определении места железнодорожной монополии в экономике страны.

Тяжелое наследие прошлого

Стоимость перевозки железнодорожным транспортом складывается из двух составляющих: тарифа ОАО РЖД, а также цен на услуги железнодорожных операторов, которые предоставляют вагоны. Оператор свою ставку определяет сам, ориентируясь на конкурентную среду, вид груза, направление и другие параметры. Тариф ОАО РЖД ежегодно устанавливает государство в лице Федеральной антимонопольной службы (ФАС). Размер ставок монополии почти всегда определяется в ходе жесткий дискуссий между грузовладельцами, операторским лобби, Министерством экономического развития и непосредственно ОАО РЖД.

Существующая система, отображенная в действующем с 2003 года главном тарифном документе — Прейскуранте №10–01, отягощена несколькими давними «родовыми травмами», которые достались в наследство от 1990-х годов. Самая значительная из них состоит в том, что Прейскурант делит все грузы на три класса. В первом размер транспортной составляющей в конечной цене продукции находится на уровне 15% и выше, и данная номенклатура везется по тарифам, которые не покрывают себестоимость перевозки. Ко второму классу отнесены грузы с долей транспорта 10–15%, и тарифы на их доставку можно назвать обоснованными. У «третьеклассников» логистическая составляющая занимает меньше 10%, зато цена на их перевозку такова, что позволяет отчасти компенсировать убытки РЖД от «дотирования» «первоклашек».

Помимо указанного внутреннего перекоса в ценообразовании на железнодорожном транспорте существует также и внешняя несуразица. Тариф РЖД всю новейшую экономическую историю России выполняет две противоположные функции: собственно, обеспечивает существование РЖД и выступает способом субсидирования реального сектора за счет железнодорожной монополии — через меньший, чем требовалось РЖД, уровень индексации. Выпадающие дохо-



ды государство компенсирует железнодорожникам через субсидии, прямое участие в капитале и другими способами. В конце прошлого года правительство поставило перед РЖД задачу обеспечить работу без помощи государства. И нынешней осенью компания попыталась предложить механизмы индексации, направленные на решение этой задачи. Вместо предельно допустимого уровня плоской индексации, когда доставка всех грузов дорожает на одинаковую величину — 4,5%, железнодорожники выдвинули идеи точечной индексации: увеличить тарифы по-разному для разных классов. Так, первому классу, самому дешевому, было предложено накинуть 8,2% (кроме угля и железной руды), второму — 6,8% (кроме минеральных удобрений: им должно достаться 8,2%), третий вообще не трогать, кроме черных металлов (подорожание на 4,5%). Были внесены также и другие предложения в зависимости от конфигураций тарифных решений по иным аспектам, в частности судьбы надбавки на перевозку экспортных грузов в

Идея РЖД была встречена в штыки как железнодорожными операторами, так и грузовладельцами

размере 13,4%, которая прекращает действие в январе 2017 года (см. „Б“ от 4 октября). Логика «избирательной» индексации легко объяснима. Эксперты отмечают, что если ряд грузов, например уголь и щебень, тяготеет к железнодорожному транспорту в силу своей природы — им просто некуда деться, то некоторые виды номенклатуры могут с легкостью уйти на альтернативные способы доставки. При таком раскладе плоская индексация чистой воды маркетинговое безумие. Как заметил в одном из своих выступлений первый заместитель НП ОЖДПС Денис Семенкин, «в итоге мы видим не только сокращение объемов погрузки высокодоходных грузов, но и мощный отток клиентуры с железнодорожного транспорта».

Давайте договоримся о главном

Идея РЖД была встречена в штыки как железнодорожными операторами

ми, так и грузовладельцами, которые обратили внимание на то, что, согласно поручению президента России Владимира Путина, уровень индексации не должен превышать размер инфляции. В результате, как сообщил „Б“ (от 4 октября), правительственная рабочая группа отправila предложения железнодорожников на доработку, и, похоже, инициативу ждет непростая судьба. Скорее всего, государство остановится на повышении тарифов на 4,5% для всех грузов и примет еще какие-то меры, которые помогут снизить прогнозируемый дефицит бюджета РЖД. Текущая дискуссия вокруг индексации железнодорожных тарифов на 2017 год высветила проблему стратегического характера, которая и служит источником ежегодных столкновений между причастными сторонами. Государство никак не может определиться с ролью РЖД в экономике страны: либо оно видит компанию как самостоятельный субъект, который работает по экономически обоснованным тарифам, а тем, для кого эти тарифы слишком высоки, оно материально помогает, либо же монополия должна ориентироваться на интересы промышленности, а уже потом думать о том, как свести концы с концами. При этом с 2019 года отрасль должна будет жить по новому Прейскуранту №10–01, черновой вариант которого должен быть готов уже к концу 2016-го. А по прогнозу главы ФАС Игоря Артемьева, с 2018 года вступит в действие базовый закон о тарифном регулировании в России, который уже написан и отправлен службой в правительство. Он, в частности, по словам господина Артемьева, устранил дискриминацию, которая сегодня царит в железнодорожных тарифах. Очевидно, впрочем, что отсутствие стратегического выбора перенесет в эти документы все существующее на текущий момент противоречия. Попытка «договориться» о тарифах уже была предпринята несколько лет назад, причем, что интересно, со стороны государства: Федеральная служба по тарифам (позже вошла в состав ФАС) разработала методику расчета обоснованных ставок на услуги железнодорожного транспорта. Однако получившиеся «по науке» проценты индексации оказались такими высокими, что чиновники предпочли положить методику под сукно и о ней забыть как о страшном сне. И с тех пор продолжают каждый год спорить, насколько должна подорожать перевозка, чтобы и РЖД хватило, и забастовок работников предприятий не случилось.

Алексей Кузьмичев

— технологии —

Грузовой авиаперевозчик Cargolux обещает сократить выбросы углекислого газа на 10% за пять лет, второй по величине ритейлер в США Kroger — на 20%, правительство Нидерландов учреждает программу, которая раздает транспортным компаниям звезды за достижения в сфере зеленой логистики, а губернатор Калифорнии требует от перевозчиков совсем перестать загрязнять воздух. Похоже, что в заботе об окружающей среде мировая транспортная отрасль скоро переключится на «Гринпис».

В 2016 году во второй по значимости итальянской лиге была впервые в истории футбола официально показана... зеленая карточка. Его поощряется игрок, который повел себя корректно и уважительно по отношению к сопернику и товарищам по команде, например сам признался в нарушении правил или, скажем, подсказал судье, что мяч за пределы поля ушел от него, а не от игрока противоположной команды. Еще в 2008 году правительство Нидерландов решило награждать транспортников и логистов своего рода зелеными звездами за вклад в заботу об окружающей среде. Если компания добилась определенных целей в сфере экологии, например сократила вредные выбросы, потребление энергии, уровень шума и т. д., то получала право нанести на свои машины и другие активы логотип государственной программы Lean & Green с одной звездой. По мере достижения новых успехов поставщик логистических услуг получал новые звезды — и так вплоть до пятизвездного уровня, который характеризует полное отсутствие выбросов углекислого газа в атмосферу. Запущенная в Нидерландах и набравшая там уже около 300 участников, программа Lean & Green затем распространилась на Германию, Италию, Люксембург, Словакию и ряд других стран, охватив не только транспортный, но и другие сектора. В Германии среди первых компаний, получивших звезды, — торговые сети Aldi, Karstadt и производитель бытовой химии Unilever. Перевозчик Cargolux, который стал первой авиакомпанией в числе номинантов Lean & Green, не скрывает, что для него награждение звездой несет вполне конкретные конкурентные преимущества: «Наши клиенты и партнеры, экспедиторские компании по всему миру знакомы с этой программой, и награда значительно улучшает нашу репутацию». Cargolux поступил довольно хитро:

усилия по повышению производительности он красиво упаковал в «зеленый» цвет. Все достижения перевозчика состоят на самом деле в использовании в составе своего флота самолета Boeing 747–8 F, отличающегося меньшим уровнем шума, потреблением топлива и другими полезными не только для чистоты окружающего воздуха, но и для финансовых отчетов свойствами. Однако уже сам факт того, что крупный авиационный перевозчик счел нужным поучаствовать в программе, говорит о важности зеленой логистики, пусть даже и в чисто имиджевых целях. Генеральный директор американской торговой сети Kroger Родни Макмаллен заявил, что берет на себя обязательство отстроить логистические цепочки таким образом, чтобы наносить экологии минимальный вред. В частности, он будет отслеживать, на какое расстояние перевозится 1 тонна товара в пересчете на 1 галлон топлива. Иными словами, каковы затраты горючего в пересчете на тонно-километры. К 2020 году их планируется сократить 20% по сравнению с 2015-м. Созданием своей экологической стратегии в Kroger озабочились после того, как большой красивый отчет на эту тему стал выпускать лидер рынка Walmart. Губернатор Калифорнии Джерри Браун объявил в августе о том, что будущее штата должно быть чистым — в прямом смысле этого слова. Необходимо стремиться к тому, чтобы транспортная отрасль полностью избавилась от выбросов углекислого газа, заявил он. Губернатор обозначил на среднесрочную перспективу 82 цели, среди которых, например, повышение эффективности работы транспортного сектора на 25%, ужесточение к 2023 году норм, регулирующих выбросы вредных газов. Как будут достигаться эти цели, пока не очень понятно: соответствующее подразделение правительства Калифорнии должно представить план действий только в июле 2017 года. Но представители компаний и некоммерческих ассоциаций задаются вопросом, не повлияет ли это на бизнес частных структур и на бизнес-климат всего штата. Не станет ли Калифорния проигрывать другим штатам, например, в борьбе за привлечение инвесторов, которые могут испугаться слишком жестких регулирующих норм? Но Джерри Брауна их сомнения волнуют мало. Он уже предвидит, что полезный опыт можно будет распространить по всей Америке. Что ж, по крайней мере практика голландских кампаний Lean & Green показывает, что бизнес охотно выстраивается в очередь за «зелеными карточками».

Максим Калининченко



ОТЛИЧНЫЙ ОТ ДРУГИХ



Премия за trade-in¹
до 150 000 ₽

Volkswagen Transporter

Если этот 100%-й немец берётся за дело, то делает его на отлично. Выносливый и надёжный, он обладает самым большим грузовым отсеком в своём классе². Полный привод с механической блокировкой дифференциала, электрический обогрев лобового стекла и догреватель дизельных моторов полностью адаптируют его к российской действительности. Его эталонная эргономика и новые возможности инфомедиа-системы обеспечивают высочайший комфорт, а базовое оснащение электронной системой поддержания курсовой устойчивости (ESP) и автоматической системой послеаварийного торможения (МСВ) — безопасность водителя. **Да, это не просто автомобиль. Это ваш незаменимый партнёр!**



**Volkswagen Transporter —
лучший фургон 2016 года**



**Коммерческие
автомобили**

Дополнительная информация — по телефону информационной линии Volkswagen 8-800-333-4441 и на сайте www.volkswagen-commercial.ru

¹ Трейд-ин. При покупке нового автомобиля Volkswagen Caravelle, Multivan, Transporter у официального дилера в период с 01.01.2016 по 31.12.2016 года со сдачей прежнего автомобиля в зачёт стоимости предоставляется выгода в размере до 150 000 рублей.

Подробности у официальных дилеров. Предложение ограничено. ² До 9,3 куб. м Реклама