



DPD В РОССИИ: КРИЗИС КАК ВОЗМОЖНОСТЬ РАЗВИВАТЬСЯ

ТЕКУЩИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ В КОМПАНИИ ВОСПРИНИМАЮТ КАК ВОЗМОЖНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАТЬ НОВЫЕ ФОРМАТЫ И РАСШИРИТЬ СВОИ ПОЗИЦИИ НА РЫНКЕ

Несмотря на сложную экономическую ситуацию в стране, один из лидеров рынка логистических услуг в России – компания DPD – увеличила общую выручку и объемы перевезенных посылок.

Логистический оператор DPD в России в первом полугодии 2016 г. смог увеличить общую выручку на 19%. Объем продаж в сегменте B2B вырос на 11%. Что касается сегмента B2C, здесь наблюдался рост как в объеме перевезенных посылок – на 60%, так и выручки: она увеличилась почти в полтора раза – на 49%. Серьезный рост показателей также отмечен в области международных перевозок: количество отправок из-за рубежа возросло на 54%.

Рекордные показатели DPD вызывают удивление в контексте рыночной ситуации, поскольку кризис затронул отрасли, тесно связанные с областью экспресс-доставки. Немало компаний в сегменте B2B до сих пор не сумели восстановить рост и стабилизироваться: объем их бизнеса продолжает снижаться. Больше всего в условиях те-

кущей ситуации пострадали ритейл и автомобильная промышленность. Доходы россиян падают вместе с покупательской способностью, а цены растут, в первую очередь из-за курса валюты.

Выживая в кризис, компании максимально сокращают издержки, в результате чего клиенты логистических операторов активно снижают расходы, в том числе на перевозки. Однако есть и исключения. Некоторые отрасли, напротив, демонстрируют пусть незначительный, но рост. В первую очередь речь идет о телекоммуникационной отрасли. Многие операторы сотовой связи предлагают новый формат услуг, например выпуск платежных карт. Все больше оффлайн-торговых сетей открывают онлайн-магазины. Менять формат их стимулируют показатели лидеров этого сегмента уже в плюсе – общее количество заказов в сети в России выросло с начала этого года к июлю на 7%.

Между тем конкуренция за клиентов среди логистических операторов усиливается. Чтобы востребованность услуг не снижалась, а, напротив, рос-



ла, транспортные компании активно развивают сервисы, сокращают тарифы и сроки доставки, а также разрабатывают новые маршруты. Некоторые операторы готовы расширяться за пределами РФ – выходят на рынки стран СНГ. Те, кто не выдерживает новых условий работы по новым стандартам, вынуждены уходить с рынка. Что касается нишевых игроков, они представляют интерес как объекты поглощения крупными операторами, в том числе международными.



Компания DPD 25 лет в России



Справка о компании

DPD в России – один из лидеров российского рынка экспресс-доставки. Это порядка 700 отделений и пунктов выдачи посылок в России, подразделения в странах СНГ. DPD доставляет посылки и грузы по территории России, в Казахстан, Белоруссию, Кыргызстан, Армению и по всему миру. DPD в России входит в состав сети DPDgroup, принадлежащей международному холдингу GeoPost.

Факты и цифры DPD в России, 2015



Причина успеха DPD в столь непростых рыночных условиях объясняется умением компании адаптироваться к новым потребностям рынка. Обладая широкой филиальной сетью (свыше 700 отделений по России) и разрабатывая оптимальные маршруты, оператор экспресс-доставки специализируется на автомобильных перевозках, что позволяет не зависеть от железнодорожного и авиатранспорта и контролировать весь процесс транспортировки. Кроме того, автомобильная доставка бюджетнее, что особенно важно в условиях кризиса. Подобный формат позволяет заказчикам логистических услуг оптимизировать расходы за счет разделения грузов по степени срочности и важности, а также экономить на доставке.

Компания DPD постоянно работает над улучшением инфраструктуры. Важнейшим событием стало открытие в феврале этого года нового логистического хаба общей площадью 10 тыс. м² в городе Домодедово на юге Подмосковья. Новый терминал оборудован автоматизированной сортировочной линией с пропускной способностью до 72 тыс. посылок в сутки. В результате из общего объема 8,5 млн посылок, который DPD доставила в первые 6 месяцев

этого года, 65–70% отправок было обработано в Москве и Домодедово. К тому же компания существенно расширила сеть пунктов выдачи посылок Pickup, где покупатели интернет-магазинов могут самостоятельно забрать свои посылки. Благодаря сотрудничеству с крупнейшими розничными сетями («220 Вольт», «Ростелеком» и др.) сеть Pickup удалось увеличить в рекордно-короткие сроки до 600 пунктов.

В 2016 г. DPD не только увеличила производственные мощности, но и провела работу по развитию сервисов для клиентов B2B. В июне оператор запустил экономичную услугу по наземной доставке тяжелых отправок DPD MAX с географией доставки в 14 тыс. населенных пунктов. Выгодные тарифы обеспечили новому продукту высокую популярность: за первый месяц работы было перевезено порядка 200 тонн грузов от более чем 500 клиентов. В компании уверены, что осенью и зимой снова будет востребована опция температурного режима. В течение всего маршрута сохраняется температура не ниже +5 °С, это особенно важно для перевозок термочувствительной продукции в холодное время года.

Приоритетным для DPD остается развитие перевозок на территории Таможенного союза. В 2010 г. компания открыла представительство в Казахстане и начала с доставки 20 тонн посылок и грузов в месяц. В последующие годы DPD вышла на рынки Белоруссии, Армении и Кыргызстана. Сегодня объемы ежемесячных перевозок превышают 1800 тонн по всем странам СНГ – участницам Таможенного союза.

Бесспорно, залог успешного развития DPD в России – 25-летний опыт работы на рынке экспресс-доставки посылок и грузов. За четверть века компания пережила в России не один кризис, поэтому точно знает, как нужно подстраиваться под требования рынка. На протяжении многих лет лидирующие позиции компании подтверждают результаты ежегодного рейтинга «Логистический оператор России». Более 10 лет DPD остается лидером рейтинга, она признана лучшим оператором экспресс-доставки в России. Текущие экономические условия в компании воспринимают как возможность использовать новые форматы, проявлять гибкость в поиске оптимальных решений и расширять свои позиции на рынке.