

ЛОГИСТИКА

Город требует фургонов

Вслед за трендами в городской грузовой логистике автопроизводители подстраиваются под нужды транспортных компаний и их клиентов, выводя на рынок новые модели легких коммерческих автомобилей (LCV). Благодаря своевременной локализации производства полной линейки востребованных грузовых фургонов бренда Peugeot удается наращивать продажи городских фургонов в России на фоне общей стагнации отечественного рынка LCV в начале текущего года.

— смежники —

Все глобальные тенденции изменения поведения потребителей, и прежде всего рост рынка онлайн-торговли, только усиленный пандемией коронавируса, создают новые вызовы к инфраструктуре и операторам доставки грузов в черте крупных городов. Муниципальные власти теперь должны оптимально планировать и модернизировать инфраструктуру для грузовых перевозок с учетом новых транспортных потребностей, но при этом и заботиться об экологии густонаселенных мегаполисов, ужесточая запреты на въезд в пределы города большегрузного автотранспорта. В этой ситуации выбор в пользу компактных, но при этом вместительных малотоннажных грузовичков и фургонов фактически оказывается предопределен для любого городского грузового перевозчика.

Крупнейшим мировым автопроизводителем эта тенденция видна уже много лет, и каждый из них стремится максимально удовлетворить новые потребности клиентов, выпуская все более экономные и практичные автомобили, приспособленные специально для городских грузоперевозок. Так, например, французский бренд Peugeot, запустив в конце прошлого года сборку нового Peugeot Partner в Калуге, предложил российскому рынку полную линейку автомобилей, разработанных специально под логистические задачи в густонаселенных агломерациях. Семейство моделей Peugeot Partner, Expert и Boxer способны решать самые различные задачи сложной и суеливой городской логистики.

Краеугольным требованием современного интернет-покупателя сегодня становится скорость доставки товара. Логистическим операторам e-commerce, например, в Китае удается достигать фантастических сроков доставки — до 30 минут от момента заказа в интернет-магазине, что совершенно невозможно себе представить, глядя на многочасовые пробки на городских магистралях. Однако в существующих реалиях увеличить скорость перемещения по загруженному городу мож-



Новый Peugeot Partner призван стать верным другом городскому грузоперевозчику



Фургон Peugeot Boxer вполне способен выполнять функции магистрального грузовика в городе

но лишь с помощью более компактного и маневренного автомобиля, обладающего экономичным двигателем и вместительным грузовым отсеком. Кроме того, сегодня люди заказывают в интернете практически все: от косметики и посуды до музыкальных инструментов и ванны, причем перевозчик должен быть готов бережно погрузить, надежно закрепить все эти нестандартные предметы внутри автомобиля, а затем иметь возможность их легко достать в любом порядке без риска попортить упаковку.

Для этих целей как нельзя лучше подходит самый компактный в линейке грузовых фургонов Peugeot новый Peugeot Partner. Его небольшие габариты позволяют не только удачно лавировать в бесконечных пробках, но и, что еще важнее для доставщика, проще парковаться в маленьких переулках и на узких пятках, выруливать из заставленных машинами дворов и неожиданных тупиков, а также экономить время на платных городских стоянках. Полезный объем стандартного кузова у Peugeot Partner самый крупный среди

фургонов своего класса — 3,3 куб. м, длина грузового отсека — 1,8 м, но за счет складывающегося переднего сиденья полезный объем может быть увеличен до 3,7 куб. м, что позволяет перевозить длинномерные предметы до 3 м. Вместимость версии нового Partner с удлиненным кузовом таким образом может быть увеличена до 4,1 куб. м, что позволит перевозить грузы длиной до 3,25 м. Внутренняя часть кузова и пол снабжены анкерными креплениями для устойчивой фиксации груза в процессе перевозки, а наличие боковой сдвижной двери оказывается незаменимым преимуществом Peugeot Partner для любого городского перевозчика.

Peugeot Partner второго поколения уже активно эксплуатируется в крупных городах мира (всего уже продано более 2 млн машин этой марки) и проявил себя как универсальный автомобиль для небольших фирм и индивидуальных предпринимателей, занимающихся доставкой интернет-покупок в городских условиях. У многих таких компаний бизнес уже прилично вырос, объемы

перевозок увеличиваются вслед за ростом рынка онлайн-торговли, а сама логистика усложняется за счет использования в цепочках поставок промежуточных и консолидиционных складов. Универсальным помощником для такой небольшой, но уже крепкой транспортной компании станет грузовой фургон Peugeot Expert, сочетающий ту же компактность и маневренность, но имеющий более внушительные возможности.

В случае необходимости Expert может использоваться как полноценный грузовой автомобиль и способен перевозить три стандартные европаллеты общим весом более 1 тонны, а наличие боковых сдвижных дверей делает его очень удобным и для перевозки сборных грузов и маломерных посылок, преобладающих в городской логистике. Наличие в автомобиле модульной перегородки Modulwork позволяет еще более рационально использовать объем кузова: специальный лючок в перегородке открывает дополнительное пространство с ровным полом, которое можно использовать для транспортировки

четырехметровых длинномеров, а откидывающееся пассажирское сиденье освобождает еще до 0,5 куб. м полезного объема в кабине.

На российском рынке эту модель можно приобрести с 2018 года, а в мае 2021 года автомобильный завод «ПСМА Рус» в Калуге начнет выпуск грузовых фургонов Expert с автоматической шестиступенчатой коробкой передач, работающей в паре с дизельным двигателем 2.0 HDi. В линейке модификаций, наиболее востребованных российскими автоперевозчиками, достойное место занимает полноприводная версия Peugeot Expert 4x4, позволяющая безопасно и комфортно доставлять товары клиентам из пригородов, где качество дорог и их обслуживание традиционно уступают столичному.

Если же бизнес транспортной компании связан с оптовыми поставками или значительными объемами отгрузок в адрес одного заказчика или склада, и возникает потребность в полноценном «магистральном» грузовом автомобиле, но при этом допустимо без ограничений в городскую черту, будет очень полезен Peugeot Boxer. При желании (выбрав удлиненную версию фургона) в него можно загрузить до восьми стандартных европаллет, а целый ряд специальных модификаций рассчитан на выполнение различных специфических задач, в том числе с возможностью установки изотермического кузова для перевозок продуктов, лекарств и других грузов, предполагающих строгое соблюдение температурного режима.

В России хорошо известны фургоны Peugeot, тот же Peugeot Partner имеет большую историю эксплуатации в российских мегаполисах благодаря импортным поставкам. Однако локализация производства автомобилей в России создала мощный стимул для продаж этой марки отечественным покупателям благодаря значительному снижению цены на технику. В ближайших планах калужского завода «ПСМА Рус» наладить производство двигателей для LCV: серийно выпускать дизельные моторы семейства DV6 разработки французского концерна PSA завод намерен уже в середине текущего года, что тоже существенно повлияет на конечные цены фургонов для покупателей.

Еще одним хорошим подспорьем для экономных транспортных компаний становится доступность услуг лизинга коммерческих автомобилей. У Peugeot целый ряд лизинговых программ как с крупнейшими банковскими учреждениями, так и с розничными лизинговыми компаниями, которые предоставляют необходимое финансирование под приобретение грузового транспорта. Совместно с производителями лизинговые компании берут на себя часть рисков бизнеса предпринимателя и стараются сделать владение коммерческим автомобилем еще более выгодным, предлагая сниженные первоначальные авансы и гибкие графики ежемесячных платежей. Например, объем сделок в сегменте LCV компании «Газпромбанк Автолизинг» в прошлом году увеличился на 68% к предыдущему году, по коммерческим автомобилям марки Peugeot продажи выросли в 2,8 раза, сообщили «Б» в пресс-службе лизингодателя. В текущем году рост продолжился, и уже к концу первого квартала продажи остальных марок LCV «догнали» по темпам роста французские фургоны, что говорит о высоком спросе на городскую грузовую технику в целом, полагают в компании.

Елена Разина

Симбиоз с клиентом

— технологии —

Передавая весь комплекс операций с товарами на аутсорсинг логистическим партнерам, торговые и производственные предприятия высвобождают колоссальные ресурсы, чтобы сосредоточиться на развитии собственных продуктов.

В начале апреля в компании FM Logistic, являющейся одним из крупнейших логистических операторов в России, произошли существенные кадровые изменения. Генеральным директором российского представительства был назначен Олег Альхамов, более 11 лет работавший на руководящих постах в структуре международного ритейлера Auchan. Ранее занимавший эту должность Кристоф Менивар (см. интервью с ним на этой странице) продолжит отвечать за стратегические проекты в исполнительном комитете FM Group и сконцентрируется на развитии бизнеса в Восточной Европе (России, Украине, Румынии). В FM Logistic эти перестановки рассматривают как новую ступень в дальнейшем усилении позиций компании на логистическом рынке.

Олег Альхамов хорошо понимает приоритеты ритейлеров, что, безусловно, позволит FM Logistic лучше отвечать на их актуальные потребности. «В ритейле и на рынке supply chain сегодня активно внедряется философия омниканальности. Она предполагает объединение различных способов заказа и доставки товаров в единую систему. Ритейлер хорошо знает своего клиента, однако решение вопросов своевременной и качественной доставки он доверяет профессиональным игрокам рынка supply chain, — рассказывает господин Альхамов. — При этом логистическому партнеру можно поручить не только доставку товаров, но и осуществление полного комплекса операций с ними: международную перевозку, таможенное оформление, сертификацию, сортировку, переупаковку, маркировку и прочие действия». Это освобождает силы и ресурсы ритейлера, позволяет ему сконцентрироваться



Новый глава FM Logistic в России Олег Альхамов видит большие перспективы рынка supply chain

на развитии собственного бизнеса. «Именно таким партнером, а не просто логистическим оператором становится FM Logistic для своих клиентов», — подчеркивает генеральный директор компании.

Благодаря богатой экспертизе и используемым технологическим решениям логистические операторы все теснее внедряются в производственные цепочки промышленных и торговых предприятий. Они становятся ключевым элементом эффективности их бизнеса и профессиональным торговым посредником между целями секторами международной торговли.

Как отмечает Олег Альхамов, исторически у FM Logistic много клиентов из двух крупных сегментов — ритейла и FMCG, бизнес которых тесно связан: «Мы как логистический оператор играем очень важную роль в цепочках поставок между этими глобальными секторами. Хорошо понимая специфику их дея-

тельности, мы способны качественно удовлетворять запросы обеих сторон, значительно преумножая эффективность их бизнеса. Это, по сути, и является одной из ключевых целей работы нашей компании».

Бурное развитие рынка электронной коммерции во всем мире определяет и основные направления развития FM Logistic в России. «Наши главные цели — совершенствование сервисов для e-commerce и внутригородской логистики, усиление транспортной стратегии, неуклонное следование по пути устойчивого развития. И, конечно, наша компания продолжает внедрять инновационные решения по автоматизации и роботизации операций, а также использовать передовые практики в области логистики и управления цепями поставок. Благодаря этому мы предлагаем нашим партнерам качественные и устойчивые решения supply chain, позволяющие сделать логистику максимально быстрой и эффективной», — подчеркнул новый директор FM Logistic в России.

«ДЛЯ РОССИИ БОЛЕЕ ЧЕМ АКТУАЛЬНЫ ВСЕ ОСНОВНЫЕ МИРОВЫЕ ВЫЗОВЫ»

Управляющий директор по Восточной Европе и кросс-функциональным проектам FM Logistic КРИСТОФ МЕНИВАР ответил на вопросы «Б» о текущих результатах работы компании и новых вызовах рынка в 2021 году.

— Как сказалась пандемия на результатах работы вашей компании?

— В течение всего финансового года, который у нас закончился в конце марта, мы наблюдали значительный рост доходов от перевозок. Это связано с целенаправленными усилиями FM Logistic по увеличению наших транспортных возможностей и привлечению еще большего числа заказчиков. Например, наша выручка от LTL (перевозки сборных грузов. — «Б») в отчетный период 2020–2021 годов выросла более чем на 30% по сравнению с предыдущим финансовым годом, что стало результатом повышения качества обслуживания клиентов. Кроме того, мы вдвое сократили сроки доставки грузов примерно в 20 пунктов назначения в России благодаря расширению нашей транспортной сети и запуску новых кросс-докинговых площадок.

— На какие тренды развития рынка более всего обращает внимание в FM Logistic?

— Прошедший год стал для нас годом активного коммерческого развития в стратегических областях, таких как омниканальная логистика и транспорт. Пандемия



ускорила развитие e-commerce, что пошло нам на пользу: за последние полгода мы добились более чем 50-процентного роста этого направления, подписав ряд новых контрактов с такими компаниями, как ООО «ЛСМ Восток» (официальный дистрибутор французского бренда La Corvette), Palais des Thes, Greenway и другими крупными игроками.

Мы занимаем прочные позиции на рынке FMCG-ритейла, который в целом более устойчив в непростые экономические времена. Все наши логистические платформы и кросс-докинговые площадки работали, несмотря на сложности, клиенты продолжали получать качественное обслуживание, в том числе благодаря мерам, которые мы приняли для предотвращения распространения COVID-19 среди сотрудников компании. Кроме того, множественные промоакции стимулируют конкуренцию на розничном рынке и ускоряют наше развитие

в области копакинга (co-packing — комплектация заказов, упаковка и др. — «Б») и автоматизации деятельности.

— Каковы задачи российского подразделения компании на 2021 год?

— Мы по-прежнему активно внедряем инновации, поскольку стратегия FM Logistic заключается в предоставлении лучших решений нашим клиентам.

Компания продолжает предлагать новые сервисы и расширять присутствие в России. Например, мы укрепляем позиции на юге страны, внедряли в состав услуг транзитное железнодорожное сообщение между Китаем, Вьетнамом и Западной Европой, которое стало востребовано в условиях дефицита морских контейнеров и судов.

Для России, безусловно, более чем актуальны все основные мировые вызовы: бум электронной коммерции, развитие пулинга (сборной доставки грузов от разных поставщиков), необходимость внедрения экологических услуг. Следуя этим трендам, наше российское подразделение готово предлагать клиентам эффективные бизнес-решения. Постоянная автоматизация логистических процессов и потоков данных, предложение омниканальных решений и создание устойчивых цепочек поставок заложены в ДНК FM Logistic. Это помогает нам справляться с любыми возникающими трудностями и вызовами, коллективно осознавать происходящие изменения и оперативно реагировать на них.