

ФАС провела анализ информации СМИ о росте цен на проезд пассажиров в плацкартных вагонах

13 июня 2019, 11:08

По 12-ти внутрироссийским направлениям на июнь-август 2019 года по отношению к маю 2019 года

Проанализированы показатели деятельности ОАО «Федеральная пассажирская компания» (ОАО «ФПК», дочернее общество ОАО «РЖД») по следующим направлениям (в прямом и обратном направлениях): Москва – Адлер; Москва – Смоленск; Москва – Псков; Москва – Казань; Екатеринбург – Тюмень; Москва – Калининград; Новосибирск – Томск; Москва – Вологда; Москва – Ростов-на-Дону; Москва – Ижевск; Москва – Ярославль; Москва – Санкт-Петербург за период с 01.01.2017 г. по 01.06.2019 г. (отдельные показатели по 01.09.2019 г. с учетом глубины продаж).

Перевозки пассажиров по вышеуказанным направлениям осуществляются ОАО «ФПК» в условиях конкуренции, в том числе с другими видами транспорта. Всего по 12 направлениям курсируют 400 маршрутов поездов, включая проходящие, которые обеспечивают свыше 40% пассажирооборота ОАО «ФПК». На направлениях Москва – Адлер; Москва – Казань; Москва – Калининград; Москва – Ростов-на-Дону; Москва – Санкт-Петербург развита конкуренция с авиасообщением. На направлении Москва – Санкт-Петербург – конкуренция с поездами «Сапсан» (Дирекция скоростного сообщения РЖД). Для пассажиров также доступны автобусное сообщение и выбор между проездом в плацкартных и купейных вагонах.

За период с января по май 2019 года предложение провозных емкостей в целом по ОАО «ФПК» не уменьшилось к 2018 году (40,4 млрд место-километров) при незначительном снижении в плацкартном сегменте (25,3 млрд место-километров или –1%); по вышеуказанным направлениям наблюдается аналогичная тенденция. Уровень провозных мощностей на июнь-август 2019 г. не отклоняется от уровня 2018 г. Фактов ограничения предложения провозных емкостей как в целом по ОАО «ФПК», так и в сегменте плацкартных вагонов, не выявлено.

Уровень спроса по вышеуказанным направлениям за период с января по май 2019 года на +3% опережает показатели предыдущего года. На проезд в поездах, проходящих вышеуказанные направления, приобретено свыше 12 млн билетов, в том числе 8 млн билетов в плацкартные вагоны. Средний показатель использования вместимости (заполняемость мест) увеличился на +1% и составил 68%. Резкого роста спроса не зафиксировано.

Объем продаж на поездки в июне-августе 2019 года по состоянию на 01.06.2019 г. увеличился на 3%. Заполняемость мест на июнь (количество проданных билетов к общему количеству мест) составило 54%, на июль – 40%, август – 26%, т.е. свыше 60% мест на

летние месяцы доступны в продаже по состоянию на 01.06.2019 г. Продажи билетов между конечными пунктами по вышеуказанным направлениям в плацкартном сегменте на июнь-август 2019 года составили 303 тыс. билетов, что составляет 30% от ожидаемого объема продаж по итогам летнего сезона, т.е. не менее 700 тыс. билетов (70% мест) доступны в продаже и, как ожидается, будут дополнительно выкуплены в течении июня-августа 2019 года. Дефицита билетов в продаже не выявлено.

Средняя доходная ставка (средний доход на 1 км пути с пассажира) по вышеуказанным маршрутам в плацкартном сегменте за январь-май 2019 г. составила 1,8 руб./пасс-км, что на находится уровне показателей 2018 г. Средняя расходная ставка составила 2,2 руб./пасс-км, что на 12% выше уровня 2018 г. Уровень доходной и расходной ставок находится в середине диапазона ставок, сложившихся в сфере перевозок пассажиров всеми видами транспорта. Перевозка пассажиров в плацкартных вагонах остается убыточным видом деятельности для ОАО «ФПК». Компенсация убытков осуществляется за счет прибыльности сегмента купе и бюджетного субсидирования.

Применяемые тарифы на билеты в плацкартном сегменте не превышают предельно максимальный уровень, установленный приказом ФАС России от 21 сентября 2018 г. № 1343/18 (см. Приложение №1), и проиндексированные на 2019 год на 1,039 (+3,9%) тарифы, за исключением тарифов в фирменных поездах, в отношении которых решением ОАО «ФПК» применяется дополнительный повышающий коэффициент 1.5 (на основании пункта 3 Постановления Роскомцен от 22.12.1993 № 44 "О тарифах на перевозки грузов и пассажиров железнодорожным транспортом"). Применяемые ОАО «ФПК» дифференцированные по календарным периодам индексы не противоречат Приложению №2 к приказу ФАС России от 21.09.2018 № 1343/18.

С целью повышения эффективности использования провозных емкостей ОАО «ФПК» вправе применять скидки к предельно максимальному уровню тарифов, устанавливаемому регулятором. Применение скидок компания осуществляет в рамках маркетинговых акций и утверждает их внутренними нормативными актами. В период с января по июнь 2019 года применялись скидки от 30% до 50% на места 34, 36 (последние места в «купейной» части плацкартного вагона) и верхние боковые места. Порядка 20% провозных емкостей в плацкартном сегменте предлагалось по сниженным ценам. За период январь-май 2019 года 193 тыс. билетов (14%) между конечными пунктами по вышеуказанным 12 направлениям были проданы со скидками до 50%. На поездки в плацкартных вагонах в отдельных поездах в июне 2019 года действуют скидки по акции. На поездки в июле-августе 2019 года в настоящее время скидки по акциям не установлены. Отсутствие информации о скидках на текущую дату не означает, что скидки не будут применяться в период июль-август 2019 года. Применение скидок обусловлено экономическими и социальными факторами и является правом компании-перевозчика, а не его обязанностью.

Порядка 78% билетов реализуется ОАО «ФПК» по прямым каналам (сайт РЖД и кассы) без наценок, 22% - через коммерческие кассы и интернет-агентства с учетом дополнительно взимаемых комиссионных/ агентских вознаграждений.

Проанализировав эту информацию в сопоставимом виде, ФАС России не выявила факторов необоснованного резкого роста тарифов на перевозку пассажиров в

плацкартных вагонах на июнь-август 2019 года по отношению к маю 2019 года. Основания для антимонопольного реагирования отсутствуют.

С целью корректного сопоставления тарифов в плацкартном сегменте ФАС России рекомендует ОАО «ФПК» доработать информационные ресурсы в сети интернет и официальном мобильном приложении таким образом, чтобы повысить информированность пассажиров о предложениях билетов со скидками. В связи с увеличением глубины продаж билетов с 45 до 90 дней, отсутствие информации о скидках по заблаговременно приобретаемым билетам не должно вводить пассажиров в заблуждение при сопоставлении стоимости проезда со скидками и полной стоимости, в том числе до возможного объявления перевозчиком скидок по маркетинговым акциям по мере приближения даты перевозки.