

«МЫ РАЗРАБАТЫВАЕМ ПЛАТФОРМЫ, КОТОРЫЕ РАДИКАЛЬНО ПОВЫСЯТ ЭФФЕКТИВНОСТЬ И КАЧЕСТВО РАБОТЫ КОМПАНИИ»

ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИЕЙ «ПОЧТЫ РОССИИ» БУДЕТ ЗАНИМАТЬСЯ ЕЕ ДОЧЕРНЯЯ КОМПАНИЯ «ПОЧТОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ». НА ЕЕ БАЗЕ СОЗДАН ЕДИНЫЙ ЦЕНТР КОМПЕТЕНЦИЙ, ОТВЕТСТВЕННЫЙ ЗА ИНВЕСТИЦИИ В ЦИФРОВИЗАЦИЮ НА СУММУ ОКОЛО 3–5 МЛРД РУБ. О ТОМ, КАКИЕ ПЕРЕМЕНЫ ОЖИДАЮТ В РЕЗУЛЬТАТЕ «ПОЧТУ РОССИИ», В ИНТЕРВЬЮ BUSINESS GUIDE РАССКАЗАЛ ДИРЕКТОР «ПОЧТОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ» ВЛАДИМИР УРБАНСКИЙ.

BUSINESS GUIDE: Недавно ФГУП «Почта России» создало дочернюю компанию «Почтовые технологии». Какие задачи стоят перед новой структурой?

ВЛАДИМИР УРБАНСКИЙ: Ключевая задача, которая стоит перед «Почтой России», — стать технологической компанией. Нужно значительно усилить внутренние технологические компетенции, которые у «Почты» были достаточно ограниченными. При этом нужно менять многие процессы: все, что связано с развитием компании, скорейшим выведением продуктов на рынок, качеством сервисов, особенно цифровых. Для этого создали отдельную компанию «Почтовые технологии».

Я вижу пять основных фокусов ее работы: развитие цифровых сервисов и компетенции, технологическое развитие всех ключевых бизнес-платформ, управление данными, цифровая трансформация и управление внедрением инноваций.

BG: На каком этапе развития находятся сейчас цифровые сервисы «Почты России»?

В. У.: У нас очень хорошо развит личный кабинет для бизнеса. Наши клиенты, в том числе большие e-commerce площадки, через него управляют всеми своими посылками, оплачивают их, получают всю документацию и т. д. Через личный кабинет у нас проходит уже больше 1 млрд руб. выручки в месяц, и уже в этом году мы перейдем за 1,5 млрд руб. ежемесячной выручки.

Если говорить о клиентах среди физических лиц, то для них мы активно развиваем мобильное приложение. Основная его функция — отслеживание отправлений, возможность доставки курьером, а также push-уведомления о посылке. Например, их получают клиенты в тот момент, когда проходят мимо отделения, где лежит их посылка — многие этого еще не ожидают и очень позитивно воспринимают. Совсем недавно мы запустили возможность предзаполнить и оплатить через мобильное приложение любые посылки, а не только таможенную пошлину.

Есть много других сервисов для наших клиентов, например портал для получения заказных писем в электронном виде, сервис бронирования абонентских ящиков или онлайн-подписка на издания. Большой частью нашей работы являются внутренние платформы и сервисы для сотрудников, десятки и даже сотни тысяч наших сотрудников используют наши сервисы в отделениях для работы с клиентами, на сортировочных центрах, в логистике и т. д.

BG: Какие ресурсы вам потребуются?

В. У.: Мы создаем центр разработки и начинаем пилотировать подходы, более свойственные для технологической компании. Главное для нас — набирать инженеров, разработчиков, аналитиков, тестировщиков, дизайнеров и формировать из них продуктовые команды. Штат «Почтовых технологий» сейчас составляет 400 человек, но до конца года уже должен увеличиться до 700 человек. Нам очень важно нарастить долю производственного персонала, усилить эти компетенции. Мы также активно ищем людей, которые знают, каким образом работать с данными, умеют выстраивать платформы и процессы для решения бизнес-задач. В этом году мы уже будем создавать центр компетенции data science для наиболее продвинутых задач.

BG: Какие инновационные технологии планируются к внедрению на «Почте России»? Будете ли использовать блокчейн?



ПОЧТА РОССИИ

В. У.: На текущий момент мы недостаточно готовы к тому, чтобы внедрять многие инновации. Блокчейн мы хотим изучать, мы даже определенные пилоты уже смотрели. Но на текущий момент я вижу существенно больший потенциал, например, для искусственного интеллекта. Он может быть встроен в ряд бизнес-процессов в достаточно близком будущем. Есть другая модная тенденция — RPA (robot process automation), это возможность простой автоматизации софтверными роботами, что позволит снять большое количество ручного труда. Ряд технологий может уже сейчас применяться на больших масштабах «Почты России». А есть часть технологий, которые мы будем развивать на будущее, — это блокчейн, распознавание лиц, беспилотные летательные аппараты.

BG: Вы не отказались от беспилотников?

В. У.: Нет смысла отказываться от этого. Да, был неуспешный опыт, но в логистическом бизнесе это в любом случае полезно. Amazon идет в направлении беспилотников, и как мы можем от этого отказаться? Нужно делать работу над ошибками и двигаться дальше. И она уже во многом была проведена, уже есть много пилотов, которые после этого были успешно проведены.

BG: Различные участники рынка, например Ozon, тестируют формат маркетплейса. Консультанты предлагали «Почте России» подумать об этом. Что вы решили?

В. У.: Сейчас наша задача в большей степени предоставить максимум сервиса игрокам в электронной коммерции. И если раньше мы ограничивали нашу продуктовую линейку в основном сервисами доставки, то сейчас ее расширяем. Компании рынка e-commerce сильны в том, что знают, как управлять трафиком, где в Китае, например, дешево купить товары, как привлечь других продавцов на свои площадки или как допродать клиенту что-то. В то же время многим игрокам e-commerce не нужно заниматься складированием и хранением товаров, сортировкой, отправкой, доставкой, принимать оплату на разных этапах — все это можем сделать для них мы, и эту часть работы мы хотим для них закрыть. Будем или не будем запускать маркетплейс — время покажет. Мы от этой идеи не отказываемся, возможно, проведем какие-то эксперименты, чтобы понимать, что она действительно будет иметь ценность для клиентов и для «Почты».

BG: Недавно «Яндекс.Маркет» задумался о партнерстве с розничной сетью «О'Кей», чтобы расширить свою логистику. Почему крупные маркетплейсы развивают свою инфраструктуру, а не обращаются к «Почте России»?

В. У.: Есть, к примеру, компания Wildberries, которая построила достаточно много своих складских помещений. Это случилось во многом потому, что «Почта» сама не предоставляла такие сервисы. Нам все еще надо пройти

большой путь, но мы уже сейчас запускаем, начинаем предлагать и развивать услуги управления хранением для наших клиентов. «Почтовые технологии» внедрили так называемую платформу WMS (Warehouse management system — система управления складами). И мы рассчитываем, конечно, что, поскольку для многих игроков это является непрофильным бизнесом, они будут переводить его на нас. По крайней мере такие переговоры у нас идут с рядом игроков.

BG: Что будет происходить на рынке логистики после реформы «Почты России»? Ожидаете ли вы увеличения числа слияний и поглощений?

В. У.: Интересный вопрос. Многие из игроков на этом рынке появились из-за определенного несовершенства «Почты», и когда мы поборем часть наших болезней, им, может так оказаться, не будет места на рынке. Потому что часть игроков — агрегаторы, они не имеют даже своей логистической инфраструктуры. Есть ли у них реально какое-то будущее? Для меня это неочевидно. При этом всегда могут оказаться компании, которые за счет специализации дают на какой-то нише лучший продукт, сервис. Наша задача, конечно, основные направления покрыть и дальше динамично их развивать. И сделать так, чтобы мы как компания могли динамично развивать эти сервисы и реагировать на потребности рынка.

BG: «Почта России» начала устанавливать отечественный офисный софт. Ранее предприятие закупило смартфоны на российской операционной системе. Какие еще элементы IT-инфраструктуры планируете заместить на отечественные продукты?

В. У.: В отличие от уже акционированных компаний, мы, будучи ФГУПом, в программу импортозамещения не попали. Но мы самостоятельно прошли этапы импортозамещения. Наверное, это не столько самоцель, сколько следствие того, что ряд процессов разработки мы будем переводить внутрь и разрабатывать в том числе самостоятельно. Есть ряд решений, по которым мы пока смотрим, есть ли у них аналоги, и это не до конца понятно. Нужно очень внимательно подходить к тому, где мы будем обязаны перейти на российские программные продукты, а где мы либо должны будем сами что-то свое разрабатывать, либо использовать какое-то не имеющее аналогов решение.

BG: На рынке были слухи, что смартфоны на отечественной ОС Sailfish («Аврора») были закуплены, но так и лежат на «Почте» нераспакованные. Это правда?

В. У.: Нет, это не так. Эти смартфоны активно используются — например, с их помощью мы приняли участие в пробной переписи населения в 2018 году. С точки зрения самих решений мы очень интенсивно разворачиваем и разрабатываем новые сервисы. У нас 25 тыс. терминалов, с которыми ездят почтальоны, уже есть некоторое количество функций, которые они могут выполнять. Сейчас мы внедряем ряд дополнительных сервисов в приложениях, включая, например, подписку. Мы также делаем более инновационные проекты в рамках социальной платформы «Почты России». Это возможность проведения прямо на мобильном устройстве различных опросников, медицинских в том числе. Для условной бабушки в далеком селе, где нет ни финансового учреждения, ни медучреждения, зато есть почтальон и его смартфон, — это реальная связь с внешним миром.

Интервью взял ВЛАДИСЛАВ НОВЫЙ