

# «ВОСТОК—ЗАПАД» В АПРЕЛЕ «ПОЧТА РОССИИ» ЗАВЕРШИЛА РЕГИСТРАЦИЮ «ДОЧКИ» В КИТАЕ. КОМПАНИЯ ПОД НАЗВАНИЕМ RP LOGISTICS CO. LTD БУДЕТ РАСПОЛОЖЕНА В КИТАЙСКОМ ШЭНЬЧЖЭНЕ. РОССИЙСКИЙ ОПЕРАТОР ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНО ПРОДВИГАЕТСЯ НА ЗАРУБЕЖНЫЕ РЫНКИ, РЕАЛИЗУЯ АМБИЦИОЗНЫЕ ПЛАНЫ ПО РАЗВИТИЮ ГЛОБАЛЬНОЙ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СЕТИ. В КАЧЕСТВЕ ПРИОРИТЕТНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ «ПОЧТА РОССИИ» РАССМАТРИВАЕТ АЗИЮ И ЕВРОПУ, НЕДАВНО БЫЛИ ОТКРЫТЫ СОРТИРОВОЧНЫЕ ПУНКТЫ В ВЕЛИКОБРИТАНИИ И ФИНЛЯНДИИ. В БОЛЕЕ ДАЛЬНЕЙ ПЕРСПЕКТИВЕ — СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА, ГДЕ УЖЕ ЗАРЕГИСТРИРОВАН ПУНКТ ПОЧТОВОГО ОБМЕНА. ИГОРЬ БАХАРЕВ

**ШТУРМ НОВЫХ ВЕРШИН** Международная стратегия «Почты» предусматривает три вектора развития. Главная причина выхода на зарубежные рынки — разрушение сложившегося статус-кво, когда логист лишен возможности контролировать всю цепочку доставки товара: от производителя до покупателя. «У нас есть два клиента: платформа, где размещаются заказы, она формальный заказчик наших услуг, и конечный получатель. Сегодня мы находимся на последней миле доставки — прямо перед покупателем, поэтому, по сути, несем перед ним ответственность за все», — рассказывает заместитель генерального директора по международному бизнесу «Почты России» Денис Ильин.

Компания получает входящий поток корреспонденции уже на территории России, то есть не может повлиять на эффективность логистических решений своих партнеров. В результате зачастую складывается ситуация, когда пакет с товаром из Китая прилетает в Москву, а оттуда уже через «Почту» отправляется на Дальний Восток. Такая низкая эффективность логистики ведет к падениям прибыли оператора и неконтролируемым срокам доставки. Клиенты, которые не знают о всем пути товара, справедливо жалуются на задержки, ведь именно сотрудник «Почты» и вручает посылку.

Важнейшая задача оператора — получить возможность контролировать эффективность, качество доставки и ее себестоимость. Сделать это можно с помощью зарубежной «дочки», которая как раз и будет основным организатором интегрированной логистической цепочки. Таким образом, «Почта России» планирует увеличить скорость доставки товаров за счет управления логистикой отправки по всему маршруту. Как только товар попадает в периметр RP Logistics, потребитель получает возможность отслеживать в личном кабинете «Почты России» его передвижение. Раньше это происходило только тогда, когда товар поступал на территорию России.

Второй вектор международного развития компании — расширение портфеля именно логистических услуг. По словам Дениса Ильина, «Почта» исторически воспринимается только как «почтовый оператор» в чистом виде, хотя уже давно расширила свои внутренние возможности и экспертизу в различные сегменты логистики, где требуются разработка и управление эффективными мультимодальными решениями: «Почта России» сегодня сильный логистический игрок на внутрироссийском рынке, и мы готовы предложить эту экспертизу на международных направлениях, в первую очередь для обработки мощного потока трансграничной электронной торговли».

Наконец, третья причина выхода за пределы РФ — доступ к новым рынкам. «Почта» планирует не только доставлять кросс-бордер российским покупателям, но и предлагать свои услуги по доставке товаров между другими странами. Это рынок, на котором сегодня компания практически не представлена, и прежде всего речь идет об организации движения товаров между Азией и Европой в обоих направлениях.

**«ОДИН ПОЯС — ОДИН ПУТЬ»** В конце 2013 года председатель КНР Си Цзиньпин провозгласил инициативу «Один пояс — один путь». Она заключается в обеспечении инфраструктурной доступности и расширении сотрудничества Китая с соседними государствами. В начале 2015 года инициативу одобрил Госсовет КНР. Эта глобальная стратегия включает проекты «Экономический пояс Шелкового пути» и «Морской Шелковый путь XXI века» по доставке товаров из Китая в Европу.

**«ПОЧТА» ПЛАНИРУЕТ НЕ ТОЛЬКО ДОСТАВЛЯТЬ ТРАНСГРАНИЧНЫЕ ПОСЫЛКИ РОССИЙСКИМ ПОКУПАТЕЛЯМ, НО И ПРЕДЛАГАТЬ СВОИ УСЛУГИ ПО ДОСТАВКЕ ТОВАРОВ МЕЖДУ ДРУГИМИ СТРАНАМИ**



«Участие в концепции «Один пояс — один путь» в качестве транзитного маршрута — естественное использование нашей магистральной логистики и расширение существующего сервиса. Россия географически имеет все предпосылки для активного участия в обслуживании товаропотоков между странами Азии и Европы в обоих направлениях. Основной вопрос — в разработке и реализации логистического решения, которое будет устраивать клиентов по качеству и срокам доставки, а также конкурентно по своей экономике», — отмечает господин Ильин. Сейчас «Почта России» видит свою роль в формировании этого потока и последующей организации подобных мультимодальных логистических решений, реализуя их управление через партнерства с крупными перевозчиками, добавляет он.

В частности, в июне начнутся первые подобные отправления через RP Logistics из Китая в Россию с возможностью продления доставки до пункта назначения в Европе.

Организация транзитной логистической магистрали на Европу — вторая задача работы «Почты России» на восточном направлении, которая позволит выйти на новый для нас рынок транзитных логистических услуг. По словам Дениса Ильина, при решении задачи по развитию транзитных потоков из Китая в Европу участие дочерних компаний «Почты России» в Германии и Китае будет синхронизировано для обеспечения единой комплексной услуги, а товаропоток будет идти в обоих направлениях, поэтому роль «дочек» будет зеркальна по импорту и экспорту. С другой стороны, консолидация больших объемов на основной магистрали, идущей через Россию, позволит снизить удельную себестоимость доставки и, как следствие, цену на логистику одного отправления как для интернет-платформ, так и в конечном итоге и для российского покупателя, рассчитывают в «Почте России».

По мнению экспертов, постоянный рост торговых потоков по всему миру оправдывает такие проекты, как «Новый Шелковый путь». «Россия находится как раз между Китаем и Европой, и было бы просто провалом не включиться в такой перспективный проект», — считает главный редактор East-West Digital News Адриан Хенни. — Если часть этого товаропотока пойдет через Россию, то это положительно скажется на транспортной инфраструктуре страны как для международных, так и для внутрироссий-

ских потоков. Откроются большие возможности для российских фирм в ряде отраслей, для российских покупателей и бюджета». Справедливо, впрочем, при условии, что российские игроки сумеют выстроить взаимовыгодные отношения с китайской стороной, что не всегда легко.

**СПРОГНОЗИРОВАТЬ СПРОС** Требования к современной логистике со стороны интернет-покупателей все более ужесточаются. Потребители капризны и хотят, чтобы товар приходил максимально быстро вне зависимости от его стоимости и ценник товара при этом не повышался. В ближайшее время «Почта России» планирует выйти на семидневный срок доставки отправок из Китая, а в перспективе довести этот срок до трех дней для срочных отправок. Один из способов реализации этой задачи в реалиях географического разрыва центров производства и потребления — создание сети консолидационных дистрибуторских складов в максимальной близости к конечному получателю.

Если говорить именно о трансграничной торговле, то в последнее время популярна идея создания так называемых бондовых складов в специальных зонах, которые существуют по заранее оговоренным таможенным правилам. На территорию таких складов товар может ввозиться оптом и храниться без оформления таможенных документов. Когда клиент заказывает товар, компания оформляет необходимую декларацию и сразу же отгружает заказ с этого склада.

В Китае, рассказывает глава НАДТ Александр Иванов, сейчас уже создано множество бондовых зон с фокусом именно на Россию. «Логисты рассказывают, что за ними буквально бегают представители разных провинций и просят: „Отвозите товары к нам на склад, у нас лучшие условия. Давайте вы будете нашими резидентами, а мы вам субсидируем перевозки на 50%“, — говорит господин Иванов. — Это бизнес, который выгоден для всех». Еще одно важное удобство в том, что при обычном оформлении деклараций непроданный товар вернуть назад практически невозможно, а с бондового склада — не проблема, добавляет он. По мнению менеджмента «Почты России», в России тоже пора начинать тему создания бондовых складов. «Сегодня создаются целые цепочки таких складов в соседних государствах, ориентирован-

ные на российский рынок. Мы либо сделаем это сами, либо просто отдадим этот бизнес, оставив эту часть трансграничной логистической цепочки за пределами страны», — говорит Денис Ильин.

Другое направление работы — строительство по всей России сети распределительных центров. В 2019 году появится четыре таких объекта: в Москве, Томске, Тюмени и Оренбурге. Большая часть хабов, входящих в сеть (в частности, в Волгограде, Ростове-на-Дону, Краснодаре, Махачкале), появится в следующем году. В 2021 году такие узлы будут построены в Санкт-Петербурге, Ярославле и Екатеринбурге. Благодаря новым центрам жители регионов смогут получать товары из интернет-магазинов за пару дней, а не за неделю, как сейчас. Одна из задач «Почты России» — распределять потоки так, чтобы международные отправления шли не в одно место, как это часто происходит сегодня, а с использованием всей сети. «Мы будем определять наиболее эффективные маршруты и направлять посылки в тот центр, который находится максимально близко к конечному получателю товара», — объясняет господин Ильин.

Такой подход, в частности, поможет реализовать стратегию «доставка в любую точку мира за 72 часа», которую поставил перед собой самый большой китайский клиент «Почты России» Alibaba Group. Секрет в том, что для этого вовсе не обязательно доставлять все товары от производителя до покупателя за 72 часа. «Товар обязательно везти из китайской глубинки, например, в Екатеринбург. Он уже может находиться неподалеку, на местном складе. И наша задача — произвести фулфилмент и доставить его из этого склада. Кроме того, важна предиктивная логистика, которую все более активно применяют крупные мировые игроки e-commerce — когда на основе анализа спроса интернет-платформа предсказывает, сколько человек в неделю заказывают в Твери, например, зарядку к телефону, и заранее направляет спрогнозированное количество товаров, обеспечивая его наличие в регионе к моменту заказа», — объясняет топ-менеджер «Почты России».

Если говорить о чистом пути от азиатского производителя до российского покупателя, то при успешной реализации всех планов «Почты» он может занимать от 5 до 14 дней в зависимости от региона доставки и выбранной покупателем опции. ■