

Вместе

DHL

Журнал для клиентов компании DHL Express

№1 (13) 2014



Игорь Лиснянский о логистике Северо-Запада

■ «МЫ ГОТОВЫ КО ВСЕМУ»

Своевременная доставка в любое время года

■ НОВОГОДНИЕ РЕКОРДЫ

Сенсорные технологии в доставке

■ МЕЖДУ ЛОГИСТИКОЙ И ИСКУССТВОМ

30
лет в России

Вместе

Издание для клиентов компании
DHL Express

Адрес редакции: 127083, Москва,
ул. 8 Марта, 14

Электронная почта:
ciscomms@dhl.com

Редактор: Диана Шикова

Тираж: 950 экземпляров.

Распространяется бесплатно.

Присылайте нам ваши вопросы, идеи
и предложения. Мы будем рады
осветить их в следующих номерах
журнала «Вместе».



Дорогие друзья, клиенты и партнеры!

В этом году DHL Express отмечает 30 лет со дня начала своей работы в России. Открыв представительство в Советском Союзе в 1984 году, DHL не просто первой среди международных экспресс-операторов пришла в Россию – тогда компания была фактически единственным игроком на этом рынке. Сегодня же логистика в целом и экспресс-доставка в частности стали очень развитой и конкурентной сферой бизнеса: именно благодаря конкуренции в нашей отрасли рождается множество инноваций.

За прошедшие 30 лет мы проделали долгий путь: создали огромную филиальную сеть по всей стране, которая сейчас включает более 1800 населенных пунктов и 150 офисов в 120 крупнейших городах страны. Автопарк DHL Express в России насчитывает свыше 940 транспортных средств. Российское представительство обрабатывает в среднем порядка 50 тысяч грузов каждый день, а с международной сетью DHL нас связывают два выделенных авиарейса, перевозящих до 32 тонн грузов ежедневно по маршрутам Москва – Лейпциг и Санкт-Петербург – Хельсинки.

Как бы успешно ни развивался наш бизнес и какие бы задачи мы ни ставили перед собой сегодня, наша цель останется прежней – прислушиваться к потребностям и интересам наших клиентов. Многие из вас остаются с нами долгие годы, другие сотрудничают с DHL время от времени, но мне хочется верить, что каждый раз, когда наш сотрудник принимает ваш звонок, вы слышите в его голосе готовность помочь и искреннюю улыбку!

Наталья Новокшонова

Директор по работе с клиентами DHL Express в России

НОВОСТИ

DHL ПОМОГЛА АЭРОПОРТАМ АРМЕНИИ ПОДГОТОВИТЬСЯ К ВОЗМОЖНЫМ ЧРЕЗВЫЧАЙНЫМ СИТУАЦИЯМ



Группа Deutsche Post DHL провела обучающую программу GARD (Get Airports Ready for Disaster – «Подготовка аэропортов к стихийным бедствиям») для специалистов международного аэропорта Звартноц, обслуживающего столицу Армении – Ереван. В рамках программы GARD сотрудники аэропортов, эксперты по безопасности и представители местных органов власти провели оценку объектов и разработали подробные индивидуальные планы реагирования при стихийных бедствиях.

25 лет назад Армения серьезно пострадала от разрушительного землетрясения, в результате которого погибло около 25 000 человек. Страна входит в число 60 государств с наиболее высоким риском стихийных бедствий: землетрясений, засухи и наводнений.

«Инициатива GARD ориентирована на практическое применение навыков и помогает аэропортам более эффективно организовать работу в случае стихийных бедствий и катастроф, – говорит Эдуард Касперский, региональный директор DHL Express в странах СНГ. – Благодаря этому тренингу, мы можем напрямую делиться экспертизой с сотрудниками аэропортов; наша компания высоко ценит эту возможность внести свой вклад в обеспечение безопасности страны».

Обучение по программе GARD уже прошло в Индонезии, Непале, Бангладеше, Ливане, Турции, Сальвадоре, Филиппинах и Панаме при участии специалистов Программы развития ООН (ПРООН).

ПОБЕДИТЕЛЕМ IV КОНКУРСА МОЛОДЫХ ДИЗАЙНЕРОВ DHL СТАЛА СИТОРА МАХМУДОВА

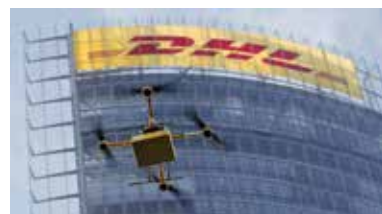


Компания DHL подвела итоги очередного конкурса молодых дизайнеров, который состоялся в рамках осенней Недели моды Mercedes-Benz Fashion Week Russia. На этот раз среди пяти финалистов развернулась настоящая борьба: разница между 1 и 2 местом составила всего несколько зрительских голосов. Победителем же стала Ситора Махмудова – дебютантка дизайнерских конкурсов.

В 2013 году темой конкурса молодых дизайнеров DHL стал грядущий 30-летний юбилей компании в России. В коллекциях, создаваемых участниками, должны были присутствовать корпоративные цвета DHL – красный и желтый. Также допускалось использование черного, серого и белого цветов. Ситора Махмудова в своей коллекции акцентировала посвящение DHL на деталях и аксессуарах: ожерелье, браслетах, огромных серьгах, а также в виде фирменной красной полочки. Завершало ее коллекцию вечернее платье в пол, дополненное головным убором в стиле императорской короны.

Весной 2014 года Ситора Махмудова получит возможность представить на подиуме Mercedes-Benz Fashion Week Russia собственную полноформатную коллекцию. Показ традиционно пройдет при поддержке DHL.

DHL ПРОВЕЛА ПЕРВОЕ ИСПЫТАНИЕ РОБОТА-КУРЬЕРА



Компания Deutsche Post DHL провела эксперимент, в ходе которого беспилотный летательный аппарат доставил груз с одного берега реки Рейн в Бонне на другой. Компания давно проявляет интерес к новому способу перевозок, указывая на то, что он позволяет значительно экономить время и средства.

В ходе эксперимента дрон доставил коробку с медикаментами в штаб-квартиру Deutsche Post DHL с противоположного берега реки Рейн. Полет занял не больше 2 минут, за которые аппарат преодолел расстояние около 1 км. Высота полета составила 50 м. С земли дроном управляли два сотрудника компании.

Грузоподъемность аппарата составляет примерно 1,2 кг, и он способен доставлять грузы самостоятельно, используя GPS. Затраты на разработку дрона составили \$54,9 тыс.

«Наши планы пока находятся на ранних стадиях, и мы рассматриваем несколько сценариев, включая доставку лекарств, которая должна быть быстрой, или доставку в труднодоступные места», – сказала представитель Deutsche Post Дуня Кульманин.

Ранее генеральный директор Amazon Джефф Безос заявил в телепрограмме 60 Minutes на телеканале CBS о намерении в течение 4-5 лет запустить услугу доставки товаров с помощью беспилотников.

Однако в DHL подобная идея появилась раньше – компания наметила на то, что интересуется таким способом доставки посылок, в сентябрьском номере своего журнала для клиентов Delivered. В заметке как разработчик технологии беспилотной доставки грузов была упомянута калифорнийская компания Mattnet.

«КРИЗИС – ЭТО ПАДЕНИЕ КАЧЕСТВА И НОМЕНКЛАТУРЫ ОКАЗЫВАЕМЫХ УСЛУГ»

DHL Express – один из крупнейших игроков рынка логистических услуг. О том, как развивается эта сфера на Северо-Западе, какие преимущества могут получить интернет-магазины и станет ли Почта России конкурентом для грузоперевозчиков, с директором DHL Express в Санкт-Петербурге и Северо-Западном регионе Игорем Лиснянским побеседовал журнал «Эксперт Северо-Запад».



Как сейчас развивается логистический рынок СЗФО?

DHL Express не ощущает стагнации. Международный товарооборот стабильно растет, а компания расширяет свою инфраструктуру, делая упор на повышение качества международных курьерских услуг. Рынок внутрисубъектской доставки также не исчерпал возможности для роста.

Как вы оцениваете ваших основных конкурентов на Северо-Западе? В чем ваши ключевые преимущества перед ними?

Нам неизвестно об инвестициях крупнейших международных логистических операторов в развитие своей логистической инфраструктуры и расширение сервисных предложений в области внешнеэкономического обмена на Северо-Западе. DHL же обновляет свой транспортный парк, продолжает активно использовать воздушные чартерные рейсы, напрямую связывающие Санкт-Петербург с Европой, совершенствует свою деятельность как таможенного представителя, а также последовательно инвестирует средства в своих сотрудников, а это более 2,5 тыс. человек, и каждый

прошел внутреннюю сертификацию: сначала – по основам бизнеса компании, затем – по функциям: безопасности, обслуживанию клиентов, финансам, продуктам, услугам и прочему. Сертифицированные специалисты обеспечивают нашим клиентам минимальные сроки доставки по всему миру, а также дополнительные удобства: возможность отслеживания груза в процессе транспортировки в реальном времени, повышенную скорость ответа на звонок клиента в двух

центрах телефонного обслуживания, высокое качество ведения телефонного разговора, безупречную работу курьеров и многое другое.

Касательно качества и скорости доставки по территории РФ можно с уверенностью сказать, что наше сервисное предложение и для удаленных территорий региона, и для страны в целом, и для наиболее насыщенного грузопотоками направления Санкт-Петербург – Москва по большинству параметров опережает среднерыночное.

Недавно вы открыли в Петербурге новый логистический центр. Чем это было вызвано? Каков годовой оборот грузов по Петербургу?

Да, теперь у нас два высокотехнологичных логистических центра. Один так и остается у южных границ города, в зоне деятельности Пулковской таможни, второй расположен у кольцевой развязки северной части ЗСД, КАД и Горского шоссе. В первую очередь он будет обслуживать Курортный, Выборгский, Приморский, Калининский, Петроградский и Красногвардейский районы. Компания не только расширяет зону географического покрытия, но и делает свою внутригородскую логистику оптимальной для клиентов. К слову, теперь среднее время прибытия курьера к клиенту в любой точке города не превышает 30 минут. Через сортировочный центр DHL Express в Санкт-Петербурге проходит более 1 млн грузов в год. Естественно, эта цифра ежегодно растет.

Какие направления доставки для Северо-Запада являются основными? Есть ли города или регионы СЗФО, которые в последний год показывают устойчивый рост, и с чем это связано?

В первую очередь, это трафик между двумя столицами. Несмотря на обилие

предложений, спрос на качественные услуги на данном направлении продолжает расти. Во-вторых, в Мурманске и Архангельске мы наблюдаем долгожданное оживление товарообмена, прежде всего международного. Также намечается устойчивый рост потоков в Карелии, Коми, Псковской и Новгородской областях. Каждый регион по-своему уникален, и нет единого стимулятора роста. Общим же толчком обычно служат улучшения экономического климата, приход крупных иностранных и отечественных инвесторов и усилия местных администраций по изменению устаревших бюрократических механизмов взаимодействия с бизнесом. Там, где это происходит, возникают оживление и движение бизнеса.

Почта России заявила, что собирается перейти на круглосуточный режим работы. Как вы думаете, сможет ли это увеличить ее конкурентоспособность?

DHL Express не конкурирует с Почтой России, поскольку является грузоперевозчиком, логистическим оператором в сфере курьерской доставки по принципу «от двери до двери».

В 2012 году вы говорили о том, что, несмотря на бурный рост рынка, есть ряд нерешенных проблем, связанных, например, с таможенным законодательством и инфраструктурой. Есть ли сдвиги в этих направлениях?

Скорее да. Я не могу сказать, что таможенное законодательство стало более лояльным, но правоприменительная практика, скорость и качество работы таможенных органов совершенствуются. Все большие обороты набирает процесс электронного декларирования, сокращаются сроки, уменьшаются барьеры. Это не может не радовать как самих импортеров и экспортеров, так и перевозчиков и таможенных представителей.

В последнее время наметился бум покупок, совершаемых в зарубежных интернет-магазинах. Работаете ли вы с такими клиентами и есть ли для них какие-либо преимущества?

Да, DHL активно работает над расширением возможностей предоставления услуг такой стремительно растущей



аудитории, поскольку два основных преимущества у нас уже давно есть – скорость и надежность.

Однако здесь следует учесть, что мы не заключаем отдельные договоры на перевозку с конкретными физическими лицами, а работаем напрямую с известными и надежными интернет-магазинами. А они, в свою очередь, предлагают покупателям доставку через DHL.

По вашим прогнозам, будет ли вторая волна кризиса? И если да, то как она может повлиять на логистический рынок?

Для логистической компании, да и вообще для любой компании, продающей

услуги, кризис – это падение качества и номенклатуры оказываемых услуг. Это внутренний кризис, который не обязательно является следствием внешнего. Те компании, которые не смогут поддерживать качество, обусловленное спросом, перестанут формировать рынок логистических услуг. Но потребность все равно остается, и это нам отчетливо показал кризис 2009-2010 годов.

DHL Express уверенно чувствовала и чувствует себя на рынке, неуклонно повышает качество, инвестирует значительные средства в производственные объекты, транспортные средства, обучение и развитие персонала. Мы готовы ко всему.

Летом 2013 года DHL Express открыла в Санкт-Петербурге новый логистический центр, который поможет оптимизировать доставку в северной части города. Новый сервисный центр площадью 3700 кв. м, расположенный рядом с недавно введенной в эксплуатацию развязкой КАД, Западного скоростного диаметра и Левашовского шоссе, стал вторым для DHL Express в Санкт-Петербурге: с 2008 года на Пулковском шоссе работает современный терминал, где производится таможенное декларирование международных грузов, а также все этапы их складской обработки, в том числе и в рамках специальных логистических сервисов. Однако в связи с ростом объема операций в Санкт-Петербурге компании потребовалось оптимизировать процесс курьерской доставки с учетом географических особенностей города и условий современной транспортной инфраструктуры.

На сегодняшний день из 70 курьерских маршрутов 24 уже переведены в новый сервисный центр. Планируется, что на новом объекте будет обрабатываться не менее 40% всех грузов, отправляемых и принимаемых в Санкт-Петербурге. Кроме того, в нем функционирует высокотехнологичный логистический сервис DHL Express – склад стратегических запчастей.

НОВЫЙ ГОД ПРИХОДИТ САМ.

ПОДАРКИ ДОСТАВЛЯЕТ DHL

По традиции декабрь – непростой период для логистического рынка. И дело не только в том, что в преддверии новогодних каникул все больше клиентов логистических компаний хотят успеть поздравить с праздниками своих партнеров, друзей и близких.



В это время всегда возрастает риск транспортных задержек в связи с неблагоприятной погодой, а крупные города в предновогодние дни зачастую оказываются в ситуации настоящего дорожного коллапса.

В таких условиях DHL Express ежегодно принимает дополнительные меры, чтобы в пиковый период предоставлять своим клиентам сервис столь же высокого уровня, что и в остальное время года. И компании это с блеском удается: в 2013 году российским подразделением DHL был своевременно и качественно обработан рекордный объем грузов.

Первым нововведением декабря 2013 года стало появление дополнительных международных рейсов. Регулярные рейсы между Москвой и глобальным распределительным центром DHL Express в Лейпциге в настоящее время выполняются 6 раз в неделю самолетом TU-204. В прошлом году компания получила возможность дважды в неделю в течение декабря

использовать дополнительный временный чартер такой же вместимости, благодаря чему смогла обеспечить своевременную доставку традиционно возрастающего объема грузов из-за границы. В общей сложности, благодаря дополнительным полетам, DHL

гарантировала перевозку более 400 тонн грузов сверх стандартного объема.

Во второй половине декабря DHL Express также запустила выделенный чартерный рейс для доставки грузов по России. Подобная практика существует в DHL с 2011 года, когда компанией впервые был запущен внутрироссийский чартер по маршруту Москва-Екатеринбург-Новосибирск, позволивший обеспечить своевременную

экспресс-доставку на Урал и в Сибирь в условиях очень высокой загрузки логистической сети. В 2013 году маршрут был расширен: самым восточным пунктом назначения стал Иркутск. Для выполнения внутрироссийских рейсов был зафрахтован самолет TU-204С. В результате с помощью дополнительного чартера DHL Express в декабре перевезла порядка 50 тонн грузов для клиентов в российских регионах.

Декабрь 2013 года стал для DHL Express в России выдающимся по многим показателям: в частности, за месяц было обработано более 1,5 миллионов грузов. Общее количество выполненных доставок в пиковый сезон увеличилось более чем на 28%. По итогам месяца самым загруженным днем с точки зрения логистических операций стало 23 декабря, когда сотрудникам DHL удалось обработать более 100 тысяч грузов! И даже в условиях такого динамичного роста объемов перевозок компания продолжала своевременно выполнять свои обязательства перед клиентами – благодаря заблаговременной подготовке.



«На рынке экспресс-доставки, где важную роль играет фактор сезонности, успеха добиваются те компании, которые демонстрируют гибкость в адаптации своего бизнеса к локальным условиям и уделяют достаточное внимание прогнозированию пиковых нагрузок. Заблаговременно увеличивая мощности, DHL обеспечивает для своих клиентов соблюдение минимальных сроков доставки вне зависимости от сезона: для этого мы не только вводим дополнительные авиарейсы, но и увеличиваем количество персонала в центрах обслуживания клиентов, а также пересматриваем схему курьерских маршрутов. Именно благодаря этим мерам нам удается предоставлять сервис международного класса в любых условиях».

Адриан Марлей,
управляющий директор DHL Express
в странах СНГ и Юго-Восточной Европы

КАК МЕНЯЕТСЯ МИР:

5 ВОПРОСОВ И ОТВЕТОВ

Йохан Петер Палудан является ученым-футурологом с действительно мировым именем. В настоящее время он занимает пост директора Копенгагенского института футурологии – CIFS. Каждый год Йохан Палудан выступает с более чем 100 публичными докладами, а его экспертное мнение высоко ценится многими политиками и экономистами. Его специализацией являются вопросы рынка труда, образования, «общество мечты» и социальные тренды. В этом номере журнала «Вместе» мы публикуем короткое интервью, которое господин Палудан дал для блога www.delivering-tomorrow.com.



По Вашему мнению, насколько быстро меняется современный мир?

На эту проблему можно взглянуть с двух различных точек зрения: существуют ощущаемый человеком темп изменений и абсолютный темп изменений. Мы реагируем на новые открытия в науке и изобретения точно таким же шоком, что и наши прадедушки и прабабушки на появление автомобилей и телефонов. При этом существует мнение, что человеческая психика в значительной степени приспособилась к изменениям, поэтому настоящий шок могут вызвать лишь кардинальные инновации. Правда же в том, что отсутствие изменений вызывает у человека скуку. Поэтому я бы сказал, что ощущаемый темп изменений для нас остается прежним, а абсолютный в последние десятилетия увеличивается под влиянием таких факторов, как скорость развития технологий или глобализация.

А как можно измерить темп изменений?

Приведу несколько наглядных примеров. С момента появления телефона до достижения уровня охвата в 10 миллионов абонентов прошло 40 лет. При этом количество пользователей мессен-

джера Skype составило 10 миллионов уже через год после выхода программы. Еще одной наглядной иллюстрацией может стать срок службы генеральных директоров в американ-

ских компаниях – в прошлом он был существенно дольше. Именно такие любопытные наблюдения указывают на то, что мир, очевидно, меняется – и меняется гораздо более высокими темпами, чем вчера.

Какой была бы правильная реакция бизнеса на изменения и как к ним подготовиться?

На уровне отдельной компании правильной будет стратегия не просто адаптации, а развития бизнеса на самом остром быстрых изменений. Для больших корпораций это одна из наиболее сложных проблем – крупный бизнес сложнее всего принимает изменения и зачастую отрицает их. Часто он фокусируется лишь на адаптации к новым условиям, в большинстве случаев прибегая для этого к тактике поглощения небольших компаний, более активных в сфере создания инноваций.

Но ведь тактика приобретения чужих прорывных технологий не может быть успешной в долгосрочной перспективе?

Конечно же, нет. Бизнесу необходимо определить, каким он хочет видеть свое будущее завтра. Не просто для реалистичного прогнозирования – на 100% правдоподобной эта картина все равно не будет. Но чем скорее компания определит для себя долгосрочные ориентиры, тем быстрее она сможет проанализировать, какие тактические ошибки были сделаны сегодня. Такой образ стратегического мышления, несомненно, нужно сочетать с масштабным анализом происходящих изменений – именно это позволит оперативно принимать меры по корректировке текущего бизнес-курса.

Но если, по Вашим словам, воображаемое будущее все равно не наступит, зачем же ориентироваться на него в бизнесе?

Если вы не размышляете о будущем в долгосрочной перспективе осознанно, это значит, что решения, которые вы принимаете, основаны на ваших бессознательных представлениях о нем. И в дальнейшем вы не сможете определить, в какой именно момент допустили серьезную ошибку. Вот почему так важно осознать, от каких предположений о будущем вы отталкиваетесь, и принять тот факт, что наступление завтрашнего дня в любом случае неизбежно.



ГРУЗ МОЖНО ДОСТАВИТЬ ДАЖЕ К ОПРЕДЕЛЕННОМУ ЧАСУ

Экспресс-доставка сегодня перестала быть простым административным процессом, который необходим компаниям время от времени. Для многих это полноценный бизнес-процесс, для которого можно рассчитать экономическую эффективность, утверждает директор по продажам DHL Express в России Анна Клинскова.



DHL занимается экспресс-доставкой грузов и документов в России с 1984 года и является одним из крупнейших игроков на этом рынке. Понятно, что для такого масштаба операций необходима соответствующая логистическая инфраструктура. Как вы обеспечиваете быструю доставку по России?

DHL Express доставляет грузы по собственной сети, что позволяет нам контролировать процесс доставки на каждом его этапе. Обработка грузов осуществляется в наших собственных сортировочных центрах, которые присутствуют во всех крупных городах страны, а доставка – нашей корпоративной курьерской службой. Кстати, у DHL Express один из крупнейших в стране коммерческих автопарков – более 940 автомобилей. Помимо курьерской службы, у нас существуют собственные сервисные отделения, где можно полу-

чить и отправить груз. Таких точек обслуживания у нас в России 134.

А что происходит с грузами, которые нужно доставить из России в другую страну?

Международная доставка организована через систему распределительных центров – так называемых хабов. Большин-

ство международных грузов проходит через глобальные хабы, расположенные в Лейпциге (для обслуживания стран Европы), Цинциннати (для Америки) и Гонконге (для Азиатско-Тихоокеанского региона). После окончания рабочего дня грузы, готовые к отправке за границу, вылетают из Москвы нашим чартером в Лейпциг. В ночное время они проходят сортировку и перезагружаются в соответствии с направлением доставки. Таким образом, значительная часть этих грузов прибывает в страну назначения уже на следующее утро.

Существуют ли такие хабы в России?

В России крупнейшим транспортным узлом для DHL Express является Москва. Здесь у компании два сортировочных центра, через которые грузы отправляются из всех трех столичных аэропортов. Кроме того, таможенное декларирование проводится на двух таможенных терминалах, расположенных в Шереметьево и на улице 8 Марта.

Обязательно ли грузы, доставляемые по России, проходят через Москву?

Это зависит от конкретного региона и от расписания авиарейсов, так как для перевозок по России мы используем коммерческие рейсы пассажирских авиакомпаний.

А какой путь проходят грузы в ближнее зарубежье: Белоруссию, Украину, Прибалтику?

Они доставляются через Лейпциг: это позволяет компании минимизировать транспортные затраты, одновременно обеспечивая доставку в эти страны уже на следующий рабочий день.

Какие виды транспорта использует ваша компания в экспресс-перевозках?

DHL Express доставляет грузы только автомобильным и авиатранспортом. В странах Европы наземные перевозки, конечно, более удобны, чем в России – просто из-за меньших расстояний и большого количества скоростных автомагистралей. Но и в нашей стране мы пользуемся автотранспортом: например, для грузоперевозок между Москвой и Санкт-Петербургом у нас ежедневно выполняются ночные автомобильные рейсы.

Каким образом DHL Express доставляет грузы в Лейпциг – это ваш собственный самолет или вы заблаговременно бронируете грузовые места у кого-то из перевозчиков?

Для доставки международных грузов мы используем собственный самолет, он выполняет рейсы 6 дней в неделю. Кроме того, у нас запущен собственный чартер между Санкт-Петербургом в Хельсинки: по этому направлению грузопоток также довольно высок. Например, часто грузы из Санкт-Петербурга в Вильнюс доставляются именно по маршруту Санкт-Петербург – Хельсинки – Лейпциг – это дает возможность предложить клиентам из Северо-Западного региона еще более короткие сроки доставки, чем если бы мы обслуживали их через Москву.

Сталкивалась ли компания с ситуацией, когда количество грузов превышало возможности



используемого воздушного судна – например перед праздниками?

Пока такого не происходило: в частности, между Москвой и Лейпцигом мы перевозим грузы на TU-204С - при грузоподъемности 28 тонн он на данный момент полностью покрывает потребности наших клиентов. Конечно, в пиковые периоды, например перед новогодними праздниками, загрузка рейсов значительно увеличивается – и мы готовы по необходимости запустить в декабре дополнительный международный чартер. Кроме того, год от года растут объемы бизнеса: поэтому, когда мы приблизимся к полной загрузке самолетов, появится причина задуматься об использовании авиатранспорта большей вместимости. В любом случае, работа с «топовым» сегментом рынка предполагает очень высокие требования к уровню нашего сервиса, поэтому перегрузка самолета не должна становиться причиной задержки грузов. Такие пики мы прогнозируем заблаговременно и заранее продумываем способы увеличения наших мощностей, так как скорость и надежность доставки – это ключевое преимущество DHL Express.

А как вы обеспечиваете точность доставки по России?

Для экспресс-перевозок по России мы используем рейсы пассажирских авиакомпаний, на которых предварительно резервируем места в грузовом отсеке. Этот путь дает нам возможность, с одной стороны, охватить все российские регионы, а с другой – предложить самые короткие сроки доставки. При этом в пиковый период нагрузка по внутрироссийским направлениям также очень сильно возрастает, поэтому уже третий год подряд мы будем в декабре запускать собственный внутрироссийский чартер по маршруту Москва-Екатеринбург-Новосибирск.

Как выбор способа доставки сказывается на тарифах компании? Будет ли отличаться цена в случае доставки груза собственным чартером или регулярным рейсом коммерческих авиалиний?

Нет, разницы в цене не будет: все тарифы DHL стандартны и прозрачны, наши клиенты всегда могут ознакомиться с ними в тарифных справочниках или у наших консультантов. Цена же складывается из таких факторов, как вес груза

(физический или объемный), пункты отправления и назначения и срочность доставки. Например, во многие города США и Европы мы можем доставить груз даже не к определенной дате, а к определенному времени. Именно этот премиальный сегмент экспресс-перевозок мы рассматриваем как наиболее перспективный для нас: востребованность таких услуг среди российских клиентов сегодня все выше.

А как определяется выбор расчета по физическому или объемному весу? От чего это зависит?

Стоимость доставки будет зависеть от того, какой вес у груза больше – физический или объемный. Например, для килограмма пуха мы будем рассчитывать ее по объемному весу, а для килограмма свинца – по физическому.

Согласно справочнику по услугам и тарифам DHL на 2013 год, объемный вес рассчитывается по следующей формуле: длина (см) x ширина (см) x высота (см) / 5000 = объемный вес (кг). Почему коэффициент, который вы применяете, равен именно 5000?

Здесь мы ориентируемся на практику наших партнеров-авиакомпаний. Этот коэффициент изначально был определен правилами IATA для расчета стоимости коммерческих грузов, поэтому он применяется и в нашей тарификации.

В соответствии с новым Порядком обработки экспресс-грузов для Таможенного союза, который вступил в силу 12 октября, транзитные грузы разделены на 4 категории по весу и по стоимости. Вы таким же образом оцениваете грузы?

Безусловно, мы учитываем принятые ФТС нормативные документы, но необходимо разделять область таможенного декларирования и ценообразование услуг перевозчика. Это принципиально разные сферы.

То есть новые правила никак не повлияют на ваши тарифы?

Безусловно, нет. Вообще, таможенные процедуры напря-



мую не влияют на ценообразование. Но зато сказываются на скорости доставки груза получателю: в этом документе четко определены временные рамки, в которых таможенные органы должны проводить обработку экспресс-грузов.

Один из ваших клиентов в интервью для клиентского журнала «ВМЕСТЕ» сказал, что «в логистике возможно одновременно обеспечить два любых параметра из трех: скорость, надежность и доступную цену. Экспресс-доставка, как правило, обеспечивает первые два». Вы согласны с таким утверждением?

Дело в том, что экспресс-доставка сегодня перестала быть простым административным процессом, который необходим компаниям время от времени. Для многих из наших клиентов это полноценный бизнес-процесс, для которого можно считать экономическую эффективность. Например, выбор более дорогостоящей срочной доставки может помочь мелким ритейлерам снизить затраты на хранение товаров. Это особенно актуально для сегмента высокостоймых гаджетов, где покупателям важно первыми получить новую модель и от этого напрямую зависит прибыль продавца.

Интервью опубликовано на портале Logirus (www.logirus.ru) 17 октября 2013 года.



DHL ПОМОГАЕТ ЗАЩИЩАТЬ ЛЕОПАРДОВ В АФРИКЕ



Эта инициатива направлена на защиту исчезающего вида: шкуры животных массово используются в религиозных церемониях членов Назаретской баптистской церкви в Южной Африке. Представляя интересы Panthera, DHL будет безвозмездно осуществлять поставки искусственных шкур из Китая в Южную Африку вплоть до мая 2015 года.

Чарльз Брюэр, управляющий директор DHL Express в странах Африки южнее Сахары, отметил: «Сохранение редких видов животных является огромной проблемой для Африки, и компания DHL не может оставаться равнодушной к ней. Сегодня множество мер принимается по защите символов Африки – слонов и носорогов. Однако другие виды, находящиеся под угрозой исчезновения,

компания DHL заключила соглашение с некоммерческой организацией Panthera, известной своей активной борьбой за сохранение популяции хищников семейства кошачьих, о поставке искусственных шкур леопардов в Африку.



например леопарды, получают значительно меньше поддержки и внимания общественности».

Новая экологическая инициатива призвана защитить исчезающих животных и одновременно сохранить религиозную

традицию, давно существующую в Южной Африке. Согласно заключенному контракту, DHL будет оказывать поддержку проекту на бесплатной основе, таким образом, взяв на себя издержки, связанные с международной транспортировкой и дистрибуцией.



«Инициатива Panthera демонстрирует одновременно уважение к национальным традициям и стремление сохранить один из великодушных видов африканской фауны, поэтому наша компания приняла решение помочь этому проекту, предоставив свою логистическую экспертизу и участвуя в информировании общественности о столь сложной проблеме с помощью своей международной сети и инфраструкту-



ры. Сотрудничество Panthera и DHL призвано показать, что экологическая организация и логистический оператор способны вместе сделать важный шаг в охране окружающей среды», – добавил Чарльз Брюэр.

Люк Хантер, президент Panthera, отметил: «На сегодняшний день в рамках нашего проекта DHL доставила уже 2000 искусственных амамбатха, или традиционных накидок. Благодаря этому, мы сможем спасти от браконьеров около 1000 леопардов. Без поддержки нашего партнера и сотрудничества со стороны Назаретской баптистской церкви это было бы невозможно».

DHL активно поддерживает проекты по охране популяций редких животных

во всех регионах Африки: ранее компания участвовала в возвращении в естественную среду обитания танзанийских носорогов и габонских горилл. Кроме того, DHL имеет «усыновленного» слона по кличке Мистер Бррр.

Лизви Нкване, старейшина и консультант по правовым вопросам Назаретской баптистской церкви, комментирует: «Являясь одним из руководителей Церкви, я могу с уверенностью сказать, что использование искусственных шкур в нашем

сообществе было воспринято весьма положительно. Они не только выглядят как настоящие, но и более долговечны. Мы очень рады, что при участии Panthera нам удалось найти решение проблемы, которое позволяет сохранить популяцию леопардов, не отказываясь от наших религиозных обычаев».

Panthera тесно сотрудничает с Назаретской баптистской церковью, рассказывая ее членам

о ситуации с истреблением леопардов в Южной Африке. Организация также приложила значительные усилия к тому, чтобы совместно с дизайнерами и производителями тканей создать высококачественные и доступные по цене искусственные материалы, заменяющие настоящие леопардовые шкуры на церемониях. Проект Panthera, получивший поддержку старейшин Церкви, был отмечен CNN и National Geographic как новаторское решение по охране окружающей среды при сохранении местных культурных обычаев.

DELIVERING CONSERVATION

Driving the conservation of endangered leopards, DHL is working with global wild cat conservation organisation, Panthera, to deliver faux leopard skins to members of the Shembe church in Africa. This unique conservation effort will save the lives of this highly threatened species.

LET'S LOOK AT THE FACTS:

- Over 5 million members** of the Shembe church
- 1000** Approximate number of real leopard skins seen at Shembe gatherings
- 2000** Approximately 2000 faux leopard skins already made by Panthera and worn by the Shembe
- 4500** Faux leopard skins to be distributed by DHL in 2013
- 20%** Approximate percentage of Shembe dancers wearing faux skins
- \$400** Cost of a real leopard skin
- \$20-30** Cost of faux leopard skins including manufacturing, shipping, distribution and salaries
- 1** Real leopard skin = **2** Amambattha leopard skin capard

Countless numbers of leopards are being saved through the Faux Fur Leopard Project and Panthera-DHL partnership.

Logos: FUR LIFE, PANTHERA, DHL

Шкуры леопарда являются парадным одеянием более чем для пяти миллионов последователей Назаретской баптистской церкви. Эта религиозная традиция является яркой составляющей культуры Южной Африки уже в течение более 100 лет. Если ранее мех леопарда (местное название – амамбатха) носили вожди и старейшины племени зулусов, то сегодня это – облачение для религиозных церемоний, символизирующее красоту, могущество и престиж. Такую одежду имеют многие члены Назаретской баптистской церкви, число которых постоянно растет. На каждом религиозном мероприятии ее надевают не менее 1000 участников. И если многие из леопардовых шкур передавались по наследству несколькими поколениями, то новый мех, как правило, добывается путем браконьерства, которое может вскоре привести к исчезновению популяции леопардов.

ПРЕВОСХОДНЫЙ СЕРВИС ДЛЯ САМЫХ ЦЕННЫХ ГРУЗОВ

Применение сенсорных технологий в транспортировке предметов искусства – само по себе не новость для подразделений DHL, разрабатывающих решения в этой особой сфере логистики. Однако сегодня специалисты DHL занимаются тестированием инновационных устройств, которые помогут вывести перевозку ценных грузов на новый уровень. Маркус Ашворт, руководитель проекта DHL Arts, и Ян Филипп Майер, руководитель проекта в подразделении Solutions & Innovation, рассказали о предпосылках и потенциале развития бизнеса с использованием сенсоров в логистике художественных ценностей.



В настоящее время в DHL проходит тестирование сенсора, который первоначально разрабатывался компанией для фармацевтического сектора. Расскажите, пожалуйста, что же общего есть у искусства и медицины с точки зрения логистики?

Ян Филипп Майер: На первый взгляд, эти отрасли различаются между собой во всем. Но в действительности у них больше сходств, чем различий – по крайней мере с точки зрения логистических процессов. И фармацевтические препараты, и художественные объекты представляют собой очень delicate грузы, которые чрезвычайно чувствительны к воздействию агрессивной окружающей среды. В обеих отраслях целесообразно применять мониторинг во время транспортировки. Именно поэтому в DHL мы начали тестировать сенсор, который первоначально предназначался для использования в фармацевтическом секторе, в пере-

возках предметов, имеющих высокую художественную ценность.

Как в компании появилась эта идея?

Маркус Ашворт: Наша компания применяла сенсоры при транспортировке различных грузов достаточно давно. И когда мы начали поиск более современного устройства, то обратились к нашим коллегам, специализирующимся на разработке инновационных логистических решений. Так мы и познакомились с возможностями этого уникального сенсора.

В чем же заключаются преимущества этого прибора?

Ян Филипп Майер: Он позволяет измерять температуру, влажность, вибрации и освещенность, а также определяет местоположение груза в конкретный момент времени. Все эти данные можно отследить в режиме онлайн через специальный веб-портал. Наша

система позволяет задавать параметры мониторинга и получать сообщения с предупреждениями на мобильный телефон или по электронной почте в случае превышения предельных значений одного из параметров.

Маркус Ашворт: Да, в рамках тестирования мы реализовали функцию отслеживания груза в режиме онлайн и обнаружили, что она может быть чрезвычайно полезна.

Не могли бы вы привести пример ситуации, в которой может оказаться полезен такой датчик?

Маркус Ашворт: Не так давно мы перевозили экспонаты для выставки одного из самых знаменитых немецких художников. Стоимость предметов в этой экспозиции составляла несколько миллионов евро. Водитель грузовика, в котором находились экспонаты, решил выключить климат-контроль на ночь, поскольку опасался, что шум от его работы может побеспокоить соседей. Это было его явной ошибкой: в течение ночи температура в кузове автомобиля понизилась настолько сильно, что такой перепад начал представлять опасность для чрезвычайно ценного груза. Но, благодаря срабатыванию датчиков, наши специалисты незамедлительно получили сообщения об этом и связались с водителем, попросив его вновь включить климат-контроль. В итоге выставочные экспонаты не пострадали.

Многие знают Вас как активного сторонника использования сенсорных технологий для транспортировки предметов искусства. На многих профессиональных конференциях Вы выступаете с докладами по этой теме. Почему же Вы считаете эти технологии столько перспективными?



Маркус Ашворт: В большинстве музеев создание оптимальных условий для хранения художественных ценностей – само собой разумеющееся требование. У них имеются прекрасно кондиционируемые помещения и многое другое. Но такие же условия необходимо поддерживать и во время перевозки, что значительно сложнее. А ведь сегодня многие предметы искусства гораздо чаще перемещаются физически, чем когда-либо. Музеи получают все меньше государственного финансирования, и предоставление своих экспонатов на сторонние выставки становится для них важным дополнительным источником дохода. Чтобы максимально снизить вероятность повреждения предметов искусства, необходимо убедиться в том, что они перевозятся в оптимальных условиях. И сенсоры помогают нам решать эту задачу.

Но ведь сенсорные технологии еще недостаточно развиты для массового применения на рынке логистики в сфере искусства?

Маркус Ашворт: В мире искусства многие по-прежнему сомневаются, насколько оправдана стоимость этого сервиса сегодня. Но постепенно эта точка зрения меняется, в том числе и под влиянием других участников этого рынка. Насколько мне известно, одна из крупнейших страховых компаний работает над корректировкой своих условий страхования для использования сенсоров при транспортировке предметов искусства, и еще одна имеет

аналогичные планы. Вполне вероятно, что этот фактор окажет значительное влияние на готовность музеев широко использовать сенсорные технологии в логистике. Но, конечно, до того дня, когда сенсоры получат массовое распространение, пока еще далеко.

Какими будут следующие шаги DHL в разработке решений по логистике предметов искусства с использованием сенсоров?

Маркус Ашворт: В подразделении DHL Arts мы прилагаем огромные усилия к дальнейшему развитию таких решений и тесно взаимодействуем с коллегами, занимающимися разработкой и тестированием инновационных технологий в логистике. Мы также стремимся делиться знаниями, полученными нами в ходе тестирования сенсоров, с нашими клиентами. Это помогает оценить, насколько значима дополнительная ценность, которую несут для клиентов наши решения. В то же время это позволяет нам понять, в правильном ли направлении мы движемся и где мы можем улучшить предоставляемый сервис и расширить возможности сенсоров.

Ян Филипп Майер: Важнейшая наша задача – сопоставить и проанализировать обратную связь, которую мы получаем от клиентов, и использовать полученные выводы для дальнейшего развития технологии.

Маркус Ашворт: Сегодня для многих уже очевидно, что компания DHL

является лидером на этом новом рынке логистических решений для транспортировки художественных ценностей с применением сенсорных технологий. Я убежден, что если нам удастся сохранить наши лидерские позиции, то вскоре перед компанией откроется ряд весьма интересных и привлекательных возможностей для развития бизнеса в этой отрасли.

Что же дает Вам такую уверенность? Должно быть, широко распространение сенсорных решений в фармацевтическом секторе?

Маркус Ашворт: Совершенно верно. Для наших клиентов из мира искусства существуют еще более убедительные аргументы, чем для игроков фармацевтического рынка: каждый предмет является единственным и неповторимым в своем роде. Для настоящих ценителей искусства сервис, который обеспечивает сохранность художественных экспонатов в первозданном виде, действительно незаменим.



КРИСТОФ ЭРХАРТ: «ВОЛОНТЕРСТВО – ЭТО НЕ РАЗОВЫЕ АКЦИИ»

Многие компании в странах бывшего СССР сегодня уделяют все больше внимания такому важному аспекту бизнеса, как корпоративная социальная ответственность (КСО). И если еще несколько лет назад они в основном выбирали самый простой путь – пожертвования средств в пользу благотворительных фондов и социальных учреждений, то мировой финансовый кризис внес свои корректировки и в эту практику.

Ограничения или полное отсутствие бюджетов на благотворительность подталкивают компании из самых разных отраслей к поиску других форм корпоративной социальной ответственности. Российский бизнес нередко обращается к опыту ведущих мировых корпораций, которые уже наработали огромную экспертизу в этой сфере. Одна из таких корпораций – Deutsche Post DHL, которая уже три года подряд проводила по всему миру волонтерские мероприятия для своих сотрудников и клиентов в рамках Глобального Дня Волонтера. Более подробно об этом мероприятии журналу «ВМЕСТЕ» в небольшом интервью рассказал Кристоф Эрхарт, директор по корпоративным коммуникациям и КСО в Deutsche Post DHL.

Для чего компания Deutsche Post DHL проводит День Волонтера? Почему бы просто не выделять средства на поддержку общественных организаций?

У нас есть несколько причин проводить это мероприятие именно в таком формате. КСО – это часть общей корпоративной стратегии группы DPDHL. Таким образом мы стремимся воспитать в своих сотрудниках чувство личной ответственности – вне зависимости от того, должности какого уровня они занимают. Кроме того, как

компания, представленная по всему миру, мы несем ответственность перед локальными сообществами, с которыми взаимодействуем. Решить эту задачу мы можем лишь привлекая максимальное количество сотрудников (а их у нас 475 000 во всем мире). Как мы смогли убедиться за последние три года, День Волонтера помогает укрепить командный дух и мотивацию персонала. Сотрудники гордятся возможностью поддерживать локальные проекты в своем городе или регионе, и участие в этом мероприятии впервые часто перерастает в долгосрочную волонтерскую работу в дальнейшем.

В 2013 году мероприятия Глобального Дня Волонтера впервые не были ограничены конкретными датами, они проходили



КАЗАНЬ

в течение всего года. Для чего это было сделано?

Большинство мероприятий Глобального Дня Волонтера проходило с 5 по 15 сентября, но мы действительно решили не ограничивать их этими сроками. Мы поощряем планирование и проведение любых активностей в течение года, а также обмен опытом между сотрудниками. Теперь каждый из них получает возможность выбрать то мероприятие, которое удобно ему и в котором он мог бы раскрыть свои таланты и способности.

Сотрудники Deutsche Post DHL участвуют в социальных проектах по всему миру: от Германии до Индонезии, от Чили до ЮАР. По каким критериям выбираются эти проекты?

Мы приняли сознательное решение не устанавливать каких-либо критериев для включения проектов в программу Дня Волонтера. Наши коллеги в каждой стране выбирают мероприятия самого разного масштаба, но важные на уровне региона, города или даже небольшого района. Они лучше всех знают близкие им проблемы и знакомы с общественными организациями, поэтому могут наиболее эффективно запланировать каждый проект. Часто мы

МУРМАНСК

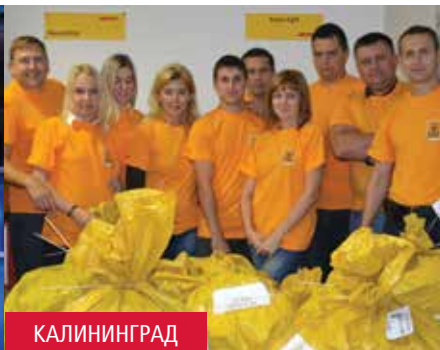


МОСКВА





ХАБАРОВСК



КАЛИНИНГРАД



КОМСОМОЛЬСК-НА-АМУРЕ

поддерживаем мероприятия, которые проводятся другими организациями на постоянной основе – это требует меньших усилий. Мы также предлагаем своим сотрудникам приглашать на День Волонтера своих клиентов и бизнес-партнеров. При этом глобальная штаб-квартира оказывает поддержку, консультируя координаторов мероприятий, помогая им составить графики событий, предоставляя необходимые информационные материалы. При этом наша деятельность в области КСО имеет три основных направления: это защита окружающей среды (GoGreen), образование (GoTeach) и помощь

в случае стихийных бедствий и катастроф (GoHelp). Например, наши сотрудники помогают поддерживать в чистоте пляжи Таиланда, регулярно навещают воспитанников детских домов в России, помогают ликвидировать последствия наводнения в Германии.

Каким образом Глобальный День Волонтера вписывается в общую стратегию Deutsche Post DHL в области корпоративной ответственности?

День Волонтера – это важная часть наших инициатив и программ, которые реализуются под девизом «Ответственность как образ жизни». Будучи глобальной логистической компанией, мы присутствуем во всех точках роста мировой экономики, и лидерские позиции накладывают на нас повышенные обязательства перед обществом. Наше правило – добровольно брать на себя такие обязательства везде, где мы работаем. Поэтому мы начали сотрудничать с ООН, благотворительной организацией «Детские деревни-SOS», образовательной сетью Teach For All и их локальными представителями. Эти глобальные партнерства не мешают нашим сотрудникам поддерживать небольшие местные организации. Мы считаем, что именно



ЕКАТЕРИНБУРГ



ТУЛА



ЛИПЕЦК



ЧЕЛЯБИНСК

комбинация участия в таких масштабных проектах с небольшими, но очень важными для локальных сообществ мероприятиями дает максимально большой охват и помогает нам менять мир к лучшему.



НАХОДКА

СКИДКА 50% НА ДОСТАВКУ КАЖДОГО ПЯТОГО ГРУЗА



<http://bonus.dhl.ru>

Воспользуйтесь нашим специальным предложением «50% скидка на доставку каждого пятого груза». Для этого:

1. Отправьте 4 груза, в том числе документы, через курьера или в одном из сервисных отделений DHL Express в городах, участвующих в акции*.
2. Зарегистрируйте 4 накладные DHL в личном кабинете на сайте <http://bonus.dhl.ru> и получите промо-код. Регистрация должна быть произведена в течение 30 календарных дней с момента отправки груза.
3. Используйте промо-код для получения скидки в сервисных отделениях DHL Express, указанных в условиях акции на <http://bonus.dhl.ru>, до 31 декабря 2014 года.

Скидка предоставляется при условии оплаты услуг наличными или банковской картой.

В акции не принимают участия накладные, оформленные для доставки в рамках услуг ЭКСПРЕСС ПО ГОРОДУ и МЕЖДУНАРОДНАЯ РАССЫЛКА, а также накладные, участвующие в других промо-акциях или кампаниях.

Скидка не суммируется с другими скидками и специальными предложениями.

DHL Express оставляет за собой право продлить сроки действия акции.

*Города, в которых действует акция: Москва, Санкт-Петербург, Архангельск, Мурманск, Казань, Калининград, Калуга, Нижний Новгород, Набережные Челны, Краснодар, Новороссийск, Ростов-на-Дону, Самара, Тольятти, Екатеринбург, Пермь, Иркутск, Новосибирск, Омск, Томск, Владивосток, Находка, Хабаровск, Южно-Сахалинск.

Полный список отделений, в которых доступна акция, Вы можете уточнить в Вашем городе.
С подробными условиями акции Вы можете ознакомиться на сайте <http://bonus.dhl.ru>

