



Дмитрий ЛЕБЕДЕВ,
председатель совета директоров
Логистического Агентства «20А»

«МЫ ВСЕГДА РАСТЕМ ВМЕСТЕ СО СВОИМИ КЛИЕНТАМИ...»

На вопросы журнала «ЛОГИСТИКА» отвечает Дмитрий Лебедев,
председатель совета директоров Логистического Агентства «20А».



Логистическое Агентство

141580, Московская обл.,
Солнечногорский район,
дер. Черная грязь,
ул. Сходненская,
стр.1, корп. «В»
Тел./факс: +7 495 651 06 79
e-mail: SalesTeam20a@20a.ru
www.20a.ru

— Дмитрий, здравствуйте! Мы рады приветствовать Вас на страницах журнала «ЛОГИСТИКА»! Расскажите, пожалуйста, нашим читателям, что означает название «20А»?

— Название нашей компании отражает бизнес-идею, которая легла в основу ее создания — Логистическое Агентство «20А» будет оперировать на складских объектах класса А площадью около 20 тыс. м². Это формат, когда логистический бизнес становится рентабельным, тогда логистическому оператору становится интересно управлять. На меньших площадях этого достичь не получается из-за высокого уровня затрат на обслуживание в расчете на квадратный метр, поэтому мы всегда арендуем объекты площадью не менее 20 тыс. м².

— Что представляет собой агентство «20А» сегодня?

— Мы являемся логистическим оператором, который оказывает не только складские услуги, на сегодняшний день мы предоставляем своим клиентам полный комплекс логистических услуг. Это доставка товара, его размещение, переупаковка, обработка, если у клиента имеется такой запрос. Мы стараемся как можно глубже вникнуть в логистические потребности клиента и максимально его разгрузить.

— Какие у вас принципы работы: на одном складе вы предпочитаете работать с несколькими клиентами или у вас для каждого клиента есть отдельная площадка?

— Основное преимущество работы с логистическим оператором состоит в том, что клиент может менять свои складские запасы. Например, в сезон объем хранения может очень сильно увеличиваться, у нас некоторые клиенты в 2 раза увеличивают складские площади, а вне сезона очень сильно уменьшают —

КРАТКАЯ БИОГРАФИЯ

Дмитрий Владимирович Лебедев окончил МИСиС (физико-химический факультет) и Московский государственный педагогический университет им. В.И. Ленина (физический факультет), во время учебы работал в школе и в Институте повышения квалификации работников образования на кафедре психологии.

До 2005 года — председатель правления холдинга «Мизель-недвижимость», в зоне его оперативного контроля находились управление финансами, девелопмент, строительство и коммерческая недвижимость. С 2005 года — основатель, акционер и председатель совета директоров Логистического Агентства «20А».

Прошел множество специализированных программ обучения по темам управление компанией, управление стоимостью компании, финансы, инвестиции в недвижимость, управление недвижимостью, в том числе в Американском институте недвижимости.

Общественная деятельность: участие в социальных и благотворительных проектах.

в 2–3 раза, за счет этого они сокращают свои затраты.

Наш профессионализм заключается в подборе клиентов с противоположной сезонностью. Мы находим таких клиентов, работаем с ними, плавно распределяем складские запасы. В некоторых случаях по согласованию с клиентом мы используем буферные склады, увозим часть товара, если он не умещается на основном складе. Иногда, наоборот, какие-то площади пустуют, тогда мы привлекаем на короткое время новых буферных клиентов.

— **Планирует ли ваша компания расширять свою деятельность, продвигаясь из Москвы и Московской области в регионы? Какие регионы вам интересны с точки зрения развития логистического бизнеса?**

— Да, такие планы есть. Мы всегда растем вместе со своими клиентами. Сейчас наших клиентов интересуют Санкт-Петербург, Новосибирск, Екатеринбург — города-миллионники, в них в перспективе мы и планируем расширяться.

— **По каким критериям Вы выбираете новые складские площади? Вы исходите из ценовой оптимизации?**

— Цена, конечно, очень важна, но это лишь один из факторов, существует еще много критериев: качество — склады класса А тоже бывают разного качества, доступность — месторасположение склада очень важно для клиента, цена этим тоже определяется. Так сложилось, что на севере Москвы и Московской области складские площади всегда были дороже, а на юге и юго-востоке дешевле.

— **Как повлиял кризис на рынок складской недвижимости Московского региона? Каковы Ваши прогнозы?**

— Сейчас на рынке наблюдается тенденция снижения арендных ставок, в некоторых случаях на 30–40%. До кризиса было введено в эксплуатацию много складских площадей, и многие склады сейчас пустуют. По моим прогнозам, в обозримом будущем рынок вернется к какой-то равновесной ситуации. Я полагаю, что до конца 2015 года новые склады заполнятся.

— **За счет чего будет происходить заполнение?**

— Я исхожу из того, что наша экономика с точки зрения потребления имеет большие перспективы роста. Если рассмотреть все объективные факты, например, количество квадратных метров складских площадей на душу населения в регионе, вы увидите сильное отставание от развитых стран, развитых городов. Например, только вокруг Милана порядка 30 млн м² складов класса А, а в Московском регионе — всего 6 м², при этом Москва является основным распределительным центром России.

— **Повлиял ли кризис на деятельность вашей компании?**

— Конечно. Сейчас роста продаж нет ни по каким категориям товаров, поэтому клиенты стараются оптимизировать свои запасы и уменьшить объемы хранения. Эта тенденция, безусловно, оказывает влияние на нашу работу.

— **В чем заключаются основные конкурентные преимущества «20А»?**

— Наша компания сильно отличается от других логистических операторов, и это сознательная политика. Мы уделяем очень большое внимание людям — и работникам компании,

и нашим клиентам. Человеческий фактор играет огромную роль в нашем бизнесе: логистический бизнес — это сервис для клиентов, и вместе с тем это производство. Как правило, логистические компании развивают какую-то одну составляющую — либо сервисную, либо производственную. Мы же сочетаем в своей работе оба направления — и сервис, и производство.

Для клиента мы стараемся быть максимально гибкими, насколько это возможно. Мы заинтересованы в клиентах, которым нужна эта гибкость. Некоторым клиентам гибкость не нужна, им нужна, например, только цена. У них простая работа, простые услуги: примите наши паллеты, храните их месяц, мы их увезем. Это не наши клиенты. Мы ищем сложных клиентов. Нам нужны сложные задания: чтобы к нам привезли, как можно меньше времени хранили, нам нужна высокая оборачиваемость.

— **Какие инновационные решения в логистике предлагает ваша компания?**

— У нас есть проект iСклад, это наша уникальная разработка. В первую очередь это продукт для наших клиентов. Используя этот продукт, клиент всегда в онлайн-режиме может находиться на складе, видеть свой товар, отслеживать, как, например, происходит сборка заказа. Не нужно приезжать на склад, если клиент хочет видеть, как идет работа с его товаром, достаточно включить iPad и увидеть, что происходит на складе. Кроме того, у нас есть портал, на котором размещено большое количество отчетов. Клиент может в онлайн-режиме отслеживать каждый свой заказ: по какому заказу все сделано вовремя, где идет отставание от графика, где опережение.

— **В прошлом году вы запустили новый проект — функциональная музыка на складе. Мы писали об этом в № 9 нашего журнала за 2014 год. Расскажите, пожалуйста, об этом проекте. Каковы результаты внедре-**



**ния, каким образом музыка влияет на производственный процесс?**

— Музыка на складе стала еще одним инновационным инструментом, который сделал производство эффективнее, а сам его процесс заметно комфортнее. Для реализации проекта мы обратились к специалистам, у которых есть успешный опыт внедрения музыки на производстве. Работа на складе требует напряжения и концентрации внимания при обращении с техникой, и именно здесь полезна специально подобранная музыка, ритмичная и ненавязчивая — она помогает работать четко и слаженно, снижает эмоциональную нагрузку и утомляемость. В результате применения функциональной музыки возросла производительность труда сотрудников, а также заметно снизилась текучесть персонала на складах, уменьшилось количество поломок погрузочно-разгрузочной техники по вине работников.

— Применяются ли в вашей компании lean-технологии — технологии бережливого производства?

— Да, мы проводим работу в этом направлении. Это не просто поиск потерь — это концептуальная идея совершенствования процессов. В ее основе лежит понимание всеми людьми, участвующими в производственном процессе, что и с какой целью они выполняют. В этом году мы ввели такую практику — фабрику идей как часть бережливого производства, как часть материальной мотивации сотрудников. В рамках этой практики мы собираем идеи сотрудников по усовершенствованию производственных процессов и подводим итоги: какие идеи лучшие, каким образом их можно внедрить в производство.

Например, один раз у нас победил сотрудник, который предложил инновацию, имеющую отношение не к технологии, а к заботе о клиенте, к улучшению качества обслуживания. Мы активно работаем с кросс-докингом, когда товар привозят, мы его перебираем и развозим по магазинам на маленьких машинах. И для этих маленьких машин построена рампа (я не встречал этого ни у кого — это наше ноу-хау), которая обеспечивает возможность одновременной за-

грузки восьми машин. И наш сотрудник, победивший в фабрике идей, предложил изменить конфигурацию крыши этой рампы таким образом, чтобы ни снег, ни дождь не попадали на товар и на представителей клиента, когда они забирают товар.

— Этот номер журнала посвящен теме транспортной логистики. Что изменилось у вас в этой области в 2015 году?

— Мы усилили акценты в своей работе на качество и на комплексные логистические решения. К команде «20А» присоединились сильные специалисты в области международного транспорта, эксперты по оптимизации работы транспортной службы в целом.

— Какие проблемы на рынке транспортной логистики Вы могли бы отметить?

— К сожалению, наблюдается тенденция снижения объемов перевозок клиентов. В этой связи нам необходимо предлагать эффективные решения по оптимизации маршрутов и тем самым сокращать издержки, чтобы клиент был заинтересован в наших услугах.

— Имеются ли у вас в этой сфере инновационные решения?

— Мы разрабатываем и внедряем продукты, которые позволяют нашим клиентам получать информацию в онлайн-режиме. Наше приложение iСклад, которое уже работает для многих клиентов в рамках складской информации, дорабатывается, в скором времени оно будет касаться и транспортной службы.

Есть еще одна интересная инновация — мобильный сканер, который позволяет отправлять сканированный POD (proof of delivery)¹. В ближайшем будущем, думаю, мы сможем предлагать клиентам и такие решения.

— Благодарим Вас за интервью! Надеемся снова встретиться с Вами на страницах нашего журнала!

¹ Proof of delivery — квитанция о доставке (англ.).

