

РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ ВАГОННИХ ДІЛЬНИЦЬ В ОБСЛУГОВУВАННІ ПАСАЖИРІВ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇХ РОЗВИТКУ

В статті визначена роль та значення вагонних дільниць як важливого підрозділу пасажирського господарства залізничного транспорту, проведений аналіз діяльності ЛВЧ-1, зовнішнього середовища та запропоновано шляхи перспективного розвитку їх в обслуговуванні пасажирів з урахуванням основних маркетингово-логістичних принципів надання сервісу у поїздах.

Ключові слова: вагонна дільниця, аналіз діяльності ЛВЧ-1, основні маркетингово-логістичні принципи, сервіс, фактори підвищення ефективності підсобно-допоміжної діяльності ЛВЧ

В статье определена роль и значение вагонных участков как важного подраздела пассажирского хозяйства железнодорожного транспорта, проведен анализ деятельности ЛВЧ-1, внешней среды и предложены пути перспективного развития их в обслуживании пассажиров с учетом основных маркетингово-логистических принципов предоставления сервиса в поездах.

Ключевые слова: вагонный участок, анализ деятельности ЛВЧ-1, основные маркетингово-логистические принципы, сервис, факторы повышения эффективности подсобно-вспомогательной деятельности ЛВЧ

In the article the certain role and value of carriage areas as important subsection of passenger complex of railway transport are determined, the analysis of the passenger coach division-1 activity and the environment is conducted and the ways of their promising development in passenger services taking into account basic marketing-and-logistic principles of providing services in trains are offered.

Keywords: carriage area, analysis of passenger coach division-1 activity, basic marketing-and-logistic principles, service, factors of increasing the efficiency of subsidiary-and-auxiliary passenger coach division activity

Постановка проблеми

В грудні 2009 р. Кабінет Міністрів України вперше за роки незалежності так серйозно поставився до проблем залізничного транспорту, широко і глибоко розглянувши його стан, його досягнення й недоліки, що прийняв цілу низку рішень по болючим питанням удосконалення діяльності вагонних дільниць.

Важливість і актуальність цієї задачі пояснюється тим, що робітники вагонних дільниць, а саме провідники вагонів, формують імідж залізничного транспорту і сприяють залученню потенційних пасажирів для здійснення поїздки залізницями в майбутньому, а це доходи від пасажирських перевезень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Дослідженнями наукових праць провідних вчених і спеціалістів, які займалися економікою пасажирських перевезень дальнього сполучення та її розвитку, зокрема А. П. Абрамова, І. М. Аксьонова, А. Л. Артемова, Ю. С. Бараша, В. Л. Білозьорова, Н. І. Бещевої, Е. В. Белкіної, М. Н. Біленького, В. Г. Галабурди, О. В. Громової, В. П. Гудкової, О. М. Гудкова, Ю. В. Єлізар'єва, О. О. Карась, Ю. Ф. Кулаєва, Н. М. Колесникової, М. В. Кравченко, О. Ф. Мірошніченко, В. І. Пасічника, Н. А. Потапович та ін. встановлено, що дослідженням

оцінки економічної діяльності вагонних дільниць та визначенням їх ролі та важливості для економіки пасажирського господарства, вчені досі не достатньо займалися, тобто існує необхідність більш детального вивчення даного виду діяльності.

Мета статті

Метою статті є аналіз діяльності ЛВЧ, визначення їх ролі та значення для пасажирського господарства залізничного транспорту та шляхів перспективного їх розвитку в обслуговуванні пасажирів.

Виклад основного матеріалу

Вагонні дільниці втілюють у життя програми, що забезпечують поступову розбудову не тільки магістралі, а й усієї транспортної галузі та взагалі Державну програму реформування залізничного транспорту на 2010-2020 роки, що затверджено постановою Уряду від 16 грудня 2009 р. № 1390-р. Виконання даної програми дозволить розвивати і підвищувати ефективність функціонування галузі, створити нові підприємства різної форми власності, що виконують пасажирські перевезення, підвищити рівень конкуренції на транспортному ринку та ін.

Саме велика роль в реалізації завдань Програми у пасажирській сфері належить вагонним дільницям, не тільки в технології перевізного процесу, але й в підвищенні ефективності використання вагонів і локомотивів, а також зниженні собівартості та підвищенні рентабельності перевезень.

Вагонна дільниця здійснює виробничо-фінансову діяльність у відповідності із планами та кошторисом витрат, що погоджені з пасажирською службою та затверджені Південно-Західною залізницею; веде свій баланс, який входить до зведеного балансу залізниці.

Основним показником фінансового результату господарської діяльності є прибуток. Фінансовий результат (плановий прибуток) Вагонної дільниці формується, в основному, за рахунок підсобно-допоміжної діяльності та іншої операційної діяльності. Експлуатаційна робота Вагонної дільниці складається з наступних показників: підготовлено та відправлено вагонів в рейс, вагоно-кілометри пробігу на всьому шляху прямування [2].

Для здійснення якісних перевезень пасажирів та забезпечення високого іміджу, вагонні дільниці повинні надалі підвищувати культуру обслуговування пасажирів, розширювати спектр послуг, що їм надаються. Реалізація цих перспективних завдань у свою чергу потребує модернізацію виробничих потужностей Вагонної дільниці, подальшого розвитку і автоматизації складського господарства, ремонтних робіт, системи навчання та підвищення кваліфікації поїзного штату.

Покажемо важливість діяльності Вагонної дільниці на прикладі ЛВЧ ст. Київ-Пасажирський. Ця дільниця формує до рейсу 25 поїздів та 13 груп причіпних вагонів, в яких задіяно 641 вагон. Щодоби готується 21 состав та 9 груп причіпних вагонів (264 од.), по п'ятницях – 370 вагонів додаткових вагонів.

У літній період перевезення додатково вводиться до 10 поїздів, що становить 16 складів, в яких курсує 293 вагони. Всього у літніх перевезеннях задіяно 965 вагони: з них вагонів типу РІЦ – 50, СВ – 67, купейних – 321, купейних з радіозв'язком – 55, плацкартних – 442, міжбланшних – 21, ресторанів – 1, багажних – 8.

Приписний парк ЛВЧ-1 складає 1244 вагона (допоміжні перевезення – 56 вагонів, в основних перевезеннях – 1188 вагона), з них старше 28 років експлуатації – 500 вагонів, тобто 40 % від вагонів основних перевезень і задіяних у перевезеннях: 323 вагони, яким виконано капітально-відновлювальний ремонт з подовжен-

ням терміну експлуатації до 40 років з дня побудови; цілий рік для перевезення дітей сформовано поїзд з 20 вагонів, яким виконано капітально-відновлювальний ремонт.

За період з 1991 року до 2008 року приписний парк зменшився на 806 вагонів з 2050 до 1244 вагонів.

Дослідження підсобно-допоміжної діяльності ЛВЧ-1 показало, що напрямками діяльності дільниці є: підготовка пасажирських поїздів і окремих вагонів до рейсу та організація їх раціональної експлуатації; екіпірування вагонів і вагонів-ресторанів пасажирських поїздів водою, паливом, постільною білизною та предметами чайної торгівлі; утримання в чистоті території, колій ремонту, екіпірування та відстою вагонів та своєчасне їх очищення від технологічних відходів, рослинності, снігу, льоду та інших забруднень.

Аналіз роботи підсобно-допоміжної діяльності показав, що відбулося значне зниження витрат в 2009 році у порівнянні з 2008 роком. Це викликано тим, що у поточному році значно знизилася обсяги перевезених пасажирів (менше на 15,1 %) і тому знизилася відповідно витрати на введення постільної білизни, знизилася об'єми механічної пральні та інші витрати.

Доходи, отримані від підсобно-допоміжної діяльності, при плані 73832 тис. грн виконано на 102,4 % та склали 75591 тис. грн. До відповідного періоду 2008 року доходів отримано на 8576 тис. грн більше, що склало 112,8 %.

Збільшення доходів від обслуговування пасажирів у поїздах в 2009 році на 8853 тис. грн до 2008 року отримано за рахунок надання пасажиром послуги постільної білизни (на 8 346 тис. грн), а саме підвищення ціни на послуги за користування з 01.06.09 р., а також за рахунок реалізації чайної продукції – на 730 тис. грн.

В 2009 році допущено зниження доходів від реалізації сервісної продукції провідниками на 616 тис. грн до відповідного періоду 2008 року, або відповідно 86,1 % з наступних причин: зниження пасажиропотоку та платоспроможності населення; середній дохід від одного перевезеного пасажирів склав – 0,74 грн, у минулому році – 0,71 грн.

Від інших послуг, що надаються пасажиром у поїздах, отримано доходів на суму 527 тис. грн, що більше відповідного періоду минулого року на 27 тис. грн (105,4 %), за рахунок збільшення доходних надходжень від експрес-передач на 132 тис. грн; від комісійного збору – на 6 тис. грн.

Від інших видів діяльності (послуги населенню та іншим підприємствам) отримано доходів більше на 37 тис. грн, за рахунок збільшення доходів від доставки пошти (експрес-передачі) – 41 тис. грн.

При цьому значно знизилися доходи від рекламної діяльності підприємства – у порівнянні з 2008 роком отримано доходів на 159 тис. грн менше (64,3 %) з причини зменшення потенційних рекламодавців у зв'язку з кризовою ситуацією в країні.

Збитковим підрозділом дільниці є студія звукозапису, в 2009 році вона склала 102 тис. грн, у 2008 році – 91 тис. грн.

В цілому, в 2009 році від підсобно-допоміжної діяльності отримано прибуток на суму 23210 тис. грн, що більше 2008 року на 8920 тис. грн (+71,5 %). Темп росту доходів за 2009 рік склав 112,8 %, витрат – 94,4 %.

Рентабельність підсобно-допоміжної діяльності склала 48,23 % проти 28,02 % у 2008 році, за рахунок підвищення доходних надходжень у зв'язку з підвищенням цін на послуги.

Результати фінансової діяльності Вагонної дільниці по роках зображено на рис. 1.

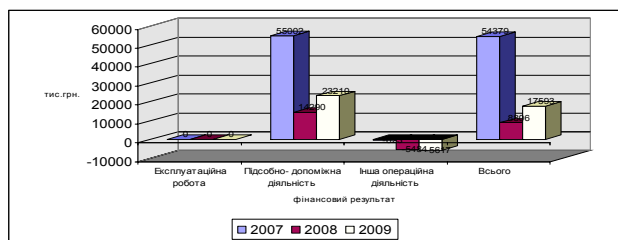


Рис. 1 Динаміка фінансового результату вагонної дільниці, тис. грн

Доходи від операційної діяльності за 2008-2009 рр. зросли на 744 тис. грн, що становить 103,2 %. Доходи були отримані за такими показниками як реалізація оборотних активів, дохід від списання кредиторської заборгованості, операційної оренди активів, доходи від послуг, наданих страховим компаніям та ін.

Отже, провівши дослідження діяльності ЛВЧ-1, можна запропонувати такі шляхи перспективного розвитку її в обслуговуванні пасажирів.

В організаційній структурі управління вагонних дільниць можливо провадження єдиної служби маркетингу, на яку будуть покладені обов'язки з підготовки структури ЛВЧ і персоналу до умов маркетингової стратегії та сучасного ринку.

Функціонування єдиної служби маркетингу у ЛВЧ-1 дозволить своєчасно виконувати вимоги пасажирів щодо обслуговування та забез-

печити оптимізацію управління сервісом у поїздах, інформаційними і фінансовими потоками.

Докорінно необхідно змінити адміністративно-господарську роботу вагонних дільниць, зорієнтувавши їхній персонал на підвищення стандартів якості обслуговування пасажирів. Всі працівники ЛВЧ повинні ясно розуміти, що від їхньої діяльності, в значній мірі, залежить імідж залізниць, залучення потенційних пасажирів та доходи ЛВЧ. В остаточному підсумку – це доходи залізниці.

З урахуванням того, що ЛВЧ являє собою цілісну й відкриту систему, яка взаємодіє із зовнішнім середовищем, для досягнення максимального успіху визначені фактори підвищення ефективності її підсобно-допоміжної діяльності, які враховують:

- забезпечення конкурентоспроможності продукції ЛВЧ за рахунок якості, асортименту і підвищення рівня кваліфікації працівників;
- впровадження нових технологій, сучасного рухомого складу, врахування вимог пасажирів і своєчасного реагування на їх зміни.

Це дозволить пов'язати сформульовану мету безпосередньо із засобами її досягнення та проводити цілеспрямовану роботу з розробки та освоєння нововведень, виявляти їх сильні та слабкі сторони, відбирати найбільш ефективні варіанти можливих рішень.

З використанням принципів надання сервісу у поїздах [1], вагонні дільниці зможуть просуватися вперед, закріпивши вже зараз наявні помітні успіхи й допомогти залізницям зберегти своє лідируюче положення на ринку пасажирських перевезень:

1. Поліпшення якості перевезень – це життєво необхідно для досягнення комерційного успіху, а, отже, і заможності залізниць, як галузі та підвищенню рівня стандартів якості обслуговування пасажирів у поїздах. Відповідно найбільш важкий і різноманітний спектр послуг перебуває в поїзді, тобто у сфері діяльності ЛВЧ. Досить різноманітний і важкий для персоналу сервіс послуг, що надається у поїзді, він запам'ятовується пасажирами всіх категорій. Центральною фігурою поїзного сервісу є провідник. Основний принцип обслуговування пасажирів у поїзді: поїздка повинна бути, при якісному обслуговуванні пасажирів в поїздах, продовженням відпочинку або виконанням службових функцій.

2. Розширення асортименту послуг, які надаються у поїздах і в підсобній діяльності ЛВЧ – це для вагонних дільниць один зі спосо-

бів продемонструвати свої творчі здібності, розуміння інтересів і потреб споживачів (пасажирів) і одночасне підвищення свого професіоналізму, а також іміджу пасажирського залізничного господарства.

3. Головний маркетинго-логістичний принцип обслуговування пасажирів у поїздах – закріпити їх перше враження після розміщення у вагоні. Наприклад, діловим людям, крім інших послуг, створити умови для службової роботи на шляху прямування. У цих цілях у поїздах потрібно передбачати окремі здвоєні купе, які обладнані по типу салонів-вагонів та відповідними меблями. У таких купе можуть зібратися до 10 чоловік для наради, підготовки професійного документу або інших цілей. За попередніми заявками залізниці можуть надати перекладачів, стенографістів, друкарок й інші послуги. Офіси-салони в поїздах забезпечувати телефонним зв'язком, комп'ютерами й ін. засобами. У службовому купе потрібно мати газети, журнали, настільні ігри, медичну аптечку для надання першої допомоги пасажирам, а також чай, каву та ін. Не можна забувати також про особливості обслуговування інвалідів.

Вагони для інвалідів потрібно обладнати спеціальними підйомниками, або автоматичними устроями, для їхньої посадки з колясками із платформи у вагон, а на деяких платформах – ліфти (загалом, за останні 4 місяці даними та іншими послугами скористалися понад 1,5 тисячі осіб з обмеженими фізичними можливостями).

Враховуючи важливість соціального захисту інвалідів, процеси поліпшення їх обслуговування повинні підтримувати місцеві органи влади шляхом виділення залізничникам відповідних коштів.

Для підвищення сервісу під час поїздки до рівня міжнародного стандарту, необхідно дотримуватися того, щоб середній вік рухомого складу залізниць становив 14,5 років (це для того, щоб не відстати по комфортності від сервісу відповідних вимог ЄС).

4. Слід враховувати, що конкурентна боротьба змушує кожний вид транспорту шукати способи залучення пасажирів для здійснення поїздки. Сервіс є одним з найважливіших факторів підвищення конкурентоспроможності залізничних пасажирських перевезень на транспортному ринку. Конкурентоспроможність, у розглянутій сфері діяльності, безпосередньо пов'язана з поняттям її ефективності. З огляду на значення сервісу в підвищенні конкурентоспроможності, на залізницях розвинених країн,

при організації пасажирських перевезень, його вдосконалюванню приділяють підвищену увагу.

5. Обов'язковість пропозиції означає, що гарний сервіс у поїзді не можна організувати без комфортабельного рухомого складу і сучасних інформаційних систем і т.д.

6. Необов'язковість використання означає, що сервіс не повинен нав'язуватися пасажирові. Рішення останнього, як покупця транспортних послуг, повинне бути абсолютно вільним.

7. Еластичність означає, що комплекс сервісних заходів і асортименти транспортних послуг у поїзді повинні бути досить широкими: від мінімально необхідних до максимально доцільних. Мінімально необхідні сервісні послуги – це інформування пасажирів про зміну часу курсування поїзда або часу, його прибуття на кінцеву чи іншу станцію, консультація щодо умов надання послуг й т.п. Інформування пасажирів з різних питань під час поїздки – це також форма сервісу та її складова в поїзді.

8. Зручність пасажира в дорозі. Цей показник пов'язаний із тривалістю перебування пасажира в дорозі, календарним періодом здійснення поїздки і рівнем сервісу в поїздах. Він є одним з основних факторів, що сприяють підвищенню конкурентоздатності залізниць. Нормальні комфортні умови для відпочинку в дорозі, як і відсутність черг і гарантія покупки проїзних документів на вокзалах, залучають пасажирів та формують позитивний імідж залізниць.

9. Технічна адекватність. Якщо технічний стан рухомого складу для перевезення пасажирів, а також технологія сервісу у поїзді, як і на всіх етапах перевезення, не будуть відповідати пропонованим до них вимогам, розраховувати на високу якість сервісу і його ефективність досить важко, а точніше – неможливо.

10. Гнучка цінова політика на послуги, що надаються. Удосконалення цінової політики й системи реалізації послуг у поїздах дозволить розробити власні гнучкі ціни, які будуть ураховувати купівельну спроможність пасажирів різних категорій і відповідати специфічним їхнім інтересам і одночасно розвивати успіхи в бізнесі.

В умовах розвитку транспортного ринку й конкуренції між видами транспорту, важливе значення для формування доходів мають ціни послуг у поїзді. Не обгрунтований їх рівень, з метою збільшення доходів і прибутку, дуже часто дають зворотній результат: знижується попит на перевезення, що викликає зменшення

доходів. Ціни на послуги у поїзді варто встановлювати з урахуванням попиту і пам'ятати, що сервісне обслуговування у поїздах й ін. – це не стільки джерело додаткового прибутку, скільки стимул, що сприяє залученню потенційних пасажирів на залізничний транспорт, для покупки його основної послуги (право на поїздку до місця призначення) і покупки послуг, що супроводжують перевезенню.

11. Поліпшення інформаційного обслуговування пасажирів у поїздах. Об'єктом постійної критики дотепер є якість (або взагалі наявність) точної інформації, надаваної в поїздах. Завдання – надавати щохвилинну інформацію про послуги, у яких бідують клієнти в поїздах. Кінцева мета – забезпечити пасажирам доступ до повної інформації про їхню подорож перед його початком, а також протягом поїздки.

12. Безпека. Поліпшення безпеки – ще один принцип сервісу, де пасажирів, цілком з'ясовано, вимагають постійних удосконалень. Підвищення загального рівня безпеки пасажирів під час поїздки та в поїзді й, що особливо важливо, – їхнє почуття безпеки, має й супутній ефект, що допомагає збільшити обсяги перевезень.

13. Розвиток та оновлення основних фондів вагонних дільниць. Поряд з підвищенням рівня безпеки істотне місце в прагненні зробити залізничний транспорт більш привабливим і доступним, займає їхня реконструкція й відновлення інфраструктури й основних фондів.

14. Збільшення дотацій залізниць і держави – основна умова підвищення стандартів якості обслуговування пасажирів, зміцнення іміджу залізничної галузі. Створення залізничної мережі для майбутнього століття – це головне завдання не тільки залізничної галузі, але й уряду, регіонів і інших інстанцій.

Висновки

Сервісне обслуговування в поїздах потрібно ґрунтувати на задоволенні потреб і бажань споживачів (пасажирів). Для цього необхідно використовувати всі наявні у ЛВЧ ресур-

си: предмети і засоби праці й особливу групу ресурсів – інформаційну. Причому, ресурси використовувати з найбільшим прибутком для ЛВЧ і споживача. Цей важливий принцип взаємної вигоди, в цивілізованій ринковій економіці, істотно відрізняється від нашого «дикого ринку». В Україні за минулий час від дня незалежності нічого не змінилося, інтереси споживача як не враховувалися, так і не враховуються зараз.

Питань, пов'язаних із принципами обслуговування пасажирів, досить багато і їх необхідно вирішувати. Основний напрямок рішень – забезпечити якісне, безперебійне й високоефективне обслуговування, тобто тих рішень, виконання яких забезпечує одержання максимального прибутку. Особливо важлива роль якості, тому що з якості послуг повинен впливати прибуток, а не передувати їй.

Діяльність ЛВЧ повинна орієнтуватися на динаміку запитів пасажирів і відгукуватися на них. Задоволення запитів пасажирів при їхньому обслуговуванні, в тому числі у поїздах – це ключовий фактор, що формує імідж пасажирських перевезень та потребу удосконалення маркетинго-логістичних принципів надання сервісу в поїздах для обслуговування пасажирів вагонними дільницями, як важливим підрозділом пасажирського господарства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК

1. Аксенов, И. М. Эффективность пассажирских железнодорожных перевозок [Текст] : монография / И. М. Аксенов. – К.: Изд-во «Транспорт України», 2004. – 284 с.
2. Звітність фінансово-економічної діяльності ЛВЧ-1 за 2007-2009 роки [Текст].

Надійшла до редколегії 10.11.2010.

Прийнята до друку 19.11.2010.