

**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.

Таблица 1

**Рейс Н. Новгород – Елабуга – Ульяновск – Н. Новгород**

Дата	Пункт	Приб., час., мин	Отпр., час., мин	Стоянка, час.	Расстояние, км	Время хода, час.	Скорость км/час
31.07	Н. Новгород		21.00				
01.08	Козьмодемьянск	09.30	12.00	2,5	208	12,5	16,64
01.08	Чебоксары	15.00	20.00	5,0	56	3,0	18,67
02.08	Казань	05.00	05.30	0,5	139	9,0	15,44
02.08	Чистополь	15.00	20.00	5,0	197	9,5	20,7
03.08	Елабуга	9.00	15.00	6,0	122	13,0	9,38
04.08	Ульяновск	15.00	20.00	5,0	389	24,0	16,20
05.08	Казань	09.00	18.00	9,0	214	13,0	16,46
06.08	Макарьев	11.30	14.00	2,5	311	17,5	17,77
06.08	Н. Новгород	20.00			90	6,0	15,00
Результирующие показатели				$\Sigma_{\text{п}}=35,5$	$\Sigma=1726$	$\Sigma_{\text{п}}=107,5$	$V_{\text{ср}}=16,05$

Далее в пути предусматривались стоянки в семи портах с экскурсиями по местным достопримечательностям. В этих экскурсиях были заинтересованы местные экскурсионные бюро, но не всегда пассажиры. Так, в г. Козьмодемьянске при стоянке в 2,5 часа на часовую пешеходную экскурсию по городу пошли человек сорок. Остальные, погуляв немного по набережной (довольно грязной) вернулись на судно и томительно ожидали отправления теплохода. Ещё более удручающая картина сложилась в г. Чистополе, где теплоход стоял 5,0 часов, также с пешеходной экскурсией, в которой приняли участие опять же несколько десятков человек, моросил мелкий дождь, и отправления теплохода пассажиры ждали как избавления от наказания. Понравилась пассажирам автобусная экскурсия по Елабуге, но вместо запланированных 6,0 часов на неё оказалось вполне достаточно 4,0. В Казани т/х простоял даже 9 часов, хотя на экскурсии запланировано было 7,5 часов. После таких длительных экскурсий пассажиры выглядели очень усталыми. Также не лучшее впечатление у пассажиров вызывала низкая скорость движения, особенно на участке Чистополь – Елабуга – 9,38 км/час. Средняя скорость движения судна на всём маршруте составила 16,05 км/час, это при паспортной в 26,2 км/час ?!

Вся организация маршрута оставила впечатление, что на первом месте стоят интересы судоходной компании, а не туристов. Низкая скорость, большие стоянки – в интересах судовладельцев. При этом обеспечиваются низкие расходы на топливо, таким образом, ощущается борьба за снижение себестоимости перевозок. Интересы пассажиров учитываются по минимуму. Верно ли это?

*Рекомендации.* О роли клиентов в бизнесе (в нашем случае пассажиров) писали классики менеджмента, такие как Питер Друкер, Генри Форд и другие [2, с. 123]. Они указывали, что – «единственная подлинная цель бизнеса – создавать потребителя» и если организация работает на потребителя, то «прибыль вряд ли пройдёт мимо». Действия в сугубо корпоративных интересах «могут привести к низкому уровню эффективности организации» [2, с. 264], что собственно, и происходит на речном транспорте страны.

Не сложные расчёты показывают, что если скорость движения судов увеличить (так как это было 25 лет тому назад), сократить неинтересные для пассажиров стоянки, то можно за ту же продолжительность рейса, увеличить дальность поездки, т.е. пассажирам предоставить больше возможностей для посещения большего числа городов. Пример возможной организации линии представлен в таблице 2.

Рейс Н.Новгород – Елабуга – Самара – Ульяновск – Н.Новгород

Дата	Пункт	Приб., час, мин	Отпр., час., мин	Стоянка, час	Расстояние, км	Время хода, час.	Скорость км/час
31.07	Н. Новгород		21.00				
01.08	Козьмодемьянск	09.00	11.00	2,0	208	12,00	17,3
01.08	Чебоксары	13.30	17.00	3,5	56	2,50	22,4
01.08	Казань	23.30	00.00	0,5	139	6,5	21,38
02.08	Чистополь	9.00	11.00	2,0	197	9,0	21,88
02.08	Елабуга	16.30	21.00	4,5	122	5,5	22,18
03.08	Ульяновск	14.00	18.30	4,5	389	17,0	22,88
04.08	Тольятти (шлюзы)	3.30	4.30	1,0	144	9,00	16,0
04.08	Самара	9.00	13.30	4,5	73	4,5	16,22
04.08	Тольятти (шлюзы)	20.00	21.00	1,0	144	6,5	22,15
05.08	Казань	14.00	21.00	7,0	358	17,0	21,05
06.08	Макарьев	12.30	14.30	2,0	311	15,5	20,06
06.08	Н. Новгород	20.00			90	5,5	16,36
Результурующие показатели				$\Sigma_n=32,5$	$\Sigma=2231$	$\Sigma_n=110,5$	$V_{cp}=20,19$

Скорость возрастает на 25,8%, расстояние перевозки увеличилось на 505 км., или на 29,2%. При этом доходы судоходной компании, как перевозчика, могут возрасти также приблизительно на 29%, а стоимость путёвки для пассажира приблизительно на 15%. Это произойдёт в следствие того, что увеличиваются только расходы судоходной компании в связи с увеличением дальности поездки, а расходы ресторана остаются неизменными, так как продолжительность рейса (6 суток) не увеличилась.

Таким образом, при работе транспортной компании на интересы пассажира – увеличении скорости, сокращении стоянок до разумного уровня, увеличении протяжённости линии (увеличении числа городов, экскурсий) существенно возрастают доходы судоходной компании, и главное возникает большая удовлетворённость пассажиров, а, следовательно, и конкурентоспособность речного флота. Отсюда – возможность в росте речных пассажирских перевозках – в увеличении сегмента речного флота на рынке пассажирских транспортных услуг.

Также для привлечения пассажиров на речной транспорт можно вспомнить дореволюционный опыт работы судоходных компаний. Тогда чисто пассажирского флота было очень мало, в основном суда были грузопассажирскими. Причём перевозили не только тарно-штучные грузы, но и грузы на колёсах – крестьянские гужевые повозки. В наше время этот опыт может быть реализован при перевозке личных автомашин, автобусов или даже средней грузоподъёмности грузовых автомобилей. Это позволит для клиентов осуществлять перевозки с высокой скоростью (на воде нет автомобильных «пробок»), меньшими затратами (перевозки речным транспортом в среднем дешевле автомобильных в 7 раз) и таким образом увеличить финансовые показатели судоходных компаний и конкурентоспособность речного транспорта.

Большие перспективы появляются при преобразовании судоходных компаний в транспортные, о чём также указывают классики менеджмента. Например, по предположению Т. Левита железные дороги США не сумели сохранить высокую конкурентоспособность и прибыльность именно потому, что их руководство определило свою миссию как железнодорожное, а не транспортное предприятие [2, с. 265]. Для отече-

ственных судоходных компаний преобразование в транспортные может реализоваться в приобретении грузовых автомобилей и автобусов. При этом становится возможным реализация принципа «от двери к двери» как в перевозке пассажиров, их багажа или сопутствующего груза. Кроме того, появляется возможность бороться с таким недостатком речного транспорта как сезонность, поскольку автомобили компании смогут осуществлять перевозки и в зимнее время. Особенно эффективными могут оказаться транспортные компании в районах с отсутствием железных дорог и автодорог с твёрдым покрытием.

*Заключение.* Речной транспорт ещё не исчерпал себя и при работе на клиента, преобразовании судоходных компаний в транспортные может значительно повысить свою конкурентоспособность, увеличить сегмент на рынке транспортных услуг страны.

**Список литературы:**

- [1] Шишкин А.А. Удачи и уроки навигации – 2011. Волго-Невский проспект. 30.12.2011. №26 (174) с.1-2.
- [2] Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. – М.: «дело», 1992. – 702 с. ISBN 5-85900-015-4