

- Пошлины на ввоз комплектующих для судостроения.
- Размеры портовых, навигационных и иных сборов.
- Либерализация правил ремонта судов и системы контроля и поддержания технического состояния флота.

2. *Меры, направленные на развитие инвестиционной деятельности судоходных компаний и портов.*

– Стимулирование проектирования и производства судов нового поколения – более экономичных и соответствующих условиям эксплуатации на внутренних водных путях РФ.

– Дальнейшее развитие программы субсидирования процентных ставок для компаний, покупающих суда, а также для судостроения.

– Введение налоговых льгот по капитальным вложениям в модернизацию флота и строительство современной логистической инфраструктуры.

– Прямые государственные инвестиции (в т.ч. в форме государственно-частного партнерства) в развитие транспортно-логистической инфраструктуры, в поддержку наиболее конкурентоспособных компаний отрасли, в инфраструктуру водных путей, судостроение.

3. *Меры, направленные на интеграцию речного транспорта в региональные транспортно-логистические системы.* В России формирование современной транспортно-логистической инфраструктуры находится на начальных этапах. Для этой стадии характерна низкая связность рынка транспортных услуг и высокий уровень информационной асимметрии. Актуальные научные исследования, а также передовой опыт управления транспортной отраслью показывают, что одним из наиболее перспективных направлений совершенствования транспортной системы является создание *опорной сети транспортно-логистических центров.*

Для успешной интеграции водного транспорта в логистическую систему ключевое значение имеют технологии перевалки грузов с минимальными затратами финансовых и временных ресурсов. Особое внимание необходимо обратить на технологии переработки стандартных контейнеров. Такие технологии, уменьшающие барьеры между видами транспорта, будут способствовать формированию того, что следует назвать «логистической системой без трения».

Список литературы:

- [1] Основные показатели транспортной деятельности в России. 2010: Стат. сб./Росстат. – М., 2010. ISBN 978-5-89476-303-3
- [2] Транспорт в России. 2009: Стат.сб./ Росстат. – Т65 – М., 2009. – 215 с. ISBN 978-5-89476-279-1
- [3] «Транспортная стратегия РФ до 2030 года» утв. распоряжением Правительства РФ от 22 ноября 2008 г. № 1734-р

О.Н. Фролова
ФБОУ ВПО «ВГАВТ»

РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

В данной публикации рассматриваются новые направления в развитии региональной системы логистического обслуживания потребителей. Одно из направлений – создание логистических центров обслуживания в регионе, это направление связано с тенденцией передачи функций контроля над распределением товарных потоков от про-

изготовителей к логистическим посредникам. Выделены связи логистического центра обслуживания с субъектами экономики региона и влияние развития логистического обслуживания на развитие субъектов экономики региона. Обоснованы принципы формирования логистического центра обслуживания и разработаны этапы формирования логистического центра обслуживания.

В настоящее время на российском рынке, по разным оценкам, работает около 4 тысяч компаний, представляющих логистическое обслуживание (транспортные услуги, экспедиторские услуги, складские услуги и т. д.). В Америке и странах Западной Европы наблюдается высокий спрос на логистическое обслуживание, отечественные региональные логистические операторы еще только осваивают соответствующие составляющие логистического обслуживания потребителей.

По оценкам специалистов, емкость рынка (выручка компаний, предоставляющих логистическое обслуживание) увеличилась в 1,3 раза с 25,5 млрд. долларов в 2005 году до 34,4 млрд. долларов в 2010 г. Однако темп роста обеспечивается за счет увеличения объема грузоперевозок, а не за счет предоставления комплексного обслуживания. Исправить ситуацию может передача процессов логистического обслуживания потребителей на аутсорсинг. Согласно данным ежегодного обзора Департамента консалтинга «Росбизнесконсалтинг» (РБК), объем российского рынка логистического аутсорсинга (стоимость услуг по транспортировке, экспедированию, складированию, обработке грузов, а также управленческие услуги) увеличивается в среднем на 17,8 % в год. Таким образом, развитие системы логистического обслуживания потребителей важно как на российском, так и на региональном уровне в связи с децентрализацией транспортной индустрии и развитием региональной логистики.

Уникальное географическое положение Нижегородской области является хорошей предпосылкой для создания на территории области конкурентоспособной транспортно-логистической инфраструктуры. Нижний Новгород является одним из лидеров среди городов России по размеру доступного потребительского рынка. Уровень потребительских расходов на душу населения в 500 километровой зоне от Нижнего Новгорода составляет 10086,1 руб. в месяц. На территории области сформировался масштабный центр производства и дистрибуции товаров массового спроса, FMCG (англ. Fast Moving Consumer Goods). Являясь одним из лидеров в автомобилестроении, Нижегородская область занимает не менее 25 % на российском рынке.

Несмотря на относительно высокую плотность автомобильных и железных дорог, наличия комплексного транспортного узла, в области существует ряд особенностей в сфере транспортно-логистической инфраструктуры, что ограничивает возможности реализации потенциала, определяемого ее выгодным географическим положением. Эта проблема оказывает влияние и на развитие системы логистического обслуживания потребителей в регионе. Важный момент, который также оказывает влияние это взаимодействие провайдеров логистических услуг и потребителей логистических услуг. Можно сказать, что данное взаимодействие носит неустойчивый характер с позиции силы провайдеров логистических услуг и силы потребителей логистических услуг. Это связано, прежде всего, с неоднородностью логистических компаний (федеральные или региональные компании, размером компаний, количеством и типом подвижного состава, комплексом предоставляемых услуг).

В экономически развитых странах накоплен положительный опыт развития системы логистического обслуживания потребителей. Данный опыт может быть успешно применен с учетом специфических условий Нижегородского региона. Необходим поиск новых направлений в развитии региональной системы логистического обслуживания потребителей. Способствовать этому может создание логистических центров обслуживания в регионе.

Логистический центр обслуживания непосредственно связан с субъектами экономики региона – это региональные финансы, региональная рабочая сила, региональные

прочие услуги, региональные производители, региональные потребители, региональные технологии. Развитие логистического обслуживания в регионе связано с тенденцией передачи функций контроля над распределением товарных потоков от производителей к логистическим посредникам. Логистические провайдеры (поставщики) логистического обслуживания (Logistics Service Providers – LSPs) – это коммерческие организации, оказывающие услуги в сфере логистики. Логистических провайдеров, в настоящее время, подразделяют на четыре категории.

Поставщик услуг логистики первого уровня – 1PL (First Party Logistics), компания – провайдер логистики, лимитирующий свои услуги лишь узкой частью операций, только перевозка, только складирование или только погрузка грузов в транспортное средство.

Поставщик услуг второго уровня – 2PL-провайдер логистики (Second Party Logistics Provider), предоставляющий широкий круг услуг, способен организовать полный комплекс операций по доставке товаров, но ограничивает свою деятельность регионом, страной, видами транспорта.

Поставщик услуг третьего уровня (Third Party Logistics Provider) – 3PL-провайдер логистики, который способен решать задачи полного и комплексного логистического обслуживания клиентуры, использует любые виды транспорта, имеет собственный подвижной состав, владеет терминальными комплексами в портах или на железнодорожном транспорте, имеет возможности организации хранения и перевалки товаров через собственные или привлеченные склады, способен выполнить любое поручение грузовладельца в рамках своих логистических компетенций.

Сегодня развивается новое поколение логистических провайдеров – 4PL-провайдеры (Fourth Party Logistics Providers), которые представляют собой сочетание стратегического управления логистическими цепями и оперативного управления вопросами реализации и выполнения стратегических решений, т.е. сочетают в себе функции консалтинговой компании и 3PL-провайдера. Высокий уровень услуг для клиента достигается за счет повышения технологического уровня консультантов, провайдеров информационных технологий и 3PL-провайдеров. 4PL-провайдеры не представлены в регионе

Организационная модель взаимодействия логистического центра обслуживания с субъектами экономики региона представлена на рис. 1. В данной публикации автор рассматривает влияние развития логистического обслуживания на развитие субъектов экономики региона, представленных на рис. 1. Так, активное развитие логистического обслуживания потребителей, оказывает положительное влияние на объем потребления финансовых услуг в регионе. Также с развитием логистического обслуживания потребителей происходят качественные изменения, повышается квалификация и профессионализм работников в области логистики, создаются новые рабочие места, требующие наличие соответствующих образовательных учреждений и центров профессиональной подготовки специалистов в данных областях, это влияет на развитие субъектов рабочей силы. Высокий уровень качества обслуживания для клиента достигается за счет профессионализма консультантов в области логистики. Комплексность логистического обслуживания потребителей оказывает положительное влияние на развитие производителей.

При развитии логистического обслуживания, возникает более высокий уровень удовлетворенности покупателя и повышается потребление населения в регионе, что оказывает положительное влияние в целом. Высокий уровень обслуживания для клиента достигается за счет повышения технологического уровня консультантов в области логистики, провайдеров информационных технологий и 3PL-провайдеров. 3PL-провайдеры концентрируют свое внимание на управлении всей логистической системой, это ведет к значительному улучшению качества всего логистического обслуживания потребителей и развитию технологий в регионе.

Рассматривая принципы формирования логистических центров обслуживания в

регионе, автор в данной публикации рассматривает основные положения и правила деятельности с точки зрения логистики.

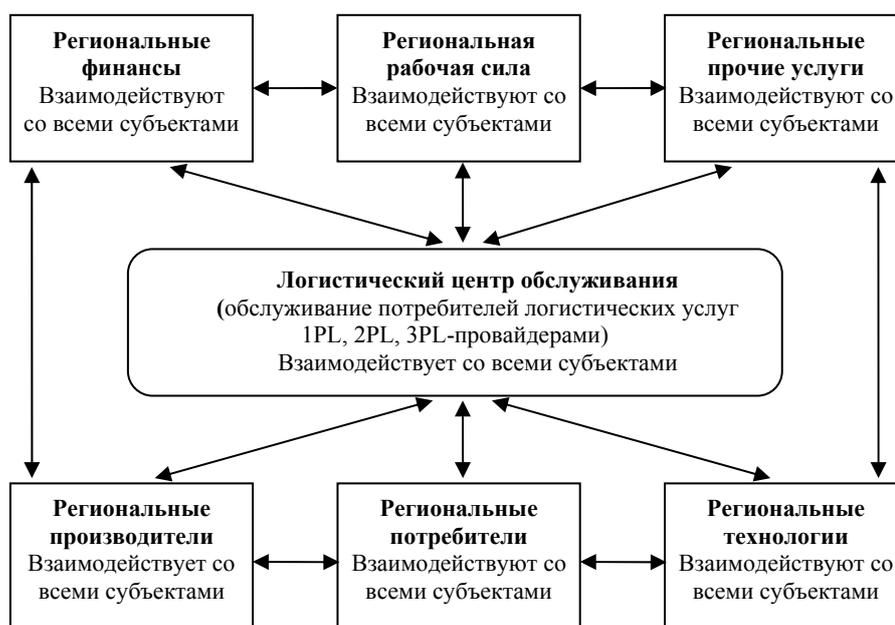


Рис. 1. Организационная модель взаимодействия логистического центра обслуживания с субъектами экономики региона

Рассмотрим логистические принципы, которые лежат в основе формирования логистического центра обслуживания. Прежде всего, это – консолидация и структурирование информации характеризующей текущее состояние транспортно-логистической сети региона. Сюда входит:

- анализ региональных ресурсов для осуществления перевозочной и других видов деятельности, связанной с преобразованием материальных потоков, проходящих через данную территорию;

- анализ транспортных предприятий, непосредственно осуществляющих перевозки, транспортно-экспедиторских фирм, предприятий транспортного сервиса (ремонтные и т.п.), грузовых терминалов и комплексов, складов и баз, стивидорных и сюрвейерных компаний.

Рассмотрим принципы, которые лежат в основе формирования логистического центра обслуживания с точки зрения региональной экономики. Это, прежде всего консолидация и структурирование информации характеризующей текущее состояние предприятий регионального сектора экономики, производящих и реализующих конкретные виды продукции, деятельность которых связана с использованием тех или иных видов транспорта. Сюда входит:

- анализ регионального рынка промышленной и непромышленной сферы;
- анализ потребителей B2B и B2C рынков используя методы группировок потребителей;
- анализ товарных потоков и каналов товародвижения.

Консолидация информации в логистическом центре обслуживания на основе соединения всех принципов позволит разрабатывать стратегические рекомендации по перспективному развитию транспортно-логистических систем региона, основываясь на анализе регионального рынка промышленной и непромышленной сферы с учетом потребностей потребителей B2B и B2C рынков. Если на рынке товаров и услуг произ-

водственного назначения или B2B рынке покупательная способность стремится к концентрации, то на потребительском рынке или B2C рынке наблюдается обратная тенденция, стремление к фрагментации. В данном случае фрагментация означает переход от старой идеи унифицированного однородного рынка товаров «массового производства» к гораздо более мелким сегментам, где потребители ищут индивидуальные решения для удовлетворения своих потребностей [1].

Фрагментация потребителей позволит разрабатывать прогнозы объемов и структуры спроса по различным видам товаров и услуг на B2B и B2C рынках. Это позволит создать цепочку поставок, позволяющую исключить неэффективные схемы движения транспорта, и обеспечить согласование мощностей и ритмов производства, складского хозяйства, транспорта.

На рис. 2 представлены этапы формирования логистического центра обслуживания в регионе.



Рис. 2. Этапы формирования логистического центра обслуживания в регионе

В его основе заложены этапы формирования логистического центра обслуживания, это позволит на первом этапе правильно определить цели центра в регионе, второй этап важен для определения координирующих функций центра, а также функций управления самим центром. Исходя из целей и функций центра, далее на третьем этапе формируется организационная структура логистического центра обслуживания, на следующем этапе разрабатываются схемы внешних и внутренних информационных потоков центра. Пятый этап важен для разработки принципов взаимодействия логистического центра обслуживания с региональными логистическими компаниями и с предприятиями регионального сектора экономики.

Необходимо сказать о том, что цель организации логистического центра обслуживания в регионе, это, прежде всего создание управляемой рынком стратегии цепочки поставок, посредством которой ценность наиболее эффективным способом будет доставляться покупателю или потребителю.

Список литературы:

[1] Кристофер М., Пэк Х. Маркетинговая логистика. – М.: Издательский дом «Технологии», 2005. – 200 с.

Г.Н. Чулыгин
ФБОУ ВПО «ВГАВТ»

ПОВЫШЕНИЕ ЭКСПЛУАТАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПАССАЖИРСКИХ ПЕРЕВОЗОК В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ

В статье излагаются предложения по повышению эксплуатационно-экономической эффективности пассажирских перевозок в условиях конкуренции. Основные предложения сводятся к смене целевых установок судоходных компаний – от корпоративных интересов к интересам клиентов. В частности, это сводится в противовес существующей практике к увеличению скоростей движения судов, сокращения не интересных для пассажиров стоянок, организации перевозок грузов пассажиров «на колёсах» и использовании автотранспорта для перевозок совместно с речными судами «от двери к двери», вплоть до преобразования судоходных компаний в транспортные.

Актуальность. В работе речного транспорта за последний 2011 год появились определённые положительные тенденции. По сравнению с 2010 годом объём перевозок вырос на 23%, или на 1250 тыс. тонн. По внутренним водным путям транспортировано 3 млн. тонн, что на 49% больше, чем в 2010 году. В тоже время положение с пассажирскими перевозками остаётся достаточно сложным. Всего за навигацию пассажирскими судами перевезено 368 тыс. пассажиров, что на 4% меньше, чем в 2010 году [1]. Снижение пассажиропотока объясняется влиянием аварии т/х «Булгария». Безусловно, авария сыграла свою негативную роль, но только ли авария причиной весьма скромной роли речного транспорта в пассажирских перевозках?

Исследование проблемы. В настоящее время речной транспорт перевозит порядка 0,1% всех перевозок пассажиров по стране, значительно уступая автомобильному, железнодорожному и авиационному транспорту. В определённых кругах появилось мнение, что речной транспорт изжил себя. Но объективно ли это? Возможно ли возрождение речных пассажирских перевозок в нынешних рыночных условиях? – исследования позволяют дать утвердительный ответ.

Какие факторы снижают конкурентоспособность речных пассажирских перевозок в сравнении с другими видами транспорта? Это сезонность, скорость, удобство (перевозки «от двери к двери») и стоимость. К тому же немалую роль оказывает организация самих перевозок, нередко ориентированных на интересы судоходных компаний, а никак не пассажиров.

В качестве примера приведу личный опыт путешествия на т/х «Михаил Фрунзе» в навигацию 2011 года. Рейс совершался на линии Н.Новгород – Елабуга – Ульяновск – Н. Новгород. В таблице 1 представлены сведения об этом рейсе.

«Сюрпризы» для пассажиров начались ещё до отправления теплохода. Теплоход отправлялся в 21.00, но я был предупреждён, что для посадки я должен явиться за два часа до отправления – в 19.00. Прибыл раньше, на причале уже стояла толпа пассажиров, но приёма на борт судна ещё не было. Приём начали в 19.00 и закончили практически за пять минут до отхода, т.е. последние пассажиры (а это нередко пожилые люди с детьми, внуками) простояли в ожидании приёма под открытым небом два часа. Не следует сомневаться, что такой сервис не вызвал восторга у пассажиров.