

Review Итоги экономического форума

Виртуальный шоппинг

Игроки рынка розничной торговли продолжают экспериментировать с форматами онлайн-торговли, наращивают уровень автоматизации внутренних процессов и при помощи диджитализации стараются приблизиться к потребителю и спрогнозировать его будущие предпочтения. Представители бизнеса сходятся во мнении, что трансформация отрасли неизбежна, а офлайн-торговля сохранится, хотя и может значительно видоизмениться.

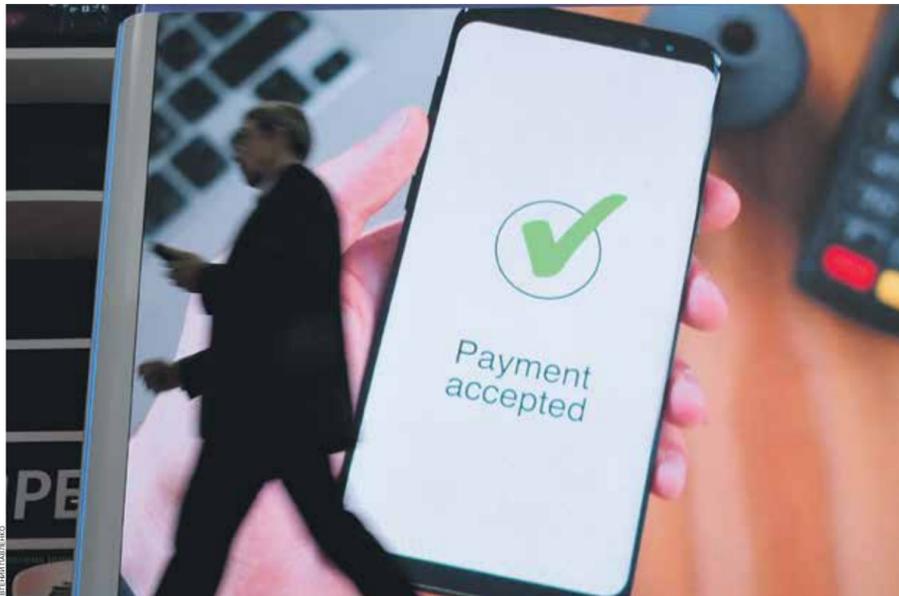
— торговля —

По мнению президента и главного исполнительного директора Ingka Group (владелец сети IKEA) Йеспера Бродина, в плане развития сети магазинов компании Россия не отличается от любой другой страны Европы и тенденции здесь аналогичные. «Мы провели глобальный тур, посмотрели, как работают магазины примерно в десятке стран. В цифровизации есть определенные риски, но мы смотрим на возможности, которые она открывает. Мы стараемся приблизить IKEA к клиентам, куда бы они ни приехали, создаем цифровой интерфейс, который работает круглосуточно, и хотим делиться знаниями, а не только товарами», — делится он.

Господин Бродин указывает на то, что уже в диапазоне пяти лет произойдут значительные изменения в формате торговли. «Мы выявили наши слабые стороны еще несколько лет назад и чуть медленнее, чем стоило, реагировали на изменения, но готовы ускориться», — добавляет глава компании.

Каждый крупный ритейлер постепенно становится технологической компанией, что подразумевает глубинное изучение клиента вплоть до того, чтобы знать о нем больше, чем знает он сам, говорит президент по глобальным продажам, маркетингу и операциям Microsoft Corporation Жан-Филипп Куртуа. Так, например, корпорация Microsoft совместно со Starbucks Corporation разработала приложение, которое формирует индивидуальное предложение для каждого клиента: отслеживаются заказы посетителя, создается база данных, и когда он заходит в кофейню, в ней уже знают, какой именно напиток приготовить.

Также у корпорации есть проект с одним из ритейлеров США, в рамках которого в магазинах установлена система видеочкамер, благодаря которой можно отслеживать, какой товар быстрее уходит с полки, чтобы восполнять запас, и как клиент ищет этот товар. «Это очень большая трансформация с внедрением цифровых технологий, и нужно развивать цифровые навыки у персонала», — отмечает господин Куртуа.



Компания PepsiCo видит в России тенденции консолидации магазинов и предпочтение приобретать товары в небольших магазинах и каналах торговли, говорит президент компании по региону «Россия, Белоруссия, Украина, Кавказ и Центральная Азия» Нил Старрок. «Нужно разграничивать два типа цифровизации: в секторе непродовольственных товаров развитие идет огромными темпами, но что касается продуктов питания, не все так однозначно», — считает он. По его словам, существуют страны, где примерно 5% продаж продовольствия приходится на онлайн-канал. В России же этот показатель меньше 1%. «Есть вопрос по свежести продуктов, доставке и конкуренции с магазинами „у дома“. В таком магазине можно отовариться сразу за четыре минуты, а не делать заказ и ждать, когда его привезут. В любом случае, нам нужно быть готовыми к цифровизации, она необходима, чтобы отслеживать потребительские предпочтения, например, чтобы знать статистику покупок в будние дни и в выходные. Это помогает повысить эффективность работы, а следовательно, выручку», — подчеркивает господин Старрок.

Конвергенция форматов

Проникновение e-commerce в российский розничный сектор в настоящее время составляет около 5%, но если посмотреть статистику по более молодым потребителям — то около 12%, а это уже уровень, фиксируемый в США, отмечает генеральный директор Ozon Group Александр Шульгин. «Онлайн-ритейлер может обеспечить максимальную персонализацию заказа, а офлайн-продавец предоставляет самый популярный ассортимент как можно быстрее. У нас есть взаимовыгодный проект с X5 Retail Group по установке постаматов, так как близость к покупателю для онлайн-ритейлера крайне важна», — говорит он.

Онлайн-ритейл развивается стремительно, и для игроков этого рынка важно проводить эксперименты, тестировать, не бояться ошибаться, считает глава Ozon Group. При этом конкуренция с крупными международными ритейлерами российскими компаниям опасаться не стоит. «Конкуренция с „большими“ ритейлерами — сложная штука, но пока крупные компании не создадут в России логистическую инфраструктуру, бояться местного игрока не-

чего. Но и появление таких компаний позитивно: их логистическая инфраструктура позволит эффективно работать и другим операторам», — уточняет эксперт.

По словам главного исполнительного директора Lamoda Group Флориана Янсена, в настоящее время уже сформировалась насущная необходимость переходить в цифровые каналы, однако нельзя игнорировать офлайн-магазины. «Конвергенцию офлайна и онлайн нужно развивать, это хороший опыт получения пользы друг от друга. Кроме того, нужно создавать и определенные технологические цифровые движки», — подчеркивает господин Янсен, добавляя, что логистика в онлайн-торговле требует больше внимания, чем в офлайне.

Вице-президент Сбербанка и руководитель дирекции развития экосистемы SberX Марк Завадский в оценке перспективных видов торговли категоричен: кредитная организация «поставила все на электронную торговлю и видит в ней будущее всей группы». Сбербанк планирует объединять электронную торговлю с видеосервисами, для чего были сделаны инвестиции в Rambler, и тогда, по задумке банка, люди будут оставаться в сформированной группой экосистеме.

Рынок еды

Главный исполнительный директор X5 Retail Group N.V. Игорь Шехтерман указывает на то, что группа считает себя участником рынка под общим названием «рынок еды», который, помимо магазинов, включает кафе, рестораны и агрегаторы доставки. В основе существования этого рынка лежит желание потребителя сэкономить время. «Это должно поменять модель бизнеса, и мы себя ощущаем не ритейл-компанией, а именно игроком рынка еды», — говорит он.

По оценке господина Шехтермана, общий объем такого рынка, включая продовольственную розницу и общественное питание, составляет около 17 трлн рублей, из которых 100 млрд рублей приходится на онлайн, то есть на то, что доставляется на дом. «Пока доля невелика, но она будет расти опережающими темпами. По нашим прогнозам к 2025 году она увеличится в два раза, но в связи с быстрым развитием технологий рост может быть и больше», — полагает он.

Каждый крупный ритейлер постепенно становится технологической компанией, что подразумевает глубинное изучение клиента вплоть до того, чтобы знать о нем больше, чем знает он сам

Группа фиксирует тренд на популярность готовой еды, и здесь конкурентами X5 становятся цифровые компании, осуществляющие такие доставки быстро. «Поэтому выхода, кроме цифровой трансформации, нет, если мы хотим выжить на рынке. Согласно нашим исследованиям, примерно 80% покупателей ходят в одни и те же магазины, и в перспективе мы сможем построить товарную матрицу под них, хотя пока это невозможно. Офлайн-магазины не пропадут», — считает глава X5 Retail Group.

Он отмечает, что инновации становятся популярными и востребованными. Например, в магазинах группы за прошлый год доля платежей через Apple Pay и Google Pay увеличилась в семь раз. «Нам необходимо найти свое место. Один в цифровом поле не воин, следует развивать партнерство с теми компаниями, с которыми можно строить комплиментарный сервис», — заключает господин Шехтерман.

Президент сети «Магнит» Ян Дюннинг напоминает, что ритейлеры всегда находились в отрасли, которая постоянно менялась. «Цифровизация стала играть серьезную роль за последние семь лет. Это своеобразный феномен, который позволяет улучшить наши процессы, несмотря на то, что „Магнит“ работает в офлайн-сегменте: меняется форма коммуникаций, формат взаимодействия с клиентом», — отмечает он. Глава «Магнита» призывает не забывать и о «физическом аспекте» ритейла: нельзя в цифровом формате потреблять продукты, а клиенту важно как, кем и где производится товар.

Председатель правления компании «СК Трейд» (управляет сетью «Снежная королева») Вугар Исаев указывает на то, что большинство ритейлеров смотрит на покупателя так, «как примерно экономисты смотрели на него двадцать лет назад». «То есть мы вообразаем рационального покупателя, но, в сущности, это далеко не так. Он не только рациональный, а гораздо более сложный, и мы должны попробовать проникнуться этим», — подчеркивает господин Исаев.

Дмитрий Матвеев

Ключевой ресурс экономики

— мировой океан —

Рациональное использование

Главный исполнительный директор Damen Shipyards Group NV Рене Берквенс сетует на то, что выделение средств на изучение Мирового океана в рамках Европейского союза происходит достаточно медленно. «Океан — последняя из неизведанных границ, при этом мы очень сильно зависим от него, получаем продовольствие и энергию, в том числе ветровую и приливную», — говорит он. Серьезным вопросом, по его словам, в настоящее время является загрязнение океана: «Есть не только пластик на поверхности, но и тот, который с пищевой цепочкой попадает в организм человека, и это большая угроза».

«Судоостроители хорошо отдадут себе отчет в важности исследования Мирового океана. Сейчас мы строим новое исследовательское судно для австралийского правительства, рассчитываем на сотрудничество с верфями и научно-исследовательскими институтами в России», — добавляет господин Берквенс.

За последние десять лет в синопике экономики было создано около 100 млн новых рабочих мест, говорит председатель Арктического экономического совета Торо Ваурасте. «Около 50% потребляемой в мире рыбы происходит из района Северного Ледовитого океана. Согласно прогнозам, к 2023 году объемы туризма и аквакультуры в северных морях удвоятся. Рыболовство — основа синопической экономики, и неприятие срочных мер по борьбе с заражением океана создаст угрозу устойчивого развития», — отмечает он.

Господин Ваурасте подчеркивает, что мировое население растет, и к 2050 году придется кормить еще несколько миллиардов человек. «Мы фиксируем изменение климата и эрозию земель, меняются места обитания морских животных и рыбы. Всемирный фонд дикой природы провел исследование, согласно которому Северный Ледовитый океан и его побережья являются местом обитания 34 видов млекопитающих, 364 видов птиц и 4 млн людей, принадлежащих к национальным меньшинствам и малочисленным народам. Мировой океан — это сосредоточение ресурсов, которые нужно сохранить, чтобы они использовались и следующими поколениями», — заключает эксперт.

Повысить эффективность в рыбной отрасли и, следовательно, сделать использование ресурсов рациональнее, могут цифровые технологии, считает генеральный директор мобильного оператора Tele2 Сергей Эмдин. «Отрасль аквакультуры в развитых странах вся обвешана датчиками. В России этого нет, поэтому наблюдается низкая производительность и высокая потеря продукции. Мы запустили в Приморском крае пилотный проект, выступив как интегратор: взяли лучшие мировые решения и обеспечили покрытие», — рассказывает он.

По словам господина Эмдина, как показывает мировая практика, в цифровизированных рыбных хозяйствах экономические показатели улучшаются на 20–30% по сравнению с теми, где цифровых элементов нет. «С использованием искусственного интеллекта можно развивать направление и дальше. Кроме того, появляется возможность использовать коммерческие данные, которые будут получать хозяйства, и для экологического мониторинга, и для научных целей. Есть такой термин — интернет ве-

щей. Для него в океане есть много места, и от этого будет конкретная отдача», — прогнозирует он.

Техническое перевооружение

В настоящее время в мире ведется активная работа по снижению воздействия морского транспорта на окружающую среду, принят ряд международных конвенций и они давно действуют, напоминает заместитель Минтранса РФ и руководитель Росморречфлота Юрий Цветков. «Все начиналось с вопросов разливов нефти, которые были урегулированы законодательством, затем решались вопросы по сбросу отходов, а в последние годы фокус смещается в сторону контроля за судовым топливом и его влиянием на окружающую среду», — перечисляет господин Цветков.

Большинством стран ООН сейчас принята конвенция, согласно которой с 2020 года запрещается использование высокосернистого топлива для работы на морских судах. Россия ратифицировала эту конвенцию, и теперь все судоходные компании «с ужасом ожидают» следующего года, так как есть опасения, хватит ли низкосернистого топлива, будет ли возможность заборкерваться во всех портах и какова будет цена этого топлива, уточняет замминистра.

В качестве перспективного судового горючего он называет газомоторное топливо (LNG), которое используется судостроительными компаниями все чаще. Предполагается, что к 2035 году суда LNG будут занимать до 20% рынка, но в данном случае нужно решить целый ряд вопросов. Первый, по словам господина Цветкова, носит инженерный и стоимостной характер — нужны двигатели, которые приспособлены к работе на LNG, а сами суда на таком топливе стоят на 20% дороже судов на классическом горючем. Второй вопрос — наличие пунктов bunkering LNG, и крупные компании работают над развитием такой сети. Третий — поддержка прибрежными государствами перехода судовладельцев к работе на альтернативном топливе.

Вице-президент Российской академии наук (РАН) Андрей Адрианов напоминает, что в РФ запущена программа модернизации научно-исследовательского флота, согласно которой к 2024 году будут построены два новых научных судна, а пять из девяти действующих будут модернизированы и получат новое техническое оснащение. «В Мировом океане сосредоточены и минеральные ресурсы, и колоссальные биологические, которые могут решить все продовольственные проблемы мира. Изучать всю экосистему океана одной стране не под силу, нужны общие усилия, но когда есть что делить — а делить есть что, — включают национальные интересы», — говорит он.

Речь идет о рыбных, углеводородных и других ресурсах, поясняет вице-президент РАН. «Запасы кобальта в океане в шесть раз больше, чем на суше, там огромные скопления редкоземельных элементов. Уже есть такие термины, как подводное машиностроение и подводное роботостроение, так как без этого невозможно освоение ресурсов. Страны соревнуются в технологиях, в получении лицензий на те участки океанского дна, которые наиболее перспективны. Двигаться в одиночку в деле освоения Мирового океана нельзя, нужна консолидация усилий, но и без национальных интересов никуда не деться», — заключает господин Адрианов.

Дмитрий Бычин

Прямая речь

Иван Рыков, президент ГК «Рыков Групп»:

— Мне кажется, что в России пора заканчивать «формировать повестку» и переходить к реализации конкретных шагов для создания устойчивого развития. Потому что пока у бизнеса складывается устойчивое впечатление, что дальше будет только хуже. Этой весной индекс предпринимательской уверенности снизился до отрицательных показателей даже у добывающей отрасли. На фоне устойчивого роста «проблемных» активов во всех отраслях это и неудивительно. А государство вместо того, чтобы помогать бизнесу, например, повышать качество российской юрисдикции, занимается тем, что усиливает на бизнес давление. Устойчиво усиливает.

Захар Голант, генеральный директор ООО «Балтфарма»:

— Первоначально ПИЭФ задумывался как инструмент для привлечения иностранных инвестиций в российскую экономику. Были такие иллюзии. После международного экономического кризиса в 2008–2009 годах и уж тем более после многочисленных санкций эта повестка более

неактуальна. Сейчас форум отражает реалии российской экономики, с полным преобладанием государственного регулирования, государственных корпораций и компаний, ориентированных на рынок государственных закупок и услуг. По разным оценкам, от 50 до 70% российской экономики в той или иной степени зависит от государственного регулирования или напрямую принадлежит государству. Очень бы хотелось верить, что при нынешней ситуации мы обречены на стабильность в госрегулировании ключевых сегментов экономики и якорных отраслей. Это как краткосрочная перспектива. Но в среднесрочной и тем более долгосрочной перспективе нужно возвращаться к повестке частных инвестиций в локальную экономику с постепенным замещением на грузки на бюджеты всех уровней, а потом на перспективу привлечения внешних инвестиций для развития российской экономики.

Андрей Липатов, предприниматель (совладелец компаний «Теллоком», ELama, Varwin, IResearch):

— Что сделать, чтобы ВВП не падал, а сохранялся как минимум на прежнем уровне? Тут появляются национальные проекты в качестве рычага управления экономикой. Всего их 13, утверждены они до 2024 года. На эти проекты пытаются потратить 25,7 трлн рублей, из них чуть больше 13 трлн рублей выделит федеральный бюджет, 4,9 трлн рублей — уйдут из региональных бюджетов. Нацпроекты, которые

нам предложили, — это как таблетка от Великой депрессии, которая должна двинуть ВВП страны. Мы должны показать, что в результате реализации этих инфраструктурных проектов совокупный объем произведенных товаров и услуг отразится на росте ВВП. Конечно, это поможет нам поднять или сохранить уровень ВВП в стране. Но что поменяется в структуре экономики и экономических отношений в России? В результате реализации этих инфраструктурных проектов, скорее всего, заработают крупные государственные и окологосударственные компании. Малый и средний бизнес максимум отщипнет какую-то часть дохода, но фактически ничего не заработает. Получается, что с точки зрения цифр мы поднимем ВВП, будет казаться, что у нас на макроуровне показатели неплохие, но на жизни конкретного гражданина это никак не отразится. По исследованию Глобального мониторинга предпринимательства, которое делает в России Высшая школа менеджмента СПбГУ, лишь 5% трудоспособного населения планирует открыть собственный бизнес в течение трех лет. Это очень маленький показатель. С другой стороны, люди начинают свыкаться с тем, что легче работать под крылом крупных государственных компаний. Но в олигопольном рынке не будет прорывных продуктов, которые обеспечат естественный рост экономики и будут интересны другим странам, а значит, мы будем продолжать торговать ресурсами.

с16

Санкт-Петербург, ул. Ждановская, д. 45, лит. А

ЖДАНОВСКАЯ, 45: ГОТОВЫЙ ДОМ ЭЛИТ-КЛАССА

- Петроградский район
- 7 минут до Дворцовой площади
- Спортивный центр с бассейном и СПА, марина с яхт-клубом
- Отделка фасадов, закрытого двора и лобби от студии Филиппа Старка
- Крестовский остров

ОТ 13 895 000 РУБ. цена действительна на 13.06.2019 г.

Дом введен в эксплуатацию и заселяется. Квартир в собственность от инвестора ООО «БФА-Инвестиции».

БФА ДЕВЕЛОПМЕНТ | **КВАРТИРЫ ОТ ИНВЕСТОРА** | +7 812 210 1704 BFA-D.RU

Отдел продаж ЗАО «БФА-Девелопмент»: Санкт-Петербург, ул. Восстания, 18 | Подробная информация и право-устанавливающие документы на bfa-d.ru