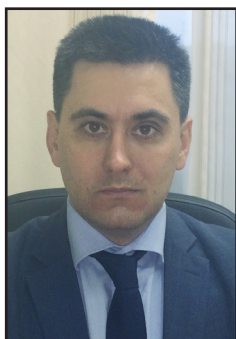




Сибирская транслогистическая платформа: инструмент инвестиционной привлекательности



Алексей ГУЦ

Aleksey V. GUTS

Siberian Transport & Logistic Platform: a Tool to Attract Investment

(текст статьи на англ. яз. –
English text of the article – p. 121)

Проблема трудовой и социальной мобильности людей в условиях экономической неопределённости и поиска стратегий экономического роста приобретает все большую актуальность. Причём на языке транспортника речь в данном случае должна идти о точках «притяжения пассажиропотока». В статье рассмотрены вопросы расширения и укрепления коммуникационных связей людей за счёт улучшения сервиса и предоставления клиентам комбинированных транспортно-логистических услуг. Инструментом решения столь комплексной задачи предлагается организация региональной транслогистической платформы – сетевого экономического пространства взаимодействия и кооперации транспортных компаний на основе интегрированного подхода к обслуживанию населения и современных информационных технологий.

Ключевые слова: мобильность, транспортно-логистические услуги, цепи создания стоимости, технологическая интеграция, модель интегрированного подхода, сетевая кооперация, транслогистическая платформа.

Гуц Алексей Васильевич — заместитель начальника по экономике и финансам Западно-Сибирского филиала АО «Федеральная пассажирская компания», Новосибирск, Россия.

Задача трансформации мобильности людей в устойчивый экономический рост российских регионов упирается в нетривиальный процесс формирования бесшовного сетевого пространства между различными регулярными видами транспорта и обеспечения коммуникаций центров массового проживания людей с центрами производства оздоровительно-туристических, научных, культурно-досуговых услуг (точками притяжения пассажиропотока). Представление пассажирской транспортной услуги в комплексных транспортных схемах регионов Российской Федерации как составляющей в цепочках формирования добавленной стоимости и её оптимизации за счёт перераспределения части стоимости на сопутствующие, комплементарные сервисные услуги, а также услуги, которые имеют более высокую добавленную ценность для потребителя в цепи единого (общего) предложения.

В этом процессе важную роль выполняет логистика — в современных условиях не просто инструмент поиска оптимального решения транспортной задачи, а технология управления цепями создания стоимости. То есть выполняемую ею задачу можно пред-

ставить как ключевую. Логистика, управляя сетевым взаимодействием участников в цепи формирования потребительской ценности, вовлекая новые ресурсы, предлагая новые продукты, охватывая новые рынки, сама становится эффективным инструментом для стимулирования производства и потребления [1, с. 5].

В рамках предполагаемой комплексной задачи необходимо выделить следующие направления:

1. Формирование единого или общего стандарта качества обслуживания пассажиров.

2. Технологическую интеграцию участников транспортного бизнеса и участников цепи формирования добавленной стоимости.

3. Формирование оптимальной маршрутной сети на основе региональной и международной кооперации бизнеса и комплексности услуг.

Первое направление: формирование единого или общего стандарта качества обслуживания пассажиров.

В соответствии со структурной реформой федерального железнодорожного транспорта, утвержденной постановлением правительства от 15 мая 1998 года, целевая функция реорганизации пассажирского хозяйства была определена как создание условий для демонполизации отдельных сфер деятельности железнодорожного транспорта, развития рыночной конкуренции и сокращение затрат, финансируемых за счёт тарифа на перевозки, путем устранения перекрестного субсидирования различных видов перевозок, а также введения бюджетного финансирования затрат на удовлетворение общественных потребностей [2]. Преобразования коснулись всех подразделений ОАО «РЖД», связанных с организацией процесса оказания транспортных пассажирских услуг населению: образованы пригородные пассажирские железнодорожные компании, дирекции железнодорожных вокзалов и пассажирских обустройств и т.д. В рамках третьего этапа реформирования пассажирского бизнеса ОАО «РЖД» в 2010 году было образовано ОАО «ФПК».

Несмотря на то, что в рамках холдинга «РЖД» пассажирам оказывают услуги дочерние и зависимые компании, клиенты

зачастую сталкиваются с противоречиями и несоответствием стандартов разных структурных подразделений, что мешает целостному восприятию корпоративных норм и положений. В качестве примера таких противоречий и нестыковок можно привести следующее:

1. Отсутствие единой платформы по продаже проездных документов. Продажа билетов на поезда дальнего следования осуществляется через собственное мобильное приложение и официальный сайт ОАО «РЖД», пригородные компании, как правило, продают проездные документы через кассовые окна.

2. Распределенная инфраструктура для пригородного и дальнего пассажира. Допустим, в Новокузнецке, чтобы пассажиру пригородного поезда перейти на соседний путь и продолжить поездку на поезде дальнего следования, нужно преодолеть расстояние более 500 метров, пройти через два вокзала и несколько раз подняться и спуститься по лестницам.

3. Отсутствие единой программы лояльности. Пассажиры поездов Федеральной пассажирской компании, а также некоторых составов, принадлежащих дирекции скоростных сообщений, имеют возможность накапливать баллы за приобретённые билеты. При этом такой возможности нет у пассажиров пригородных поездов, а также составов пассажирской компании на острове Сахалин.

4. Отсутствие единых информационных сервисов. Так, сервис по бронированию гостиниц и отелей, работающий на сайте ОАО «РЖД», не позволяет забронировать номер в комнатах отдыха, расположенных на вокзалах.

5. Отсутствие единых стандартов электронных документов для проездных и иных услуг, оказываемых компаниями холдинга «РЖД».

Как следствие, между пассажирской инфраструктурой холдинга и прочими участниками рынка недостаточно развиты сервисно-логистические услуги, отсутствует экономическая мотивация к интеграции пассажирской транспортной инфраструктуры. Потребитель не имеет возможности получить сквозной сервис при организации собственного путешествия, которое предполагает использование всех возможных



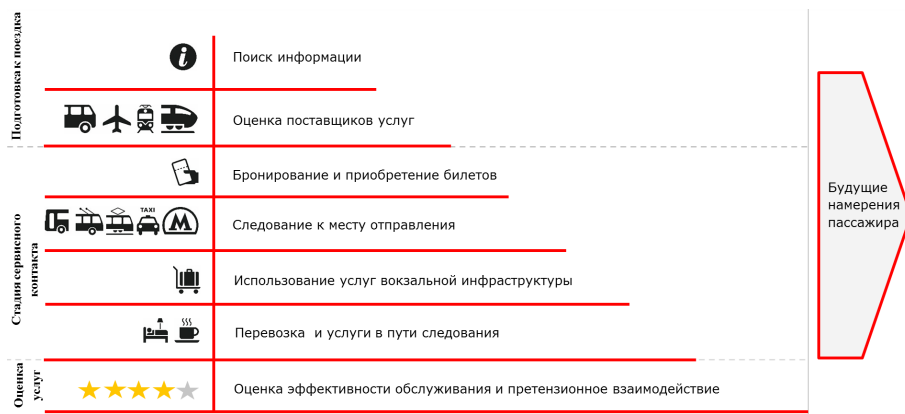


Рис. 1. Модель интегрированного подхода к менеджменту услуг.

регулярных видов транспорта, преемственную (по логике, природе своей!) пересадочную и справочно-информационную инфраструктуру.

Для выработки единых стандартов обслуживания пассажиров и определения их обязательных и обязывающих составляющих следует перейти от представления транспортной услуги как перевозки к услуге, которая включает все действия, которые должен совершить человек от этапа осознания необходимости поездки и выбора вида транспорта до прибытия не только на станцию рельсового маршрута, но и до места назначения.

Подобная схема транспортного бизнес-процесса представляется как экономическое пространство сетевого взаимодействия компаний и предопределяет включение в интегрированную модель пассажирской транспортной услуги различные организации: перевозчиков, непосредственно осуществляющих транспортное обслуживание, предприятия инфраструктуры и сервисного сопровождения потребителя — интернет-сайты, поисковые системы, туристические агентства, агентства по продаже проездных документов, доставке пассажиров к месту отправления, упаковке и транспортировке багажа и т.д.

Один из способов стандартизации цепочки транспортной услуги и ее условной ценности заключается в составлении последовательного описания всех этапов, которые потребители проходят при получении той или иной заданной услуги. Эти этапы визуально отображаются в виде блок-схемы (рис. 1). Такой подход извес-

тен как модель интегрированного подхода к менеджменту услуг — 8Ps [3, с. 34].

Каждый этап цепи создания потребительской ценности необходимо определить как стандарт, который должен стать целевым ориентиром для железнодорожных пассажирских перевозчиков и включать технологические и нормативные требования к интегрированной системе поиска, сбора платы за проезд, транспортно-пересадочной, справочно-информационной, претензионной инфраструктуре и всем сопутствующим процессам, а также включать оценку удовлетворенности пассажиров.

Сетевая кооперация компаний — участников цепи создания стоимости транспортной услуги актуализирует потребности в универсализации личных бизнес-процессов и формировании новых открытых сетевых правил. Как минимум, интегрированная система дистрибуции должна обладать набором следующих характеристик: предлагать данные о наличии мест всем заинтересованным сторонам по указанию перевозчика (населению, агентам, иным перевозчикам); все операции проводить в режиме реального времени; бронирование мест осуществляется на основе условий, выставляемых перевозчиком; постоянно действует сервер персонифицированного учета пассажиров и юридически значимый электронный документооборот с участниками перевозочного процесса; система обязана иметь межплатформенный, открытый и расширяемый протокол обмена информацией между всеми участниками рынка транспортных и иных услуг [4, с. 79].

В такой сетевой кооперации самостоятельное значение приобретает использова-

ние общих технологических стандартов и регламентов, и следовательно, неизбежно формирование общей операционной платформы, которая позволяет консолидировать активы, получать эффект масштаба, обеспечивать качество сервисов при конкурентных издержках.

Второе направление: операционная платформа участников транспортного бизнеса цепи формирования добавленной стоимости.

На современном этапе развития общества подобные интеграционные возможности открываются при использовании сетевых информационных технологий, а также таких факторов, как всеобщая мобилизация населения и интернет. Люди все больше хотят иметь возможность облегчить свою жизнь с помощью мобильных приложений и электронных технологий. Они обеспечивают упрощение коммуникативных связей и поиск нужных решений. Мобильные сервисы, облегчающие процессы бронирования и приобретения проездных документов, являются в этом случае минимальным требованием для сохранения конкурентоспособности перевозчиков в XXI веке.

Использование общих технологических стандартов и регламентов, открывая дополнительные возможности в построении новых комбинаций услуг, в то же время накладывает и свои требования и ограничения — предполагает на каждом этапе создания добавленной стоимости необходимость согласования интересов между участниками сетевой кооперации. Роль подобного согласования обеспечивают компании-интеграторы, представляющие интернет-порталы, системы поиска информации, глобальные системы дистрибуции (GDS и EDS), интеграторы такси и т.д.

С точки зрения человека, который становится пользователем интегрированной системы, помимо упрощения операционных издержек появляется возможность индивидуального транспортного решения и выбора сервисных услуг.

В основе работы железнодорожного транспорта, как известно, лежат технологии организации массовых перевозок, в научной теории объединенные понятием «стандартизации при больших объемах производства». Потребителю предлагается ограниченный набор базовых решений, они опирают-

ся на систему взаимодополняемости сервисов: по типам используемого подвижного состава, включению или отсутствию питания, постельных принадлежностей и т.д. Стандарт современных технологических и сервисных решений, используемых при организации перевозочного процесса (типа Wi-Fi, систем кондиционирования воздуха, экологически чистых туалетных комплексов), в данном варианте присутствуют в форме ограниченного пакета типовых продуктов, которые или выделяются в стоимости для потребителя, или «растворяются» в общем предложении.

Мировая тенденция, которую породили глобальная организация систем передачи информации (Интернет) и повсеместное использование мобильных технологий, формируют новый подход к организации производства — массовая персонализация услуг при большом объеме производства. Как предсказывал Питер Друкер: «Бремя многообразия удаляется из процесса производства и переносится на процесс сборки» [5, с. 92]. При таком подходе потребитель получает широкие возможности самостоятельно формировать собственное уникальное сервисно-логистическое решение требуемого качества.

Третье направление: формирование оптимальной маршрутной сети на основе региональной и международной кооперации бизнеса и комплементарности услуг.

Перед пассажирским железнодорожным транспортом дальнего следования в условиях снижения государственной поддержки, невосполняемого выбытия парка пассажирских вагонов [6, с. 52] стоит задача построения оптимальной маршрутной сети, которая должна обеспечивать транспортное единство территории Российской Федерации и одновременно потребности регионов в ускоренном росте мобильности как факторе повышения качества жизни населения и инвестиционной привлекательности зон стабильной транспортной доступности.

Инструментом, который может способствовать определению наиболее сбалансированной модели транспортного обслуживания региона, финансово устойчивой для пассажирского комплекса в долгосрочном периоде, является формирование транслогистической пассажирской платформы на территории Сибирского федерального



округа. Сибирская пассажирская транслогистическая платформа — это экономическое пространство сетевого взаимодействия компаний, направленное на обеспечение мобильности людей, проживающих в Новосибирской агломерации и сопряженных регионах России.

В процессе формирования маршрута потребителя транспорт обычно выступает как средство достижения цели: место отдыха, командировка, оздоровление и т.д. Используя данную смысловую парадигму, можно создать условия, при которых вагонная составляющая будет постепенно минимизироваться за счёт финансирования сопутствующими услугами, рекламными, оздоровительными и т.д. как в течение путешествия, так и гостиницами и другими средствами размещения.

В современной действительности подобные идеи используются ведущими транспортными компаниями для повышения собственной эффективности. Крупнейший немецкий железнодорожный перевозчик — компания AG DB в качестве партнеров активно привлекает гостиницы, базы отдыха, музеи, театры и т.д., которые на основе комплементарности услуг обеспечивают повышение конкурентоспособности и эффективности их общего взаимодействия.

Сибирская транслогистическая платформа позволит перевозчикам в большей мере следовать потребностям людей при организации транспортного обслуживания. На основе общих стандартов и информационных технологий расширять экономическое пространство и сетевое взаимодействие субъектов бизнеса, предлагать новые продукты и возможности. От появления платформы выиграют все: население получит рост качества жизни в условиях Сибири, участники сетевого взаимодействия дополнительный доход, а также снижение совокупных издержек и повышение конкурентоспособности, сибирские регионы — рост внутреннего регионального продукта, налоговых поступлений и повышение инвестиционной привлекательности. В данном смысле пассажирская транслогистическая

платформа выступает и как инструмент консолидации интересов региональных экономик, их участия в национальном и международном разделении труда.

ПРЕДЛОЖЕНИЯ

1. Создать Сибирскую пассажирскую транслогистическую платформу как инструмент сетевой кооперации субъектов транспортного бизнеса с целью повышения мобильности населения и инвестиционной привлекательности Сибири.

2. Рассмотреть Западную Сибирь как полигон отработки механизмов по устойчивому развитию пассажирского комплекса на основе комбинированных перевозок, предоставления пассажиру разнообразных, но комплексных, преемственных транспортно-логистических услуг.

3. Сформировать единые стандарты (цепочки создания стоимости) качества обслуживания пассажиров.

4. Поддержать развитие информационных технологий по обеспечению мобильности населения Западной и Восточной Сибири.

5. Организовать реинжиниринг бизнес-процессов на единой логистической платформе для повышения мобильности населения Сибири на основе кооперации регулярных видов транспорта.

ЛИТЕРАТУРА

1. Транс-Евразийская логистическая платформа: практика, продукты, рынки / О. Н. Дунаев, В. А. Демин, Д. В. Ежов, Т. В. Кулакова, Д. В. Нестерова. — М., 2016. — 64 с.
2. Концепция структурной реформы федерального железнодорожного транспорта. Утверждена постановлением правительства Российской Федерации от 15 мая 1998 г. № 448.
3. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия. — 4-е изд.: Пер. с англ. — М.: Вильямс, 2005. — 1008 с.
4. Гуц А. В., Владимирова Т. А. Сетевая кооперация пассажирских перевозчиков новосибирской агломерации на основе современных информационных технологий // Сибирская Финансовая школа. — 2016. — № 2. — С. 79.
5. Марш П. Новая промышленная революция. Потребители, глобализация и конец массового производства: Пер. с англ. — М.: Изд-во Института Гайдара, 2015. — 420 с.
6. Мусловец А. А. Новые подходы к обеспечению финансовой устойчивости // Экономика железных дорог. — 2014. — № 8. — С. 52.

Координаты автора: **Гуц А. В.** — gutsav-zsib@fpc.ru.

Статья поступила в редакцию 27.09.2016, принята к публикации 15.12.2016.