

УДК 676.072-05

## РОЗРОБКА ТУРИСТИЧНИХ МАРШРУТІВ ЯК НАПРЯМКУ ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ

*Сиволовська О.В., к.е.н., доцент,  
Шаля О.Г., к.е.н., доцент (УкрДАЗТ)*

*В статті розглянуті питання впровадження туристичних поїздів як напрямку диференціації діяльності залізниць. Наведена ґрунтовна порівняльна характеристика залізничного туризму*

*Ключові слова: транспортний тур, турпродукт, диференціація, собівартість, організація туристичної діяльності*

**Постановка проблеми та її зв'язки з науковими та практичними завданнями.** В сучасних умовах розвитку відносин на транспортному ринку транспортним підприємствам доцільно в якості основного напрямку стратегічного розвитку розглядати стратегії диференціації як засіб створення стійких конкурентних переваг.

Впродовж останніх двох років Укрзалізниця в межах стратегії диференціації впроваджує туристичні маршрути та туристичні потяги.

**Актуальність статті** полягає в тому, що в даний час залізничний транспорт України відіграє важливу роль в розвитку національного і міжнародного ринку туризму. А туристичний бізнес, у свою чергу, є могутнім інструментом для залучення додаткових пасажиропотоків і, як наслідок, додаткових грошових надходжень. Проведення структурної реформи на залізничному транспорті передбачає введення нових додаткових видів діяльності, пов'язаних з обслуговуванням пасажирів, серед яких і розвиток залізничного туризму.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Виконаний авторами аналіз публікацій довів, що українськими вченими в достатній мірі вивчені питання організації туристичної діяльності та туристичних подорожей зокрема. Про це свідчить величезна кількість наукових та методичних видань вітчизняних вчених: В.І Цибуха, А.П. Дуровича, А.С Копанєва, М.П. Мальської, Ю. Чередніченко. Однак, що стосується проблеми впровадження туристичних потягів на залізницях, а також можливості підвищення прибутковості роботи пасажирського залізничного господарства за рахунок туризму, то такі питання взагалі є невисвітленими. Майже всі публікації, пов'язані з цією проблематикою, друкуються у спеціальному виданні Міністерства транспорту України всеукраїнській транспортній газеті «Магістраль». Виділення не вирішених частин загальної проблеми. В рамках загальної стратегії підвищення конкурентоспроможності залізничного транспорту,

а також для забезпечення підвищення прибутковості пасажирських перевезень доцільно використовувати стратегічні підходи до диференціації пропозиції послуг. Стратегія диференціації направлена на досягнення лідерства в тій області, яка цінується значною частиною учасників транспортного ринку: репутації, сервісу, якості, і тарифної політики, що дозволяє збільшити лояльність споживачів до певного перевізника.

В умовах зниження обсягів вантажних перевезень, перед керівництвом залізниць гостро постає необхідність пошуку нових видів діяльності. Одним з найперспективніших є розвиток залізничного туризму, що викликає необхідність наукових розробок та підходів для раціональної організації туристичної діяльності та складення найбільш оптимальних туристичних маршрутів.

Саме тому автори основною **метою** написання статті вважають дослідження перспектив впровадження та розробки туристичних маршрутів для задоволення потреб населення у туристичних поїздах, здійснюваних залізницею.

### **Виклад основного матеріалу.**

Існуючий зарубіжний досвід свідчить про те, що залізничні компанії беруть активну участь в розвитку туризму і успішно ведуть туристичну діяльність. В цьому відношенні цікавий досвід роботи залізничних компаній Німеччини, Швейцарії, Швеції, Іспанії, США, Індії, ЮАР і інших країн. Так, на залізницях Німеччини при підрозділі по пасажирських перевезеннях створено відділення подорожей і туризму, яке реалізує як комплексні туристські маршрути з розміщенням в готелях, що належать йому, і екскурсіями на власних автобусах, так і пропонує пасажирам різні пакети послуг «потяг +...» при покупці залізничних квитків. Це свідчить про те, що туристська діяльність залізничних компаній приносить їм стійкі доходи і дозволяє вирішувати існуючі фінансові проблеми.

Залізничний туризм – подорож, яка

здійснюється по залізниці на спеціалізованому залізничному транспортному засобі, фізичними особами тривалістю від двадцяти чотирьох годин до одного року, або менше двадцяти чотирьох годин, але з ночівлею, в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових, релігійних і інших цілях, не пов'язана з оплачуваною діяльністю [1, с. 69].

В країнах колишнього СНД з єдиною транспортною системою, що залишилася після розпаду СРСР (Україна, Росія, Білорусь, Казахстан, Прибалтика і ін.) на частку залізниць доводиться більше 40% пасажирських перевезень, розвиток залізничного туризму, безумовно, повинен представляти особливий інтерес. Це підтверджують і результати досліджень, проведених на залізничних вокзалах Києва, Москви і Мінська. В ході досліджень було опитано 3000 пасажирів. При цьому до розвитку залізничного туризму позитивно відносяться 74% респондентів. Пригодницький вид туризму цікавить 9% респондентів, відпочинок - 48%, культурний (пізнавальний) - 18%, релігійний - 2%, лікувально-оздоровчий - 9%, пляжний - 18% опитаних. Для 20% респондентів цікаві одноденні спеціалізовані залізничні туристичні маршрути. Нетривалі (2-3 доби) поїздки представляють інтерес для 35%, багатоденні (готелі на колесах) - для 17% опитаних.

Результати проведеного опитування говорять про те, що більшість респондентів позитивно відноситься до розвитку залізничного туризму. При цьому найпопулярнішими видами вони вважають відпочинок, культурно-пізнавальний і пляжний туризм, до яких залізничний транспорт має безпосереднє відношення. Значний інтерес для респондентів представляють нетривалі залізничні туристські маршрути на 2-3 дні. Це можуть бути поїздки вихідного дня, тематичні екскурсії. Одноденні маршрути також вельми популярні.

Перетворення туризму в масове явище створює ряд проблем, пов'язаних з його транспортним обслуговуванням. Це відноситься як до транспорту загального користування, так і до спеціалізованого транспорту, що функціонує в рамках туристських організацій. В загальному вигляді ці проблеми зводяться до наступного: створення матеріально-технічної бази туристського транспорту загального користування, відповідного туристським потребам країни; вдосконаленню організації транспорту; поліпшенню якості транспортного обслуговування туристів. Правильне рішення цих проблем пов'язане з необхідністю задоволення зростаючих вимог до туристського обслуговування і з рішенням задач підвищення ефективності туристської діяльності.

Туризм, що розглядається як діяльність індивідуума, об'єднує в собі два основні елементи

— подорож і перебування. Перший з них представляє його початкову, досить динамічну фазу. Зовні вона будується як транспортний процес і пов'язана із задоволенням потреби в переміщенні в просторі, зміною місця проживання туристів.

Розвиток туризму і транспорту — взаємно зв'язаний і взаємно обумовлений процес. Проте, як правило, при дослідженні зв'язків в системі “туризм — транспорт” в науковій літературі переважає місце відводиться ролі і значенню транспорту як чинника розвитку туризму. Це природно і логічно, оскільки туризм є порівняно новим соціально-економічним явищем, і в значній мірі став наслідком народження і розвитку транспорту. Якщо взяти до уваги масштаби цього явища і його зростаюче значення в системі економічних відносин у світовому масштабі, стане ясно, що необхідно надавати більшу увагу і зворотним зв'язкам і залежності в системі “туризм — транспорт”. Ця роль особливо зросла в роки після другої світової війни, коли відбулися значні кількісні і якісні зміни в об'ємі, динаміці і структурі туристського потоку як в національному, так і міжнародному масштабі.

Для сучасної індустрії туризму характерні наступні тенденції:

- кількість туристських подорожей росте більш високими темпами, ніж число подорожей з не туристичною метою. Це особливо характерно для країн з розвинутим внутрішнім і міжнародним туризмом. Крім того, в рамках загальної кількості подорожей майже по всіх видах транспорту висока (а в деяких випадках переважає) частка подорожей з чисто туристською метою. Так, 45% подорожей на повітряному транспорті в світі відбуваються через туристичну мету;

- постійно збільшується частка подорожей в загальній тривалості туристських поїздок. Це пов'язано із зростаючим прагненням людей до збільшення об'єму вражень, до активного споживання різних туристських благ за відносно короткий період часу. В науковій літературі ряд авторів виділяє як самостійний вид туризму — міграційний, мандруючий, транспортний туризм, і підкреслюється зростаюча роль руху при здійсненні туристської подорожі.

Вплив туризму на розвиток транспорту є досить широким і багатобічним. Він вимагає розвитку матеріально-технічної бази, вдосконалення організації і управління на транспорті, системи транспортного обслуговування, а також проведення відповідної політики транспортних тарифів.

Зміст, форми і види залізничних туристських поїздок різноманітні. Наймасовішими, безумовно, є подорожі туристів в графікових поїздах, які здійснюються в звичайному пасажирському рухомому складі, які прямують за регулярним розкладом. В таких поїздах туристи ідуть до місця

призначення на правах звичайних пасажирів, з одною лише відмінністю — про квитки для них турбується туристична організація, яка за узгодженням із залізницею наперед придбаває місця для всієї групи (як правило, в один вагон і на сусідні місця). В 80-х роках в СРСР щорічно в графікових поїздах подорожувало більше 4 мільйонів туристів. Інші форми залізничного туризму є подорожами на спеціальних туристсько-екскурсійних поїздах, призначених тільки для туристів. Це своєрідні “турбази на колесах”: володіючи особливостями туристської бази (харчування, екскурсійне і культурно-масове обслуговування, наявність місць для розміщення і т.д.), вони можуть переміщатися, що дозволяє туристам познайомитися з багатьма визначними місцями. Переїзди з міста до міста відбувалися в основному вночі, а денний час використовується для екскурсій.

Транспортні подорожі у туристичній діяльності виконують двоєдину функцію. По-перше, це невід’ємна частина будь-якої туристичної подорожі і одна із головних складових туристичного пакету. По-друге, транспортні тури - трансури - це особливий випадок туристичної подорожі, в якій засіб пересування часто є засобом розміщення туриста (туристично-екскурсійні поїзди, круїзні судна тощо).

Цей напрямок туризму зараз набуває найбільшої популярності. Так, наприклад, під час Євро-2012 по Україні і Польщі планується запуск 10 туристичних потягів. Загалом футбольні матчі під час Євро-2012 триватимуть всього 32 години, а весь чемпіонат - 650 годин. Якщо відкинути 300 годин на сон, решта часу у туристів залишається на різноманітні культурні програми. Кожен такий екскурсійний потяг буде розрахований, щонайменше, на 1 000 пасажирів. Усі потяги матимуть необхідне сучасне обладнання та курсуватимуть за найбільш відомими туристичними маршрутами України і Польщі.

Окрім цього є можливість організувати туристичні маршрути в складі пасажирських поїздів, які слідують згідно діючого розкладу. Сервіс-центри залізничних вокзалів або туристичні фірми, які організують такі подорожі, купують необхідну кількість квитків для бажаючих здійснити подорож залізницею.

Розробка трансуру включає такі етапи: вибір пунктів маршруту, ієрархізація цих пунктів, вибір пунктів початку та закінчення маршруту, після чого провадиться розробка схеми маршруту та його оптимізація.

Розробка схеми маршруту та його програмне забезпечення є нерозривно пов’язаними паралельними процесами. Розрахунок вартості туру ґрунтується на проведених організаційно-технічних заходах з пошуку партнерів та укладених з ними угод. Характеристика етапів

розробки транспортного туру наведена нижче [2, с. 71-74].

I етап. Вибір пунктів маршруту. Критерієм відбору є атрактивність об’єктів показу для задоволення мети подорожі, можливість забезпечити різноманітність програми перебування в даному населеному пункті, його транспортна доступність та забезпеченість послугами гостинності.

II етап. Ієрархізація пунктів маршруту провадиться за вказаними вище критеріями, при цьому основна увага повинна бути звернута на клас гостинності та транспортну доступність обраних пунктів маршруту. Метою даного етапу є диференціація пунктів маршруту відповідно до мети подорожі з виділенням пунктів дислокації з тривалим програмним забезпеченням та екскурсійних пунктів.

III етап. Вибір початкового та кінцевого пунктів маршруту здійснюється за показником транспортної доступності, тобто зв’язності з місцем постійного проживання потенційних туристів (зоною дії туроператора), взаємозамінності видів транспорту, типу транспортних засобів.

IV етап. Розробка схеми маршруту. Схема маршруту залежить від обраної форми. Маршрут - це напрямок переміщення туриста. Вибір пунктів по маршруту узгоджується з програмою відповідно до виду туризму, терміну та класу обслуговування.

Вибір схеми маршруту залежить від транспортної системи: конфігурації транспортної мережі, її густоти та технічного стану, рівня розвитку окремих видів транспорту, рівня розвитку транспортної інфраструктури, що забезпечує надійність та безпеку роботи транспорту.

V етап. Оптимізація маршруту полягає у встановленні ряду об’єктивних та суб’єктивних обмежень. Об’єктивні обмеження виходять з умов сегментації ринку, а суб’єктивні визначаються можливостями туроператора. Обмеження визначаються перш за все цільовим споживчим сегментом (вік, життєвий цикл сім’ї, стиль та рівень життя тощо). Часові обмеження стосуються сезонності та терміну подорожі. Економічні обмеження виходять з умов функціонування ринку (кон’юнктура ринку, стан конкурентного середовища, цінова політика тощо).

Основним обмеженням на початковому етапі розробки туру є нестача в часі та засобах по забезпеченню комфортності подорожування. Саме часові обмеження визначають вибір транспортних засобів та їх тип під час проходження маршруту. Вибір транспортного засобу слід розглядати як введення певних обмежень в організаційні параметри туру (кількість туристів в групі і відповідно вибір форми туру впливають на його організацію та вартість).

За станом на 2006 р. туристських і

пасажирських перевезень в світі з достатнім ступенем вірогідності можна дати наступну оцінку розподілу транспортних потоків перевезень механічними засобами:

- автомобільні перевезення - 41%
- повітряні перевезення - 34%
- залізничні перевезення - 17%
- морські і річкові перевезення - 8%.

Види транспорту та типи транспортних засобів дуже різняться за своїми

характеристиками. При виборі засобів пересування керуються відстанню, а при виборі типу транспортного засобу - його комфортністю (швидкість, місткість, зручності) (табл. 1). Оцінка виконана за допомогою методу експертних оцінок, в якості експертів виступили туристи, які щонайменше двічі користувались кожним із зазначених видів транспорту при здійсненні подорожей.

*Таблиця 1*

*Оцінка видів транспорту за туристичними вимогами пасажирів*

Вид транспорту	1	2	3	4	5	Сумарне значення індексу
Залізничний	8	10	8	8	8	42
Водний	4	4	4	2	7	21
Автомобільний	3	8	7	5	8	31
Повітряний	10	8	5	2	3	28

Параметри оцінки:

1 - швидкість або час, що витрачається на дорогу;

2 - інтенсивність або частота руху;

3 - надійність роботи даного виду транспорту;

4 - доступність або кількість пунктів, які обслуговуються та можливість дістатися в будь-яку точку;

5 - вартість.

VI етап. Програмне забезпечення туру є його якісною ознакою. Програма є щоденним розпорядком, призначеним для реалізації мети подорожі.

Відповідно до мети програми поділяються за тематикою на програми, що забезпечують відпочинок, лікування, ознайомлення з історією, культурою, природою краю, задоволення професійно чи конфесійно орієнтованих інтересів.

Програми маршрутно-стаціонарних турів, відповідно до мети, менш насичені, містять більше вільного часу та можливостей його урізноманітнення за рахунок вибору екскурсійних та програм дозвілля. Програми маршрутно-транспортних турів більш насичені та регламентовані.

VII етап. Організаційно – технічні заходи з забезпечення туру. Є етапом визначення класу обслуговування. Вони включають добір засобів розміщення, умов екскурсійного обслуговування та організації дозвілля. Цей етап найбільш варіативний саме за класом обслуговування. Клас обслуговування визначається рівнем послуг, що надаються системою гостинності (послуги розміщення, харчування та додаткові послуги готелів в залежності від їх класу).

VIII етап. Розрахунок вартості туру. Є складною багатофакторною процедурою. На ціноутворення туристичного потягу впливає характер попиту, розвиненість ринку туристичних

послуг, місце туристичної фірми на ньому та оцінка конкурентного середовища, обрана маркетингова стратегія.

Ціна туру відтворює економічний бік діяльності суб'єкта господарювання і відбиває його комерційну політику на ринку туристичних послуг. Ціна туру коливається в межах від собівартості до продажної ринкової ціни. Ці коливання відбивають попит на даний турпродукт. Коливання попиту мають часовий (літній, зимовий періоди, міжсезоння), видовий (на окремі види туризму) та територіальний (на певні регіони) зрізи. Диференціація цін на турпродукт є результатом диференціації тарифів на окремі види послуг, що входять до складу туру, відбиваючи зміни витрат праці на певні види послуг в різний період часу. Коливання тарифів є результатом ринкової політики продуцентів послуг і ґрунтуються на тому, що пропозиція орієнтована на задоволення потреб туристів в період максимального попиту, тому потрібно мати резервні потужності і можливість їх розгортання відповідно до зростаючих потреб. Ціноутворення ускладнюється також введенням до складу турпродукта туристичних ресурсів, тобто різноманітних пам'яток, що за економічною сутністю є результатами вкладеної колись праці, або туристичних благ, що взагалі не є продуктами праці (клімат, мальовничі ландшафти тощо).

Ціна туру залежить від класу обслуговування, терміну та сезону подорожі, її виду та форми, класу та виду рухомого складу залізниці. Нижньою межею вартості туру є його собівартість, яка включає зафіксовану в угодах ціну основних послуг за обумовленими параметрами туру та поточні витрати на їх реалізацію та організацію споживання. Останній параметр залежить від обраної туристичним оператором маркетингової стратегії: характеру реклами і рекламної кампанії, розгалуженості

мережі та її географії, різноманітності каналів збуту турпродукта.

Ціна на турпродукт обчислюється методом нормативної калькуляції. При визначенні калькуляції собівартості одиниці послуг слід виходити з їх споживчої вартості, але мати на увазі мінливість послуг (залежно від рівня кваліфікації персоналу, типу рухомого складу, технічного забезпечення та інших складових обслуговування).

На сьогоднішній день по Україні вже курсує потяг «Джерело», який здійснив туристичні поїздки в рамках святкування 300-річчя Полтавської битви. Як відзначають в залізничній адміністрації, він користувався популярністю у шведів. В основному, туристичні поїздки замовляють для поїздок до Карпат і Криму. Мінімальна кількість вагонів – 7-8, максимальне – 15-18. Таким чином у складі групи повинно бути мінімум 400 чоловік. Більш дрібні туристичні групи перевозять, як правило, графіковими поїздами. В той же час, і тут можуть бути виключення: все залежить від замовлення, маршруту, часу і ін.

В найближчій перспективі туристичні поїзди почнуть курсувати в напрямку до Карпатського регіону.

Львівські залізничники планують забезпечити кожному українцеві можливість із комфортом подорожувати визначними історичними та культурними місцями України. Така ініціатива залізничників сприятиме розвитку внутрішньодержавного туризму.

Провідна роль у цьому проекті належить Львівській залізниці, яка готова забезпечувати організацію потрібних маршрутів та формувати спеціальні туристичні поїзди. Фахівці вивчатимуть насамперед пасажиропотік та аналізуватимуть напрямки, щоб запропонувати туристам оптимальне сполучення між їхньою домівкою та

бажаним місцем відпочинку [4, с. 5].

Уже сьогодні залізничники розглядають можливість відкриття нових маршрутів «Схід України — Львів», «Схід України — Карпати» та «Центр України — Карпати». Зараз фахівці аналізують рекреаційні можливості кожного об'єкта та реальний і прогнозований пасажиропотік, щоб визначити, які саме точки на залізничній карті з'єднають нові туристичні поїзди.

**Висновки та напрямки подальших досліджень.** Для організації оптимальних маршрутів курсування туристичних поїздів в Україні та отримання від такого виду діяльності позитивних результатів, перш за все необхідно використати рекреаційний та історико-культурний потенціал України. Також доцільно ретельно вивчити зарубіжний досвід впровадження транс турів та обирати найбільш прийнятні формати з урахуванням специфіки українського турпродукту. Так, формувати в Україні туристичні послуги в найближчій перспективі слід за формулами: «поїзд+екскурсія», «поїзд+готель», «поїзд+футбольний матч» тощо.

### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Ильина Е.Н. Организация железнодорожных путешествий: Учебно-методическое пособие. – М.: Советский спорт, 2003. – 104 с.
2. Любіцева О.О. Методика розробки турів. Навчальний посібник. - К.: Альтерпрес, 2003. - 104 с.
3. Маршрут заказывает пассажир // Магістраль. – 2009. – 14-20 листопада (№ 89).
4. Туристичні поїзди уже в дорозі // Магістраль. – 2009. – 1-7 серпня (№ 58).

**Анотация.** В статье рассмотрены вопросы внедрения туристических поездов как направления дифференциации деятельности железных дорог. Приведена основательная сравнительная характеристика железнодорожного туризма

**Ключевые слова:** транспортный тур, турпродукт, дифференциация, себестоимость, организация туристической деятельности

**Summary.** In the article there are the rassmotrenni questions of introduction of tourist trains as directions of differentiation of activity of railways. Sound comparative description of railway tourism is resulted

**Keywords:** transport round, turprodukt, differentiation, prime price, organization of tourist activity

*Рецензент к.е.н., доцент УкрДАЗТ Громова О.М.  
Експерт редакційної колегії к.е.н., доцент УкрДАЗТ Зубенко В.О.*