

УДК 656.2: 378

О ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ ТУРИЗМА В КОНТЕКСТЕ РЕФОРМИРОВАНИЯ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА

© 2007 В.А.Чернов

Дальневосточный государственный университет путей сообщения

В статье рассматриваются проблемы реформирования железнодорожного транспорта в сфере пассажирских перевозок в дальнем сообщении и, как один из вариантов решения многих этих проблем – это развитие железнодорожного туризма. К сожалению, сегодня Россия не имеет опыта развития туризма на железной дороге и, соответственно, не имеет специалистов для этого. В системе железнодорожного образования такие специалисты выпускаются, но они не востребованы в этой системе. Для повышения эффективности работы пассажирского комплекса необходимо внедрение новых технологий и создание новых продуктов, в том числе туристских, для чего требуется взаимодействие железной дороги и системы подготовки туристских кадров.

С момента создания в 2003 г. ОАО «Российские железные дороги» (РЖД) компания, по словам ее руководителя В. Якунина, имеет хорошую динамику развития, в том числе «удалось справиться со сложными тенденциями и выйти на параметры, которые позволят превзойти планировавшуюся прибыль». Но, несмотря на все усилия последних лет, сделать пассажирский комплекс не то, что доходным, но

даже просто окупаемым РЖД не удалось [5, 229].

В 2005 г. в целом убытки от пассажирских перевозок составили 48,4 млрд. рублей – это в обоих видах сообщения: дальнем и пригородном. Цифра меняется естественно год от года. В 2003 г. убытки дальнего следования были 36 млрд. рублей, в 2005 г. – 31 млрд. рублей. И такие результаты позволяют прогнозировать, что

в 2007 г. этот уровень будет – 27 млрд. рублей, а в 2008 г. – 25 млрд. рублей убытков от пассажирских перевозок [2].

В финансовом плане РЖД, утвержденном правительством на трехлетний период, убытки от пассажирских перевозок в дальнем следовании составят в 2007 г. – 27,3 млрд. руб., в 2008 г. – 25,2 млрд. руб., в 2009 г. – 22,6 млрд. рублей. Правительством принято решение о компенсации потерь в доходах от перевозок пассажиров в 2007 г. в размере 10,9 млрд. руб. (однако эта сумма покрывает лишь 40% убытков), в 2008 г. она будет увеличена до 16,4 млрд. рублей, и только начиная с 2009 г. планируется полностью компенсировать убытки от организации пассажирских перевозок из госбюджета [10]. Кроме того, в Федеральной целевой программе модернизации развития транспортных средств России объем финансирования на развитие и модернизацию российского пассажирского подвижного состава должен составлять от 18 млрд. рублей в 2006 г. до 35 млрд. в 2010 году. Плюс финансирование систем ремонта и сервисного обслуживания должно также составить от 3 млрд. в 2006 г. до 4,5 млрд. в 2010 г. [6]. К 2010 г. планируется создание Федеральной пассажирской компании дальнего сообщения, также будет создана дочерняя компания по вокзалам и сервису в пассажирском комплексе [2].

По данным РЖД, раньше 70% пассажиров приобретали билеты в плацкартные вагоны, а на долю СВ приходился всего лишь 1%. В 2004 г. доходность социально значимых плацкартных перевозок, которыми пользуются уже около 60% пассажиров, возросла лишь на 13,4%, что существенно меньше, чем рост доходов населения. Зато доходность перевозок в купейных вагонах и СВ, ориентированных на обеспеченных пассажиров, выросла на 24%, и именно эти перевозки сформировали большую часть доходов пассажирского комплекса в дальнем следовании [5]. По словам президента РЖД В. Якунина сегодня государством регулируется сегмент перевозок пассажиров в плацкартных вагонах, а цены на билеты в купейных и спальных вагонах отпущены: «Мы, безус-

ловно, будем стремиться к тому, чтобы вывести плацкартные вагоны из парка, так как их использование не соответствует уровню развития нашего общества. При этом мы будем стремиться к тому, чтобы цены в купейных вагонах не сильно отличались от цены плацкарта» [7].

Процент покрытия доходов в целом дальнего сообщения сегодня составляет 72,9% [2], поэтому перед РЖД стоит острая проблема в поиске того пассажира, который смог бы оплатить полностью свою поездку или принести железной дороге меньше издержек. А это, в основном, деловые люди и туристы, путешествующие группами. Бизнес-туристы, VIP-клиенты, деловые люди требуют не только высокого уровня предоставляемых услуг, но и значительного их количества. Туристы тоже нуждаются в качественном сервисе, за который и готовы платить.

Железные дороги – это идеальный вид туристского транспорта, скорость и комфорт которого позволяют удовлетворить самые разнообразные и самые взыскательные вкусы любителей путешествий. Как отмечают эксперты туристского рынка, поток иностранных туристов, желающих путешествовать по России поездом, ежегодно растет. Так, например, немецкая фирма «Лернидее», начав сотрудничество в 1995 г. с одного поезда, на 2005 г. уже заказывает 12 туров, что немало для небольшой Германии.

В России железные дороги пока сильно проигрывают в перевозке туристов другим видам транспорта. По данным Госкомстата в 2004 г. перевезено железнодорожным транспортом всего 98,2 тыс. туристов (в 2003 г. еще меньше – 82,1), что в 2,7 раза меньше чем морским (в 2003 г. – в 2,2), в 36 раз меньше по сравнению с внутренним водным транспортом, в 48 раз – автобусным, в 80 раз – воздушным [8, 33]. Это составило 0,6% всех перевезенных туристов. Сложилась такая ситуация из-за монопольного положения железной дороги на рынке, при котором проще было «отмахнуться» от предложений турбизнеса, чем пытаться сотрудничать и решать появляющиеся проблемы.

Основные претензии, предъявляемые к железной дороге, заключались в следующем:

- необоснованный и непрогнозируемый рост цен на проезд в купейных вагонах, достигавший в 2001 г. 162% (ведущие туроператоры заключают договоры с иностранными партнерами как минимум за полгода, а изменение цен происходит перед летним периодом, в результате чего турбизнес нес убытки);

- перенос сроков бронирования билетов под тургруппы за 45 суток с выкупом индивидуальных билетов на каждого туриста за 35 суток до даты поездки, т.е. на те сроки, когда реально группа еще не сформирована или иностранные туристы не получили еще визы на въезд в Россию;

- при аренде вагона или состава увеличивается стоимость проезда в нем;

- чрезмерно жесткие требования к техническому обеспечению при открытии касс туристскими фирмами.

А такие проблемы, как рост цен на основные услуги, входящие в турпакет, трудности с бронированием железнодорожных билетов, качество обслуживания на железнодорожном транспорте, были отмечены среди проблем, препятствующих развитию въездного туризма в России. Для выявления этих проблем Российским союзом туриндустрии был проведен экспертный опрос 115 работающих на въезд туроператоров в 27 регионах России. Но и к турбизнесу предъявлялись претензии о перепродаже, заранее забронированных мест в «горячий» сезон. Все это привело к тому, что групповые перевозки в общей структуре продаж РЖД составили не более 3%, и, как следствие, железная дорога в них была не слишком заинтересована.

В западных странах железнодорожники давно осознали насколько выгодно их положение в нише турбизнеса. Пионером в области железнодорожного туризма следует назвать компанию «Wagons-Lits». В начале прошлого века эта компания построила и ввела в эксплуатацию практически все классные именные маршруты, значительная часть из которых существует и в настоящее время – «Orient Express», «Blue Train», «Golden Arrow», «Transsiberien».

Маршруты поездов соединили Париж со Стамбулом, Москву с Владивостоком и др. В 1918 г. в России было национализировано более 160 классных вагонов, принадлежащих компании. После II Мировой войны компания стала расширять сферу своего обслуживания: началось строительство отелей, ресторанов и туристских агентств, тесно связанных с железной дорогой. Разработана целая стратегия привлечения туристов на эти маршруты, которые организуются с учетом развлекательных событий – соревнований, фестивалей, концертов известных артистов, увлекательных экскурсий в сочетании с высококлассным VIP-обслуживанием в поездке. Маршрутам создается исключительно высокий имидж. Пассажирам предоставляется отличное обслуживание, питание, в поезде есть казино, музыкальный салон, кинотеатр и др. Сегодня эта фирма является крупнейшей величиной в туристской индустрии [1].

Железнодорожный туризм популярен в США, ЮАР, Испании. Государственная железнодорожная компания Франции SNSF имеет туроператорскую фирму Vacans 2000, входящую в число 13 крупнейших турфирм Франции, на долю которых приходится 50% туристского рынка страны. Компания «Франтур», входящая в структуру Французских железных дорог, занимает третье место по объемам продаж среди конкурентов в своей стране. Туристов во Франции возят по внутренним маршрутам на скоростных поездах TGV (скорость до 300 километров в час), у компании свои гостиницы, рестораны, бюро по размещению в гостиницах и вокзальных бизнес-центрах.

На железных дорогах Германии при подразделении по пассажирским перевозкам создано отделение по путешествиям и туризму. Реализует оно как цельные маршруты с размещением в собственных гостиницах и экскурсиями на собственных автобусах, так и предлагает пассажирам «облегченные» пакеты услуг при покупке билета. Например, поезд плюс гостиница или поезд плюс футбольный матч [9].

Об этом говорит и В. Якунин: «Если вы возьмете железные дороги Японии, то увидите, что в этот холдинг входят не

только компании, занимающиеся перевозкой пассажиров и грузов, но и туристическая фирма, юридическое бюро, оператор отелей и так далее. То же самое вы увидите в Южной Корее, в других странах Азии, в Европе и в Америке» [4]. Это подтверждает то, что за три года руководство РЖД кардинально поменяло взгляд на туризм.

Реформа железнодорожного транспорта, проводимая в настоящее время в сфере пассажирских перевозок, ставит своей целью создание условий, обеспечивающих качественно новый уровень сервиса и услуг, предоставляемых пассажирам. Важная роль отводится развитию туристских перевозок, но в настоящее время участие РЖД в реализации туристских программ ограничивается в основном оказанием транспортных услуг для организации перевозок тургрупп: предоставлением мест в графиковых поездах или отдельных прицепных вагонов, а также специальных поездов, предназначенных для туристских поездок с использованием спальных мест (как базы размещения туристов на маршруте) и вагона-ресторана (как пункта питания). Однако такая форма сотрудничества с туристическими компаниями не в полной мере устраивает РЖД. Железная дорога, предоставляя плацкартные места для туристов, несет убытки, а компании-организаторы, оказывающие другие виды услуг в турпакете (гостиницы, экскурсии и т.п.), получают основной доход от реализованных в комплексе программ. Таким образом, сегодня потенциал РЖД работает в интересах стороннего бизнеса и упускает собственную коммерческую выгоду.

Идея развития железнодорожного туризма предполагает создание с участием РЖД эффективной бизнес-структуры, основными задачами которой будут самостоятельное продвижение на рынке собственных железнодорожных туристских маршрутов в комплексе (перевозка, бронирование гостиниц, экскурсионное обслуживание и прочее), привлечение инвестиций в строительство новых вагонов, создание специальных туристских поездов [4].

К сожалению, осознание необходимости развития туризма на железной дороге не в полной мере охватило руководство

подразделений РЖД. К тому же туристская деятельность зачастую не предусмотрена нормативными документами РЖД. Сегодня ни один нормативный документ, который регулирует порядок бронирования групповых перевозок, не содержит понятия «железнодорожный туризм» или «перевозка туристов». Как правило, понимание туризма сводится к созданию небольших турфирм для отправки своих работников в поездку в отпуск или на отдых. О комплексном развитии туризма и создании соответствующей инфраструктуры речи пока не идет. Те ответственные работники, в ведении которых находится или может находиться развитие туризма на железной дороге или содействие этому, не имеют комплексного представления о туризме.

Использование рыночного потенциала и существующих технологий по формированию и продвижению собственных туристских продуктов, основанных на высочайшем уровне комфорта с применением современных сервисных технологий, позволит в несколько раз увеличить доход, образующийся сегодня исключительно от предоставления в аренду специальных поездов и вагонов. В то же время, современный туризм предъявляет более высокие требования к уровню комфорта в вагонах по сравнению с тем, что предлагается на российском рынке транспортных услуг, а значит, необходимы инвестиции в строительство специальных вагонов туристского класса и средства в развитие соответствующей инфраструктуры на железнодорожных туристских маршрутах [4].

Сегодня из десяти вузов путей сообщения только четыре ведут подготовку специалистов по сервису и туризму: это Московский, Ростовский, Сибирский и Дальневосточный. В основном она осуществляется в СибГУПСе в составе факультета «Мировая экономика и право». Как правило, выпускники этого направления не востребованы железной дорогой. В соответствии с этим и вузы относятся к данной специальности как к второстепенной, побочной, которая существует только из-за большого спроса среди абитуриентов и подготовка таких специалистов дает вузу возможность заработать.

Практически отсутствуют реальные разработки по железнодорожному туризму и, в основном, они осуществляются только по инициативе самих кафедр, а не структурных подразделений железной дороги. Железная дорога не использует по назначению специалистов по сервису и туризму, подготовленных в рамках железнодорожных вузов. В результате этого она не может сегодня увеличить доход за счет создания востребованного турпродукта. Иностранные туристы, путешествующие по Транссибу, основной доход приносят не железной дороге, а иностранным туроператорам, умеющим организовать высококлассную и востребованную поездку с высоким уровнем сервиса. Информацию о поездке по Транссибу иностранец может найти сегодня только у иностранных туроператоров. Железная дорога до сих пор одна из самых «закрытых» транспортных систем. Помимо отсутствия информации, отсутствуют и сопутствующие сувениры, за счет которых железная дорога может увеличить как свою привлекательность, так и доходность поездки. Все эти и многие другие проблемы в комплексе в состоянии решать специалисты по туризму.

Пока мы думаем, как использовать железную дорогу в целях туризма, популярность Транссиба не дает покоя другим странам. В январе 2007 г. в местности Улясутай аймака Силигол приграничного автономного района Внутренняя Монголия (КНР) состоялось совещание по открытию новой линии железной дороги, которая должна соединить Европу с Азией. МОНЦАМЭ передало, что в совещании участвовали представители китайского аймака Силигол, важного китайского города-порта на восточном побережье Цзиньчжоу (провинция Ляонин), а также Министерства путей сообщения, транспорта и туризма Монголии и руководители трех монгольских аймаков. Появление железнодорожного участка от морского порта Цзиньчжоу до китайского КПШ на границе с Монголией, протяженностью 857 километров, и далее до Чойбалсана может означать и начало строительства нового железнодорожного суперкоридора в продольном направлении, альтернативного

российскому Транссибу. Новая магистраль, безусловно, повысит международное значение Монголии как транзитной страны на важнейшем трансконтинентальном направлении и, соответственно, снизит международное значение Транссиба [3].

Сегодня необходимо только самое малое. Повернуть взгляд железной дороги на скрытые возможности, которые находятся во взаимодействии железной дороги и работы тех кафедр, которые готовят специалистов по туризму пока еще, в основном, «на сторону».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Биржаков М.Б.* Индустрия туризма: перевозки / М.Б. Биржаков, В.И. Никифоров. – 3-е изд., перераб. и доп. – СПб.: Герда, 2007. – 528 с.
2. *Латидус Б.М.* Стратегия и перспективы реформы пассажирского комплекса ОАО «РЖД». – Режим доступа: http://rzd-tour.ru/cont/public/22/load_news_72
3. Монголы с китайцами замышляют альтернативный Транссибу железнодорожный коридор из Азии в Европу? // в Отпуск.ру: новости туризма. – Режим доступа: <http://www.votpusk.ru/print/news.asp?msg=108542>
4. *Акулова М.* Об итогах летней пассажирской кампании 2006 года: пресс-папка к брифингу вице-президента ОАО «РЖД» – Режим доступа: <http://www.rzd.ru>
5. *Романенко Л.П.* Реформирование железной дороги в контексте требований современного пассажира / Л.П. Романенко, В.А. Чернов. // Современные технологии – железнодорожному транспорту и промышленности – Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2006. – Т.1. – С. 229-233.
6. *Саакян Ю.З.* Особенности состояния и реформирования пассажирского комплекса дальнего следования. – Режим доступа: <http://rzd-tour.ru/cont/public>
7. Самый удачливый реформатор: интервью президента ОАО РЖД В. Якунина журналу «Эксперт». – Режим доступа: <http://www.preemniki.ru/news/513/>
8. Туризм в цифрах. 2005: стат. сб. / ИИЦ «Статистика России»; Российский союз туристической индустрии. – М.: Статистика России, 2006. – 63 с.

9. Чернов В.А. Взаимодействие железной дороги и турбизнеса // Современные технологии – железнодорожному транспорту и промышленности. – Хабаровск: Изд-во

ДВГУПС, 2006. – Т.1. – С. 223-229.

10. Якунин В.И. Никакого безумного роста цен можно не опасаться // Московские новости 22 ноября 2006 г.

CONCERNING PREPARATION OF TOURIST SPECIALISTS IN THE CONTEXT OF RAILWAY SYSTEM REFORMING IN RUSSIA

© 2007 V.A. Chernov
Far Eastern State Transport University

In the article the problem of reforming long way passenger's railway system is reviewed. One way of solution of this problem would be the development of railway tourism.

Unfortunately Russia doesn't have enough experience in developing railway tourism and correspondingly doesn't have enough well educated specialists in this field. There are some students of this profession graduating from railway universities, but they do not have successful career. In order to raise the efficiency of the whole train service it is necessary to introduce new technologies and develop new tourist products. Therefore it is very important to coordinate the education of students for railway system and for tourist business.