

# ДО ПИТАННЯ ВИЗНАЧЕННЯ ФАКТОРІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТУРИЗМУ TO AN ISSUE OF A DETERMINATION OF THE FACTORS OF THE RAILWAY TOURISM COMPETITIVENESS

**Алла ДЕРГОУСОВА,**  
аспірант, Українська державна академія  
залізничного транспорту, Харків



**Alla DERGOUSSOVA,**  
Post-graduate student, Ukrainian State  
Academy of the Railway Transport, Kharkiv

В Україні, де частка залізниць сягає понад 10% пасажирських перевезень, розвиток залізничного туризму, безумовно, повинен становити особливий інтерес. Україна має багаті природно-кліматичні, культурно-історичні та національно-етнографічні ресурси, які створюють передумови для розвитку багатьох видів туризму, в тому числі й залізничного. Більшість регіонів України мають туристичні ресурси, які належать до всіх трьох груп, що дає можливість виходу залізничного транспорту на туристичний ринок з привабливими туристичними пропозиціями.

Отже, маючи такий ресурсний потенціал, впровадження залізничного туризму в Україні повинно не тільки збільшити доходи залізниць та пасажирооборот, а ще й сприяти зміцненню економіки країни, наповненню державного бюджету, зростанню добробуту українських громадян, підтримці історико-культурної спадщини, піднесенню духовного потенціалу суспільства.

Проблеми конкурентоспроможності транспортних підприємств розглянуті в роботах багатьох учених [1; 2; 3; 5; 6; 7]. Однак питанням конкурентоспроможності окремого виду економічної діяльності залізниць та факторів конкурентоспроможності цього виду діяльності на сьогодні приділено недостатньо уваги.

Насамперед варто визначитися з переліком факторів, які приваблюють потенційних пасажирів саме до залізничного туризму, тобто з факторами конкурентоспроможності залізничного туризму, що і є **метою цієї публікації**.

Перелік факторів пріоритетності організації та розвитку залізничного туризму складається з факторів як привабливості залізничного туризму для туристів, так і тих, що зумовлюють можливості залізничного транспорту щодо надання такого виду послуг.

Отже, фактори пріоритетності організації та розвитку залізничного туризму потребують класифікації:

1. Фактори привабливості залізничного туризму.
2. Фактори можливості залізничної галузі.

Для того щоб залучити потенційних туристів, які бажають скористатися туристичними послугами залізничного транспорту і «відібрати» значну частину туристів у автомобільного транспорту, необхідно розробити певну систему чинників. Є досить великий відсоток клієнтів туристичних агентств, які бажають здійснити подорож у країні далекого та близького зарубіжжя і відмовляються від цього, тому що бояться літати літаками, а подорожі автомобільним транспортом дуже втомлюють. Ця частина клієнтів залишається незадоволеною також і через недостатній розвиток у нашій країні залізничного туризму.

Для розробки та визначення такої системи чинників необхідно провести аналіз ряду послуг (критеріїв порівняння), що надаються залізничним та автомобільним транспортом. Для цього автор вважає доцільним застосувати такий метод конкурентного аналізу, як бенчмаркінг. Запропоновано здійснювати виявлення переваг та недоліків досліджуваного та конкуруючого видів транспорту, використовуючи метод перманентного бенчмаркінгу, дбаючи про забезпечення стабільної конкурентоспроможності, що ґрунтується на виявленні та впровадженні інновацій і раціоналізаторства.

Розрізняють три види бенчмаркінгу [4]:

1) внутрішній бенчмаркінг, який зводиться до аналізу та порівняння показників діяльності різних структурних підрозділів одного й того ж підприємства;

2) бенчмаркінг, зорієнтований на конкурентів, — сконцентрований на порівняльному аналізі товарів (робіт, послуг), продуктивності виробничих процесів та інших параметрів до-

сліджуваного підприємства з аналогічними характеристиками підприємств-конкурентів;

3) функціональний бенчмаркінг, що має на меті проаналізувати окремі процеси, функції, методи й технології в порівнянні з іншими підприємствами, які не є конкурентами того, що розглядається.

У даному випадку доцільним є проведення бенчмаркінгу, орієнтованого на конкурентів, для визначення чинників залучення туристів до залізничного туризму. З метою їх виявлення було опитано провідних менеджерів 10 туристичних агентств Харкова. Ними було сформовано чинники залучення туристів до залізничного туризму та оцінено рівень їх значущості при виборі туристами виду транспорту для здійснення туристичної подорожі. На основі чого було розроблено порівняльний профіль залізничного та автомобільного транспорту в сфері туризму (див. **табл.**).

Для того щоб визначитися з пріоритетними факторами організації залізничного туризму на залізницях України, необхідно сформувати їх повний перелік. З цією метою доцільним є проведення анкетування серед клієнтів туристичних агентств Харкова. Обсяг опитаних клієнтів розрахований на основі статистичного аналізу (**формула 1**):

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}, \quad (1)$$

де  $n$  – обсяг вибірки;  $z$  – нормативне відхилення, яке визначається залежно від довірчої ймовірності отриманого результату;  $p$  – визначена варіація (відмінність значень ознаки у різних одиниць даної сукупності);  $q = 100 - p$ ;  $e$  – допустима помилка. Обсяг вибірки, розрахований за **формулою 1**, становив 192 особи.

Респондентам було запропоновано назвати фактори, за котрими вони вирішують, якому виду транспорту віддати перевагу при здійсненні туристичної подорожі. Після обробки даних опитування визначено фактори, які приваблюють споживачів або відштовхують їх від того чи іншого виду транспорту: час доби, коли транспортний засіб знаходиться у русі між екскурсійними об'єктами; можливість тривалого життєзабезпечення; рівень комфорту під час подорожі; можливість перевезення багажу великої ваги; безпека в русі; можливість зупинки на шляху прямування за бажанням туристів; мобільність транспортного засобу.

Ці результати збігаються з результатами проведеного бенчмаркінгового аналізу.

За визначеними факторами водний та авіаційний види транспорту не є конкурентоспроможними відносно залізничного та автомобільного з точки зору споживачів стосовно здійснення туристичних подорожей. Тому дослідження проводиться тільки між залізничним та автотранспортом.

Для визначення факторів можливості залізничної галузі в напрямку розвитку транспортного підприємства, а саме сервіс-центрів вокзалів, було проведено опитування серед працівників сервіс-центру вокзалу Харків-Пасажирський та спеціалістів пасажирської служби Південної залізниці. Результати опитування показали, що фахівцями виділено ряд факторів, які є визначальними для можливості організації залізничного туризму на українських залізницях:

- наявність рухомого складу для здійснення залізничного туру;
- готовність інфраструктури залізничного транспорту до здійснення залізничних турів;
- можливість надання тривалого життєзабезпечення пасажирів-туристів;

*У роботі розглянуто принципи формування факторів пріоритетності розвитку залізничного туризму в Україні. Сформовано перелік факторів конкурентоспроможності залізничного туризму. Запропоновано напрямки подальшої роботи українських залізниць з метою розвитку залізничного туризму в Україні.*

*The principles of a forming of the factors of a priority of the railway tourism development in Ukraine are regarded in this work. The list of the factors of the railway tourism competitiveness is formed. The farther work directions of the Ukrainian railways are offered with the purpose of the railway tourism development in Ukraine.*

