

Специфика и проблемы сервиса на железных дорогах

Ефимова Г.Н.

В статье автор анализирует особенности и проблемы оказания потребительских услуг на железнодорожном транспорте, динамику совершенствования качества обслуживания пассажиров в поездах разного класса.

Ключевые слова: железнодорожный транспорт, транспортная услуга, пассажир, сервис.

The article studies specifics and challenges concerned with consumer services on railways and the dynamics of improving the passengers servicing on trains of various classes.

Key words: railways, transport service, passenger, service.

Исторически ведущую роль в транспортной системе России занимает железнодорожный транспорт. Это связано с необходимостью преодоления огромных пространств территории страны, обеспечением массовых перемещений на большие расстояния.

Надежность и своевременность поездки являются основными критериями оценки качественного обслуживания пассажиров. Движение пассажиров по расписанию без нарушения регулярности создает условия гарантированной поездки населения во все времена.

Рельсовый пассажирский транспорт обладает очень важными преимуществами экономического и экологического характера и столь высокими показателями безопасности, что, без всякого сомнения, в России он сохранит свою конкурентоспособность не только в ближайшие 10–15 лет, но и в более далекой перспективе.

Основными факторами, влияющими на выбор вида транспорта для пассажирских перевозок, являются: цель поездки пассажира, продолжительность следования, стоимость поездки, удобство расписания, качество обслуживания на вокзалах и в пути следования, комфортабельность подвижного состава и безопасность перемещения.

В специализированной литературе, отражающей работу железнодорожного транспорта, можно найти интересные публикации опросов потенциальных пассажиров, которые показывают, что 40% респондентов отдают предпочтение железной дороге, авиаперевозкам — 28%, автомобильному транспорту — 13%, водному — 16%, иному — 6%. Результаты видны из следующей диаграммы (рис.1).

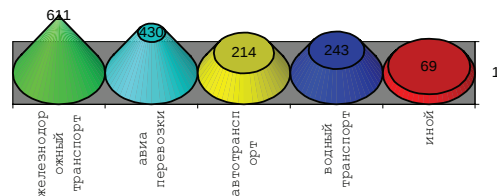


Рис.1. Предпочтения респондентов по видам транспорта для путешествия

При выборе вида транспорта потенциальные пассажиры определяющим фактором называют комфорт — 40%, затем стоимость проезда — 37% и надежность транспорта — 5%. Для 6% определяющим при выборе вида транспорта является возможность сэкономить время.

Другими соображениями руководствуются 2% опрошенных.

Эти результаты представлены на следующей диаграмме (рис.2).

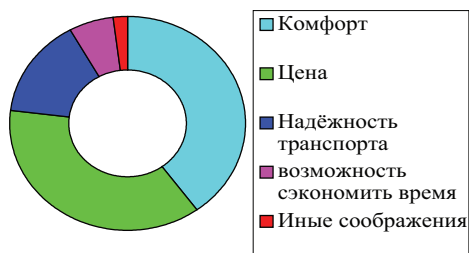


Рис.2. Оценка потребительских предпочтений при выборе вида транспорта для путешествия

В экономической отраслевой литературе анализируются различные модели выбора потребителями для поездок того или иного вида транспорта. В научных трудах профессора В.Г. Галабурды приводятся математические методы выбора вида транспорта для пассажирских перевозок.

Сущность любого продукта определяется его полезностью. Так, железная дорога может успешно функционировать при условии, что она постоянно создает ценность для пассажиров, работников железнодорожного транспорта, линейных предприятий, предприятий-поставщиков и общества в целом.

Потребность населения в перемещении связана с трудовой деятельностью, учебой, бизнесом, отдыхом, лечением, туризмом, социальной активностью и другими целями. Перемещение является одной из первоочередных потребностей жизнедеятельности человека. Потребности населения в перевозках определяются во времени и по направлениям движения поездов как в пригородном, так и в дальнем сообщении. По результатам ежегодных выборочных обследований пассажиров на Московском железнодорожном узле, распределение пассажиропотоков по целям поездок в пригородных перевозках (зимний период в рабочие дни недели) показывает, что 76% пассажиров совершали свои поездки в учебно-трудовых и производственных целях, а 24% — с культурно-бытовыми

и прочими целями. В дальнем сообщении 57% пассажиров совершали свои поездки с учебно-трудовыми целями, а 43% — с культурно-бытовыми и прочими целями. В летний период эти соотношения по целям поездок изменяются как в пригородном, так и в дальнем сообщении в сторону увеличения числа поездок с рекреационными целями, в основу которых входят поездки на отдых, лечение и на дачу.

В настоящее время ряд известных российских экономистов транспорта, в том числе ученые МИИТа В.Г. Галабурда и А.В. Орлов, со ссылкой на научные труды по экономике железнодорожного транспорта известного ученого второй половины XIX в. А.И. Чупрова, убедительно доказывают, что транспорт не производит вещественной продукции, а лишь оказывает услуги по ее продвижению в сфере обращения.

Для обеспечения терминологического единства в обозначении понятий транспортного обслуживания и их толкования разработаны и утверждены государственный стандарт ГОСТ Р 51006-96 «Услуги транспортные. Термины и определения» и государственный стандарт ГОСТ Р 51004-96 «Услуги транспортные. Пассажирские перевозки. Номенклатура показателей качества».

В указанных стандартах применяются следующие термины.

Транспортная услуга — полезный результат деятельности ее исполнителя по удовлетворению потребностей пассажира, грузоотправителя и грузополучателя в перевозках в соответствии с установленными нормами и требованиями.

Предоставление услуги — деятельность исполнителя, необходимая для обеспечения услуги.

Исполнитель транспортной услуги — физическое или юридическое лицо, являющееся стороной договора перевозки, которое предоставляет услуги.

Потребитель транспортной услуги — физическое или юридическое лицо, являющееся стороной договора перевозки, которое использует услугу.

Пассажир — физическое лицо, имеющее договор перевозки (билет).

Пассажирские перевозки — транспортные услуги по перемещению пассажиров, связанные с безопасностью, своевременностью и комфортом перевозки пассажиров, а также с сохранностью багажа.

Транспортное обслуживание — процесс предоставления транспортных услуг потребителям в соответствии с установленными нормами и требованиями.

Сопутствующая услуга — услуга, предоставляемая пассажиру, грузоотправителю или грузополучателю организациями транспортного комплекса или гражданами-предпринимателями, непосредственно не связанная с перевозкой.

Показатель качества транспортной услуги (обслуживания) — количественная характеристика одного или нескольких потребительских свойств услуги (обслуживания), составляющих ее качество.

Комфортность перевозок пассажиров — характеристика транспортной услуги, обуславливающая создание необходимых условий обслуживания и удобства пребывания пассажиров на транспортном средстве в начальных, конечных, транзитных пунктах в соответствии с установленными нормами и требованиями.

Уровень качества транспортных услуг — относительная характеристика качества предоставляемых транспортных услуг, основанная на сравнении значений показателей качества оцениваемой услуги с базовыми значениями соответствующих показателей.

Как и любой другой, транспортной услуге присущи те же отличительные характеристики: неосязаемость, несохраняемость, неотделимость от источника и непостоянство качества, доказывающие невещественную основу услуг.

В трудах ученых МИИТа Иловайского Н.Д., Киселева А.Н. и Николашина В.М. под транспортным продуктом понимается совокупность вещественных (товары) и невещественных (услуги) потребительных стоимостей, необходимых для удовлетворения потребностей населения в совершении ими

поездки из одного места в другое. Такой продукт — понятие интегрированное, оно включает в себя физические транспортные объекты (поезд, вагон, место) и транспортные услуги. В комплексном виде транспортный продукт включает в себя основной, сопутствующий, дополнительный и продукт в широком смысле этого слова. В теории сервиса любой продукт, в т.ч. транспортный, — это комбинация разных услуг и товаров, решающая проблемы потребителя.

Поэтому под транспортным продуктом понимается результат труда производственных сфер деятельности многих служб и подразделений железнодорожного транспорта, созданный для продажи (обмена) и предназначенный для использования пассажирами при совершении поездки из одного места в другое. Примером транспортного продукта может быть обслуживание пассажиров в поезде, который имеет три уровня представления: обслуживание по замыслу или назначению, обслуживание в реальном исполнении и обслуживание с подкреплением. Для обеспечения высококачественного обслуживания пассажиров в пути следования должна соблюдаться техническая адекватность транспортной услуги социально - культурному сервису. Поэтому технико-эксплуатационная характеристика вагона, как материальная среда обслуживания должна учитывать желания и потребности платежеспособных пассажиров — как на текущий период времени, так и на перспективу. Отклонения и нарушения, как в исполнении, так и в техническом, технологическом и гумани-

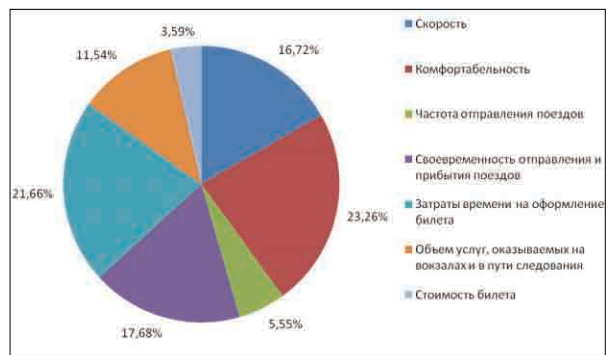


Рис.3. Наиболее значимые для пассажиров качественные характеристики транспортного обслуживания

тарном обслуживании, наносят непоправимый ущерб системе транспортного сервиса и престижу перевозчика в целом.

Важнейшими показателями потребительских свойств транспортного продукта являются скорость, комфортабельность транспортного средства, удобство поездки, быстрота оформления проездных документов и регулярность движения и др. Выборочное обследование пассажиропотоков на железнодорожном транспорте показывает значимость пассажиров качественных характеристик транспортного обслуживания (%):

Скорость	6,72
Комфортабельность	23,26
Частота отправления поездов	5,55
Своевременность отправления и прибытия поездов	17,68
Затраты времени на оформление билета	21,66
Объем услуг, оказываемых на вокзалах и в пути следования	11,54
Стоимость билета	3,59



Рис.4. Структура уровня сервиса

В условиях рыночных отношений и повышения конкуренции на транспортном рынке существенно возрастает влияние уровня качества транспортного обслуживания. Качество транспортной услуги — это совокупность свойств и признаков, характеризующих назначение, особенности, полезность и способность удовлетворять определенные потребности пользователей в перемещении. При этом более низкая цена перевозки может восприниматься пользователем как признак низкого качества транспортного обслуживания.

Качество обслуживания пассажиров зависит от организации транспортного процесса, конструктивных особенностей и технического состояния используемого подвижного состава, развития маршрутной сети и других факторов. Качество обслуживания оценивается наличием претензий пассажиров к обслуживанию на вокзалах и в пути следования. При обследовании пассажиров дальнего следования на железнодорожном транспорте выявлено свыше 100 видов претензий: несвоевременное отправление и прибытие поездов, несоответствие обслуживания предлагаемой категории поезда, типа вагонов, места размещения пассажира, даты отправления поезда реальному спросу, другие. Претензии к техническому и санитарному состоянию вагонов составили 44,7%, организации питания в пути следования — 29,5, комфортабельности поездки — 24%, прочие причины — 1,8%. Среди претензий к обслуживанию на начальных станциях больше всего жалоб на нехватку мест в зале ожидания и на недостаточное внимание работников вокзала к нуждам пассажиров.

Таким образом, успешная деятельность железных дорог во многом будет зависеть от уровня предлагаемого сервиса. Сервисная транспортная услуга — результат деятельности исполнителя транспортной услуги по удовлетворению потребностей пассажиров в период появления потребности и совершения поездки. Услуга в широком понимании этого слова, как и товар, имеет несколько уровней и подразделяется на основную, сопутствующую и дополнительную (рис.4). Все эти составляющие услуги связаны между собой и должны рассматриваться во взаимосвязи с основной определяющей услугой.

Основная услуга в транспортном обслуживании — то перемещение пассажиров из одного пункта отправления в другой. При этом пассажир покупает место для проезда в одном из типов вагона и обслуживание в нем.

Сопутствующие услуги необходимы для того, чтобы наилучшим образом использовать основную услугу. Как правило, сопутствующие услуги не существуют отдельно от основной. К ним относятся информационные услуги, про-

даже проездных билетов, доставка их на дом или на работу потребителю, услуги в пути следования (постельное белье, чай и кондитерские изделия, кондиционирование и отопление вагона и др.). Сопутствующие продукты необходимы для представления основного на целевом транспортном рынке.

Дополнительными являются услуги, придающие основной дополнительную выгоду, большую привлекательность и помогающие отличить данную услугу от конкурирующих с ней. Например, это телекоммуникационные услуги, обеспечение пассажиров свежей прессой и журналами, услуги питания и др. Дополнительные продукты могут оказать помощь при позиционировании в целом транспортного продукта.

Услуга в расширенном толковании включает в себя доступность перевозки, ее общую атмосферу, легкость общения пассажиров с обслуживающим персоналом как очно, так и по внутрипоездной связи, их участие в процессе обслуживания и взаимодействие пассажиров между собой. Эти факторы вместе с основной, сопутствующими и дополнительными услугами и составляют понятие «расширенный продукт». Расширенное толкование продукта включает то, что предлагается потребителю, и то, как это предлагается.

Таким образом, транспортное производство услуг является особой деятельностью по удовлетворению потребностей людей в перевозке, основанной на здоровом образе жизни.

Особое место в сервисе занимает удовлетворение санитарно-гигиенических потребностей пассажиров. Дети и взрослые пассажиры с различными психофизическими особенностями и биологическими потребностями испытывают большие неудобства при совершении поездок в электропоездах с продолжительностью следования больше одного часа, а также в поездах дальнего следования, когда закрываются туалеты при проследовании экологических охранных зон и длительных стоянках.

Высока потребность отдельных групп пассажиров в душе в поездах дальнего следования со временем нахождения в пути следования бо-

лее полутора суток. 73% женщин и пассажиров с детьми, не считая других категорий пассажиров, готовы оплачивать данную услугу в поезде.

Исследования показывают, что через 1,5 суток у пассажиров наступает утомление. Это связано с нахождением их в ограниченном пространстве и малоподвижным образом жизни в период поездки. Для снижения гиподинамии в пассажирских поездах необходимы обустроенные расширенные купе с тренажерами и душевыми кабинами, сауной и другим оснащением. Решение этой проблемы требует не только радикального переоснащения отдельных узлов вагонов в поездах дальнего сообщения, но и изменения технического оснащения собственно пассажирских и пассажирских технических станций (ПТС) и технологии их работы по подготовке составов к рейсу.

В последние годы у населения нашей страны выросли информационные потребности. Пассажирам необходимы периодические издания, Интернет, электронная почта, радио, спутниковое и кабельное телевидение, мобильная телефонная связь и т.д. Отправляясь в поездку в дальнем сообщении, пассажир получает в лучшем случае отдельные периодические издания и радиослужбы. Он изолируется от своей работы, семьи и внешнего мира, чувствует себя дискомфортно, и поездка становится невыносимо утомительной. Время в пути следования считается впустую потраченным. Доля пассажиров, желающих приобрести периодические издания, информационные услуги и услуги различных видов связи, составляет более 60%.

Важным аспектом в потребностях пассажиров является личная безопасность. Это связано не только с технической эксплуатацией подвижного состава, но и криминальной обстановкой, наркоманией, расслоением общества и другими факторами. Пассажиры пригородных электропоездов, отправляющиеся в вечернее и ночное время на дальние расстояния, и пассажиры местных и дальних поездов, связанные своей трудовой деятельностью с бизнесом, испытывают острую потребность в охране и защите (94% опрошенных).

При сервисном обслуживании необходимо учитывать потребности массовых групп пассажиров, сгруппированных по целям поездки и другим признакам, не только в количестве предоставляемых мест, но и своевременности предоставления. Для осуществления основной цели поездки необходимо, чтобы расписание движения поездов учитывало время перемещения пассажиров от дома до места начала поездки, время в пути следования поезда и время на перемещение от прибытия поезда в конечный пункт до места проживания, работы или учебы и было бы минимальным.

При планировании пассажирских перевозок и сервисном обслуживании необходимо в первую очередь учитывать не только спрос и частоту поездок, но и биологические потребности населения. Сюда можно отнести потребность в пище, воде, свете, чистом воздухе, температурном режиме в вагонах поезда, подвижности и ряда других. На железнодорожном транспорте, в отличие от авто- и авиаперевозок, ряд этих потребностей пассажиров остается без должного внимания, особенно в пригородных перевозках.

Претензии пассажиров к обслуживанию позволяют критично оценивать уровень транспортного обслуживания и определять первоочередные задачи по его улучшению.

Сегодня российские железные дороги имеют фирменные поезда, которые отличаются высоким уровнем сервиса, дизайном, комфортом, дополнительными услугами. Каждый поезд имеет индивидуальное название, оформлен в особом стиле, который отражен как во внешнем, так и во внутреннем дизайне. Ежегодно такими поездами перевозится более 20 млн человек. Высокий спрос на такие перевозки обеспечивает рентабельность работы фирменных поездов РЖД.

По российским железным дорогам курсируют десятки фирменных поездов, в том числе «Аврора», «Атаман Платов», «Байкал», «Демидовский экспресс», «Красная стрела», «Николаевский экспресс», «Сибиряк», «Урал», «Ямал». Как правило, название фирменного поезда связано с регионом, который обслуживает дорога, его историей и традициями.

Большинство составов оборудовано кондиционерами и системами электроотопления, поэтому в вагонах всегда комфортно: температура в салоне вагона фирменного поезда в зимнее и переходное время года 18–22 °С, в летнее — 22–26 °С.

В составе фирменного поезда обязательно есть вагоны повышенной комфортности со специальным обслуживанием, которое включено в стоимость проезда. Вагоны повышенной комфортности в зависимости от комплекса предоставляемых услуг подразделяются на экономический и бизнес-класс.

Комплекс услуг в вагонах повышенной комфортности включает:

- питание (набор продуктов из 12–14 наименований или горячее питание из 3–5 наименований);
- комплект постельного белья, два полотенца;
- комплект печатных изданий (газеты, журналы);
- набор для личной гигиены (мыло, салфетки и др.);
- осуществление дополнительных мер безопасности (сопровождение поезда сотрудниками охранных подразделений).

Интерьеры купе разработаны с учетом современных требований дизайна и эргономики с использованием экологически чистых и безопасных материалов. Стол, дверные блоки, оконные рамы, подоконники и детали интерьера выполнены из ценных пород дерева. Жалюзи и шторы на окнах дополняют атмосферу уюта и комфорта.

В фирменном составе всегда курсирует вагон-ресторан. В меню включены фирменные (или национальные блюда) и комплексные обеды, а период поста — постные блюда.

По заказу пассажиров могут быть приготовлены детские и диетические блюда, пассажиры с детьми, инвалиды могут через проводника вызвать официанта и заказать завтрак, обед, ужин из вагона-ресторана с доставкой в купе.

Среди обязательных требований, предъявляемых к любому фирменному поезду, — высо-

кий уровень сервиса, дизайна интерьеров купе, общего комфорта, наличие обязательных дополнительных услуг, строгое соблюдение температурного режима во время всего путешествия в соответствии со временем года, использование современного оборудования, как-то: систем кондиционирования воздуха и электроотопления, кабельного телевидения и Интернета.

В бригадах фирменных составов работают лучшие проводники, имеющие навыки и опыт работы в таких поездах и соответствующую аттестацию.

Таким образом, в условиях насыщения транспортного рынка услугами по перевозке пассажиров и усилении конкурентных взаимоотношений между различными видами транспорта критериями благополучной деятельности и экономического роста является способность

создавать новые, отвечающие современным потребностям пассажиров услуги. Обслуживание населения при перевозках пассажирскими компаниями и их структурами должно осуществляться комплексно, а услуги предлагаться в виде наборов товаров и услуг в различном сочетании, называемые транспортными пакетами.

Для этого необходимо приспособить различные железнодорожные структуры к переходу на прогрессивные технологии обслуживания, создать привлекательную обстановку в местах оказания услуг, повысить этическую и профессиональную подготовку персонала железных дорог, разработать комплексные транспортные услуги и повысить их уровень. Важнейшим условием достижения этих целей явилось гарантированное и качественное выполнение обязательств перед пассажирами.

Литература

1. *Абрамов А.П., Галабурда В.Г., Иванова Е.А.* Маркетинг на транспорте. М.: Желдориздат, 2001.
2. Государственный стандарт ГОСТ Р 51006-96 «Услуги транспортные. Термины и определения».
3. *Иловайский Н.Д., Киселев А.Н.* Сервис на транспорте. М.: Маршрут, 2003.
4. *Николашин В.М.* Сервис на транспорте. М.: Маршрут, 2004.
5. *Шишкина Л.Н.* Транспортная система России. М.: Желдориздат, 2001.

Риски и транспортное страхование в туристском бизнесе

Финогенова Ю.Ю.

Статья посвящена проблемам изучения различных видов рисков в сфере туризма, в том числе наиболее подробно автор рассматривает транспортные риски, возникающие во время передвижения туристов.

Ключевые слова: Опасности и риски в туризме. Транспортные риски. Страхование и управление транспортными рисками. Страхование транспортных рисков в России. Страхование ответственности перевозчиков.

The author analyses the problems of studying various risks in tourism including, in particular, transportation risks arising while travelling.

Key words: dangers and risks in tourism, transportation risks, insurance and management of transportation risks, transportation risks insurance in Russia, carriers liability insurance.

Обобщенная классификация рисков туристического бизнеса

Важным шагом в разработке концепции управления туристскими рисками является понимание их специфики и параметров классификации.

При этом необходимо понимать, что опасности и риски — это различные понятия. Опасность — источник потенциального вреда, угроза возникновения ущерба; в то время как риск — с одной стороны, является мерой возможности реализации конкретной опасности (произведение вероятности опасного события на ущерб от него), а с другой — мерой реализации возможности, если в качестве основного параметра рассматривать размер полученной прибыли.

В международной практике туристского бизнеса [2] выделяют широкий диапазон опасностей, возникающих в результате наступления бедствий и кризисов, например:

- Природные опасности (штормы, наводнения, цунами, землетрясения, лавины, вулканические извержения и т.д.);
- Техногенные опасности (отказ технических систем на промышленных площадках, проблемы на транспорте и в инфраструктуре);
- Биологические опасности (распространение болезней среди людей или животных, появление вредителей и насекомых, различные загрязнения окружающей среды);
- Общественные и политические опасности (терроризм, саботаж, общественные беспорядки, ситуации с взятием заложников).

Опасности не являются бедствиями сами по себе. Тем не менее, каждой опасности присущ потенциал воздействия на общество, ведущего к человеческим и имущественным потерям, а также наносящим вред окружающей среде. В определенных ситуациях воздействие опасности не обязательно влечет за собой бедствие. Так, например, если землетрясение произошло в отдаленной и безлюдной местности и не нанесло ущерба людям и не привело к имущественному и финансовому ущербу. Так, если бы эпицентр землетрясения в индийском океане в декабре 2004 г. находился значительно дальше от берега, то Таиланд как самая удаленная от эпицентра страна, вероятно, не пострадала бы от последовавшего затем цунами.