

В связи с тем, что увеличение инфраструктурной составляющей тарифа недопустимо с народнохозяйственной точки зрения встает вопрос о необходимости уменьшения себестоимости перевозок в части расходов по содержанию в исправном состоянии постоянных устройств и их обслуживанию. Из экономической теории транспорта известно, что среди прочих факторов на уровень себестоимости перевозок оказывает влияние техническая оснащенность (тип верхнего строения пути, вид тяги, количество сортировочных устройств, тип связи между подвижными и неподвижными объектами) и степень заполнения пропускной способности. По расчетам многих авторов при изменении грузонапряженности на 1 % себестоимость перевозок снижается на 0,7 %, а для инфраструктурной составляющей данное соотношение значительно выше. Из сказанного следует, что при формировании тарифной политики государство должно стимулировать наиболее полное и эффективное использование инфраструктуры железнодорожного транспорта с помощью применения экономически обоснованных скидок с величины инфраструктурной составляющей тарифа на перевозку груза.

Повышение грузонапряженности на железнодорожном транспорте возможно за счет привлечения дополнительных перевозок, что обеспечивает экономию средств на масштабе производства. Это будет также иметь и внетранспортный эффект за счет развития транспортных коридоров. Эффективность использования инфраструктуры железных дорог зависит также от величины удельных затрат на содержание постоянных устройств, которая находится в обратной зависимости от коэффициента использования грузоподъемности вагона, что вызывает необходимость установления степени зависимости расходов по содержанию пути от величины осевых нагрузок. Данные многочисленных исследований свидетельствуют, что увеличение нагрузки на вагон приводит к сокращению затрат по содержанию верхнего строения пути.

Современные методы организации вагонопотоков, в том числе маршрутизация перевозок, позволяют сократить затраты труда и финансовых ресурсов железнодорожных станций в результате сокращения количества переработок вагонопотоков на технических станциях. Установленные в ходе различных исследований зависимости себестоимости содержания инфраструктуры железных дорог являются основой для формирования экономически обоснованных скидок с тарифа за использование инфраструктуры и его дифференциации в зависимости от названных факторов.

Реализация принципа недискриминационного доступа к инфраструктуре через реструктуризацию вертикально интегрированной компании нейтрализует ряд входных барьеров в отрасль и приводит к необходимости использования таких методов регулирования деятельности перевозочных компаний, использующих инфраструктуру, как лицензирование, сертификация, гибкая тарифная политика.

В целях тарифного регулирования возможно использование рейтинговых технологий, позволяющих осуществлять мониторинг деятельности перевозочных компаний с точки зрения эффективности использования инфраструктуры. Ранжирование перевозочных компаний по соответствующим показателям эффективности позволяет предоставлять им экономические обоснованные скидки с тарифа, дифференцированные в зависимости от принадлежности компании к той или иной категории.

Такой подход позволит создать оптимальные с точки зрения развития конкуренции условия функционирования грузовых перевозочных компаний, которые с одной стороны будут стимулировать эффективное использование инфраструктуры железной дороги, с другой стороны будут способствовать формированию факторов повышения конкурентоспособности компании на рынке услуг по перевозке грузов, что находится в полном соответствии с теорией эффективного функционирования отраслевых рынков. Статья носит постановочный характер и не рассматривает все проблемы совершенствования тарифной политики на железнодорожном транспорте.

УДК 652.2.072 : 338.488.1

В.А. Чернов

Дальневосточный государственный университет путей сообщения
Хабаровск, Россия

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ЖЕЛЕЗНОЙ ДОРОГИ И ТУРБИЗНЕСА

Статья посвящена вопросам современного состояния взаимодействия железнодорожного транспорта и туристской отрасли, проблемам в работе туристских фирм при организации железнодорожной транспортировки туристов, рекомендациям по повышению эффективности в работе железной дороги в перевозках туристов (на материалах конкретных социологических исследований).

В результате административной реформы 2004 г., которая перекроила Правительство Российской Федерации и создала новые органы управления, как транспортной отраслью экономики, так и туристской, возникла необходимость в налаживании межотраслевой координации, согласовании приоритетов на уровне новых органов власти и самой туриндустрии.

Такие встречи в 2004 г. проходили на расширенном заседании Комитета по экономической политике, предпринимательству и туризму Госдумы РФ, в ОАО «Российские железные дороги» (РЖД), в Петербурге на международном семинаре "Железные дороги как средство международного культурного обмена и туризма".

В связи с изменением технологии оформления групповых поездок для туристских¹ фирм в РЖД под председательством начальника Департамента дальних пассажирских перевозок прошла встреча с представителями турбизнеса. К сожалению, как было отмечено на встрече, предложения со стороны турбизнеса железной дорогой в связи с монопольным положением не были учтены. Такие действия со стороны железнодорожной отрасли, как рост потребительских цен на ж/д билеты по проезду в купейном вагоне скорого нефирменного поезда дальнего следования в 2001 году на 162,5 %, в 2002 – 130,8 %, а в 2003 – 125,2 %, привели к опережающему росту стоимости условного турпакета на внутреннем рынке по сравнению с зарубежными турами, что стимулирует развитие выездного туризма, а не внутреннего, а перенос сроков бронирования билетов под тургруппы за 45 суток с выкупом индивидуальных билетов на каждого туриста за 35 суток до даты поездки – вообще неприемлема для организации туристских продаж, особенно при организации выездного туризма, так как у иностранного туриста к этому времени нет даже визы для въезда в Россию.

Были высказаны претензии и к постоянному ужесточению требований к техническому обеспечению и даже дизайну точек по продаже ж/д билетов, которые отражены в новой редакции «Положения о комиссии по рассмотрению обращений сторонних организаций об открытии пунктов продаж железнодорожных проездных документов». Практическое введение такого порядка и закрытие касс, не отвечающих названным требованиям, вызывает очередной кризис на рынке продажи ж/д билетов по линии турфирм. А в регионах эти требования могут быть и не преодолены.

Все это привело к тому, что групповые перевозки в общей структуре продаж РЖД составили не более 3%, и, как следствие, железная дорога в них не слишком заинтересована. Как резонно заметили туроператоры на данной встрече, при таком подходе доля этих продаж и дальше будет уменьшаться, а не увеличиваться.

Подобные вопросы к железнодорожникам со стороны турбизнеса возникают во всех регионах, где есть железная дорога. В Иркутске по инициативе Сибирской Байкальской ассоциации туризма (СБАТ) состоялся круглый стол с транспортниками, на котором также были затронуты вопросы о неудобной системе бронирования железнодорожных билетов, постоянной «занятости» линии справочной службы на ВСЖД, недостаточном времени работы международных касс, нехватке прицепных вагонов для поездов.

¹ Здесь и далее по тексту используется термин «туристский» в соответствии с Законом «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.96 № 132-ФЗ, а не «туристический», который применяется в некоторой литературе.

В августе 2004 было проведено анкетирование хабаровских турфирм для изучения проблем в сотрудничестве Дальневосточной железной дороги с туристским бизнесом края. Анкетирование проводилось дирекцией по обслуживанию пассажиров ДВЖД совместно с кафедрой «Социально-культурный сервис и туризм» ДВГУПС.

Из 49 хабаровских турфирм, которые были выбраны для анкетирования (те, кто работает не первый год и могли иметь опыт работы с железной дорогой), 8 компаний ответили, что не сотрудничают с российскими железными дорогами, 7 фирм не находилось по указанному адресу (применялись данные по состоянию на 01.01.2004), или в помещении никого не было и 3 компании отказали.

Из 31 компании любезно согласившейся ответить на вопросы анкеты занимаются:

- выездным туризмом – 27;

- въездным – 10;

- внутренним – 20 (из них 8 работают как на прием, так и отправку российских туристов).

9 компаний, из тех, что работают на въезд (иностранцев) и прием (российских), приняли более 5 820 туристов (в анкетах указывался минимум), т.е. в среднем по 650 человек. 26 компаний направили на российские и зарубежные маршруты более 39 800 хабаровских туристов, что составило в среднем по 1 530 человек на одну турфирму.

13 100 туристов двадцати одной туркомпанией использовали железнодорожный транспорт, что составило 45 % от количества всех туристов этих компаний.

26 компаний отправляют своих туристов по железной дороге из Хабаровска, 5 – из Москвы и Санкт-Петербурга, 9 – из других городов (7 – из Приморья).

Только одна компания не приобретает для своих туристов железнодорожные билеты, туристы еще 7 компаний также сами покупают билеты. Основные проблемы в приобретении железнодорожных билетов для туристов заключаются в:

- отсутствии билетов в горячий сезон – 12 ответов;

- бронировании билетов – 10 ответов;

- оформлении групповых билетов, отсутствии специализированной кассы – 7;

- сложности работы с индивидуальными туристами – 4;

- высоких сборов за бронирование и переоформление билетов, отсутствии групповых скидок – 3.

Нет проблем с приобретением железнодорожных билетов только у двух компаний.

29 компаний выразили положительное мнение о реализации ж/д билетов через турагентства, у 17 из них имеется опыт реализации авиаби-

летов и билетов на другие средства транспорта. Это было бы удобно для туристов – получить в одном месте и путевку и билет.

24 фирмы занимаются во время каникул организацией поездок школьников, 14 – студенческими, и только три компании не делают ставку на каникулярное время.

Предпочтительными железнодорожными турами для иностранных туристов, по мнению руководителей хабаровских туркомпаний, являются: Байкал – 23, Комсомольск-на-Амуре – 14, путешествие по Транссибу – 12, поездка в Харбин, Владивосток – по 6. Для российских же туристов предпочтительнее Приморье – 28, Байкал – 8, Москва – 7, поездка в Китай – 6, другие города – 9.

23 руководителя туркомпаний считают привлекательными из «хорошо забытых» туристских поездок однодневные поездки («поезда здоровья» и т.п.); 14 – длительные маршруты по городам; 13 – двухдневные маршруты выходного дня (Владивосток, Комсомольск-на-Амуре, Благовещенск).

Для развития железнодорожного туризма 2/3 руководителей компаний считают необходимым повышение уровня сервиса в поездах и на станциях, 3/5 – улучшение технического оснащения вагонов, и также 3/5 – хорошую рекламу и программу пребывания туристов.

Что касается сервиса и комфорта в поезде, то, как ни парадоксально улучшение его, в основном, не связано с капитальными затратами – это:

- претензии к уровню знаний и культуры персонала – 7;
- чистота и качество уборки вагона и туалетов – 6;
- качество питания в поезде – 6;
- сервис в поезде – 4;
- работа кондиционера – 8;

На устранение следующих претензий может потребоваться больше затрат:

- оборудование душа – 7;
- переоборудование туалетов – 4;
- комфортабельность вагонов.

Несмотря на большое количество претензий к железной дороге, все же руководители турфирм (26 из 31) считают, что у Дальневосточной железной дороги есть потенциал для развития железнодорожного туризма, и он связан с:

- повышением комфорта, уровня сервиса – 5;
- привлечением молодых специалистов в этой области – 5;
- тем, что поезд был и остается одним из дешевых видов транспорта – 3;
- нарастающим потоком туристов – 3;
- снижением цен, особенно на фирменные поезда – 2.

Две трети руководителей готовы к долгосрочному сотрудничеству с Российской железной дорогой с пожеланиями и предложениями:

• создать при ДВЖД Совет по туризму с привлечением турфирм или Турцентр в ДВЖД, регулярные совещания и встречи с руководителями турфирм, разработать программы для российских и иностранных туристов – 11;

- наладить систему бронирования для турфирм – 10;
- ввести скидки для групп, руководителей групп, бонусы турфирмам, снижение стоимости брони – 7;
- улучшить технологию продаж билетов – 7;
- организовать отдельную кассу для иностранцев и турфирм или аккредитацию при кассах – 5;
- разработать возможность просмотра расписания движения поездов в режиме on-line;
- достроить вокзал.

Данное анкетирование показывает большую заинтересованность турфирм в сотрудничестве с железной дорогой.

В последнее время в связи с реформированием путем выделения дальних пассажирских перевозок в самостоятельную Федеральную пассажирскую компанию (ФПК) и сама РЖД стремится активно менять свои приоритеты, так как этот вид перевозок приносит ей пока только убытки.

В будущем ОАО "РЖД" планирует создать центр коммерческих перевозок и туризма, который будет оказывать полный комплекс услуг для организации железнодорожных путешествий на специализированном подвижном составе. "Наступает эра не только транспортных коридоров международного грузового движения, но и международных туристских коридоров", - считает первый вице-президент ОАО "РЖД" Хасян Зяби-ров. Поэтому брендом ОАО "РЖД" должны стать не только качество и динамизм грузовых и контейнерных перевозок, но и международный железнодорожный туризм по самым протяженным железным дорогам мира – Российским железным дорогам".

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 году с одного поезда, на 2005 год 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 2003 году перевезено железнодорожным транспортом всего 82,1 тыс. туристов, что в 2,2 раза меньше чем морским, в 71,8 по сравнению с автобусным, 81,6 – воздушным.

Создание единого органа управления туристскими перевозками, в ведении которого должны быть все вопросы их организации, позволит качественно изменить уровень железнодорожных туристских перевозок. В оперативное подчинение этому Центру должны быть переданы отделы, занимающиеся туристскими перевозками в Дирекциях (уже существующие, а также вновь создаваемые там, где в этом имеется потребность), в дальнейшем – Региональные Центры коммерческих перевозок, как это предусмотрено концепцией реформ пассажирского хозяйства.

Реализация железнодорожных туристских путешествий связана также со строительством пунктов длительного отстоя поездов и их снабжения средствами жизнеобеспечения. Организация стоянок экскурсионных поездов – рентабельное вложение инвестиций: как показывает опыт, затраты на капитальные работы окупаются в крупных туристских центрах за один-два года. Туристский поезд даже из шести вагонов уже рентабелен.

Также представляется актуальным создание специального туристского поезда экстра-класса - "отеля на колесах", состоящего из вагонов повышенной комфортности, салонов, вагонов-ресторанов, вагона-бара, вагона-прачечной и т. д. "Подобный поезд, несомненно, будет востребован и популярен у туристов, особенно на дальних маршрутах, – считает первый вице-президент ОАО "РЖД" Хасян Зябиров. Однако его строительство потребует больших капитальных затрат. В этой связи ОАО "РЖД" готово рассмотреть предложения о долевого участия в создании такого поезда".

В современном мире для процессов становления новых организационных форм (глобальных объединений и стратегических альянсов) в индустрии туризма характерна тенденция проникновения предприятий транспорта в сферу деятельности туристских фирм. Значительное количество авиакомпаний не только за рубежом, но и в России организовало туристские предприятия.

В западных странах железнодорожники давно осознали, насколько выгодно их положение в нише турбизнеса. 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, в 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.

А между тем для выделяющейся в перспективе из отраслевой структуры Федеральной пассажирской компании организация собственных туристских поездов могла бы стать одним из источников дополнительных доходов. Специалистов для этого направления уже начали готовить транспортные вузы, в том числе кафедра социально-культурного сервиса и туризма Дальневосточного государственного университета путей сообщения. В 2005 году 9 выпускников кафедры получили дипломы.

УДК 656.2.072

Л.П. Романенко, В.А. Чернов

Дальневосточный государственный университет путей сообщения
Хабаровск, Россия

РЕФОРМИРОВАНИЕ ЖЕЛЕЗНОЙ ДОРОГИ В КОНТЕКСТЕ ТРЕБОВАНИЙ СОВРЕМЕННОГО ПАССАЖИРА

Статья отражает вопросы реформирования РЖД, состояние сервисного обслуживания пассажиров в поездах дальнего следования по материалам социологических исследований, проведенных студентами в период производственной практики.

С момента создания в 2003 году ОАО «Российские железные дороги» (РЖД) компания, по словам ее руководителя Владимира Якунина, имеет хорошую динамику развития, в том числе «удалось справиться со сложными тенденциями и выйти на параметры, которые позволят превзойти планировавшуюся прибыль».

Ход реформирования крупнейшей российской транспортной компании стал темой обсуждения Президента России Владимира Путина с министрами. По плану реформирования к 2007 году из РЖД должна выделиться самостоятельная Федеральная пассажирская компания (ФПК). Но, несмотря на все усилия последних лет, сделать пассажирский комплекс не то, что доходным, но даже просто окупаемым РЖД не удалось. Только в 2004 году дальние пассажирские перевозки принесли убытки в размере 30 млрд. рублей.

До сих пор убытки по пассажирским перевозкам РЖД покрывает за счет перекрестного субсидирования – доходов, полученных от грузовых перевозок. Покрытия же убытков и даже отдельного субсидирования самостоятельной от РЖД компании, на 100 % принадлежащей государству, в федеральном бюджете на 2006 год не предусмотрено.

Следовательно, одной из основных задач, которые необходимо решить до создания ФПК, является определение тех мероприятий, которые без значительных вложений в отрасль могли бы уже в ближайшее