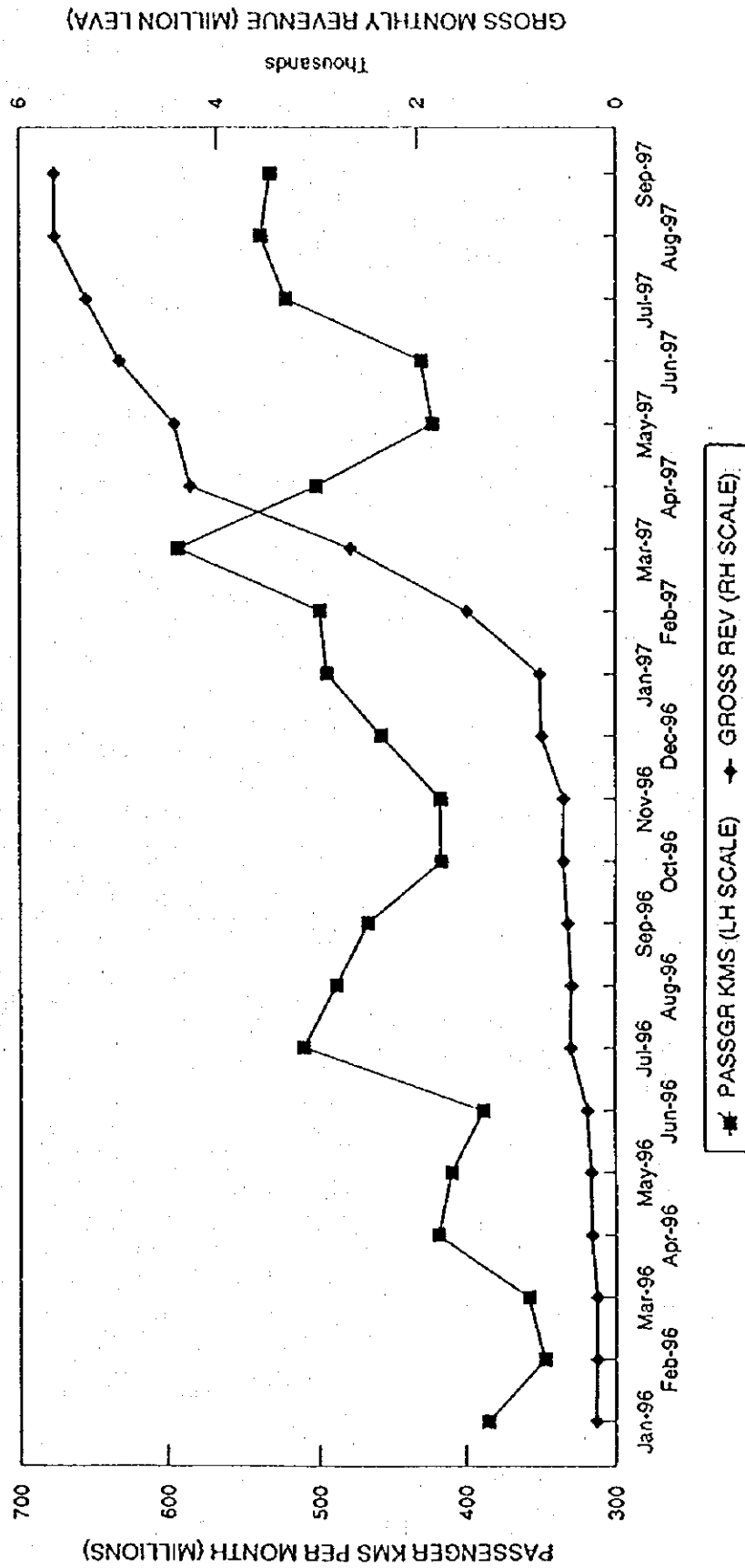


BDZ PASSENGER ANALYSIS
TREND IN PASSENGER TRAFFIC & REVENUE



Фиг. 7.2.3 Анализ на пътническият транспорт на БДЖ

(2) Товари

Анализът направен върху товарните приходи за 1996 г в Междинният доклад беше осъвременен за първата половина на 1997 г. Поради направените наскоро важни и значителни тарифни промени анализът за този период беше разделен на тримесечие за 1996 и 1997 г. Таблица 7.7.2 осъвременява анализа за товарите в Междинният доклад за 1996 г. Допълнителен ред бе добавен към двете половини на таблицата за да покаже различието между 1996 и 1997 г. Фиг. 7.2.4 илюстрира тенденцията в мерките за основните приходни мощности за 1996 и 1997 г (Вж Приложение В). Могат да бъдат направени следните изводи:

- а) Наблюдава се значително намаление във вътрешните и международните трафици както се вижда от намаляването в тонове и тон/км (с 22% и 15 % за 1996 г съответно)
- б) Тази загуба беше компенсирана от значителното увеличение на трафика от/до пристанища (с 22%)
- в) Малки промени в средния превозен товар и разстояния.
- г) Голямо увеличение в чистите приходи (с почти 700%). Увеличението на средния приход за тон/км при вътрешен товарен превоз (почти 900%) отразява значителното повишение на вътрешните тарифи в началото на 1997 г. Това е посочено във Фиг. 7.2.4.
- д) Увеличаване на приходите от пристанищата и международния трафик (заедно над 600%) поради обезценяването на лв спрямо шв. франк. Стабилизирането на лв води до забавяне на приходите от тези два източника. Приходите на тон/км от международния трафик фактически леко намаляха през II-то тримесечие на 1997 година.
- е) Приходите на км от пристанищен трафик, който по принцип надвишава вътрешния трафик сега се нареждат след него. Въпреки че обемът на този трафик расте значително, приходите са засегнати от стабилизирането на лв. Налице е добър пример в увеличаване на пристанищни тарифи за да се поддържа относителна разлика между вътрешния и пристанищния трафик.

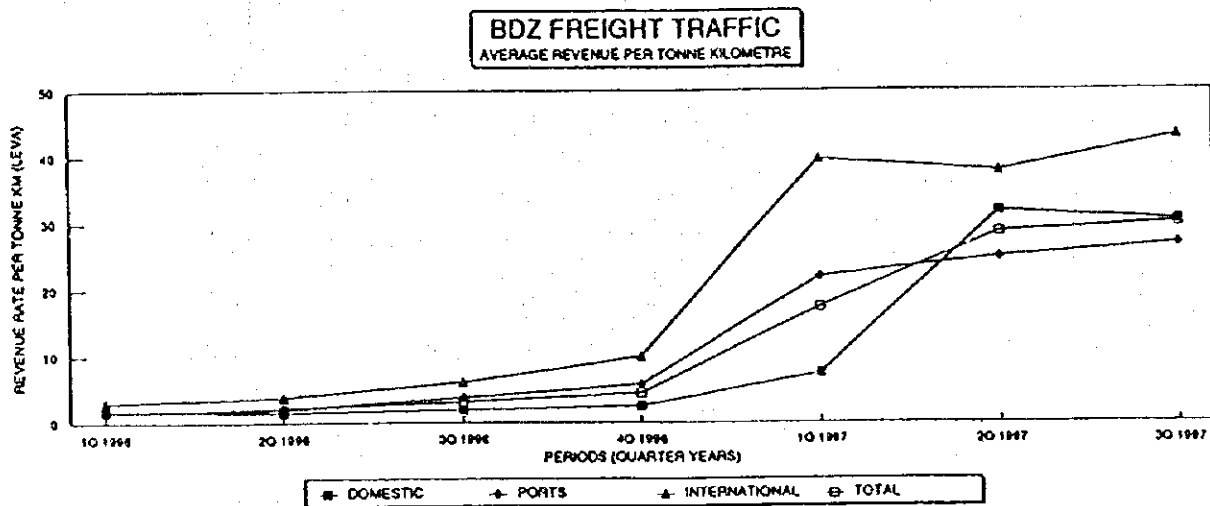
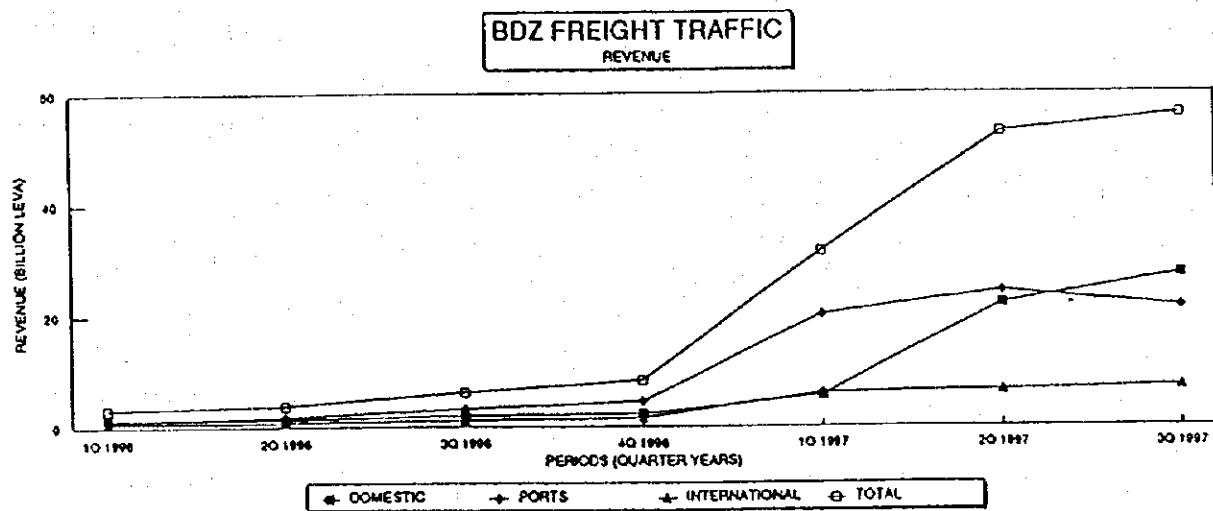
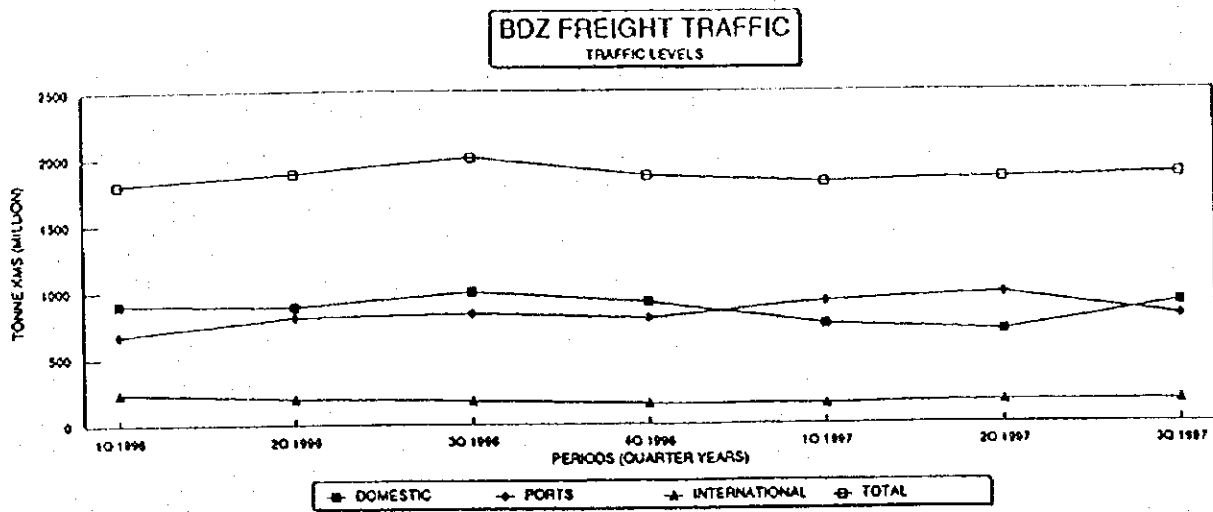
Commodity Code	T o n n e s (000)				T o n n e K m s (Million)				R e v e n u e (Million Leva)							
	Domestic With Ports	Purely Domestic Only Ports	International	Total	% Total	Domestic With Ports	Purely Domestic Only Ports	International	Total	% Total	Domestic With Ports	Purely Domestic Only Ports	International	Total	% Total	
01 Coal	3737	2508	1230	7475	38.3%	738	250	489	1477	74.0%	15178	4398	10780	34	15717	39.0%
02 Crude Oil & Petroleum Products	889	854	14	1757	18.2%	263	263	6	532	27.1%	5118	215	745	215	5450	8.7%
03 Gas & Concentrate	1878	77	1524	3479	35.8%	637	15	521	1193	60.2%	247	247	11893	51	11890	14.1%
04 Metals	1578	358	1072	3008	31.0%	148	34	34	197	10.0%	12361	2322	10040	1527	13490	16.5%
05 Machinery & Equipment	17	16	1	34	0.4%	3	3	0	6	0.3%	79	37	42	411	490	0.6%
06 Cement	758	322	436	1516	15.6%	222	73	150	445	23.1%	2970	1188	1782	192	3162	3.7%
07 Bricks & Roof Tiles	81	51	30	162	1.7%	11	11	3	25	1.3%	210	210	0	14	224	0.3%
08 Timber	280	258	22	560	5.8%	65	4	11	80	4.1%	1289	1119	170	1459	18.0%	
09 Non Metallic Minerals	1108	1102	6	2216	23.0%	54	4	11	69	3.5%	793	50	743	8	851	1.0%
10 Enriched Earth	687	488	199	1374	14.2%	88	50	7	145	7.6%	3144	1874	1270	264	3408	4.0%
11 Grain & Feeder	0	0	0	0	0.0%	0	0	0	0	0.0%	0	0	0	0	0	0.0%
12 Sugar Beet	300	292	8	599	6.2%	119	112	7	238	12.1%	1523	1442	81	523	2048	2.4%
13 Fruit & Vegetables	1	1	0	2	0.0%	0	0	0	0	0.0%	1	1	0	0	1	0.0%
14 Fish	3	3	0	6	0.1%	0	0	0	0	0.0%	6	6	0	40	44	0.1%
15 Ferrous	428	110	318	856	8.9%	108	28	79	215	10.8%	2180	217	1972	801	2981	3.5%
16 Alcohol & Soft Drinks	10	4	6	20	0.2%	2	2	1	5	0.3%	68	19	49	320	388	0.5%
17 Other Products	1898	1075	823	3796	39.4%	289	198	190	677	34.9%	14971	6607	8364	7345	22766	28.5%
Totals	14924	7444	4340	26708	100.0%	1440	1882	372	3694	100.0%	77008	27893	44117	12413	100000	100.0%
% Diff 1998-1997	-4%	-1%	-1%	-2%	-2%	-2%	-1%	-1%	-1%	-1%	-2%	-1%	-1%	-1%	-1%	-1%

Note: 1998 Freight Totals Have Been Revised and Compared With January - June 1997

Commodity Code	A v e r a g e L o a d (T o n n e s)				A v e r a g e K m s (K m s)				A v e r a g e R e v e n u e (Leva Per Tonnage Km)				
	Domestic With Ports	Purely Domestic Only Ports	International	Total	Domestic With Ports	Purely Domestic Only Ports	International	Total	Domestic With Ports	Purely Domestic Only Ports	International	Total	
01 Coal	34.63	54.55	34.37	36.57	54.64	107.48	99.23	107.56	157.84	20.53	17.58	22.04	54.31
02 Crude Oil & Petroleum Products	52.04	52.02	52.26	49.13	51.99	308.83	429.57	178.33	308.77	20.15	19.97	42.34	101.38
03 Gas & Concentrate	43.99	39.19	50.79	46.05	48.00	338.07	199.49	341.98	334.29	22.06	19.97	22.24	27.71
04 Metals	26.87	26.72	29.48	19.25	21.12	321.14	268.23	378.69	333.50	23.74	15.68	26.15	40.00
05 Machinery & Equipment	55.68	50.41	60.34	49.77	55.25	202.47	193.43	346.02	265.04	23.34	12.08	124.48	32.87
06 Cement	44.33	44.97	41.15	35.70	42.84	793.17	725.47	343.11	261.40	13.37	16.38	11.91	30.77
07 Bricks & Roof Tiles	29.30	29.51	27.14	29.52	29.34	214.67	215.47	220.42	271.01	19.06	19.27	0.00	4.35
08 Timber	54.45	54.49	44.92	39.48	54.43	440.19	251.61	184.26	223.41	18.29	17.19	36.93	55.64
09 Non Metallic Minerals	57.73	57.04	59.67	55.97	57.67	383.79	265.65	281.07	318.73	17.48	14.65	25.27	36.78
10 Enriched Earth	ERR	ERR	ERR	ERR	ERR	ERR	ERR	ERR	ERR	ERR	ERR	ERR	ERR
11 Grain & Feeder	51.81	51.88	48.92	47.21	50.88	310.41	382.81	245.43	274.61	12.82	12.68	11.89	32.80
12 Sugar Beet	28.94	29.94	37.18	ERR	ERR	ERR	ERR	ERR	ERR	ERR	ERR	ERR	ERR
13 Fruit & Vegetables	34.19	31.51	37.18	ERR	ERR	ERR	ERR	ERR	ERR	ERR	ERR	ERR	ERR
14 Fish	50.06	48.82	52.00	48.60	54.63	247.64	248.88	368.40	272.72	6.74	15.89	0.00	75.84
15 Ferrous	38.24	39.82	37.12	43.07	41.79	340.78	234.25	240.47	244.01	20.84	8.43	24.88	37.79
16 Alcohol & Soft Drinks	42.64	39.20	50.19	36.59	40.67	340.31	282.04	347.06	290.01	30.59	29.77	31.77	35.52
17 Other Products	60.84	48.38	84.78	38.12	48.84	248.81	117.88	333.06	273.88	21.81	19.18	23.47	34.60
Totals	44.07	51.88	44.18	45.58	48.84	318.11	318.11	318.11	318.11	24.81	21.92	23.47	34.60
% Diff 1998-1997	-2%	-4%	-1%	-3%	-1%	-3%	-3%	-3%	-3%	-2%	-1%	-1%	-2%

Note: Domestic With Ports figures have been disaggregated into Purely Domestic and Domestic Only Ports

Таблица 7.2.2 Анализ на превозените товари за периода януари - юни 1997



Фиг. 7.2.4 Анализ на товарния транспорт на БДЖ

(3) Разходи

Основният метод за разпределение на разходите в БДЖ е този подготвен от секция "Икономика" на НИТИЖПТ в съответствие със Закона за счетоводството от 1991 г. ЖПУ сравняват тези данни и ги представят на Института за анализ. Разходите са отразени в работните заплати, осигуровките, материалите, гориво, електричество, амортизации и различни други дейности и външни услуги (извършени главно от трети страни) в рамките на ЖПУ. Към тях са добавени разходите за централното управление на БДЖ и други подобни. Последното включва Контрол на приходите, ГИИЦ, РСВ, Маркетинг и Експедиция, списания и Центрове за обучение и преквалификация.

НИТИЖПТ разпределя разходите за услугите на товарните и пътническите превози и създава серия от разходни единици по различни операционни индекси. Докато операционните разходи и разходите по обучението могат да бъдат сравнително точно разпределени, липсата на обвързаност на разходите в инфраструктурата означава, че 70-80% не могат директно да бъдат обозначени и затова са посочени като 100%.

Както е посочено по-горе до приемането на Закона за счетоводство от 1991 разпределянето на разходите по дейности можеше да стане по-точно с означаването на специфичните групи от стоки и услуги. Това трябва да бъде възстановено с въвеждането на ИСУ. При тези условия търговските управители ще могат да изработват тарифни системи отговарящи на изискванията на специфични елементи от пътническия и товарния пазар.

Въпреки ограниченията на съществуващите процедури може да стане възможно, те да се настроят, така че да могат да покажат краткосрочните и дългосрочните допълнителни разходи, както и постоянните непроменливи разходи. Това трябва да се има предвид. Докато първоначално това може да бъде валидно за целия пътнически и товарен бизнес, постепенно може да се нагласи, така че да посочва разходите по различните сегменти на пазара. Примери илюстриращи разходи от различните видове групи следват по-долу:

а) Краткосрочни допълнителни -

Гориво, електричество за локомотиви и моториси
Социални разходи по машинисти и за обучаващи се
Материали за влакове и гарн
Обслужващ персонал по гарите

б) Дългосрочни допълнителни

Специфична инфраструктура (трасе, сигнализация, електрификация) и дейности по поддръжката

Амортизации и лихви за подвижния състав

Сигнализация и съобщения

Производствени дейности в ЦУ и по гарии

в) Постоянни

Неопределени дейности по поддръжката на инфраструктурата

Неопределени дейности по експлоатацията

Неопределени гарови и ЦУ дейности

Амортизации и лихви върху инфраструктурата, терминали.

Това е подобно на разбивката на разходите предоставено от системата ОСКАР. Разликата е тази, че докато ОСКАР разчита на информация за разходите на една единица вътре в модела, нагласяването на системата използвано от секция "Икономика" от НИТИЖПТ ще бъде базирана на действително възникващи разходи. Както се спомена по-горе, трябва да се изработи "рамка на договореност" за разпределянето на общи и обикновени разходи. Направата на това със съществуващата процедура ще допринесе за спецификацията на модела по разходите, който ще се въведе в ИСУ.

За да се подпогне този процес, много е важно компютърното оборудване в секция "Икономика" на НИТИЖПТ да бъде подобро за да се замести ръчната обработка на информацията по съществуващите разходи. Това ще допринесе за осигуряване на повече време за анализ на информацията.

(4) Съотношение между приходи и разходи

Мерките за повишаване на производителността в БДЖ е свързването на приходи за пътник/товар км с разходите. Това е само за цялостния пътнически и товарен транспортен бизнес, а не за раздробяване му по подразделения. Таблиците 7.2.3 и 7.2.4 обобщават резултатите за 1996 и първото полугодие на 1997г. Те бяха извлечени от количествените и приходните сметки по баланса на БДЖ изготвен от отдел "Контрол на приходи" и отдел "Международни връзки" на БДЖ. В допълнение брутния и чистия приход също са дадени в посочените таблици.

Последното не включва ДДС (върху вътрешни услуги) и осигуровките по пътническите превози. Това обяснява различията със стандартите описани в таблица 7.2.1 извлечени от регистрите на пратките.

Таблица 7.2.3 Товарни превози по БДЖ: степен на рентабилност

	Общо 1996	I-во тр. 1997	II-ро тр. 1997
Брутен приход за тон/км (лв)	2.90	19.42	30.63
Чист приход за тон/км (лв)	2.53	16.42	26.20
Разходи за тон/км (лв)	2.33	11.88	19.90
Съотношение брутен приход/разход	1.24	1.63	1.54
Съотношение чист приход/разход	1.09	1.43	1.32

Таблица 7.2.4 Пътнически превози по БДЖ: степен на рентабилност

	Общо 1996	I-во трим. 1997	II-ро трим. 1997
Брутен приход за пътник км (лв)	0.88	3.11	10.08
Чист приход за пътник км (лв)	0.73	2.60	8.15
Разход за пътник км (лв)	3.18	11.85	28.51
Съотношение брутен приход/разход	0.28	0.26	0.35
Съотношение чист приход/разход	0.23	0.22	0.29

Оттук става ясно, че товарните услуги на БДЖ са печеливши и че тарифите в момента надвишават леко разходите. Съотношението приходи/разходи се подобри чувствително вследствие инфлацията и повишаването на тарифите в началото на 1997. Тук трябва да се отбележи обаче, че амортизационни разходи са базирани на предишни много по-ниски цени и БДЖ не прави необходимото възстановяване на капитал. Това може значително да повиши тези разходи и се разглежда в раздел "Финансов анализ" на доклада. Ако се има предвид такава промяна в разходите, повишаването на тарифите трябва да бъде планирано навреме, вместо да се извърши едно единично, внезапно увеличение, което няма да се отрази добре на трафика.

Както е показано в таблица 7.2.4 увеличението на пътническите тарифи през 1997 доведе до значително подобрене на съотношението приходи/разходи на БДЖ. Увеличения от средния приход от пътник през II-то тримесечие на 1997 беше 11 пъти по-голямо от това през 1996 г.

През същия период разходите се увеличиха 9 пъти с много значителен растеж

през II-то тримесечие на 1997г. За да могат да постигнат договореното с МТ и СБ съотношение 1:2 между преходи и разходи, тарифите на БДЖ трябва да бъдат значително повишени в началото на 1998г.

7.2.5 Препоръчителни тарифни мерки

(1) Въведение

Въз основа на анализа на източници на информация на БДЖ и влаковото наблюдение бяха направени следните препоръки за начини на развитие на пътническите и товарни тарифи. Те бяха обсъдени със съответните отдели на БДЖ. В допълнение бъдещи планирани увеличения на тарифите са предложени в Приложение Г.

Вече е ясно, че тарифни предложения са направени и предстои, те да бъдат въведени от отдел "Товари" и за целта трябва да се предприемат съответните мерки. Двата слаби пункта, които бяха посочени са:

- а) Нуждата от подобрене на анализа на разходите, така че тарифните стандарти да бъдат определени от подразделенията на пътническия и товарния пазар според техните съответни разходи. По този начин ще бъде установена крайната рентабилност на всяко едно подразделение на пазара.
- б) Нуждата да се подобри анализа на наблюдението на пазара, така че стабилността на подразделенията да могат да бъдат установени, а и ефектите от промяна върху индивидуалните потоци на трафика също да бъдат забелязани. Трябва да може да се вземе необходимата корекционна мярка при регистриране на намаляване на трафика по определени маршрути.

(2) Пътници

- а) Принципите на пазарното ценообразуване започнаха да се въвеждат в пътническите тарифи на БДЖ.
- б) Дългосрочните цели трябва да бъдат такива, че тарифите по всеки отделен маршрут да се съставят на индивидуални двойки гари (начална и крайна) и да се определят от силата на пазара и качеството на пътническата услуга по съответния маршрут. Отдел "Пътнически" би желал да направи това, но е много зависим от въвеждането на новата пътническа информационна система, която се прилага сега.

Внедряването ѝ не бива да бъде забавяно. Като междинна мярка за извършването на това, съществуващите дистанционно зависими тарифи биха могли да бъдат установени за всеки отделен маршрут.

в) С подобряването на качеството и бързината на обслужването трябва да се наблегне на разработване на първокласния пазар заедно с реално съответстващо увеличение на цените. Проучването на пътниците усия да открие определен първокласен пазар. Може да бъде разработена съответстваща връзка с индустриалните и търговски среди в основните градове на страната. Неизползваният първокласен капацитет през празниците може да бъде предлаган на пътници пътуващи във втора класа срещу малка добавка по време на самото пътуване.

г) Пътниците пътуващи с намаление като студенти и пенсионери трябва да бъдат ограничавани от пътуване във върхови часове за да може да се позволи този капацитет да се използва от всички останали пътници. Всички усилия на БДЖ да постигне резултат в това направление в миналото бяха блокирани от политически натиск.

д) В извънвърховите часове трябва да се прилагат други по-ниски тарифи за да се може да се запълва излишъка от капацитета през деня и това да доведе до допълнителни приходи. Проучването на пътниците установи, че много пътници пътуващи по празниците са чувствителни към повишаване на тарифите.

е) Планираното въвеждане на нов и преоборудван подвижен състав трябва да бъде придружен с повишение на тарифите за да покрие направените разходи по подобренията в качеството на услугите, а също така да покрие допълнителната амортизация.

ж) Съществува остра нужда от изясняване на договарянето с Правителството за изпълнението на задължението за обществени услуги. БДЖ трябва да обмисли начин на реагиране в случай, че не се предвижда допълнително финансиране за тях.

з) Трябва да бъдат осигурени средства яза текущото проучване на пазара на пътниците като се използват вътрешни и външни източници.

(3) Товари

- а) В БДЖ се открояват три сегмента в цялостния товарен пазар – международен, пристанищен и вътрешен. Те са разгледани поотделно.
- б) Международният трафик ще бъде обект на разглеждане в Споразумението за унифицирани тарифи на Балканите, които подлежат на въвеждане през януари 1998г. Следователно БДЖ е с ограничени възможности за гъвкаво реагиране на тарифите. Международният трафик реализира най-високите приходи на тон/км за БДЖ и целта на унифицираните тарифи е да увеличи обема му в района на Балканите. Консултантът е съгласен с това.
- в) Пристанищният трафик реализира най-високи приходи за БДЖ и расте по обем. Това е жизнено важно за финансовата стабилност на БДЖ. Докато тарифите са събирани в швейцарски франкове и тяхната стойност се увеличи с инфлацията, важно е нивата на тарифите установени през януари 1993 да бъдат редовно коригирани и поне да запазят стойността си.
- г) Вътрешният трафик е най-голям по обем за БДЖ. Относителното различие между ефективните тарифни стандарти за този трафик сравнени с останалите два трафика се намали с огромното увеличение на тарифите през началото на 1997г. Препоръчва се бъдещите тарифни увеличения да бъдат прилагани според пазарните условия.
- д) Много от големите клиенти на БДЖ получават намаление спрямо обявените тарифни стандарти. Такива намаления са нормални, но те трябва да останат търговска тайна, така че конкурентите да останат неуведомени за ефективните такси събирани от БДЖ.
- е) Има остра нужда от подобряване на базата на разходите, която се използва при установяване на тарифите на БДЖ за да се осигури рентабилност на товарните услуги. Това е разгледано по-долу. Офертите до потенциалните клиенти трябва да бъдат изготвени бързо и да бъдат задължение на отдел "Товари".

(4) Разходи и тяхното разпределение

- а) Тъй като SRDZ/SPRI моделът изработен от НИТИЖИП е единствената компютъризирана приходи/разходи разпределителна система на разположение в момента, много е важно за финансовото здраве на БДЖ всички вътрешни формули да бъдат по възможност най-точни. Трябва да се създаде Комисия по разходите, която да разглежда основите и структурата на моделите. Тази комисия трябва да включва външни членове, например като ревизорите на КМПГ, също така и представители на БДЖ. Тя ще бъде отговорна за стратегическите решения

относно разпределянето на разходите през идващото преструктуриране на организацията.

б) БДЖ планира да приеме оферта да възстанови модела за разходите ОСКАР. Това ще даде възможност на БДЖ да предприеме по-детайлно планиране и установяване на тарифи. Различните й разходни нива ще улеснят отдел "Товари" при установяване на тарифите. Тъй като моделът вече четири години не е осъвременяван, очаква се, че сега това ще отнеме време за постигане на тази цел. БДЖ ще трябва да намери необходимия специалист по транспорта и програмист за да осигури продължителната интеграция на модела.

в) Тъй като СУФ ще бъде в основата на бъдещата финансова система необходимо е да се изясни метода на разпределение на разходите, който ще бъде използван в нея. Това може да бъде част от работата на Комисията по разходите. Преди въвеждането на СУФ съществуващите процедури по разходите се концентрираха в секция "Икономика" от НИТИЖПТ и те биха могли да бъдат усилены за да идентифицират допълнителни и постоянни разходи, които спомагат за установяване на тарифите.

7.3 МАРКЕТИНГ И КОМБИНИРАН ТРАНСПОРТ

7.3.1 Въведение

Маркетингът може да бъде добро средство за бъдещото развитие на товарните превози на БДЖ. То е особено важно в бизнес сферите, където има конкуренция, основана на принципите на пазарната икономика, или там където е налице потенциал за бизнес развитие. В този смисъл маркетингът в сферата на комбинирания превоз ще бъде актуален и за в бъдеще. В тази глава, ще се спрем главно на маркетинга на (I) товарния транспорт и (II) на комбинирания транспорт.

С цел да се формулира бъдещата стратегия за маркетинг и комбиниран транспорт, първо трябва добре да се схване общия вид на цялостната структура на товарните превози по БДЖ (независимо дали се отнася до комбиниран транспорт или до обикновения превоз чрез товарене на вагони), и да се анализират сегашните системи на маркетинг и комбиниран транспорт на БДЖ. Този анализ ще се съпостави с положението в Европа, САЩ и Япония. Всичко това ще позволи на БДЖ да намери формулата за ефективни бъдещи стратегии във времената на пазарната икономика и комбинирания транспорт. В допълнение е направен кратък анализ на инвестирането в комбинирания транспорт.

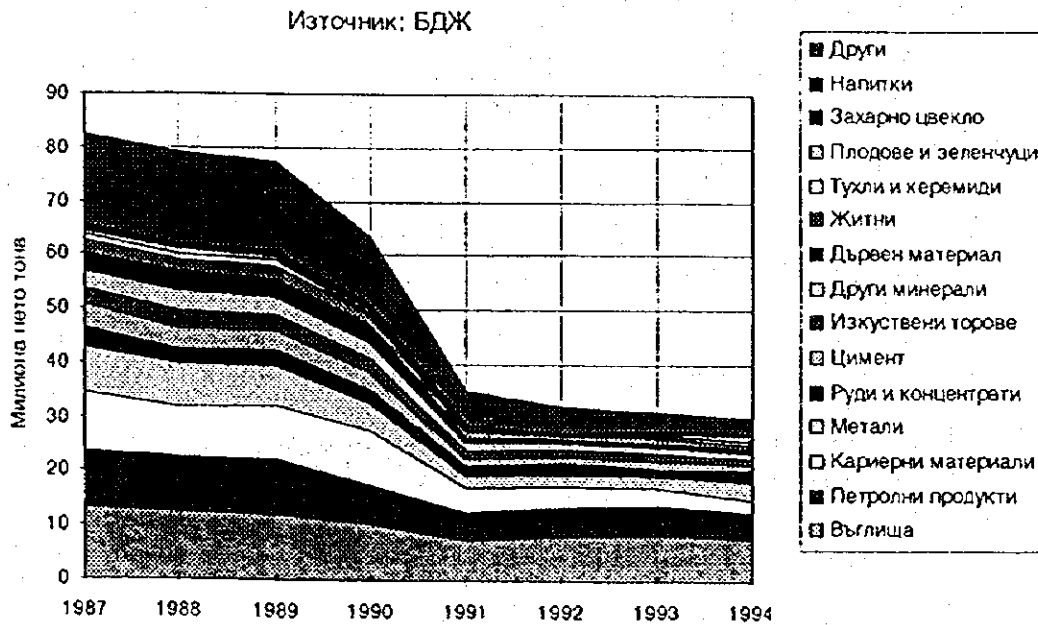
Това проучване е разделено на три части. Първата основна проучвателна част, е наблюдението на маркетинга и комбинирания превоз на БДЖ. Втората част е анализ на жп пазара и положението на комбинирания транспорт в Европа, САЩ и Япония. Третата част е анализ и препоръки към бъдещата стратегия на БДЖ в пазара на товарния и комбинирания транспорт. Необходимите за наблюденията и анализите данни и информация са събрани от (I) интервюта с някои отговорни служители от БДЖ, и основни за БДЖ български и европейски клиенти от компании в комбинирания транспорт, и (II) при посещения на контейнерни терминали във вътрешността на страната и някои пристанища като Варна, Бургас и Русе.

7.3.2 Сегашното състояние на жп товарен транспорт в България

(I) Промяна на пазарната структура на товарните превози

Обемът на превозените товари от БДЖ рязко намаля през деветдесетте години. През 1987 г. общият обем на товарните превози е бил 82.5 милиона тона, а през 1994 г. е само 30.3 милиона тона, или 36.72% от обема през 1987г. Промяната се отрази и върху

вида на стоките, превозвани от товарния трафик на БДЖ (Вж фиг. 7.3.1). Обемите на насипните товари, като въглища, нефтени продукти, карьерни материали, метали, руди и концентрати, цимент и химически торове, намаляха почти наполовина, а обемите на другите промишлени стоки и товари спаднаха още по-драстично и достигнаха до около една пета от обемите през 1987 г.

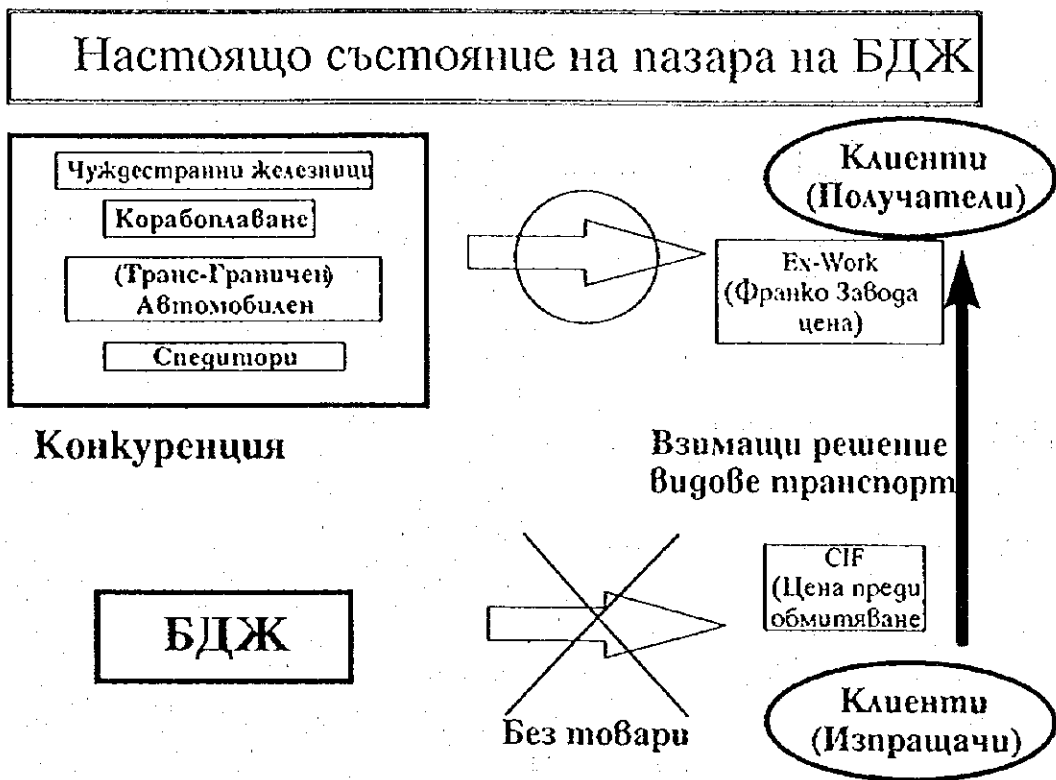


Фиг.7.3.1 Товарният трафик на БДЖ

Няколко са факторите, които доведоха до този процес на общ спад на превозваните товари. (I) Основният фактор е началото на демократичните промени, които започнаха в Централна и Източна Европа и Русия (страните от бившия СИВ) и последвалите ги реформи. Промислените структури в региона, включително и в България, основно се промениха. След като България имаше много близки търговски връзки с Русия (която дотогава беше най-големия търговски партньор на България), промишлената структура се влоши не само от вътрешния колапс на икономиката, но и от внезапното и огромно намаляване на търговията с Русия, главно във вноса на суровини и износа съответно на промишлени изделия. (II) Силната конкуренция от другите видове транспорт и по-специално от автомобилния стана реалност. (III) Налице е промяна на търговските взаимоотношения и връзки между производствените предприятия в България и техните клиенти в Русия и другите страни в Източна и Централна Европа. Този фактор е тясно свързан с останалите два фактора и е много важен за правилното разбиране на връзката между промяната и търговските структури на СИВ и промяната в структурата

на транспортния пазар в България.

Преди началото на демократичните промени, производствените предприятия, които са и основните клиенти на БДЖ бяха отговорни за транспортирането на продукцията си до партньорите им в чужбина (основно големи държавни компании), тъй като действащите тогава търговски и транспортни съглашения в рамките на СИВ разрешаваха изпращача да има инициативата за износа на своите изделия и тогава търговският термин беше "CIF" (Себестойност, Застраховка и Транспортни разходи). Т.е., те имаха правото сами да направят избора си какъв превозвач да използват. При централизирано планираната икономика, големите държавни предприятия бяха тези, които оперираха с голям обем суровини и материали и те възлагаха на БДЖ да превозва тези товари при условията на "CIF". Но икономическата реформа разформирова тези големи държавни предприятия (както в чужбина така и в страната) на по-малки приватизирани компании и всяка една от тези компании започна да купува и внася продуктите на клиентите на БДЖ в малки количества. Сега клиентите на БДЖ не могат да продават изделията си в големи количества и те започнаха да губят силата си в контрола на търговията. Всеки един от приватизираните чуждестранни/местни купувачи е заинтересован от ефективността по време и цена на превозването на продукцията си и е нетърпелив да вземе инициативата на пазара. Те започнаха да изграждат свой начин на купуване и транспортиране на изделията на българските предприятия. Тогава местните производители бяха постепенно принудени да се откажат от транспортирането на собствените си продукти и търговският термин се промени от "CIF" на Франко завода. Чуждестранните и местни купувачи смениха вида на превоза от железници на камиони, който в момента е най-ефективен по отношение на цена, време и начин на транспортиране, позволяващ гъвкавост при доставки в малки обеми. При това положение, дори и служителите по продажбите и маркетинга в БДЖ да влязат във връзка със своите бивши и потенциални клиенти в България, последните едва ли ще се решат да ползват услугите на БДЖ. На практика българските производители изгубиха контрола върху износа и съответно на продажбите на изделията си. БДЖ трябва да се стреми да привлече като клиенти чуждите и местни купувачи, въвеждайки "Продажби на консигнация", както и да подобри обслужването до нивото, предлагано от конкурентния автомобилен транспорт (Вж Фиг. 7.3.2).



Фиг. 7.3.2 Сегашно състояние на пазара на БДЖ и Бъдещ подход в маркетинга

(2) Съществуваща система на маркетинг в БДЖ

Системата на продажби и маркетинг в БДЖ има няколко момента, които трябва да се обновят, така че да се отговори на настъпилите структурни промени както вече бе споменато по-горе.

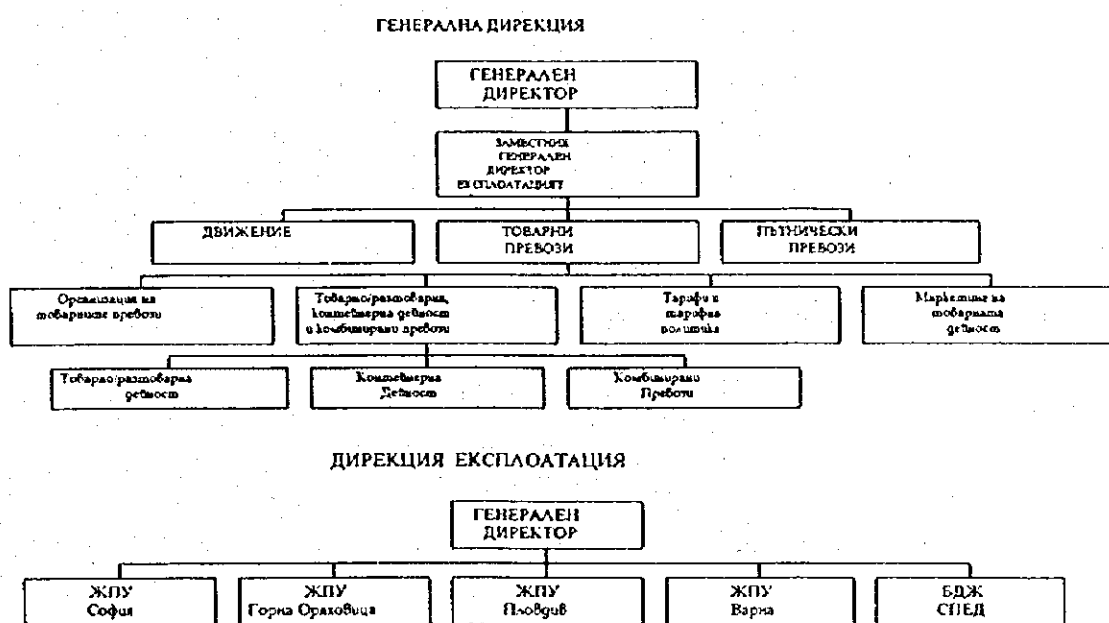
1) Липса на продажби на консигнация

БДЖ беше силно зависима от "Продажбите на изпращача" като получените приходи бяха изчислявани в регионалните точки на произход. Дори при приходи получени благодарение на решение, взето от страна на крайната точка (получателя на стоката), те, даже и в тези случаи не бяха изчислявани по крайни точки. В случай на транзитни международни товари, приходите се включват в административния отдел на управленията. Без маркетингова дейност в крайните точки, "Продажби на консигнация" е трудно да се постигне. Независимо дали крайната точка на получаване е в България или не, такава дейност е необходима. Ако крайната точка е зад граница, нужно е там да има представители по продажбите и маркетинга, които да привличат продажбите от консигнаторите.

2) Липса на опит в ориентиран към клиентите маркетинг

Продажбите и маркетинга основно се ръководят по райони от началника на съответния ЖПР, от районния мениджър по продажбите и където е необходимо и от повече служители от районния управленчески персонал. Тяхната основна дейност е да влязат във връзка с клиентите, да потвърдят обема, да уточнят цените, да планират транспорта, съобразявайки се с цикъла на производство и т.н. Но дейността им е ограничена от местните (районни) редовни клиенти, така че трудно може да се каже, че те полагат истински маркетингови усилия за привличане на нови клиенти. Освен това, те изготвят данни за продажбите и ги изпращат в централното управление. Данните за продажби не са добре статистически обработени по отношение на клиенти (изпращач и получател на стоката), по видове стоки, начална и крайна точка на стоката, както е по метода на кръгосаната матрица, така че тези данни да са полезни за извършване на подробен маркетингов анализ по-късно от съответните специалисти в централното управление. Това се дължи на недостатъчния опит по маркетинг в ЖПР и в централното управление и на недостатъчно ефективни информационни системи и добре обучен персонал, който да е в състояние да обслужва на ниво системата. Но най-важното е липсата на достатъчна маркетингова дейност, която да проучва нуждите на клиентите, съществуващи и потенциални, местни, регионални и международни и

гъвкаво да се отразяват тези нужди в ценообразуването и съставянето на експлоатационните планове на ЖПУ. С други думи, липсва реална, функционална, районна, международна и междувидова маркетингова дейност, която да свързва отделите в БДЖ. БДЖ има самостоятелен отдел маркетинг и спедиция, с название БДЖ СПЕД, чийто офис в София е с около 20 служителя. Но БДЖ СПЕД се занимава единствено със своята маркетингова и спедиционна дейност и няма права да поеме цялостния маркетинг в БДЖ (Вж. Фиг. 7.3.3)



**Фиг. 7.3.3 Генерална дирекция/експлоатационни единици на БДЖ
Организация на товарните превози
(Маркетинг и комбинирани превози)**

3) Липса на стимули

Сега е налице недостатъчна заинтересованост за увеличаване на продажбите. Даже и продажбите да се увеличат значително благодарение усилията на персонала, никой няма да бъде допълнително възнаграден за това. Затова липсва лична заинтересованост в персонала дори да се опита да помисли как да подобри маркетинга и така да увеличи приходите от клиентите. Необходимо е да се въведе система на заинтересованост. Не е задължително да бъдат парични стимули. В някои японски компании, има система, при

която всеки от персонала може да направи предложение пред ръководството за подобряване на маркетинга, експлоатацията и управлението на фирмата. Ако идеята си струва и може да повлияе положително на управленската политика на компанията, предложилният получава обществено признание и му се връчва награда. Такава система на поощрение може да заинтригува персонала.

4) Липса на гъвкава ценова политика

Съществуващите законови ограничения в България не позволяват на БДЖ да извършва маркетинг с гъвкаво определяне на цените. Но дори да се премахнат тези ограничения, не съществува подходяща система, която да свързва цената, стойността и печалбата с всяка отделно предложена операция за да обслужва един контейнерен и жп транспорт. След като приходите се изчисляват чрез умножение на тарифите по транспортната единица, или тон/км на превозен товар, стойността трябва да се изчислява по подобен начин за да се разбере единичната печалба. Структурата на тарифирането и ценообразуването трябва да се промени така, че да удовлетвори структурата на стойността, отнасящата се до процеса на експлоатация. В противен случай, БДЖ не могат да определят каква печалба се пада на всяка продажба или операция и следователно не могат да предложат гъвкави цени, както това прави автомобилния транспорт. Необходимо е да се извърши анализ на стойността, обхващащ ценообразуването, базирано на стойността и маркетинга, като активно ценообразуване.

(3) Сегашно състояние на маркетинговите организации в БДЖ

1) Отдел "Маркетинг" на управление "Товарни превози" на БДЖ

Основната роля на отдел "Маркетинг" е да събира информация за големите, редовни вътрешни клиенти за насипни/течни товари като Неохим, Нефтохим, Химко, Кремиковци, Металургичен завод в Перник, Каолин, Агробιοхим, Плама и др. Отделът не се занимава специално с маркетинг по отношение на клиенти за международни потенциални или комбинирани превози.

Крайните решения относно намалени тарифи за гореспоменатите клиенти се взимат не от отдел "Маркетинг", а от Тарифната комисия под председателството на Генералния директор. Другите членове на комисията са заместник-генералния директор по експлоатацията и заместник-генералният директор по търговско-икономическия контрол. В този смисъл отдел "Маркетинг" сам по себе си не определя политиката по ценообразуване, а е само съветник на главното ръководство по тези въпроси.

Този факт сочи, че отдела не упражнява пълен контрол върху пълните интегрирани маркетингови функции като продажби, ценообразуване, управление на печалбите, управление на клиентите, управление на производството (услугите) и обслужване на клиентите. Той само контролира част от управлението на клиентите и управление на производството (услугите). Той не е нито “център за приходи”, нито “център за печалба”.

2) Отдел “Тарифи” на управление “Товарни превози” на БДЖ

Главната отговорност на отдел “Тарифи” е управление на системата за товаро-превозни тарифи. Задълженията включват част от ценообразуването, но основната дейност е съсредоточена върху прилагането на постоянни тарифи, а не върху стратегическо и пазарно ориентирано ценообразуване. Има два вида тарифи: едната е за жп транспорт, а другата е за товарене и разтоварване и действия на крайни гари (тарифа код 541). Първата се подразделя на още две категории: вътрешен (тарифа код 530) и международен (включително внос/износ, транзитен превоз, пристанищен) транспорт. БДЖ може да контролира тарифи 530 и 541, но не и тарифите на международните превози, които се контролират от UIC и UIRR. Тарифите се разделят и в зависимост от това дали товарите са вагонни или контейнерни. Друго важно задължение са преговори по отношение на навлата и сключване на споразумения с международни транспортни организации като Интерконтейнер, Ос-Комби и др. за контейнерни и комбинирани превози.

3) Отдел “Експлоатация на товарния транспорт” на управление “Товарни превози” на БДЖ

Основната задача на отдел “Експлоатация на товарния транспорт” е обслужване на клиентите и по-специално клиентите на вагонни превози, в това число отношенията с ръководителите на обслужването на клиентите на жп гари и отговорниците за митническите формалности. Най-общо казано, всичко това няма нищо общо с т.н. маркетинг в тесния смисъл на думата.

4) Отдел “Комбиниран транспорт” на управление “Товарни превози” на БДЖ

Отдел “Комбиниран транспорт” отговаря за документацията, управлението на експлоатационната процедура на контейнерния и комбиниран транспорт включително действия на крайни гари като товарене и разтоварване, оперативно координиране с

международни превозвачи като Интерконтейнер, Ое-Комби и т.н. Той отговаря също за планирането на най-подходящата бъдеща система на комбинирани превози. Той не е нито "център за приходи", нито "център за печалба".

5) Йерархична структура на маркетинг – Ролята на Главната дирекция, ЖПУ и товарните жп гари

Директорите на ЖПУ и началниците на товарните гари, които са първият контакт за повечето местни клиенти, в момента не са упълномощени да контролират системата за намаляване на тарифи. По принцип самите те не могат да решават какви намаления да предложат на клиентите в техния район. Те трябва да се съветват с отдел "Тарифи" на Главната дирекция, а когато клиентите са важни, трябва да следват окончателните решения на отдел "Тарифи". Те нямат желание да се занимават с международен, комбиниран транспорт или потенциални клиенти. Това се дължи на ограничената им отговорност, както и на липсата на стимули (или възнаграждение) за това. Тази йерархична маркетингова структура често води до положение, когато клиентите избягват да се обръщат към ЖПУ и Главната дирекция и предпочитат други транспортни компании, чиито представители могат да преговарят непосредствено по товарните тарифи, което в крайна сметка води до загуба на товари за БДЖ.

6) БДЖ СПЕД

БДЖ СПЕД е експлоатационно звено на БДЖ, основано през март 1995 година. То има представителство само в София. Ролята му включва маркетинг и експедиране. В този случай маркетинг означава нещо като маркетингово проучване за прогнозиране на търсенето, а не управление на маркетинга или изработване на маркетингова политика. Следователно, неговата основна дейност се състои по-скоро в експедиция на стоки по железниците. Сегашният директор на БДЖ СПЕД е бил заместник-генерален директор на БДЖ преди основаването на фирмата.

БДЖ СПЕД отбеляза известни успехи в експедиране на международни товари възползвайки се от доброто сътрудничество с много чуждестранни следитори като Фероспед от Швейцария, Данзас от Швейцария, Шенкер от Германия, Експрес от Австрия, Рондини от Италия, МАВ СПЕД от Унгария, Союз Внештранс Интеркоммерс от Украйна и Трансрейл от Русия..

Понякога, то не може да се конкурира успешно с други български частни следиторски фирми поради липса на клонове в страната. Освен това липсва координация с отдел

“Маркетинг” на управление “Товарни превози”. Директорът препоръча на управление “Товарни превози” на БДЖ да прехвърли около 1/3 от управителите на служба “Обслужаване на клиенти” в местните товарни гарии и ЖПУ под контрола на БДЖ СПЕД за засилване на продажбите и маркетинга в комбинирания и жп превози, които се очаква да се разраснат бързо в бъдеще.

За да стане по-конкурентоспособно чрез съживяване на човешките ресурси, БДЖ СПЕД се нуждае от въвеждане на система за стимулиране, т.е. да увеличава заплатите в зависимост от търговските резултати. Ако това не стане, добрите специалисти ще избягат от БДЖ СПЕД и ще преминат към другите частни следиторски компании.

7.3.3 Сегашно състояние на комбинирания транспорт в България

(1) Сегашно състояние на комбинирания транспортни превози на БДЖ

1) ЖП-морски комбиниран транспорт на контейнери

БДЖ бяха ентузиазирани в изграждането на система за железопътно-морски транспорт на контейнери през 70-те и 80-те години. В средата на 70-те години за да се справят с нарастващия обем на износни промишлени стоки, подходящи за транспортиране в контейнери, през пристанищата на Варна и Бургас за тогавашния СССР, България се опита да изгради няколко контейнерни терминала във вътрешността на страната, оборудвани с огромни кранове за обработка на 20 футови контейнери. Такива контейнерни терминали бяха изградени в София, Пловдив, Димитровград, Стара Загора, Враца, Горна Оряховица, Русе, Варна и Бургас. Те функционираха добре с нарастващо непрекъснато количество на контейнерите до началото на демократичните промени в края на 80-те години. През 90-те години повечето от контейнерните терминали запустяха поради драматичния спад на контейнерните товари, в резултат на колапса на икономиките в страните от бившия Съветски Съюз и останалите държави от СИВ. Следователно, макар че оборудването е морално остаряло, БДЖ има достатъчно възможности да обслужва контейнерни товари по железниците. Проблемът е, че сега това оборудване не се използва в целия му капацитет и по този начин се задържат активи за производство в следствие на недостатъчния брой на превозваните товари. Разбира се, нужни са нови инвестиции за модернизация на съоръженията и оборудването за бъдещия комбиниран транспорт, обхващащи 40 футови контейнери и за самите контейнерни превози.

Междувременно, заедно с внезапния спад на контейнерните товари, връзките на БДЖ с

корабните компании ставаха все по-слаби. Преди началото на демократичните промени, "Българския воден транспорт" централизирано управляваше както вътрешната и международната корабна дейност, така и експлоатацията на пристанищата Варна, Бургас и Русе. С началото на започването на демократичните промени то беше разделено, от гледна точка на района и дейността, на държавни компании като Български Морски Флот (БМФ) отговорна за корабоплаването, Пристанище Варна, Пристанище Бургас и Пристанище Русе отговорни за експлоатацията на съответните пристанища.

Огтогава, БМФ започна да извършва свой собствен контейнерен транспорт съответстващ на собствена стратегия за привличане на нови (по-често малки) клиенти под търговското име BULKON. С други думи, те закупиха камиони за вътрешен транспорт на техните контейнерни товари с цел да посрещнат нуждите на клиентите за гъвкав "от врата до врата" транспорт. Те инвестираха в информационна система за контрол на документацията, митнически процедури, опис на контейнерите, движение на камионите, експлоатация на корабите и органичната връзка между всичките тези елементи. Създадоха компютъризирана система за ценообразуване и счетоводство, което позволява ефективен маркетинг и ценообразуване, базирани на тях. Те дойдоха от среда, където по естествен начин разбраха необходимостта от такава стратегия, защото се сблъскаха с конкуренцията на международния пазар с чуждите корабни компании, добре оборудвани с тези средства много преди БМФ да възприеме тази стратегия.

От друга страна, БДЖ не направи нищо в тази посока и пространството между БДЖ и БМФ драматично се разшири и се стигна до там, че сътрудничество в настоящия момент между двете компании е систематично, експлоатационно и стратегически невъзможно. Както се спомена в раздела "Съществуваща маркетингова система на БДЖ", няма достатъчно добре обработени данни, специално отнасящи се до броя на обработените контейнери и контейнерните товари, която да е интегрирана със системата на експлоатация, системата за ценообразуването и системата за счетоводство. По този начин няма да е възможно определяне и отразяване в бъдещата маркетингова политика на характеристиките на намаляващите или изчезващите контейнерни товари, броят на контейнерите, вид на стоката, дали е от внос или за износ, начална и крайна точка и т.н.,

В допълнение, успеха на БДЖ в бъдеще в развитието на контейнерния транспорт зависи основно от това дали БДЖ може да има добри взаимовръзки с другите транспортни компании, какъвто е БМФ. Говорейки за стратегия, ние не трябва да

ограничаваме партньорите само до БМФ. Сийланд може да бъде добър кандидат, тъй като е част от CSX, който е голям железопътно-морски конгломерат с голям опит в жп-морските комбинирани превози и имащ чуждестранен директен инвестиционен фонд. Във всеки случай е задължително за БДЖ да уеднакви своята технологична инфраструктура с тази на корабните компании, за да осъзнае ефективността на жп-морския комбиниран транспорт на контейнери.

Другият съществен елемент във въвеждането на жп-морския комбиниран транспорт на контейнери, е развитието на обширни модерни терминали в пристанищата Варна и Бургас. Строителството на контейнерни терминали може да бъде подкрепено от някои финансови институции и организации за чуждестранна помощ или всякакъв вид финансиране, проекти от вида "Строителство, експлоатация и предаване" от чуждестранни инвеститори също може да бъде една алтернатива. Ако това се осъществи, ще се увеличи не само възможността за обработка на повече контейнери в България, но също така жп-морския комбиниран транспорт ще стане по-удобен, със създаването на една директна връзка между железниците и корабите.

Развитието на Варна и Бургас ще ги направи конкурентноспособни на другите основни пристанища на Балканите, като Солун в Гърция, Истамбул в Турция, Констанца в Румъния, Копер в Словения, Риєка в Хърватско и Дурьс в Албания. Следователно проучването на опита и състоянието на тези пристанища е особено важно. Например Корейската автомобилна компания ДЕУ и компанията за електроника Самсунг напоследък изразиха своя интерес в развитието на пристанището в Риєка, което да стане техен разпределителен център за Източна Европа. Техните планове са да превозват частите по море, да контролират описаните на детайлите и изделията и да сглобяват автомобилите в близост до пристанището. Накрая, те възнамеряват да транспортират готовите изделия до европейските страни по железниците. България също трябва да убеди чуждите производители да инвестират в крайморската зона или във вътрешността на страната и да развие жп-морски транспорт за техните изделия като по този начин ще се увеличат и контейнерните товари на БДЖ.

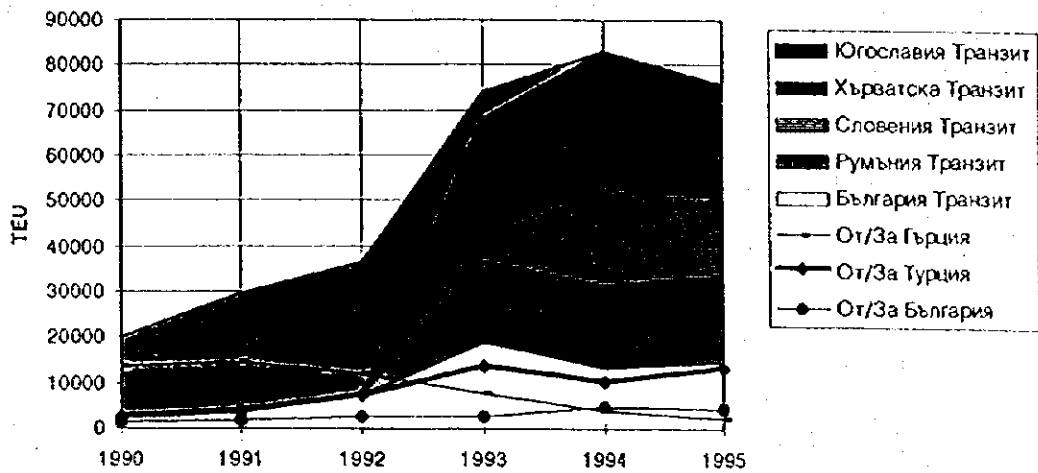
Бъдещият потенциал на жп-речния комбиниран транспорт на контейнери, съсредоточен в пристанище Русе, макар и с по-малко значение от жп-морския транспорт, не трябва да се пренебрегва. За сега е планирано развитието на пристанището в Русе и е направено проучване на икономическата му ефективност. ЖП-речния транспорт е важен, и заради факта, че транспортът по река Дунав е свързан с морския транспорт, базиран на пристанище Варна чрез жп транспорт. Това е една добра бъдеща възможност за ефективен вид транспорт за много клиенти, и по-

специално когато се сравни с тези, които преминават през пристанището Констанца в Румъния.

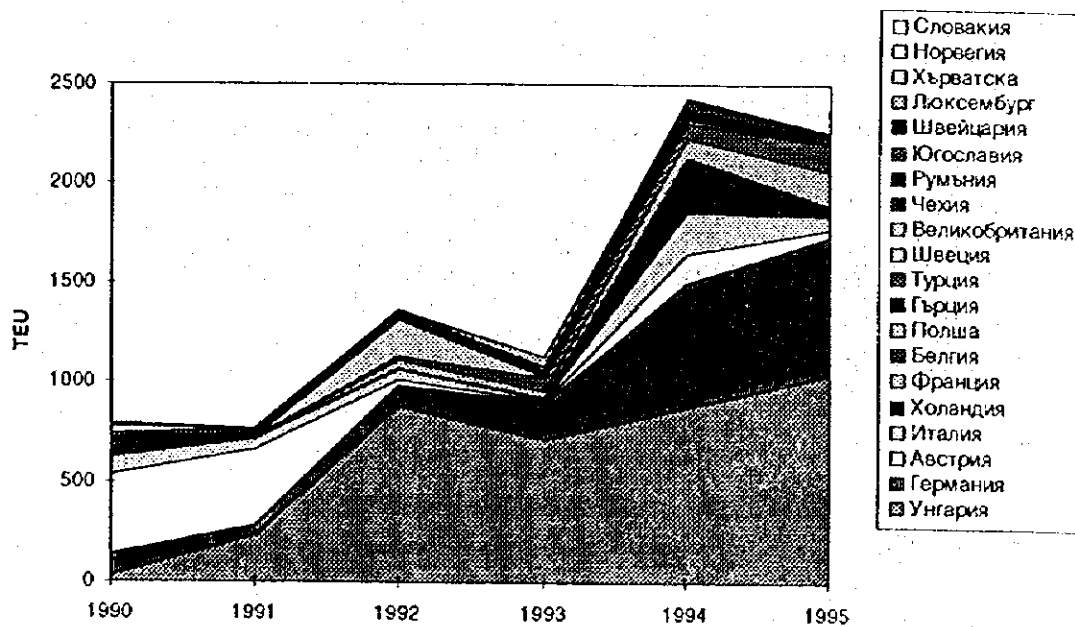
1) Международен жп транспорт на контейнери

Понастоящем БДЖ не извършва всички международни жп превози на контейнери. "Intercontainer-Interfrigo" (ICF) като транс-европейски жп превозвач на контейнерни хладилни товари основно извършва тази дейност от името на БДЖ. ICF беше основана на базата на инвестиции от европейски национални жп компании, вкл. и БДЖ (БДЖ има няколко процента дялово участие в нея). БДЖ функционира като неин търговски представител в България и ги осигурява с нужните локомотиви и платформени вагони за превоз на контейнери. Получените приходи се поделят между двете компании на база сключените между тях споразумения.

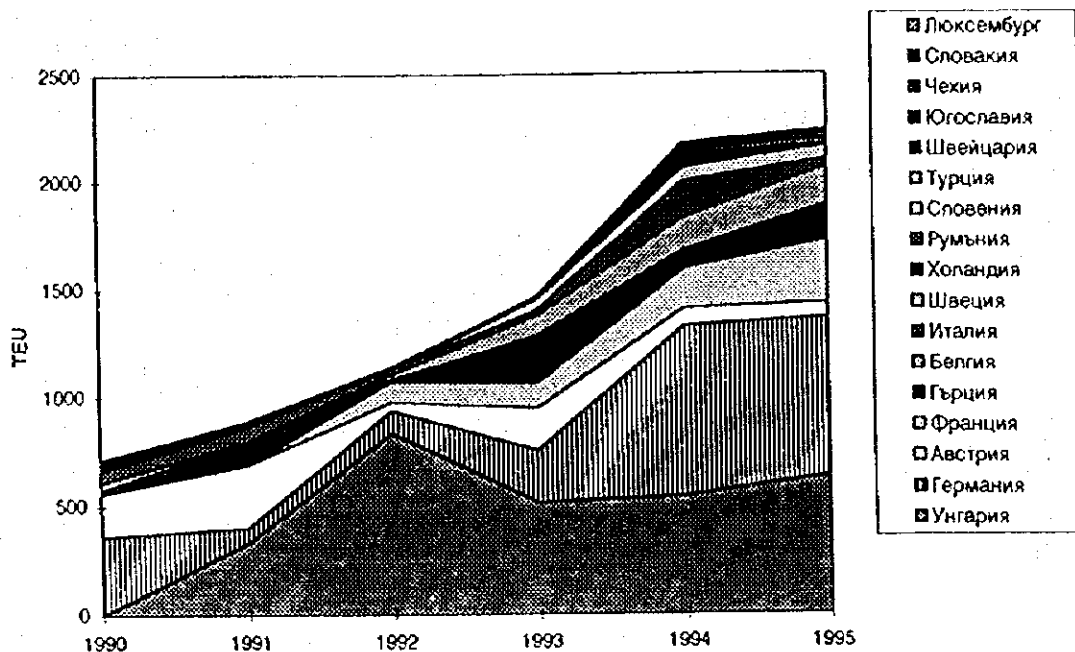
Последните данни за движението на контейнерите, касаещи БДЖ и представени от ICF, които се състоят от извършен износ от България, внос в България и транзитни превози са показани на Фиг. 7.3.4. Тя също включва движението на контейнери имащи отношение към другите страни на Балканите. Графиката показва някои важни факти и тенденции: (I) броят на контейнерите, внесени и изнесени общо през 1995г. е четири пъти по-голям в сравнение с 1990г., въпреки че самият брой не е толкова голям, (II) по всяко време от 1990г. до 1995г. е имало повече транзитни превози на контейнери през България отколкото внесените и изнесените и през 1995г. броят на транзитните контейнери през България е три пъти пъти по-голям от общо внесени/изнесени, (III) броят на транзитните превози на контейнери през България е почти равен на тези, отправени за или идващи от Турция, които постепенно са се увеличавали, (IV) ембаргото наложено върху Югославия причини не само пренасочване на транзитните превози на контейнери през Югославия по пътищата на Словения и Хърватско, но и допринесе за значително увеличение на транзитните превози през Румъния, (V) броят на контейнерите от и за Гърция са намалели и през 1995г. той е по-малък от броя на контейнерите за и от България. След като ембаргото върху Югославия беше вдигнаго, ICF възобнови през 1996г. експлоатацията на международните контейнерни влакове от техния главен терминал в Централна Европа, намиращ се в Сопрон, Унгария, през Югославия (Сърбия) и достигащи Солун, Гърция и Халкали, Турция. Следователно е възможно да има някои промени в бъдеще в гореспоменатите тенденции. Фигурите 7.3.5 и 7.3.6 показват промяната на броя на контейнерите за и от България, превозени от ICF от начална до крайна страна. Те показват, че в износа и вноса Унгария и Германия държат най-големите дялове.



Фиг. 7.3.4 Превози на контейнери на Балканския полуостров (обработени от Интерконтейнер) по данни на год. доклади за 1990-1995 на Интерконтейнер



Фиг. 7.3.5 Превози на контейнери до България (обработени от Интерконтейнер) по данни от год. доклади за 1990-1995 на Интерконтейнер



Фиг. 7.3.6 Превози на контейнери от България (обработени от Интерконтейнер) по данни от год. доклади за 1990-1995 на Интерконтейнер

Международния жп превоз на контейнери, засягащ България и Балканските страни се очаква да се разрастне успоредно с бъдещото изграждане на Транс-европейската жп мрежа и нейното разширяване за Източна Европа. Стратегията на БДЖ трябва да се основа на тези очаквания и междувременно компанията трябва да изгради добра система и извлече полза от увеличаващото се движение на контейнери. Заедно с оборудването на контейнерен транспорт, трябва да се изгради модерен основен терминал, който да е подходящ за обслужването на директните редовни влакове. За целта следва да се проучат терминалите на Шопрон, Халкали и Солун за да се разбере при какви физически и експлоатационни условия един терминал може да бъде основен. Само трябва да се съжалява, че преди няколко години БДЖ отказа предложението ICF да превърне Русе в техен основен терминал на Балканите. Румъния се възползва от това и сега Букурещ се превърна в такъв терминал. Повечето от контейнерните товари изнасяни и внасяни от и за България от ICF сега се транспортират до и от Букурещ-център, където влаковете на ICF се движат в двете посоки за другия основен терминал в Шопрон.

2) Международни контрейлерни превози (RO-LA (движещо се шосе), система с ремаркета, полуремаркета)

Сега БДЖ не са добре оборудвани със съоръжения и машини за извършването на самостоятелни контрейлерни превози. Напоследък, те ентусиазирано проучваха какъв вид контрейлерни превози са необходими за България и направиха някои тестове на контрейлерни превози, но само по ограничени трасета (ремаркета: Русе-Г.Оряховица-Ст.Загора-Димитровград-Свиленград; RO-LA и полуремаркета: Русе-Шумен-Синдел-Карнобат-Тулово-Ст.Загора-Димитровград-Свиленград). В бъдеще контрейлерните превози се очакват да бъдат един от основните елементи на европейските комбинирани превози, заедно с превоза на контейнери и поради тази причина БДЖ трябва да са готови с оборудването на нужните съоръжения и машини колкото е възможно по-бързо. Обаче, за тази цел БДЖ трябва да разреши проблемите на управлението, които среща в момента и да осигури финасиране от външни финансови институции, тъй като БДЖ ще бъдат принудени да извършат широко мащабно инвестиране в такива съоръжения, като терминали, и в такива машини, като подвижен състав и товаро-разтоварни машини, обслужващи RO-LA, ремаркета и полуремаркета (включващи Reach Staker и някои специални видове спредъри).

Освен физическата и експлоатационната възможност, недостатъчно е и стратегическото планиране и маркетинговата способност в контрейлерните превози на БДЖ. Нова транспортна компания за контрейлерни превози, с името "Булкомби" беше създадена по инициатива на МТ с капитални вложения от страна на БДЖ (най-големия, държащ 41% от акциите), Вили Бец (Германска компания за автомобилен транспорт, сляла се с българската СО МАТ) Унгаркомби (Унгарска компания за контрейлерни превози), Семат (Италианска компания за контрейлерни превози) и други. Но не може да се каже, че новата компания извършва активна дейност в момента.

Съществува друг важен фактор, който трябва да се вземе предвид при прилагането на практиката на контрейлерни превози в България. Балканските страни, вкл. и България, не се интересуват от екологичния аспект при контрейлерния превоз и няма законови или данъчни преференции за този вид транспорт. Затова и те не са икономически рентабилни все още в България.

Връщайки се към комбинираните превози, преминаващи през България, трябва да се спомене австрийския превозвач Ое-конби, който оперира веднъж седмично със собствен влак, превозващ около 30-40 контейнера, ремаркета и полуремаркета от Виена до Халкали и преминаващ през Русе, Г.Оряховица, Ст.Загора, Димитровград и Свиленград. Съществува и друг влак, преминаващ през същото трасе в България експлоатиран от Интерконтейнер и транспортиращ основно автомобилни части на

Опел от Майнц и Дормунд до Турция.

(2) Сегашно състояние на другите комбинирани превози, които имат отношение към БДЖ

1) Вили Бец-Сомат и Булкомби

Сомат беше гигантска българска компания за международен автомобилен транспорт. Тя беше приватизирана през 1994 година и сега 55% от нея са собственост на германската фирма за автомобилен транспорт Вили Бец, 25% на държавата и 20% на служителите. Сега Вили Бец-Сомат действа активно на международния пазар с 2 600 камиона, от които 1 500 с платница и 1 100 хладилни. Дейността им се разпределя както следва: (1) дейност между трети страни: 60%, (2) превози извън България: 30%, (3) внос/износ/ от/за България: 10%.

Тъй като компанията е за автомобилен транспорт главните ѝ конкуренти са Унгар Камин от Унгария, Совтрансавто от Русия, Совтрансавто от Украйна, Агропромстрой и Българският съюз на частни автомобилни компании. Нейната дейност не е ограничена само до автомобилни превози. Компанията притежава 4 речни и 3 океански кораба и извършва и корабни превози. Тя проявява силен интерес и към комбиниран транспорт от типа жп-камион. Заедно с БДЖ и Унгаркомби компанията притежава акции от Булкомби, ново българско смесено предприятие за комбиниран транспорт. Булкомби направи пробен превоз на ремаркета от Италия до България. Сделката е спряна в момента поради различни причини, в това число технически и политически. Предпочитаните видове транспорт са (1) ремаркета, (2) полуремарке, (3) RO-LA. Компанията вече притежава 200 ремаркета с 40 футови контейнера.

Съществуват опити за съживяване на Булкомби, която в момента е недействаща българска фирма за комбинирани превози. Като акционер №1 на Булкомби БДЖ наскоро изкупи някои от дяловете от съакционери като Скорпио Шипинг и Прайм След и увеличи дялото си участие от 34% на 41%. Изглежда, че те са взели инициативата за възобновяване на дейността на фирмата. Няма конкретни подробни търговски планове относно реорганизирането на фирмата и видовете услуги, които ще извършва.

2) Интерконтейнер-Интерфриго (Интерконтейнер) и Ое-комби

В момента всички международни жп контейнерни превози не се извършват изцяло от

БДЖ. Интерконтейнер като транс-европейски жп превозвач на контейнерни/хладилни товари извършва повечето от тази дейност от името на БДЖ. Интерконтейнер беше основан чрез инвестиции от европейски национални жп компании включително БДЖ (БДЖ притежава част от акциите на Интерконтейнер). БДЖ действа като агент на Интерконтейнер в България и го снабдява с локомотиви и товарни платформи за контейнери. Получените приходи се поделят между БДЖ и Интерконтейнер въз основа на сключени споразумения.

Що се отнася до комбинирания превоз, които минават през България, товарен влак на австрийската фирма за комбинирани превози Ое-Комби с около 30-40 контейнера и ремаркета от Виена до Халкали минава веднъж седмично през Русе, Горна Оряховица, Стара Загора, Димитровград и Свиленград. Друг влак минава по същия български маршрут – товарният влак на Интерконтейнер, предназначен само за резервни части на автомобилостроителната компания “Опел” от Майнц и Дортмунд до Турция.

3) ДЕСПРЕД

ДЕСПРЕД е спедитор, чиято основна дейност се състои в контейнерен и комбиниран транспорт. Той беше отделен от БДЖ и обособен като независима спедиторска компания през 1947 година. В момента тя е 75% държавна и 25% масово приватизирана компания. ДЕСПРЕД има представителства в София и главните градове на България, както и клон Комет в Германия, който е 100% собственост на компанията и има няколко представителства в Чехия, Унгария и т.н.

ДЕСПРЕД поддържа много тесни връзки с други спедиторски компании като Булкон, Сийланд, Зим (който е нейн официален агент) и др. Той поддържа също активни отношения и с фирми за автомобилни превози като Вили Бец-СОМАТ и Асоциацията на спедиторските компании. Освен това, той се опитва да използва здравите си партньорски отношения с чуждестранни спедиторски фирми като Данзас, с която са образували смесено дружество наречено “Д & Д”.

ДЕСПРЕД беше главният клиент на БДЖ, но отношенията сега не са много активни поради намаляването на броя на обработваните от БДЖ негови контейнери. Причините за слабите отношения с БДЖ са: (1) липса на блок-влакове по маршрутите, по които ДЕСПРЕД обслужва свои клиенти, т.е. София-Солун, (2) проблеми във формалностите при преминаване на границата и митническите проверки, (3) проблеми

със сигурността на товарите, (4) негъвкави преговори, (5) неконкурентоспособни тарифи, (6) непознаване на жп услуги на БДЖ от страна на клиентите на ДЕСПРЕД, като например гръцките доставчици. В момента БДЖ се опитва да разреши тези проблеми и възобнови отношенията си с Деспред.

4) RCL

RCL е спедитор, чиято основна дейност са контейнерни превози. (95% от приходите му идват от дейност с бившите съветски републики). Основан е преди 5-6 години от бивш служител от отдел "Контейнери" на БДЖ. Има само едно представителство в София.

RCL поддържа с БДЖ отношения на бизнес-партньор. Отношенията му с БДЖ СПЕД са или конкурентни или осигуряване на клиенти и услуги. Негови главни търговски партньори са Руските национални железници, БДЖ, Булкон, пристанище Таганрог (Русия), пристанище Новорусийск и др. Той има връзки с контейнерни линии като Сийланд, Зим и Евъргрийн за транспорт през Солун. Той експлоатира чартърен кораб 70 TEU, а освен това има основано смесено дружество с корабни фирми за извършване на услуги до Азовско море с няколко 165 TEU кораба. Той използва фирми за автомобилен транспорт като Совтрансавто от Русия за сухопътен транспорт между руските пристанища.

5) БМФ (БУЛКОН)

Преди началото на демократизацията, Български воден транспорт (БВТ) контролираше централно международните/вътрешните превози през пристанищата Варна, Бургас и Русе. Съз започването на демократизацията, компанията беше разделена на държавни компании, ориентирани по райони и вид дейност, а именно Български морски флот (БМФ) за морския транспорт и пристанище Варна, пристанище Бургас и пристанище Русе за пристанищните дейности. Оттогава БМФ започна превоз на контейнери под марката на БУЛКОН.

Флотата на БУЛКОН сега се състои от: 6 x 1,050 TEU, 3 x 600 TEU, 2 x 420 TEU, 3 x 7,500 DWT тип Ro-Ro, 2 x 9,200 DWT тип Ro-Ro, 1 x 100 TEU захранващ кораб. Освен това, фирмата е закупила камиони за сухопътен транспорт за нейните контейнерни товари с цел задоволяване изискванията на клиентите за транспорт "от врата до врата". Фирмата е направила големи инвестиции в информационни системи за контрол на документацията, митнически формалности, контейнерна наличност, движение на

камионите, движение на корабите и органично свързване на тези елементи, както и компютърни системи за остойностяване и счетоводство, въз основа на които стана възможно извършване на резултатен маркетинг и ценообразуване.

От друга страна, БДЖ не са направили нищо в същата област и разликата между БУЛЖОН и БДЖ се е увеличила толкова драматично, че в момента сътрудничеството между тях е невъзможно от системна, експлоатационна и стратегическа гледна точка. Затова на двете фирми е трудно да извършват съвместно комбинирани превози от типа жп-море. Бъдещият успех на БДЖ за развиване на собствен контейнерен транспорт зависи до голяма степен от доброто сътрудничество със спедиторски компании като БУЛЖОН.

б) Сийланд и нейното предварително проучване за изграждане на контейнерен терминал в София

Сийланд е една от най-големите спедиторски компании в целия свят. Тя е част от американския гигантски конгломерат за жп-морски транспорт CSX, който има богат опит в комбинираните превози от типа жп-море. В момента, фирмата извършва предварително проучване за изграждане на нов контейнерен терминал в София. Проучването се финансира наполовина от американската Агенция за развитие на търговията.

Размерите и местоположението на терминала ще зависят от резултатите от проучването, но той се очаква да бъде разположена на около 7-15 ха близо до Околовръстния път край София. Необходимите съоръжения ще включват устройства за повдигане и подреждане. Няма да има релсов мостови кран. Сийланд още не е обявил каква ще е стойността на строителството на терминала и съоръженията. Очаква се, че капацитетът за обработка на контейнери (капацитетът на крана) да бъде около 100,000 - 300,000 TEU на година.

Със строителството на контейнерен терминал в София, Сийланд няма за цел да го експлоатира и печели, а да си осигури терминал за общо предназначение в София, който да ползва за потенциални собствени товари за София и други български градове. Изработването на проекта и финансирането се очаква да бъде както следва: (1) БДЖ като основен акционер (над 50%), (1) Сийланд (по-малко от 50%) и други кредитори като (3) общината на София, (4) ЕБВР, IFC, ОПЕС, и др., (5) местни банки, (6) други инвеститори.

Предварителното проучване на Сийланд за изграждане на контейнерен терминал в София все още продължава, но изглежда че е почти спряно поради няколко причини. Основната причина е, че фирмата-майка на Сийланд CSX се опитва да създаде с холандската фирма NS Карго (фирмата за товарни превози на холандските национални железници) и германската фирма DB Карго (фирмата за товарни превози на германските железници) смесено предприятие "NDX", което ще експлоатира контейнерни блок-влакове между София и Солун, а този проект може да съперничи или дори да противоречи на плановете на Сийланд. Сега CSX/NDX изглежда преговаря с БДЖ за доставяване на локомотивната тяга за контейнерните блок-влакове и изчисляването на експлоатационните разходи (за всеки превозван контейнер), които NDX да заплаща за услугата. Понеже БДЖ няма никаква ценообразователна система за изчисляване на страничните експлоатационни разходи за вагон или влак, те още не могат да отговорят на искането на CSX/NDX.

7) Милицер и Мунк (M&M)

M&M е един от големите транспортни превозвачи в Европа. Централата му е в Сент Гален, Швейцария. Повече от 60% от капиталите му са притежание на немски инвеститори. Той има клон в България, като само 10% от акциите са притежание на български инвеститори. В момента те планират да изградят сами терминал за комбиниран транспорт в София и БДЖ наблюдава техните действия с интерес.

7.3.4 Жп товарен транспорт в Европа

(1) Политика на Европейския съюз спрямо реструктурирането на жп компании и Транс-европейската жп мрежа

Основаващи се на директивата на ЕС "Трансформации на международната жп система като част от новата европейска транспортна политика", националните жп компании в Европа се опитват да реструктурират своята система на управление. В този смисъл случаят с Германия е показателен. Германските национални железници първоначално бяха счетоводно и финансово разделени на предприятие за инфраструктурата, предприятие за пътнически превози и предприятие за товарни превози в рамките на компанията. Предвижда се тя да бъде разделена на три отделни компании и най-накрая да бъде приватизирана. Друг е случаят с Френските национални железници, разделянето им по инфраструктура и експлоатация и бъдещата им приватизация не стоят на дневен ред. От друга страна, те през 1994 г. се разделиха на четири печеливши центъра, състоящи се от предприятие за превоз на пътници по главните трасета,

предприятие за превоз на пътници в столицата, предприятие за товарни превози и предприятие за превоз на малки товари. Въпреки че съществуват някои малки различия в отделните национални компании, очертава се обща характеристика, че компаниите за жп превоз ще се управляват в по-голяма степен независимо от другите компании. Очаква се, че те ще имат по-голяма управленческа и финансова свобода в маркетинга на комбинирания превоз в сътрудничество с другите видове транспорт и спедиция и в оформянето на европейския транс-граничен транспорт в сътрудничество с компаниите за жп превоз на товарите в другите страни. Изграждането на транс-европейската жп мрежа, което се планира от ЕС, ще ускори движението в тази насока. След като мрежата достигне и Източна Европа и Балканите ще възникне по-динамична конкуренция на различните видове транспорт в товарните превози в тези региони.

(2) Комбиниран транспорт в Европа

1) Общата обстановка

С цел да се справи с нарастващите нужди от транспорт в бъдеще, със задръстванията по пътищата, с проблемите на околната среда, икономия на енергия и подпомагане на заобикалящите страни (по-специално тези от Източна Европа и от бившия Съветски съюз) в международните транзитни превози, ЕС въведе комбинирания транспорт в Европа. Комбинирания превоз нарастнаха неимоверно много през последните 10 години, независимо, че сега на тях се падат само около 4-5% от общия превоз на товари в Европа. Основните черти на комбинирания превоз в Европа са: (I) те са напълно зависими от транспортната политика на ЕС, (II) след като половината от комбинирания превоз се извършват само в рамките на континента, то половината от комбинирания превоз се осъществяват с морски контейнери, а останалите от контейнерните превози с ремаркета, (III) стратегически маркетинг и техническо развитие на терминалите и оборудването трябва да бъдат основни с цел устояването на жестоката конкуренция на водещите спедитори в Европа, като Данзас, Кухне и Нагел, Паналпина (всичките международни спедитори от Швейцария) и Недлойд (Холандски/корабен спедиторски конгломерат), (IV) след като вътрешния транс-граничен транспорт е най-използван, необходими са експертни оценки на митническите формалности и документация, и разглеждане в системачен и технически аспект на всички видове транспорт, (V) съществува организация за сътрудничество в комбинирания превоз-Съюз на международните автомобилно-жп транспортни компании състояща се от 15 жп комбинирани превозвачи като Адрия Комби от Словения, Бохемиякомби от Чехия, Комбиберия от Испания, Семат от Италия, CRL от Великобритания, Унгаркомби от Унгария, Хупак от Швейцария,

Комбиверкехр от Германия, Новатранс от Франция, Ое-Комби от Австрия, Полкомби от Полша, Портиф от Португалия, Скан Комби от Скандинавия, Трайстар от Холандия, TRW от Велгия.

По-долу е отразено сегашното състояние на жп комбинирани превози в Германия и Франция, което е типично за европейските комбинирани превози. Германските национални железници имат няколко спомагателни и присъединени компании, отговорни за комбинираните превози, като Трансфрахт занимаваща се с комбинирани превози на контейнери, Комбиверкехр, като автомобилен конгломерат, занимаващ се с контрейлерните превози (ремаркета, Саттеланхаегер, Ro-La) , Шенкер като най-големия дистрибутор и експедитор в Германия и Интерконтейнер-Интерфриго като транс-европейски жп превозвач на контейнерни и замразени товари (с по-малко от 20% от капитала). Френските национални железници също имат компании, свързани с комбинираните превози, като Компани Нувел де Сонтеньор като превозвач на жп контейнери и Новатранс като контрейлерен превозвач, главно извършващи дейност с полуремаркета и Интерконтейнер-Интерфриго като транс-европейски жп превозвач на контейнери и замразени товари (с по-малко от 20% от капитала). Освен това Френските национални железници са си поставили за цел силно технологично развитие на комбинираните превози, имайки предвид Коммутор като високоскоростен терминал за обработка на контейнери и система за контрейлерни превози DST със скорост 120-160 км/ч.

В следващия параграф ще бъде направен по-нататъшен анализ на някои европейски фирми за комбиниран транспорт, които имат голямо значение за комбинирания транспорт в България по отношение на географското положение и стратегическата необходимост.

2) Трансфрахт

Трансфрахт е фирма за комбиниран транспорт, която извършва главно превози на контейнери. Тя се притежава изцяло от германските железници. Извършваните от Трансфрахт превози са комбинирани между железници и океански кораби. Тя се състои от две управления: национално (Трансфрахт: TFG) и международно (Трансфрахт Интернационал: TFGI). В съответствие с скорошната реорганизация на германските железници, която се състоеше в разделяне на пътнически, товарен транспорт и инфраструктура, TFG се присъедини към DB Карго, новоосновената фирма за жп товарен транспорт. TFGI все още съществува като самостоятелна фирма и се опитва да разшири транспортната мрежа за комбинирани превози море-железници

от Германия към Холандия, Белгия, Франция, Чехия, Полша и в последно време до Великобритания през Евротунела.

С TFGI, фирмата за маркетинг на германските железници, клиентите се обслужват от независим оператор, който притежава специализирани знания и опит. Всяка година TFGI превозва по железниците средно 500 000 контейнера. Фирмата се намира във Франкфурт на Майн и има търговски представителства в Антверпен, Берлин, Бремен, Дуйсбург, Хамбург и Мюнхен, както и спомагателни бази в Бремерхаузен и Хамбург Валтерсдорф. В Ротердам има дъщерна фирма под наименованието Трансфракт Интернашънал В.В. TFGI се специализира в комбиниран транспорт в две главни търговски области: (i) транспорт между вътрешността на страната и пристанищата в Европа и (ii) континентален презграничен транспорт.

(i) Транспортът между вътрешността на страната и пристанищата в Европа: обемът на превозваните товари през европейските морски пристанища непрекъснато се увеличава в резултат от глобализацията на пазарите. TFGI предлага всестранни транспортни услуги в холандски и белгийски пристанища. В допълнение към жп превози, фирмата предлага и транспорт с кораби по вътрешните водни пътища между Ротердам/ Антверпен и Дуйсбург. Системата за ценообразуване "ИнГрид" позволява просто и бързо остойностяване на превозите между пристанищата и вътрешността на страната.

Един от основните елементи на политиката на разпространение на TFGI са международните контейнерни транспортни операции от и до германски пристанища. Чрез превозите от и до германските морски пристанища "Албатрос" фирмата стана една от важните съставни части на обработката на пристанищата. Фактът, че като част от тази услуга се превозват около 200 000 контейнера, говори сам за себе си.

Преките влакове от морските пристанища Хамбург и Бремерхаузен докарват контейнерите до назначението им максимално сигурно и икономично. Клиентите правят заявките си до 6 часа след обяд предишния ден и TFGI гарантира транспорта с фиксирани времена за превоз, активно наблюдение на процеса и информирание на време за пристигането на контейнерите. Контейнерите, които пристигат в Бремерхаузен и Хамбург в края на седмицата, в понеделник вече са доставени на получателя.

Местоположението на столицата на Вестфалия Дортмунд е с идеални транспортни връзки с германските пристанища и с пристанищата на Бенелюкс – Амстердам, Антверпен и Ротердан с кораб, жп и път. Основната част на тази услуга се извършва от контейнерния терминал Дортмунд (КТД) с неговия голям капацитет. TFGI превозва

товарите бързо и сигурно, независимо дали това става по вътрешен воден път с кораб и/или железници и пътища.

Освен железопътните превози, съществува алтернативен транспорт, който се нарича "Райн жп път" с кораб по вътрешния воден път, който свързва също Ротердам и Антверпен с Дуисбург, Дюселдорф и Кьолн. Така Дуисбург е средище на главни центрове на икономиката в Германия, като също предлага връзки с югоизточна и източна Европа. Използвайки тази услуга TFGI съчетава най-добрите фактори в полза на клиентите: големият транспортен капацитет на вътрешния воден транспорт със скоростта и ниската стойност на жп транспорт и гъвкавостта на пътищата.

(ii) Континентален презграничен транспорт: не само обемите на товарите, които минават през европейските пристанища нарастват; вътрешно-европейският обмен на стоки също се увеличава. Преобладаващо в това отношение е развитието на високо ефективните цялостни влакотовари и совалкови връзки между европейските стопански центрове. Същността се състои в цялостни влакотовари, които свързват ежедневно два главни възела на международен транспорт. В момента съществуват връзки между Берлин и Москва, Дуисбург и Лондон/Манчестър, както и Франкфурт на Майн и Париж. В момента се подготвят връзките между Италия, Швеция, Полша и Испания/Португалия.

Цялостният контейнерен товаровлак "Оствинд" на TFGI предлага бърза и надеждна контейнерна връзка между Берлин, със свързващи услуги от 21 определени германски следиторски гари, и 11 гари в Москва, както и още други 64 гари в страните от ОНД през центъра Бекасово. Стоките се превозват без претоварване до желаната приемаща гара. Влаковете се движат по фиксирано разписание. Последното товарене се извършва късно, а пристигането е рано, затова влаковете се интегрират в схемата на обработващи операции на следиторите и получателите. Заедно с останалите партньори през 1996 година бяха транспортирани 5 000 контейнера с общо тегло 10 000 тона.

За обслужване на линията до Великобритания TFGI използва 40-футови контейнери с максимално тегло от 26 тона. Транспортират се също и частни контейнери на клиентите. Дуисбург е централен терминал за тези превози. Оггук има връзки с всички терминали в Германия и Европа. Същото се отнася за терминалите в Лондон, Манчестър, Глазгоу и Бирмингам. До останалите места на острова може да се стигне за кратко време.

Цялостни контейнерни влакотовари на TFGI свързват големите градове Париж и

Франкфурт на Майн четири пъти седмично. В сътрудничество с Новата френска контейнерна компания (CNC) е изградена транспортна мрежа, която предлага всестранично обслужване във Франция и в Германия чрез терминалите в Париж и Франкфурт на Майн-Изток. Използвайки специални съоръжения стоките се пренасят внимателно, бързо и сигурно, без замърсяване на околната среда. TFGI следи превозите непрекъснато, което гарантира на клиентите голяма надеждност при планиране на обработката на товарите.

В сътрудничество с партньори TFGI експлоатира и европейски влакове-совалки, които свързват Бремерхаузен/Хамбург и Залцбург (Австрия), Виена (Австрия), Ловошиче (Чехия) с ефикасни връзки до много гари в Чехия и Словакия). Характерни черти на тези совалкови жп връзки са удобните времена на товарене и наличността, както и разнообразната гама от предплатени превози и превози с наложен платеж.

3) Комбиверкер

Комбиверкер, най-голямата фирма за комбинирани превози в Европа, е акционерно дружество или KG на немски. Това означава, че неговите акции се предлагат на фирми, които извършват сродни дейности. Всяка акция струва 30 000 г.м. и всеки акционер притежава само една акция освен германските железници, които притежават две акции.

Наскоро Комбиверкер промени структурата си. Преди тя се състоеше от два различни вида предприятия: ДОО и акционерно дружество. Капиталът на ДОО беше 100 000 г.м., а този на акционерното дружество – 800 000 г.м. Управителният съвет се състоеше от 7 члена, делегирани от ДОО и 8 члена, избрани от акционерното дружество. ДОО включваше асоциации на товарни спедитори, пътни превозвачи и корабни фирми. Акционерното дружество включваше 250-270 акционери, повечето от които бяха товарни спедитори, пътни превозвачи или корабни фирми, които работят с Комбиверкер като негови клиенти. Акционерното дружество стана по-силно, защото ДОО се разпадна и повечето от неговите функции бяха поети от акционерното дружество. ДОО промени името си на "Бейрат". Неговата задача сега се състои в консултиране на управителния съвет без право на пряко участие в процеса на взимане на решения относно управлението. Сега управителният съвет е съставен от 7 члена, които са избрани от 250-270 акционери и 2 члена, делегирани от германските железници, които по изключение притежават 2 акции. Общо събрание на акционерите се провежда веднъж годишно. Освен това всеки акционер участва в обсъжданията, които се провеждат в една от четирите работни групи: (i) национална политика, (ii) международна политика, (iii) експлоатация и (iv) електронна обработка на

информацията. Основните и важни въпроси на търговската стратегия и политика се решават от управителния съвет, а ежедневната дейност се управлява от директорите на управления.

През 1996 година обемът на извършените превози се увеличи с почти един процент с 930 000 пратки. Това съответства на 2,05 милиона TEU с общо тегло над 20 млн. тона стоки. Оборотът се увеличи с 0,5% или 523 млн. г.м. Чистата печалба беше повече от 0,7 млн. марки. През 1996 година международният трафик се увеличи с около 3%. С общо 655 000 пратки Комбиверкер си осигури мястото на водеща фирма за комбинирани превози жп – път. Фирмата трябва да преодолява известни отрицателни последици от стачки и влошено качество. В международния транспорт 430 000 пратки бяха превозени с непридружавани влакове, което означава 2%-но увеличение. Комбиверкер превози 225 000 камиона заедно с шофьорите им с придружавани Ro-La.

С европейската мрежа, която вече е изградена от Комбиверкер и неговият партньор МСКТ (Международен съюз за комбинирани превози жп-път), непридружаваните комбинирани превози могат да докажат предимствата си като алтернативен транспорт в снабдителни вериги. Трафикът към Източна Европа отбеляза по-нататъшно увеличение. Комбиверкер разширява гамата на предлаганите продукти с откриване на нови направления за комбиниран транспорт. Тази фирма първа започна експлоатация на блок-влакове до Румъния, които вече се движат три пъти седмично между Регенсбург в Южна Германия и Брашов, промишлен град, който се намира на 150 километра на север от столицата Букурещ.

Комбиверкер се интересува живо от разширяване на мрежата си за комбиниран транспорт до други източноевропейски страни, включително и България. Пред придружаваните превози с Ro-La фирмата предпочита непридружавани превози с ремаркета и полуремаркета. Затова Комбиверкер следи състоянието и капацитета за обработка на товари на крановете в контейнерния терминал, който се контролира от БДЖ, а също и от наличието на съоръжения като разклонители за обработка на ремаркета и полуремаркета. Фирмата не се интересува от инвестиране за покупка на съоръжения за комбиниран транспорт или строителство на нови терминали в България, защото самата тя в същност е фирма за маркетинг на комбинирани превози. Тя би желала да сътрудничи с БДЖ на основата на взаимно изгоден маркетинг и планиране на транспортни услуги, а не да инвестира в хардуер за комбиниран транспорт.

През 1996 година Комбиверкер направи още една крачка напред по отношение на комбинираните превози по класическите алпийски транзитни маршрути за

непридружавани превози. Свързвайки германските терминали Роцок, Хамбург, Бремен и ХанOVER с Верона и Бусто Арсицио до Милано, беше изградена мрежа от висококачествени влакове-совалки между германски и италиански икономически центрове. По този начин фирмата придобива нови възможности, които ще ѝ помогнат да предлага услуги на по-ниски цени, тъй като дори в алпийския транзит тя понасяше известни загуби. Премахването на коридорно намаление през Швейцария доведе до увеличаване на цената и намаляване на превозваните по тези пътища товари. По совалковите линии през Австрия бе регистрирано увеличение от над 11%. Комбиверкер превози общо около 250 000 непридружени пратки през Алпите.

Фирмата продължи процеса на увеличаване на качеството на транзитните алпийски превози. Мерките включваха покупка на нови вагони. От средата на юни 1997 година се движат първите контейнерни платформи в два влака-совалки между Кьолн и Верона. В скоро време ще започнат да се движат вагоните-джобове, които бяха специално конструирани от Комбиверкер. Чрез тях Комбиверкер се стреми да завладее нови пазарни сегменти, тъй като те са пригодени за транспорт на обемно-оптимизирани полуремаркета.

В допълнителен участък от пазара на алпийския транзит, т.е. транспортът на хладилни ремаркета, италианският партньор на Комбиверкер Семат въведе система за обработка на данни чрез наблюдение на транспорта от спътник. От експерименталния етап през есента на 1996 година германските клиенти могат да правят резервации за тези електронно управлявани ремаркета за транспорт на замразени стоки с влаковете-совалки не само със Семат, но и чрез Комбиверкер.

В областта на глобалната информатика Комбиверкер сътрудничи с партньори от МСКТ за подобряване на качеството на обслужване. В този смисъл, в края на 1996 година започна изпълнението на проект наречен "ЦЕЗАР" (европейска система за сътрудничество в препредаване на информация). Този проект, който се извършва със съдействието на ЕС, има за цел развитието на интегрирана система за обработка на данни, която ще се използва за непрекъснато предаване на данни за алпийския транзит.

Електронната линия за клиентите на Комбиверкер чрез собствената система за обработка на данни "АЛИ БАБА" бе въведена успешно на пазара. Клиентите, които вече са свързани с тази електронна линия могат да правят направо резервации на място на влаковете на Комбиверкер чрез 20 агенции на Комбиверкер, които са свързани със системата. Освен това, те могат да получават електронна информация за състоянието на своите пратки. Компанията счита, че към края на тази година ще може да изпраща

данните за фактурите също по електронен път. С тези нововъведения Комбиверкер ще бъде първият оператор на комбиниран транспорт, който предлага електронно предаване на данни от резервацията до уреждането на сметките. Това е следващата стъпка от стратегията на Комбиверкер.

Комбиверкер възнамерява да приложи новаторски производствени идеи за да увеличи рентабилността на комбинираните превози за следиторските фирми. В центъра на тази дейност стои идеята за изграждане на ефикасна мрежа. Фирмата се нуждае от национална мрежа, която свързва "скоростни линии" и маршрути за интегриране на райони с по-малък икономически потенциал. Дори капацитетът на влаковете, които се движат в цяла Европа, може да се оползотворява само по оптимален начин, ако се спечели нов потенциал чрез системи с ротационни платформи и портални устройства. По тази причина пратките се събират в националната мрежа и се превозват по-нататък по концентриран начин чрез презгранични блок-влакове. Това води до производствени печалби за двете страни.

Затова разширяването на националната терминална мрежа е изключително важно. В края на 1996 година германските железници започнаха строителство на нови терминали с държавни субсидии. За усъвършенстването на терминалите от съществено значение са нови технологии, които са строго ориентирани към пазарните изисквания, като система за бърза обработка на големи терминали или модулни строителни системи за евтини терминали за места с по-малки количества пратки. Комбиверкер очаква подкрепа от "KV-технологиеплатформ 2000+", инициатива на германското министерство на науката и технологиите, чрез която ще се координира развитието на нови практически ориентирани технологии за комбиниран транспорт.

Освен обвързаността към комбинирания транспорт на Германия, необходимо е и съгласуване на условията на конкуренция в Европа. Ако се предприемат едностранни политически мерки за подкрепа на чувствително видово разделяне, едновременно с това трябва да се осигурят алтернативи, за да се осигури ефективно справяне с увеличаващите се задръствания на инфраструктурата.

Комбиверкер приема предизвикателствата на европейската конкуренция и стабилно ще засилва водещото си положение на пазара на комбинирания транспорт. В тази връзка, реформата на правната структура на Комбиверкер, която беше одобрена от акционерите през 1996 година, помага много, тъй като чрез нея се заздравява положението на Комбиверкер като търговско предприятие. Управителният съвет на Комбиверкер очаква по-нататъшен растеж през 1997 година при условие, че

извършването на жп услуги непрекъснато се адаптира към пазарните изисквания. Към края на месец май 1997 година беше отбелязано 3%-но общо увеличение на трафика.

4) Производителите на съоръжения за комбиниран транспорт в Германия и техните клиенти

В Германия има много производители на отлични съоръжения за комбиниран транспорт. Водещи германски производители на ремаркета и полуремаркета са Кьогел Фарцойгверке, Фарцойгверке-машиненфабрикен Бернард Кроне и Шмиц Анхангер Фарцойгбау Гезелшафт. Водиците германски производители на кранове са Калмар Флурфьордерфарцойге, Киров Лайпциг, Ормиг и Крансервис Райнберг. Водещи германски производители на вагони са Вагонбау Ниски и Вагонфабрик Талбо.

Продуктите на тези фирми се купуват от различни клиенти от жп фирми до пътни превозвачи и спедитори. Фирми за маркетинг на комбиниран транспорт като Комбиверкер и Трансфрахт рядко купуват и притежават свои собствени съоръжения. Ремаркетата и полуремаркетата се купуват и притежават най-вече от пътните превозвачи и големи спедиторски фирми. Един пример за това е фирмата за пътни превози и спедиции Аркус Лоджистикс, която е клиент на Кьогел. Тя разработи съвместно с Кьогел нов тип ремарке. Тъй като Аркус Лоджистикс не разполага с много пари в наличност, за да притежава и експлоатира новия тип ремарке, тя сключи договор за лизинг с американската фирма за лизинг на жп съоръжения Трансамерика лизинг. Същият метод може да се приложи за комбинирания транспорт в България. Крановете обикновено се купуват и притежават от жп фирми като германските железници и други частни оператори на терминали. Що се отнася до вагоните за комбинирани превози, добър пример е фирмата за експлоатация на вагони Комбивагон, която е 100% притежаван клон на германските железници, която закупи и притежава вагони от името на германските железници. Комбивагон експлоатира собствени или притежавани от някой от клиентите ѝ вагони за комбинирани превози и урежда превоза им в тясно сътрудничество с германските железници, които в същност физически транспортират вагоните.

5) Унгаркомби

Унгаркомби е водещ унгарски оператор на комбинирани превози. Нейният най-голям акционер е акционерното дружество Ое-Комби с дялово участие 25,92%, следван от Унгарската асоциация на спедиторите с 22,22%, на трето място – ГШЕ с 19,26%, на четвърто МАВ (унгарските държавни железници, които сега са в процес на

приватизация) с 14,81% и някои по-малки акционери като Унгарската асоциация на пътни превозвачи, Маспел, Воланкамнион, Унгаркарго, всеки от които има дялово участие от 4,44%.

Унгаркомби съсредоточава усилията си за организиране на жп комбиниран транспорт. Дейността на фирмата включва планиране на схемата на обслужване, координиране на услугите с търговските партньори (главно жп фирми или оператори на терминали), договориране с клиенти (товарни спедитори или пътни превозвачи), документация, експлоатационна организация, управление на данните с информационна система и т.н. Следователно фирмата не притежава и не експлоатира сама терминали и съоръжения за комбиниран транспорт. Това е работа на жп фирми или операторите на терминали.

б) Железницата Гьор-Шопрон-Ебенфурт (ГШЕ)

ГШЕ е втората по големина жп фирма в Унгария след МАВ. Тя извършва жп превози между Гьор, Унгария и Ебенфурт, Австрия през Шопрон, в унгарската част до австро-унгарската граница. Тя е основана през 1872 година, когато основателят получи концесия за линията от австроунгарския император. Оттогава акционерите са се сменили няколко пъти. Сега най-големият акционер е Унгарската държава с 57%, следвана от австрийската държава с 33% и Хамбургската фирма за пристанищни складове (ХФПС) с 6%.

Терминалът за комбиниран транспорт в Шопрон се притежава и експлоатира от ГШЕ чрез Раберлаг, нейн 100% притежаван клон за управление на комбиниран транспорт. От 1978 година на няколко етапа бяха правени инвестиции в терминала с цел пригаждането му за терминал за комбиниран транспорт. Процесът на демократизация на Източна Европа от 1989 година спомогна за ускорено създаване на икономически връзки между Западна и Източна Европа. Затова Австрийската държава започна да инвестира не само под формата на купуване на акции на ГШЕ, но и пряко в терминала. Благодарение на това терминалът беше снабден с някои съоръжения за Ro-La и подвижен кран за обработка на увеличаващите се контейнери, ремаркета и полуремаркета. Направените в последно време инвестиции бяха почти изцяло австрийски, както и унгарски, но банков заем още не е използван.

Другите дъщерни фирми на ГШЕ са Раберфрайт, спедиторска фирма за традиционни международни превози, Раберспед, спедиторска фирма за международен комбиниран транспорт, Унгаркомби, оператор на комбинирани превози и др.

Като агент на Интерконтейнер на терминала Шопрон, ГШЕ извършва за него терминални услуги като маневриране, подреждане на вагони и претоварене на контейнерните му товари. ГШЕ предлага същите услуги и на Унгаркомби, дъщерната ѝ фирма, с тази разлика че маневрирането, подреждането и претоваренето на контейнери е за Ro-La, ремаркета и полуремаркета. Това дава възможност на Интерконтейнер да извършва превози със своите контейнерни блок-влакове между Хамбург и Букурещ/Солун/Хакали, а на Унгаркомби да извършва Ro-La превози между Велс, Германия и Сегед, Унгария.

7) Товарна гара и терминал за комбиниран транспорт Шопрон

Товарната гара Шопрон, която се намира на австро-унгарската граница, действа като товарно-превозен център или междинен пункт между Западна и Източна Европа. Тя се състои от три части: (i) маневрено депо (200 000 кв.м), (ii) покрити и открити складови площи (15 000 кв.м и 125 000 кв.м) и (iii) терминал за комбиниран транспорт (150 000 кв.м). В маневреното депо има 16 линии за маневриране и разпределяне на вагони за претоварене на товари за различни посоки. Складовете се използват за съхраняване на пратки, които се складираат и обработват за повторно изпращане. Покритият склад се използва за безмитна зона.

В терминала за комбиниран транспорт има 6 жп линии с дължина около 420-470 м. В три от тях има неподвижен мостов кран и подвижен кран, всеки от които е съоръжен с транспортен разклонител, и които се използват за обработка на контейнери, ремаркета и полу-ремаркета. Другите две, всяка от които има подвижна метална платформа Ro-La се използват за обработка на Ro-La. Шестата линия се използва предимно за паркиране на вагони.

7.3.5 ЖП товарен транспорт в САЩ

(i) Дерегулацията на жп товарните превози

В САЩ, Законът на Стагер за жп транспорт от 1980 г. наложи дерегулация на остарялата система на жп превози на товари. Преди дерегулацията, жп индустрията беше ръководена от Междущатска търговска камара (ICC). Тарифите за товарните превози трябваше да бъдат съгласувани с нея след дискутиране от съответните жп компании и не позволяваше на отделните жп компании сами да определят тарифите. Изискваше се и нейното одобрение при закриване или продаване на неефективните линии или присъединяването или поглъщането от други жп компании. Всичкото това

отнемаше много време и средства и влошаваше финансовото положение на компаниите. След приемането на закона, на жп компаниите е разрешено по-свободна конкуренция помежду им или с другите видове транспорт. Сега те имат право сами да определят тарифите си и да развиват сами маркетинга си. Предоставена е по-голяма свобода при закриване на техните линии и при сливане или поглъщане от другите компании, макар че все още за това, те да се нуждаят от одобрението на ИСС. В следствие на всичко това, множество нововъведения се появиха не само в рамките на отрасъла, но така също и при другите видове транспорт, сливането и поглъщането беше повторено сред големите жп компании, което доведе до по-голяма ефективност в експлоатацията и управлението, след което жп индустрията за товарни превози беше изцяло модернизирана. Добър пример за нововъведения е откритието на влаковете превозващи контейнери, които са стифирани един над друг, инициативата за комбинирани превози, включваща корабни и автомобилни компании, възползващи се от нововъведенията. По-подробно те ще се разгледат по-долу.

Има много примери за сливане и поглъщане на компании. От 1980г. бяха създадени 7 нови: Бърингтън-Нортерн, Санта-Фе, Юнион Пасифик, Саутърн Пасифик, Конреил, CSX, Норфолк-Саутърн. Изглежда в момента тази тенденция е достигнала връхната си точка. През 1995г. се обединиха Бърингтън-Нортън и Санта-Фе под името Бърингтън-Нортън-Санта-Фе. На следващата година се обединиха и двата Пасифика под името Юнион Пасифик. Сега преговорят за обединение и Конреил и CSX. На практика, жп промишленост става все повече и повече концентрирана и в момента се състои от широко мащабни комблани с цел да запазят своята конкурентноспособност в битката за товарните превози. Като резултат от тези сливания и обединения, дейността и управлението на компаниите станаха по-съвършени и по-рационални.

Какви са основните промени? (I) реструктуриране на маркетинговата дейност, като премахване на общоприетите продажби и дейностите по ценообразуването, продуктивно сътрудничество между маркетинга и дейността по експлоатацията, специално отношение към клиентите и дейността по ценообразуването, продажби по договори и създаване на нова Междувидова Пазарна Компания (МПК) или преостъпване на трета страна на ИПК, (II) реструктуриране на експлоатацията, изразяващото се в централизирано управление на влаковете посредством компютъризирана система, намаляване на персонала, зает с експлоатацията на влаковете, построяване на нови терминали, с цел да отговарят на междувидовата експлоатация, включваща корабни и автомобилни компании, (III) рационализация и преквалификация на човешките ресурси, (IV) взимане на решения за цени, себестойност, инвестиции, базирани на висококомпютъризирана счетоводна система.

Като резултат от всичко това, много американски жп компании станаха по-печеливши отколкото преди. Междувременно Междущатската търговска камера беше премахната през декември 1995г. и с това ще се улесни още повече по-нататъшно реструктуриране и още по-свободна конкуренция и това ще доведе до ожесточаване на конкуренцията както между самите жп компании, така и по отношение на останалите видове транспорт.

(2) Комбиниран транспорт в САЩ

Както беше споменато по-горе, появиха се такива нововъведения като стифирането на контейнерите в американската транспортна промишленост с оглед да се обхванат другите видове транспорт. Преди това, Прицеп на платформен вагон и Контейнер на платформен вагон или контрейлерни превози, бяха основните форми на комбинирани превози, които не можеха да се конкурират успешно с автомобилния транспорт. На практика комбинирани превози получиха подеи след приемането на Закона на Стагер за жп транспорт през 1980г. Сега комбинирани превози в САЩ имат три елемента от гледна точка на жп транспорта: (I) сътрудничество с корабните компании, (II) използване на ИПК и (III) директно взаимодействие с автомобилните компании за превоз.

С въвеждането на влаковете, превозващи контейнери, стифирани един над друг, основните корабни компании обслужващи линиите Азия-Тихия Океан, подписаха дългосрочни договори с американските жп компании за експлоатация на влакове със стифирани контейнери от Тихоокеанското крайбрежие до клиентите във вътрешността на страната основно транспортирайки контейнерни товари на корабни компании. Корабните компании трябваше да създадат по-тесни връзки с жп компаниите с цел да предложат обслужване "от врата до врата" с фиксиран ден и час за клиентите си, като производители на автомобили, обвързани с "точно време" за производствения процес. Поглъщането на CSX от Сийланд, една от най-големите корабни компании в света, дава добър пример за това, че се изискват високо ефективни връзки между водния и жп транспорт при извършването на комбинирани товари.

На следващия етап, жп и корабните компании започнаха да създават ИПК или спедиторски компании за да обвържат собствената си дейност с един или повече друг вид транспорт, така че да се предостави на клиентите желаната от тях гъвкавост и точност на обслужването. Освен това, много от независимите ИПК започнаха да правят бизнес чрез купуването, свързването и продаването на клиентите на различно ново формирано многодално транспортно обслужване.

Най-новата тенденция в комбинираните превози в САЩ е директен стратегически съюз между големите жп и автомобилни компании. Началото бе поставено с решението на Дж.Б. Хънт, втората по-големина автомобилна компания в САЩ, да се съюзи със Санта Фе. Година по-късно Шнайдер, автомобилна компания № 1 в САЩ се обвърза със Садърн Пасифик.

7.3.6 ЖП товарен транспорт в Япония

(I) Товарни превози на Японските железници

JR Freight (JRF) –Товарни превози на японските железници се роди като единствената жп компания за товарни превози, произлизащата от бившите Японски национални железници (JNR), когато последните бяха приватизирани през април 1987г. Приходите от товарни превози бяха много ниски. През 1987г., точно след приватизацията, те бяха едва 4,76% от общите приходи на всички компании на бившите JNR. Това е така, защото повечето от товарните превози във вътрешността на Япония се извършват от автомобилния транспорт (около 98%) и остатъка (от около 2%) от жп транспорт. С пътническият транспорт във вътрешността на страната картината е много по-различна (около 30%).

След като JRF не е основен експлоататор на железниците, даже в този смисъл твърде несигурен, железниците като активи принадлежат на всяка една от пътническите компании съставляващи JR. С други думи, JRF плаща наем на другите японски жп компании. Наемът се изчислява на базата на неизбежните разходи, както следва: Наемът е равен на (I) Данък за използване на жп трасетата + (II) Данък за използване на електротехническите съоръжения + (III) Стимул, където Данъкът за използване на жп трасетата = различните разходи за поддръжка на железния път, отдавани на JRF, и Данък за използване на електротехническите съоръжения = различните разходи за поддръжката на електротехническите съоръжения, отдавани на JRF, и Стимул = 1% от общата сума на първите две. Накратко, капиталните вложения в железния път и електротехническите съоръжения не се включват. Така наемът се изчислява на около 10% от годишните приходи на JRF.

Товарните превози, извършени от JRF са разделени на две категории: (I) товари, превозвани в контейнери (превозвани в специални контейнери на JRF, които са много по-малки от океанските контейнери) и (II) товари, превозвани във вагони. На клиентите, чиито товари се превозват в контейнери се предлага транспорт “от врата до

врата” на техните стоки. С други думи, JRF наема автомобилни компании или спедитори за извършване на събирането и доставянето на товарите, а JRF извършва жп превоз съответно от началните терминали до крайните. Наетите автомобилни компании или спедитори събират “от врата до врата” такса за превоз на товарите от клиентите и плащат на JRF дела за извършения от тях превоз, съобразно предварително договорените тарифи. От друга страна, товарите във вагони, основно насипните, като петролни продукти, цимент и вар (има три вида товари, които общо заемат 65% от товарните превози във вагони) се транспортират основно по железниците, като или изпращачът или получателят на товарите са отговорни да пренесат своите стоки от и до товарните терминали на JRF. След създаването на последните, товарите превозвани в контейнери започнаха плавно да се увеличават, докато товарите, превозвани във вагони – да намаляват. Обемът на превозените товари в контейнери през 1995г. беше 20,6 милиона тона, докато обемът на превозените във вагони товари беше 31,5 милиона тона. Приходите от превози на товари в контейнери през 1995г. бяха 120,2 милиарда йени (около 1 милиард щ.д.), докато приходите от превози на товари във вагони бяха 50,9 милиарда йени (около 424 милиона щ.д.). Следователно приходите за тон превозени товари в контейнери, в щ.д. са 48,5 и са три пъти повече от за тон превозени товари във вагони, в щ.д. 13,5.

Основният проблем на JRF е, че товарните превози в контейнери западат, поради неспособността им гъвкаво да се справят с разнообразните нужди на клиентите, зависещи от обема на товарите, стойността, превозното разстояние, максимално разрешеното транзитно време, целта на използването и т.н., което основно е породено от липсата на достатъчно еластична политика на ценообразуването и маркетинга. На сегашния етап това ѝ носи експлоатационни загуби.

(2) Комбиниран транспорт в Япония

Комбинираните превози в Япония са съсредоточени в превоза “от врата до врата” на специфичните контейнери на JRF (много по-малки от океанските контейнери) включвайки услугите на наетите автомобилни компании при доставката на товари. От друга страна специфичните контрейлерни превози, също се извършват. Жп-морския транспорт не е напълно развит, тъй като повечето японски промишлени предприятия са концентрирани в крайбрежните райони и вносът на суровини и износът на техните изделия се извършва директно през пристанищата от корабните компании. Следователно, стратегическата област на превози, където JRF трябва да се съсредоточи отсега нататък са комбинираните превози свързващи директните влакове на JRF между

центровете с другите видове транспорт, като автомобилните превози на средно разстояние и крайбрежния морски транспорт.

7.3.7 Бъдеща стратегия за маркетинг и комбиниран транспорт на БДЖ

(1) Анализ на бъдещата маркетингова стратегия на БДЖ

От гледна точка на маркетинга товарните превози на БДЖ могат грубо да се разделят на четири категории: (I) чисто вътрешни товари, (II) вътрешни товари но транспортирани от или за вътрешността до и от пристанищата, които основно се внасят или изнасят по море (могат да бъдат наречени "вътрешни пристанищни товари"), (III) международни товари (изнасяни или внасяни основно чрез жп транспорт) и (IV) комбинирани превози на товарите. Все още (IV) е подкатегория на (III) като комбинирани превози, са основно международни и тази категория не е изцяло развита. Табл. 4.6.2 в глава 4.6 показва разпределението на обеми и приходи на товарните превози. Чисто вътрешните товари заемат 61,7% от обема, но само 32,6% от приходите (такъв приход от 1,89 лв на тон/км е нисък). Вътрешните пристанищни товари заемат 29,4% от обема и 46,5% от приходите и доход 3,34 лв на тон/км е сравнително висок. Международните товари заемат само 8,9% от обема, но 18,9% от приходите и донасят най-високи доходи от 5,31 лв на тон/км. При комбинираните превози, които официално не са разделени от международните товарни превози, такава информация няма. Може да допуснем, че доходите от международните контейнерни товари и международните товари от превоза на прицепи са достатъчно високи, въпреки че печалбата от международните контрейлерни превози, след приспадане на единичната себестойност, ще бъде в момента по-ниска, причинено от огромните първоначални разходи и други ограничения.

Чисто вътрешните товарни превози, с изключение на насипните товари, срещат конкуренцията на автомобилния транспорт и ето защо тарифите за товарни превози не могат да се увеличават така лесно. Тарифите са в лева и заради това приходите са уязвими от влиянието на инфлацията в България. Потенциалът за растеж е малък. ЖП транспорт има предимство при вътрешните пристанищни товари, понеже те се транспортират на по-големи разстояния. По-специално, контейнерните превози обработвани в пристанищата имат потенциал за растеж в бъдеще, ако монтажните индустрии се развият напълно в България. След като тарифите за техните превози са в шв. франкове, то техните приходи са защитени от инфлацията. Международните товарни превози, включително и комбинираните превози показват най-висок приход, а така също и потенциал за растеж. Техните тарифи са също в шв. франкове.

Пазарният цикъл и структура на товарните превози са представени въз основа на горния маркетингов анализ на Фиг. 7.3.7. Една от възможните маркетингови стратегии на БДЖ в бъдеще може да е следната. БДЖ да запази сегашното положение на чисто вътрешни товарни превози, само с инвестиции за поддръжка, да добие стабилен и висок приход от вътрешните пристанищни товари, значително да разшири международните товарни превози с агресивно инвестиране и възприеме стратегия, фокусирана към изследване и развитие на комбинирани превози със селективно инвестиране.

За прилагане на горната стратегия е необходимо да се извършват организационни промени както в сегашната дейност по продажбите и маркетинга в БДЖ, така и в експлоатационната дейност. Ключовите думи тук са "ориентиране към клиента". Отделите и управленията трябва да се реорганизируют по функционален, регионален и международен начин, така че да се предложи по-бързо, по-сигурно, по-гъвкаво и с по-приемливи цени транспортно обслужване на клиентите.



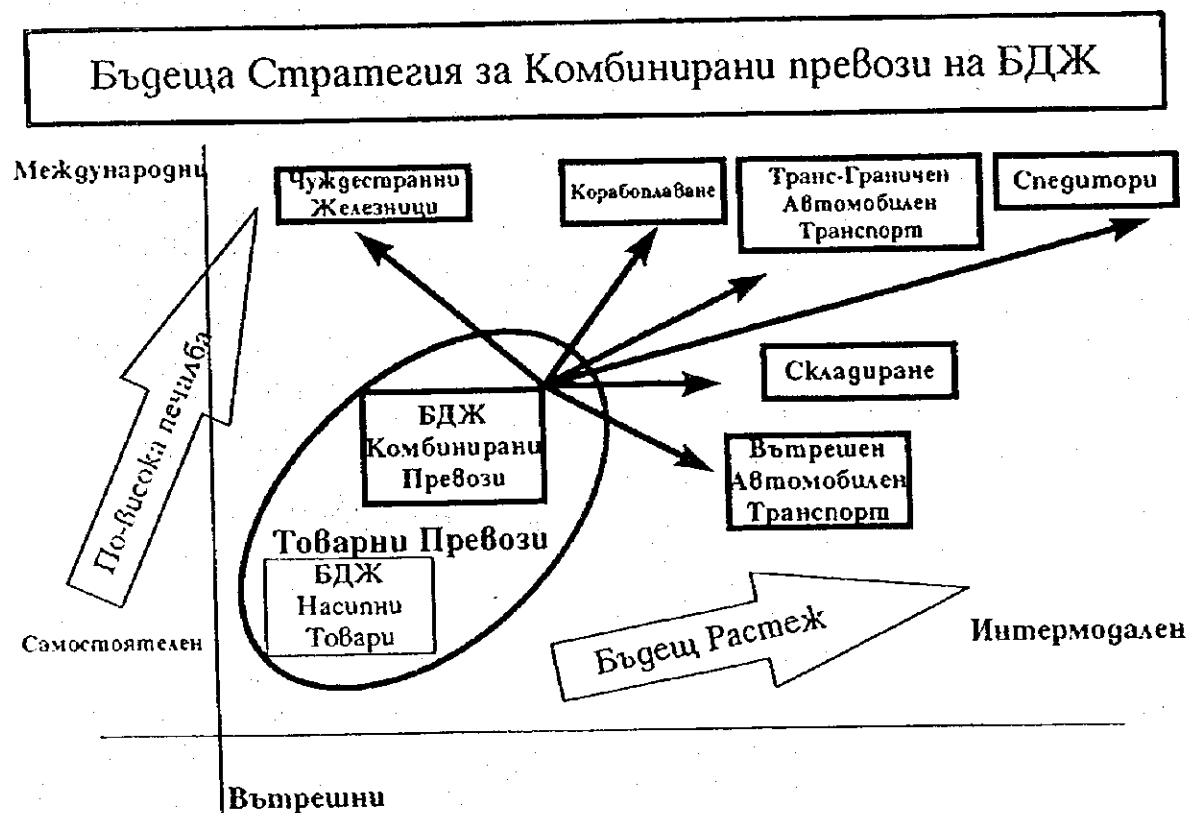
Фиг.7.3.7 Пазарен цикъл и структура на БДЖ

(2) Бъдеща стратегия на комбинирания транспорт на БДЖ

1) Стратегически насоки от гледна точка на маркетинга

В съответствие с обсъдената по-горе маркетингова стратегия, бъдещите стратегически възможности на БДЖ, относно комбинираните превози могат да бъдат изложени както следва (Вж. Фиг. 7.3.8).

- Международно сътрудничество с други европейски жп и спедиторски компании и изграждане на международна мрежа за продажби и маркетинг.
- Стратегически междувидови съюзи с автомобилните, корабните компании и складовите бази, както български, така и чуждестранни, за да се предложи на клиентите по-добро обслужване (специално съюзът с корабните компании е много важен).



Фиг 7.3.8 Бъдеща стратегия на БДЖ за комбинирани превози

2) Условия, които влияят върху комбинирания транспорт в България

Отделно от чисто маркетинговата стратегия, сегашната политика на ЕС по отношение на трафика и природната среда и бъдещият български пътен транспорт и мерки за опазване на околната среда ще имат важно значение за стратегията на комбинирания транспорт в България.

Елементи на гореспоменатата политика ще бъдат следните нормативи, които имат отношение към автомобилния транспорт и природната среда: максималното тегло на превозните средства, вдигане на ограничението от 44 тона за превозните средства, които се използват от терминалите за пренос-превоз, транспортен данък в екю за 44-тонни пътни превозни средства, пълно или частично освобождаване от данъци за превозни средства, които извършват комбинирани превози, таксуване на товарните превозни средства с дизелови двигатели в екю/литър, ограничаване на движението на товарни превозни средства в неделя, празници, края на седмицата и ваканционни периоди, освобождаване на междувидовите превози от подобни ограничения, субсидии за инвестиции в комбиниран транспорт и т.н.

3) Изграждане на бъдещи комбинирани транспортни услуги в България

Въз основа на горните условия може да се направи следното обобщение относно условията за регулиране на бъдещия комбиниран транспорт в България:

- i. Изработване на национална пътно транспортна политика или правилници в съответствие с изискванията за опазване на околната среда и насочени към екологично съобразен жп транспорт.
- ii. Създаване на стратегическо сътрудничество с чуждестранни железници и фирми за комбиниран транспорт.
- iii. Основаване на нова българска фирма за комбиниран транспорт или реорганизация на съществуващата, като се прилагат управленчески знания и опит насочени към изискванията на пазара и клиентите. Организационната структура на тази фирма трябва да бъде в съответствие с цялостната реорганизация на управленията за маркетинг на товарния транспорт на БДЖ.
- iv. Инвестиране в инфраструктура и съоръжения за извършване на комбиниран транспорт или подновяване на съществуващите чрез финансиране от международни финансови институции и инвеститори или заинтересовани предприятия.

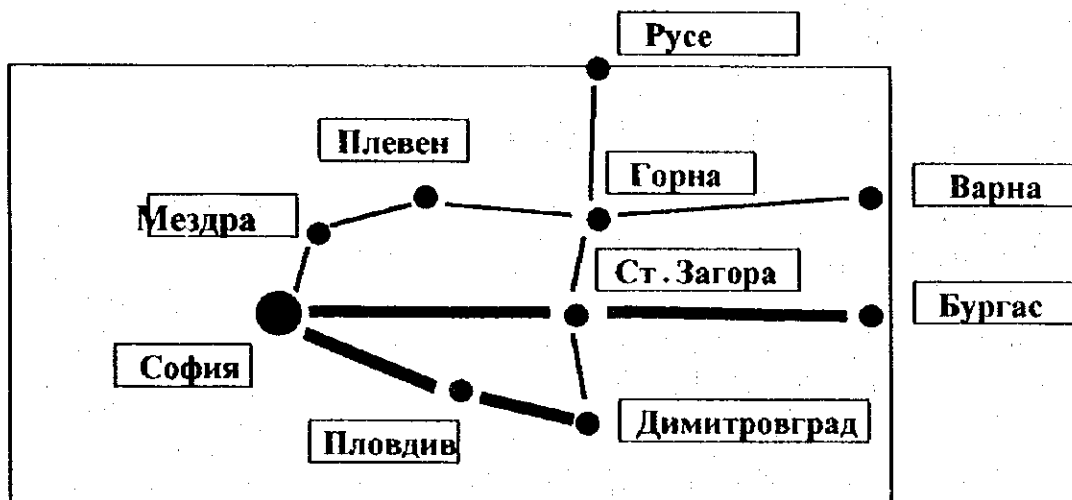
В случай на изпълнение на тези условия бъдещите товарни превози на БДЖ включително комбинираните превози може да следват схемата на следващата Фиг. 7.3.9. Съдържанието на всяка товарно транспортна услуга ще бъде разгледано в следващите параграфи.



7.3.8 Бъдещите товарни превози на БДЖ

(1) Превози на насипни товари

Бъдещи товарни превози (1) Превози на насипни товари



Фиг.7.3-10

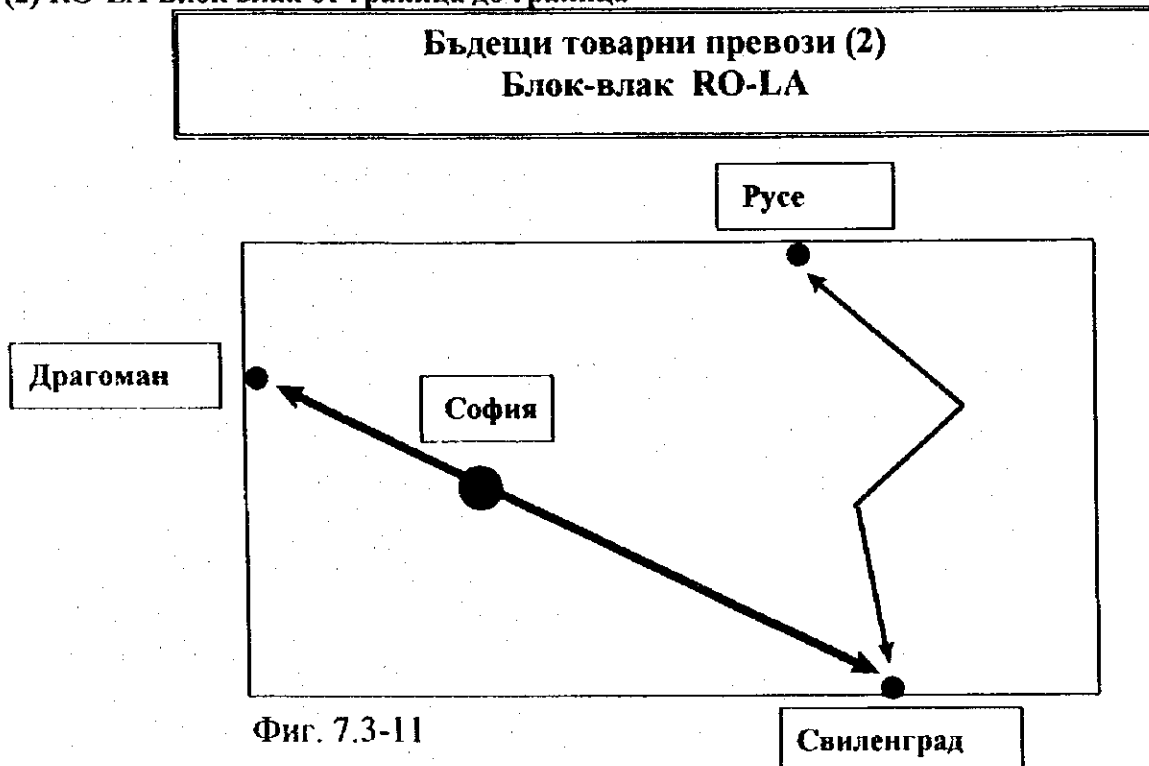
Насипни товари като петролни продукти, въглища, руди, цимент и др. дълго време бяха основна част от извършваните от БДЖ превози както по отношение на обеми, така и по отношение на приходи. Преди демократизацията в началото на 90-те години повечето от тези товари се дължаха от българската национална политика за развитие на тежката промишленост по централно интензифициран начин. След началото на демократизацията, българската икономика рязко се освободи от зависимостта си от СССР и движението на тези товари, които бяха тясно свързани с икономическата система на Съветския съюз пострадаха лошо. Преходът към пазарно ориентирана икономика допринесе за намаляване на нуждата от суровини и следователно до намаляване на превозваните по БДЖ обеми. След периода на икономически неуредици, някои от тези суровини или насипни товари се възвръщат, но е трудно да се предвиди драматичното им увеличение в бъдеще поради голямата промяна на икономическата система.

Как да се организират бъдещите превози на насипните товари с оглед описаните по-горе обстоятелства? Каква да бъде бъдещата маркетингова политика по отношение на товарите? Трябва да се вземат предвид някои фактори като: (1) насипните товари няма да се увеличат драматично в бъдеще, но ще продължат да бъдат важни като обем; (2) насипните товари не може да се транспортират с камиони затова няма опасност от

конкуренция на автомобилния транспорт; (3) отношенията на БДЖ с клиентите за насипни товари са много здрави.

Анализирайки гореописаните фактори може да се направят изводи относно бъдещата маркетингова стратегия по отношение на насипните товари. Смятаме, че е важно да се предприемат следните мерки: постигане на рентабилност на експлоатацията и намаляване на разходите, определяне на максимално високи тарифи, въздържане от прекалено големи инвестиции, предлагане на услуги в зависимост от класация на клиентите и стоките според възможностите за реализиране на печалби и т.н. Следователно, най-добрата маркетингова стратегия е първо да се изработи анализ на остойностяване въз основа на извършваните дейности за изясняване на приноса на печалба по клиенти и видове стоки, а след това рационализиране на действията за остойностяване пригодно специално за дадени клиенти и видове стоки, които не допринасят за получаване на печалби без това да се отрази отрицателно на качеството на обслужване. Заедно с това трябва да се разгледа и увеличаване на рентабилните услуги с използване на пряк транспорт за клиентите с товари с голям обем. Малка е вероятността за увеличаване на нуждите от нови превози на насипни товари чрез допълнителни инвестиции. За предотвратяване на нерентабилно използване на капиталите, допълнителните инвестиции за превози на насипни товари трябва да се сведат до най-ниското възможно ниво.

(2) RO-LA Блок влак от граница до граница



В доклада си "Програма за по-нататъшно развитие на комбинирания превоз в България" (София, февруари 1996 година) НИТИЖТ се предлага, БДЖ да възприеме RO-LA като най-подходяща и изпълнима форма на комбиниран транспорт в България.

В доклада си НИТИЖТ обяснява, че големи обеми международни товари, превозвани с камиони, влизат в територията на България през граничните пунктове Драгоман и Русе и излизат от България за Турция през граничния пункт в Свиленград. Тяхното мнение е, че за увеличаване на обема на превозваните от БДЖ товари, трябва да се организира експлоатация на RO-LA от граница до граница с цел възвръщане на товари, които се превозват с камиони.

От една страна, чрез RO-LA може да натоварят всякакви автомобили за кратко товарно/разтоварно и маневрено време без използване на никакви специални товарни/разтоварни машини и съоръжения. От друга страна, необходими са специални жп вагони, които не се свързват с обикновените товарни вагони и са със специално проектирана конструкция с малък диаметър на колелата, със специални спирачни устройства и с ограничение на осовия товар под 7,5 тона и капацитет на вагона до 40 тона.

Товарният обем, който реално се товари на RO-LA следователно е по-малък от товарите в контейнери или в ремаркета и полу-ремаркета. Това означава, че чрез RO-LA се реализират по-малко приходи, отколкото чрез другите начини на транспортиране, което се счита за недостатък.

Друг недостатък е, че тъй като вагоните са със специална направа и не могат да се свързват с обикновените товарни вагони, те не могат да се използват лесно при други форми на транспорт, ако нуждата от превози тип RO-LA намалее.

Третият недостатък на ремаркета и полуремаркета е, че те, а не RO-LA са основният вид комбинирани превози, които се използват в трансевропейската жп мрежа. Превозите тип RO-LA може да са много ефективни само на българска територия за поемане на товари, които минават транзитно през България. Не е много далече времето, когато България ще стане член на ЕС и трансевропейската жп мрежа ще бъде продължена до България. Свързаните с България комбинирани превози трябва да се извършват по образеца на трансевропейската система, за да се развият значително. За тази цел е абсолютно необходимо въвеждане на съоръжения като ремаркета и полуремаркета, които обикновено се използват в Европа, за да се подготви България за периода след като стане член на ЕС. В този смисъл превозите от типа RO-LA трябва да

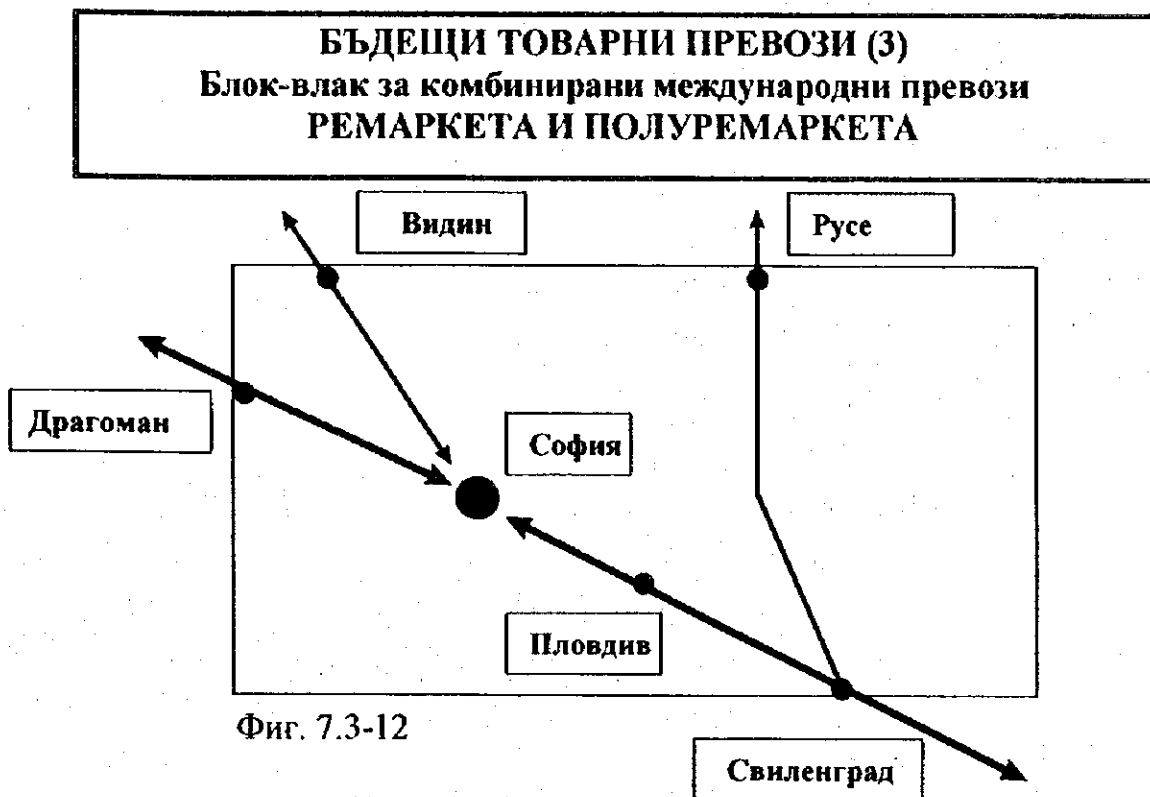
се ограничат за вътрешен транспорт, а за международни и трансевропейски комбинирани превози трябва да се предвидят ремаркета и полуремаркета, както е описано в следващия раздел.

Четвъртият недостатък е, че за осъществяването на превози RO-LA трябва да се изпълнят много условия като въвеждане на стимули или ограничения за компаниите за автомобилен транспорт да използват RO-LA само на българска територия. Подобни стимули включват намаление на експлоатационната стойност на камиони и спестяване на средства от заплати, намаляване на времето за транзитен транспорт, повишаване на безопасността и др. Ограниченията включват ограничаване на движението на камиони нощно време, данъци за опазване на околната среда, национална политика за фаворизиране на жп транспорт и др. Ако тези условия не се изпълнят, търсенето на превози тип RO-LA от страна на фирмите за автомобилен транспорт ще бъде малко. Трябва да се помни, че при разговорите с Вили Бец-Сомат те обясниха, че приоритетите им в момента са подредени както следва: (1) ремаркета, (2) полуремаркета и (3) RO-LA. Ясно е, че според тях сега необходимите условия не са изпълнени.

Гореописаните предимства и недостатъци трябва да се анализират внимателно и преди да се правят инвестиции за превози тип RO-LA да се преценят рисковете и възможностите. В противен случай инвестициите може да завършат с неуспех.

В доклада се казва, че през 1997 година трябва да започне обслужване на първите два маршрута Свиленград-Русе и Свиленград-Драгоман, през 1998 година – маршрутите Свиленград-Видин, Кулата-Видин, Кулата-Русе, през 1999 – маршрутите София-Търговище, София-Ямбол и през 2000 година маршрута Враца-Търговище (общо 8 маршрута). НИТИЖТ предвижда, че тези маршрути ще се оправдават по отношение на транспортните нужди, изчислени въз основа на сегашната статистика за превоз на товари с камиони. Както ще се спомене по-долу, необходими са огромни инвестиции, ако БДЖ иска да експлоатира всичките тези 8 маршрута. Въз основа на гореописаното мнение се предлага, БДЖ да съсредоточи вниманието си върху първите два маршрута Свиленград-Русе и Свиленград-Драгоман и допълнителни инвестиции да се правят след анализ на опита от експлоатацията на първите два маршрута, само ако допълнителните услуги и инвестиции се оправдават по отношение на търсенето и рентабилността.

(3) Блок-вак за комбиниран международен транспорт



Както беше споменато в предишния раздел, след като България стане член на ЕС и трансевропейската жп мрежа се продължи до България, превозите с ремаркета и полуремаркета, каквито обикновено се използват в Европа, ще станат преобладаващият вид комбиниран трансевропейски транспорт, който свързва България с останалата част на Европа. В този смисъл, блок-вакът за международен комбиниран транспорт може да бъде една от най-важните форми на бъдещите комбинирани превози, в които участва и България.

Сега БДЖ експлоатира блок-вакове с международни комбинирани превози, които минават транзит през България. Те обаче представляват само консигнирана експлоатация на българска територия от европейски оператори на комбинирани превози или спедитори като Интерконтейнер и Ое-комби. Това означава, че общият изпълнител е Интерконтейнер или Ое-комби, а не БДЖ. БДЖ не са в състояние да действат като общ изпълнител (от А до Я) на подобни блок-вакове за международни комбинирани превози и сами да продават на дребно влаковите пространства на клиентите, защото (1) техният оперативен капацитет изразен в подвижен състав, терминални функции, съоръжения за товарене/разтоварване и човешки ресурси, както и (2) неспособността им да продават на дребно и да извършват маркетинг, т.е.

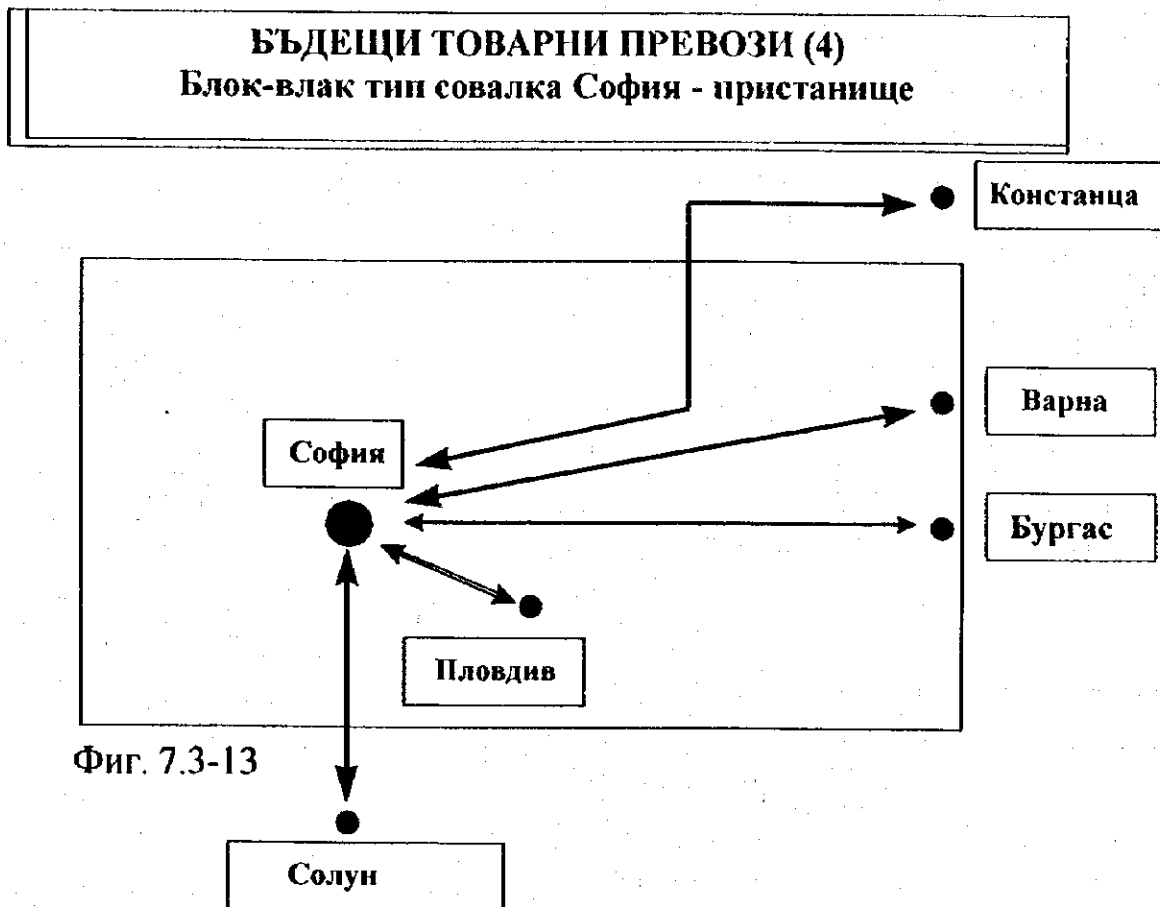
трудностите при осигуряване на достатъчно клиенти и за редовно запълване на влаковите пространства с товари.

За да се превъзмогне първото препятствие, абсолютно необходимо е да се построи поне един главен терминал за контейнерен/комбиниран транспорт в централен град като София, който да е оборудван с товарни/разтоварни съоръжения с капацитет съответстващ на производството и потреблението. По-добре би било да има още един или два терминала в гранични градове като Русе и Димитровград (или Горна Оряховица), ако финансовите възможности на БДЖ позволят. Освен това, трябва да се осигури достатъчен брой подвижен състав за експлоатацията на международни комбинирани превози в зависимост от финансовите средства с които разполага БДЖ. Второто е по-трудно за постигане, защото са необходими много време и средства за повишаването на капацитета на персонала по продажбите, а това пък противоречи на основната политика на съкращаване на човешките ресурси. За разрешението на втория проблем БДЖ трябва да потърси сътрудничеството на външни фирми за продажби на дребно.

Поради гореописаните причини трябва да се разгледат отношенията между маркетинга на БДЖ за блок-влакове за комбинирани превози и т.н. компании за междувидов маркетинг (КММ) или ориентирани към комбиниран транспорт превозвачи. В САЩ КММ действат като продавачи на дребно на комбинирани транспортни услуги, а жп компании действат като продавачи на едро. Оператори на комбинирани превози като Интерконтейнер и Ое-комби могат да се класифицират като КММ. Освен това водещи европейски спедитори като Шенкер, Данзас, Куне и Нагел, Паналпина и Недлойд също могат да действат като КММ.

Очакваме, че на даден етап от сега до 2020 година достатъчно товари подходящи за комбиниран транспорт ще бъдат внасяни/изнасяни от/до България, осигурени благодарение на потенциалното развитие на износно ориентирани промишлени производства, които произвеждат резервни части за автомобили, електрически уреди и др. в промишлени градове като София и Пловдив. За транспортиране на тези товари, БДЖ трябва да експлоатира блок-влакове за международни комбинирани превози до/от България в допълнение към действащите сега международни транзитни влакове. Когато БДЖ създаде терминал за комбиниран транспорт в централен град като София и осигури сътрудничеството на някоя международно действаща КММ, БДЖ може да вземе инициативата и започне експлоатация на блок-влакове за транспорт на товари за комбиниран транспорт, базирани в България. Това е крайната цел на плана за блок-влаковете.

(4) Контейнерен блок-влак (тип совалка) между София и пристанище



Фиг. 7.3-13

В момента Сийланд извършва предварителни проучвания за построяване на терминал за контейнери и комбиниран транспорт в София. Целта му не е да го експлоатира и печели, а да си осигури терминал за общо предназначение в София, който да ползва за потенциални собствени товари за София и други български градове.

Те не се интересуват толкова от експлоатация на комбиниран транспорт или RO-LA, ремаркета и полу-ремаркета. Тяхната цел е да се осигури бърз транспорт на техните насипни вносни контейнерни товари, които се разтоварват от техните контейнеровази на пристанищата Варна, Бургас, Солун и Констанца и се отправят към София или техните износни контейнерни товари, които се товарят в София и отправят към пристанищата за да се транспортират с корабите. За да бъде актуализиран този вид вътрешен сухоземен контейнерен транспорт е необходима редовна експлоатация на контейнерни влакове.

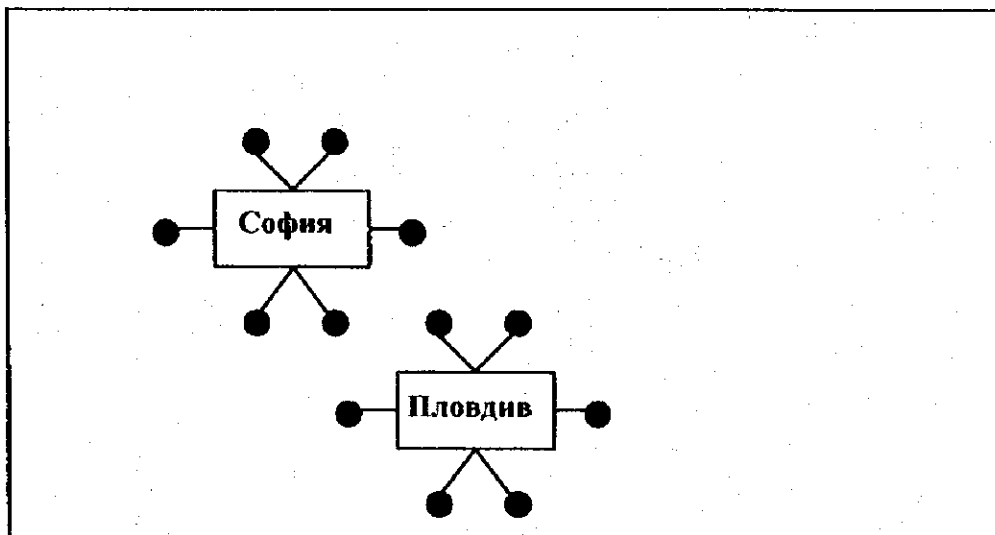
Някои специалисти, които са запознати с катастрофалното намаляване на обемите на

контейнерни товари в България може да смятат, че не е възможно да се превозват толкова много контейнерни товари в България. Става дума обаче за 2020 година, когато се очаква значителен ръст на БВП, подкрепен от потенциалното развитие на същите ориентирани към износ промишлени производства, за които се спомена в предишния раздел. Освен това, увеличението на контейнерните товари вероятно ще бъде по-голямо от ръста на БВП, както е в повечето от най-развитите страни, включително тези в Европа. Ясно е, че Сийланд извършва предварителни проучвания, защото вярва във възможностите за увеличаване в бъдеще на контейнерните превози в България. Освен това, сегашният малък обем контейнерни товари се дължи частично и на неспособността на БДЖ да извършва ефикасни и бързи контейнерни услуги, които са тясно свързани със спедиция и митнически формалности.

Следователно, БДЖ трябва да извърши технически и финансови предварителни проучвания за експлоатация на контейнерни блок-влакове между София и пристанищата Варна, Бургас, Солун и Констанца въз основа на прогнозите за бъдещите транспортни нужди. БДЖ трябва също да провери възможностите за сътрудничество или сключване на дългосрочно споразумение за изключителни права на продажба на едро на влаково пространство за спедитори като Сийланд или БУЛКОН. Тази идея е същата, която беше описана в предишния раздел. Компания за корабни превози или нейн подизпълнител-спедитор може да действа като КММ. Спедиторски компании като ДЕСПРЕД и RCL, които са в близки отношения с много компании за корабни превози също могат да кандидатстват за КММ. Това ще спести на БДЖ разходи за персонал и ще намали рисковете да се запълни влаковото пространство, макар за сметка на леко намаляване на печалбите.

(5) Комбинация с пренос-превозни услуги – Сътрудничество с компании за автомобилни превози на кратки разстояния

БЪДЕЩИ ТОВАРНИ ПРЕВОЗИ (5) ПРЕНОС-ПРЕВОЗ



Фиг. 7.3-14

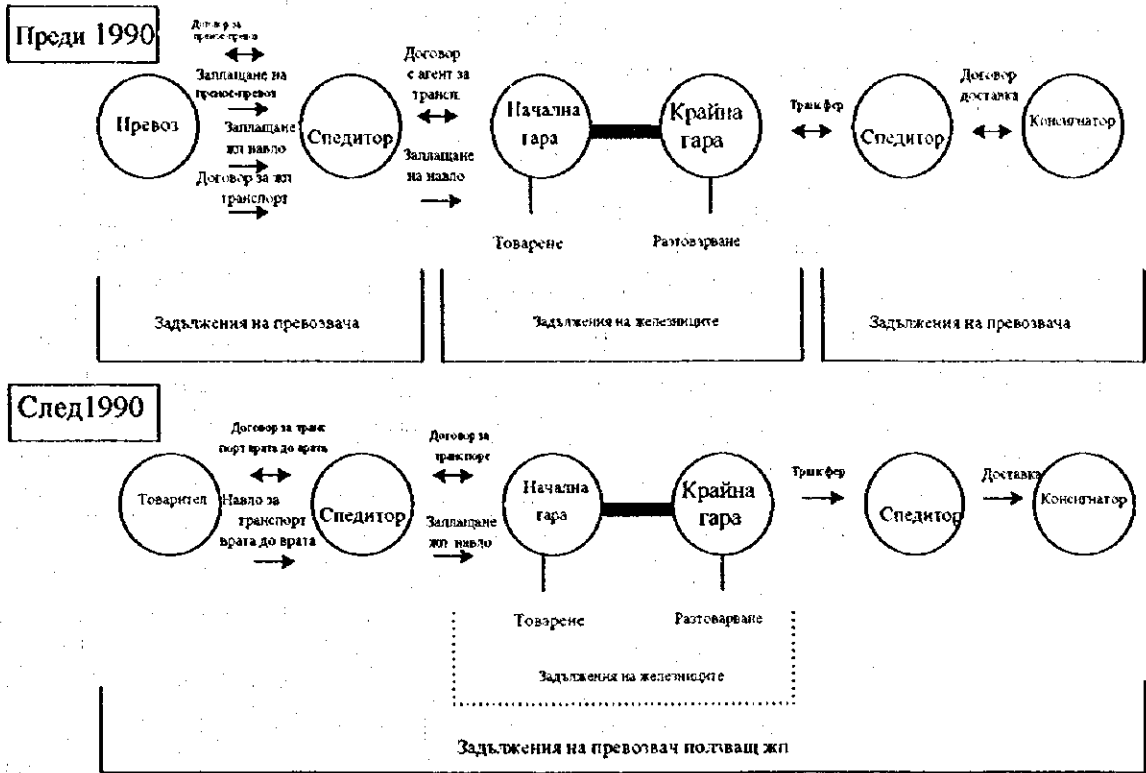
За да се осъществи гореописаното движение на блок-влакове между два терминални центъра много важни ще бъдат пренос-превозните услуги или транспорт на товари от и до терминалите. Ако те не са организирани добре, блок-влаковете не могат да осигуряват гъвкаво и бързо обслужване.

Градове като Пловдив с много контейнерни и комбинирани товари за внос и износ, трябва да бъдат обслужвани от захранващи влакове от и до терминала в София. Клиентите в София или в съседните градове, които се намират на малки разстояния от София, обаче трябва да бъдат обслужвани с камиони. Не е ясно дали самите БДЖ са извършвали активно подобни пренос-превозни услуги с камиони, но нашето мнение е, че компании за автомобилни превози на кратки разстояния могат да извършват тази услуга по-ефикасно от БДЖ, а освен това те вече са създали по-широки и по-близки отношения на сътрудничество с много малки и средни клиенти (както спедитори така и консигнатори), отколкото БДЖ. Следователно, БДЖ трябва да изгради стратегическо сътрудничество с подобни компании специализирани за превози на

кратки разстояния, за да извършва товарни превози "от врата до врата" за спедиторите и консигнаторите, които се намират наблизно. В този смисъл, примерът на Япония може да подсказва някои идеи.

Преди 1984 година, Японските национални железници (JNR) извършваха целия контейнерен транспорт "врата до врата". Те сключваха договори направо с клиентите и след това даваха пренос-превозните услуги на консигнацията на следиторските фирми. Тарифите за извършване на пренос-превозни услуги се решаваха от JNR. С развитието на контейнерния превоз "от врата до врата" спедиторите, които имаха повече възможности да осъществяват ежедневни контакти с клиентите в сравнение с JNR постепенно се превърнаха в заплаха за системата на продажби на JNR, а самите клиенти започнаха да изпитват неудовлетворение от твърдата ценообразователна система на пренос-превозните услуги на JNR. Затова през 1984 година монополът на JNR върху целия контейнерен транспорт приключи и експлоатацията и отговорностите бяха разпределени както следва: (i) извършване на пренос-превозните услуги от спедиторите, а (ii) извършване на жп транспорт (включително товарене и разтоварване на товарите) от JNR. Накрая през 1990 година, на спедиторите беше дадена възможност да сключват пряко договори с клиентите и да поемат пълна отговорност за целия контейнерен превоз "от врата до врата", а отговорността на Японски товарни железници (JFR: името на новата компания за товарен транспорт, която беше създадена след разделянето и приватизацията на JNR през 1987 година) бе ограничена до превоза по железниците.

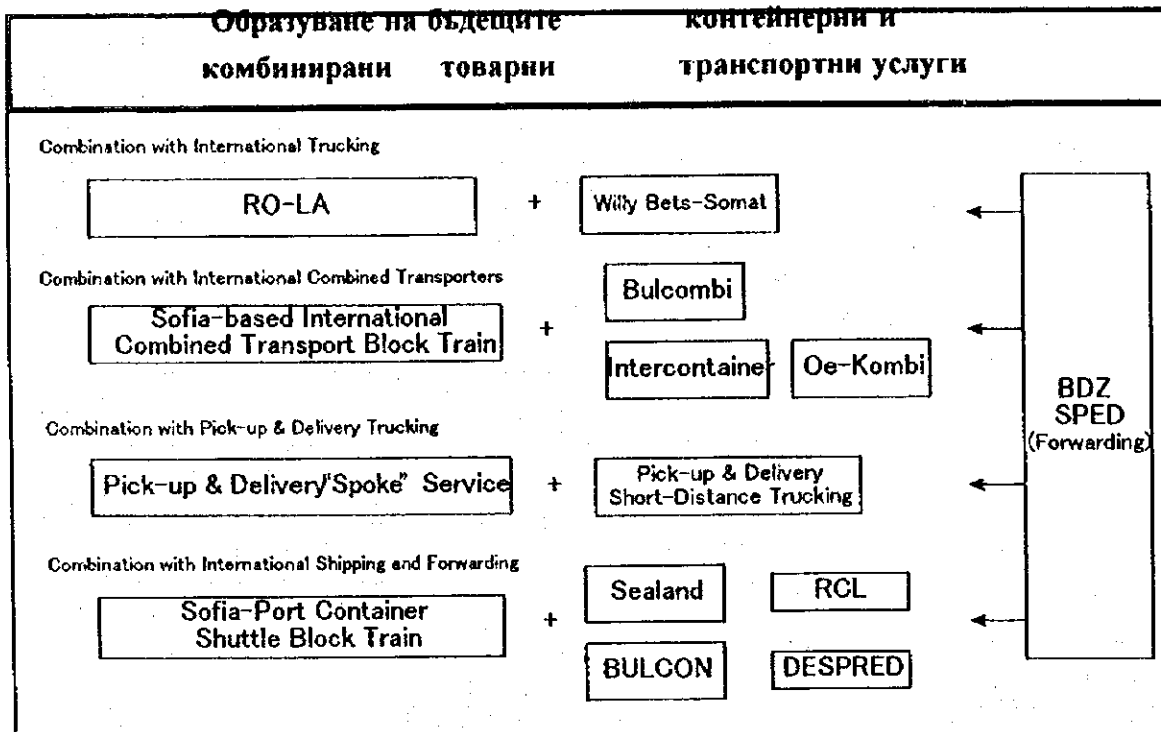
Отношения между JRF и спедиторите



Фиг.7.3-15 От: Бъдещето на жп товарен транспорт 3 Сп. *Container Age*, ноември 1994 г.

(6) Схематично описание на образуването на комбинирани товарни превози в бъдеще

Бъдещите товарни превози с комбиниран транспорт може да се изразят схематично както е показано на Фигура 7.3.16.



Фиг. 7.3-16

7.3.9 Анализ на бъдещата система на маркетинг на товарните превози

(1) Система за маркетинг на товарни превози в Главната дирекция

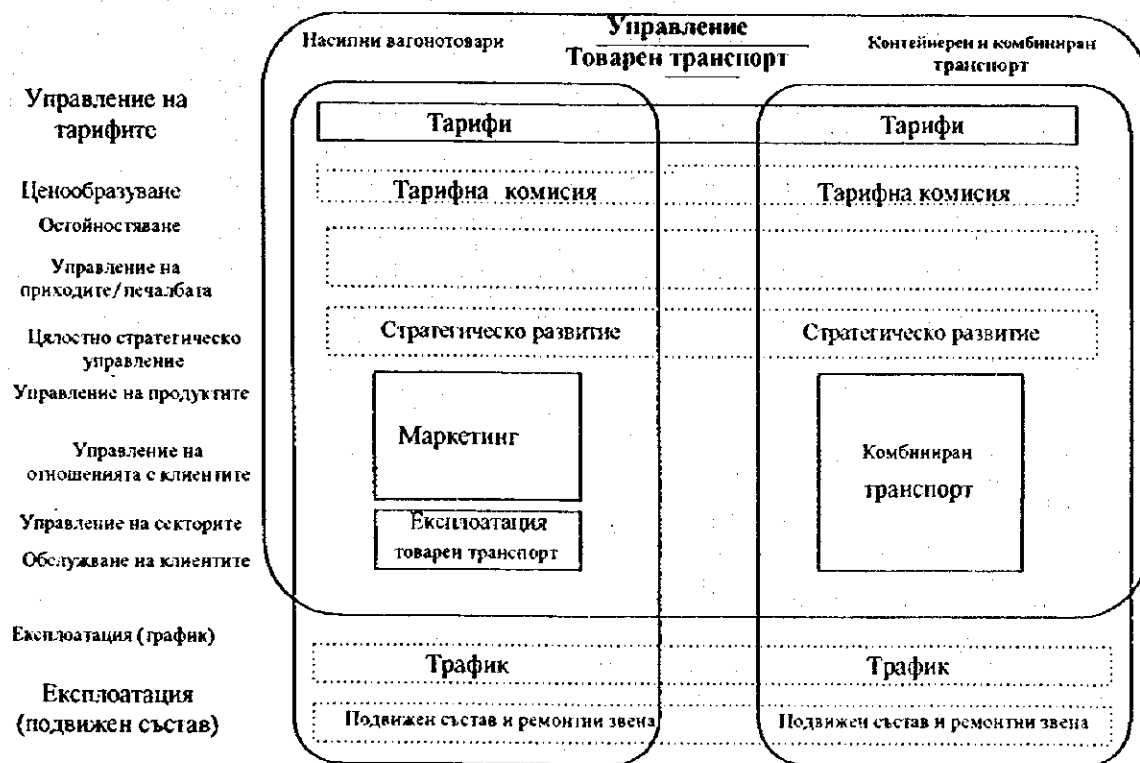
За да може да има по-ефективна пазарно-ориентирана организация, БДЖ трябва да преустрои структурата си въз основа на видовете услуги, които ще се предлагат. Първо, трябва да се разделят структурите на пътнически и товарни превози. След това, дирекция товарни превози се разделя на отдел за обслужване на насипни товари и отдел за обслужване на контейнерен и комбиниран транспорт. Всяка дирекция и отдел извършва не само продажби и маркетинг, но също и свързани с тях дейности като управление на трафика и подвижния състав (без инфраструктурата). Това се прави с цел изясняване на приходите, разходите и печалбата по видове услуги и съответно счетоводството на всяка дирекция се извършва отделно по услуги.

Отдел за маркетинг и експлоатация се създава или в отдела за обслужване на насипните товари или в отдела за обслужване на контейнерен и комбиниран транспорт. Отдел маркетинг е съставена от звено за управление на печалбата, звено за планиране и звено за обслужване на клиентите. Отдел експлоатация се състои от звено за трафика и звено за подвижния състав.

Звеното за печалбата извършва управление на тарифите, ценообразуването (изработване на политика за намалени билети), остойносттаване, управление на печалбата и доходите. Звеното за планиране на маркетинга извършва управление на цялата маркетингова стратегия, управление на продуктите (услугите), управление на клиентите (сметките) и управление на участъците (отправна точка/краен пункт, специални линии и маршрути). Звеното за обслужване на клиентите се занимава главно с уреждане на рекламации, посредничество между отдели клиенти и експлоатация, контрол на управителите на службите за обслужване на клиенти на товарните гари, изследване на нуждите на клиентите и др.

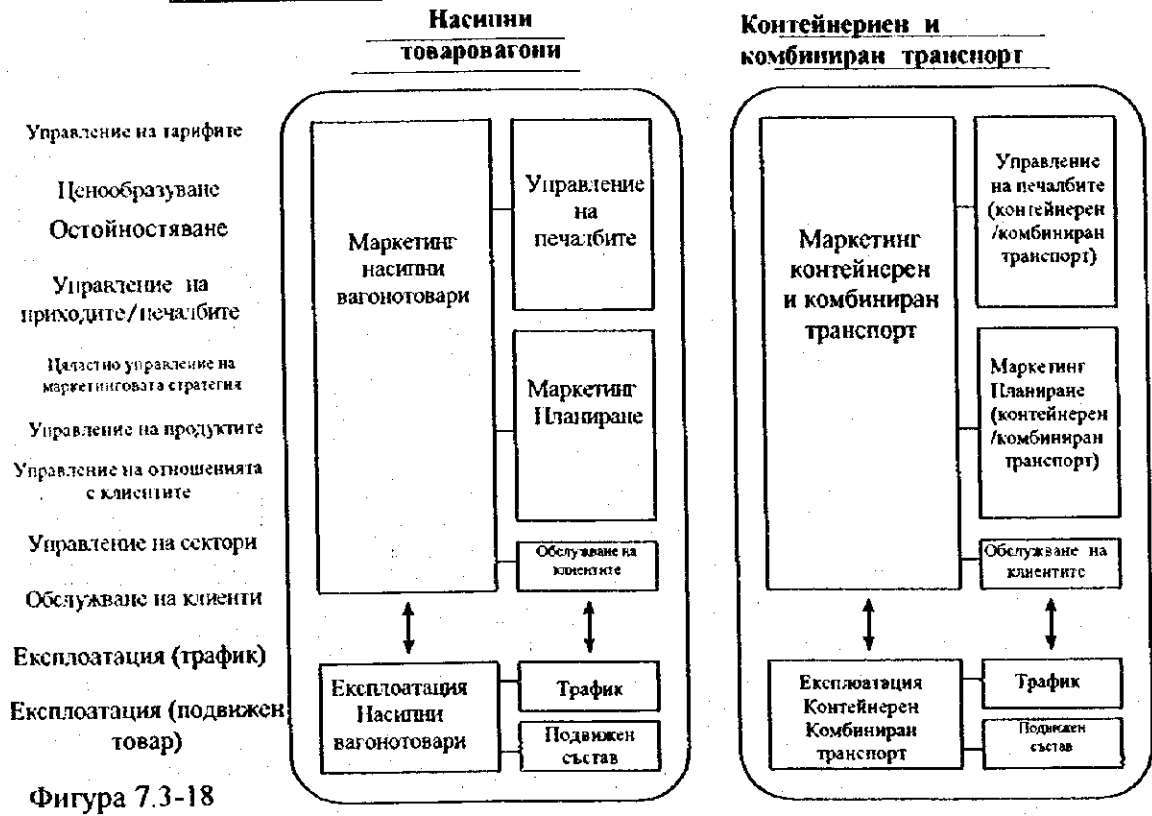
Всеки отдел за експлоатация продължава да изпълнява почти същите функции както сега. Системата на трафика и подвижният състав обаче трябва да се разделят основно и да се ползват и управляват съвместно от всеки отдел, който има отношение към експлоатацията (отдела за експлоатация на превози на насипни товари и отдела за експлоатация на контейнерни или комбинирани превози). Следователно, по този начин, БДЖ ще може да изясни разходите свързани с всяка от тези услуги – превози на насипни товари и експлоатация на контейнерни или комбинирани превози. Данните относно разходите се използват от всеки отдел за управление на печалбата и се анализират за определяне на приходите и печалбите по видове услуги.

СЪЩЕСТВУВАЩА организация на маркетинга на товарни превози



Фиг. 7.3-17

БЪДЕЩА организация на маркетинга на товарни превози



Фигура 7.3-18

(2) Ролята на ЖПУ и товарните жп гари

В доклада си "Изследване на маркетинга по видове стоки" НИТИЖТ предлага създаване на структура за маркетинг на товарните превози с три йерархични функции: товарни жп гари, ЖПУ и Главна дирекция. Те предлагат всяка от тях да изпълнява следните дейности и да си сътрудничат помежду си за осъществяване на ориентиран към клиентите маркетинг и съответно възвръщане на преминали към автомобилния транспорт бивши товари на БДЖ.

Основните задължения на товарните жп гари включват: (i) получаване на поръчки за превоз на стоки от клиентите, (ii) извършване на консултации по отношение на типовете вагони и видовете консигнация (вагон, контейнер, вагонотовар или малка консигнация), и т.н., (iii) определяне на схемата на товарене на някои видове товари с оглед максимален товарен капацитет и оползотворяване на вагоните, (iv) определяне на транспортните условия с клиентите и незабавно отразяване на техните изисквания.

Основните задължения на ЖПУ включват: (i) сключване на споразумения за транспорт

на стоки между БДЖ и клиентите (спедитори и консигнатори) и контрол на изпълнението на превозите, (ii) определяне на разумни цени за превоз на стоки въз основа на гъвкава тарифна политика, (iii) организиране на доставка на стоки във вагони на определена дата и по-нататъшна доставка на стоки с чартърни камиони, (iv) контрол на непланирани превози (извън разписание).

Основните задължения на Главната дирекция включват: (i) контрол на дейността на подразделенията и осъществяване на МЕТОДОЛОГИЧНО РЪКОВОДСТВО за сключване на споразумения за превоз на стоки между БДЖ и клиентите (спедитори и консигнатори) в съответствие с правната система на България. Те трябва да бъдат категоризирани по видове клиенти (в зависимост от обема и честотата на товарите), т.е. а) спедитори (консигнатори), които насочват редовно големи товари към жп транспорт, б) спедитори (консигнатори), които са имали договори с БДЖ, но в момента използват автомобилни превози, в) нови спедитори (консигнатори), които използват главно автомобилен или други видове транспорт, (ii) одобряване на МЕТОДОЛОГИЧНО РЪКОВОДСТВО за определяне на гъвкава тарифна политика и контрол върху изпълнението ѝ, (iii) стимулиране на развитието на нови транспортни технологии и одобряването им, (iv) извършване на постоянно подобряване на качеството на кадрите, които се занимават с маркетинг на товарни превози.

Гореописаните задължения на Главната дирекция, ЖПУ и товарните жп гари може да се обобщят както следва: (i) главната дирекция действа като единствен "законодател" на правилата, наредбите и за определяне на политиката (включително ЦЕНООБРАЗУВАНЕ или НАМАЛЕНИЯ) за продажби и маркетинг, (ii) ЖПУ преговарят с клиентите и сключват с тях договори за транспортиране въз основа на политиката определена от Главната дирекция, (iii) товарните жп гари действат като представители на експлоатацията и връзка с клиентите за контролиране на начините на действие, документацията, уреждане на рекламации и т.н. Ние одобряваме тази идея за бъдеща структура на маркетинга на товарни превози, съставена от три йерархични функции.

(3) Използване на БДЖ СПЕД като посредник между БДЖ и КММ и спедиторите - цялостна стратегия за маркетинг и сътрудничество с външни компании

В докладите на НИТИЖТ "Изследване на маркетинга по видове стоки" и "Програма за бъдещо развитие на комбинирания транспорт в България" сегашната роля на БДЖ СПЕД от гледна точка на продажбите и маркетинга се обобщава както следва:

“След създаването на БДЖ СПЕД, подотчетността в областта на товарния транспорт не само че не беше изяснена, а дори е объркваща. Взиманията от клиентите не се събират винаги чрез товарните жп гари (означава ли това, че БДЖ СПЕД понякога може да сключва с клиентите преки договори за транспорт?). Освен това, началниците на товарните жп гари и управителите на БДЖ СПЕД не винаги имат еднакви възможности. Първите трябва да предлагат услуги и цени предварително одобрени от експлоатационната и тарифна политика на Главната дирекция, докато последните имат право да предлагат намаления при известни условия. Тази структура не удовлетворява изискванията към жп транспорт на потенциалните клиенти и понякога някои от тях предпочитат да използват други конкурентни транспортни компании и организации. Има два начина за премахване на тази аномалия: (i) товарните жп гари действат като малки спедиторски компании в съответния район с всички пълномощия и съответни отговорности, или (ii) жп гари са упълномощени да действат като агенти или представители на БДЖ СПЕД и да контактуват с клиентите от името на БДЖ СПЕД.”

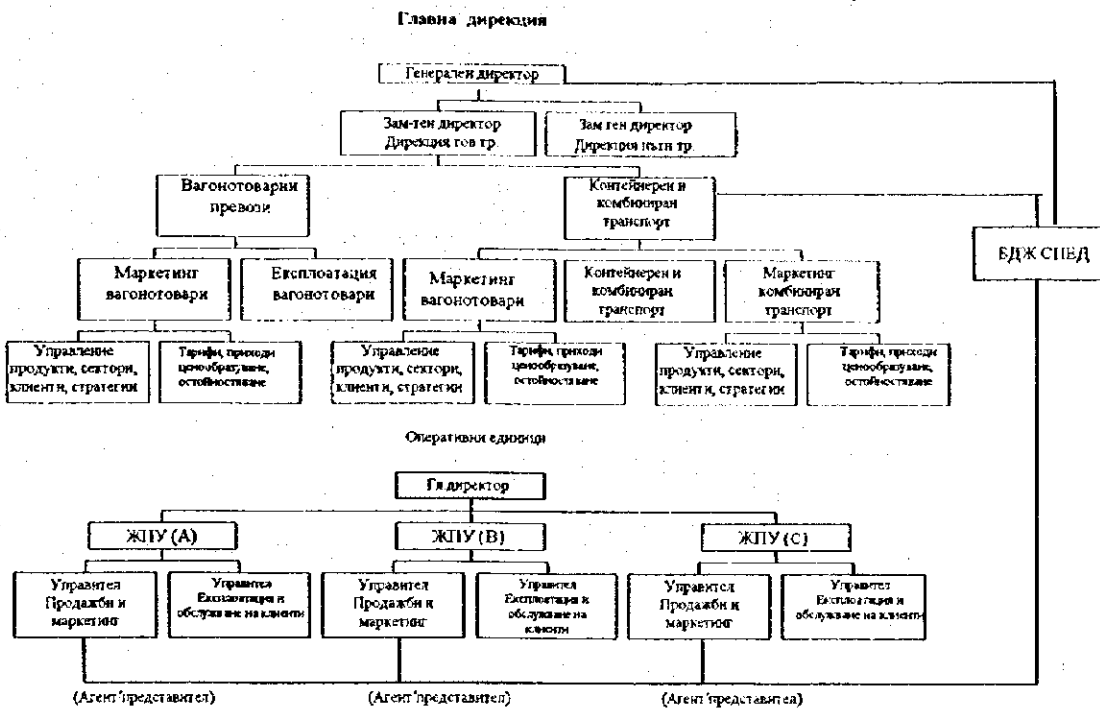
Бъдещата роля на БДЖ СПЕД трябва да се разгледа като се вземат предвид гореописаните отрицателни страни на сегашната му дейност. За да се осъществят посочените в предишния раздел контейнерни и комбинирани товарни превози, най-важното в стратегията на БДЖ е да съсредоточи вниманието и усилията си върху маркетинг на продажби на едро и да използва други компании за комбиниран транспорт като търговци на дребно. Тази стратегия се отнася до продажбите и маркетинга на всеки вид контейнерен или комбиниран превоз, т.е. или RO-LA, блок-влак за комбиниран международен транспорт, превози на кратки разстояния, контейнерен блок-влак между София и пристанищата или автомобилни пренос-превозни услуги. БДЖ СПЕД може да действа като посредник между БДЖ и КММ/спедиторите за да осъществява стратегията на маркетинг на продажби на едро. Изпращане на недействащите сега управители на продажби и маркетинг в ЖПУ и товарните жп гари като агенти или представители на БДЖ СПЕД може да е алтернатива, която трябва да се обсъди когато БДЖ СПЕД се използва за посредник при продажби на едро на контейнерни и комбинирани превози.

**СЕГАШНА ОРГАНИЗАЦИЯ НА МАРКЕТИНГА НА
ТОВАРНИТЕ ПРЕВОЗИ В БДЖ**



Фиг. 7.3-19 Данни на: БДЖ

**БЪДЕЩА ОРГАНИЗАЦИЯ НА МАРКЕТИНГА
НА ТОВАРНИТЕ ПРЕВОЗИ В БДЖ**



Фиг. 7.3-20 данни на: БДЖ