



Также Компания может самостоятельно устанавливать тарифы на перевозку пассажиров железнодорожным транспортом общего пользования во внутригосударственном сообщении в составе скоростных поездов. Данное право закреплено в приказе ФСТ России от 14 декабря 2010 г. № 431-т/1 «Об изменении государственного регулирования в отношении субъектов естественных монополий при перевозках пассажиров железнодорожным транспортом общего пользования во внутригосударственном сообщении, а также при оказании услуги по пользованию комплектами постельного белья».

Таким образом, в дерегулированном сегменте АО «ФПК» осуществляет транспортное обслуживание пассажиров в купейных вагонах, вагонах СВ и вагонах класса люкс, а также во всех вагонах скоростных поездов.

В дерегулированный сегмент входят также туристические и коммерческие перевозки. В этом сегменте АО «ФПК» вправе самостоятельно устанавливать тарифы на перевозки пассажиров.

Основными механизмами тарифообразования в дерегулированном сегменте являются система динамического ценообразования, различные маркетинговые акции и тарифные инициативы.

СИСТЕМА ДИНАМИЧЕСКОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Система динамического ценообразования представляет собой многофакторный инструмент тарифообразования, в котором сочетаются большинство подходов, которые ранее реализовывались в виде маркетинговых акций: дифференциация тарифов в зависимости от категории места (верхняя/нижняя полка), дня недели, глубины продажи² и др. В отличие от статичных маркетинговых акций, когда тариф определяется заранее на длительный период времени, система динамического ценообразования осуществляет формирование гибких тарифов с учетом внутренних изменений, а также различных тенденций, происходящих во внешней среде, на дату продажи.

Система обеспечивает полный охват рыночного сегмента поездов АО «ФПК» внутригосударственного сообщения, а именно дерегулированный сегмент поездов, не относящийся к социально значимым.

Система тарифообразования позволяет выявить баланс спроса и стоимости услуг, что в конечном итоге отражается на росте спроса на услуги железнодорожного транспорта.

В 2019 году в системе динамического ценообразования порядка 75 % билетов были реализованы по тарифам ниже или сопоставимым с уровнем базового тарифа (который был бы установлен без применения данной системы).

Для усиления своих позиций на рынке пассажирских перевозок Компания реализует различные маркетинговые акции, направленные на стимулирование потребительского спроса как в дерегулированном, так и в регулируемом сегменте перевозок и увеличение объемов перевозок.

² Под глубиной продажи в данном случае подразумевается дата начала заблаговременной реализации билетов на проезд в железнодорожном транспорте.