

ОСОБЛИВОСТІ ТА ГЕОГРАФІЯ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ТУРИСТІВ АВТОМОБІЛЬНИМ ТРАНСПОРТОМ В ЄВРОПІ

Стаття присвячена аналізу використання автомобільного транспорту в туризмі в країнах Європи та України. Зокрема проведено дослідження таких показників як пасажирооборот, обсяг перевезених туристів автобусами, протяжність автомобільних подорожей.

Ключові слова: туризм, перевезення туристів, автобус, пасажирооборот, відстань подорожування.

Ключевые слова: туризм, перевозки туристов, автобус, пассажирооборот, расстояние поездки.

The purpose of the article to analyze the using of the road transport in tourism in Europe and Ukraine. In particular a study of such parameters as the passenger kilometers, the volume transported by buses of tourists, length of automobile trips.

Key words: tourism, transportation of tourists, bus, coach, passenger turnover, travel distance.

Постановка проблеми. Дослідження туристичної галузі на рівні країн, регіонів або світу в цілому відображається у кількісних показниках, що базуються на статистичних даних. Всесвітньою організацією туризму (ЮНВТО) використовуються в першу чергу такі показники як кількість іноземних туристів та обсяг надходжень від міжнародних туристських прибуттів. Статистика міжнародних прибуттів, як кількісний показник туристських потоків, групується за певними принципами. Однією з таких груп є класифікація в залежності від виду транспорту, тому аналіз даних щодо пасажирських перевезень автомобільним транспортом, який займає друге місце в туристичній сфері як в світі в цілому так і в Європі є репрезентативним і актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Всебічним дослідженням показників функціонування світового туристичного ринку займаються фахівці різних міжнародних організацій: Всесвітньої туристської організації, Світової Ради з питань подорожей і туризму та багато інших. Окрім цього, теоретичне та практичне осмислення питань щодо організації перевезень туристів різними видами транспорту висвітлено в роботах вчених Александрової А.Ю., Любіцевої О.О., Зоріна І.В., Квартального В.О., Бабарицької В.К., Малиновської О.Ю., Аріон О.В., Школа І.М. та ін.

Виділення невивчених сторін дослідження. В статті узагальнено дані дослідження Європейської Комісії щодо розвитку автобусних туристичних перевезень в Європі та проаналізовані відповідні показники діяльності цього сектора туристичної індустрії в Україні.

Мета і завдання. Метою статті є дослідження та вивчення ролі автомобільного транспорту в здійсненні туристичних подорожей в Європі та Україні.

Виклад основного матеріалу. Автомобільний транспорт посідає чільне місце в обслуговуванні туристів в усьому світі. За обсягами

туристських перевезень він займає друге місце, поступаючись лише повітряному, їх частка складає 39 і 59% відповідно, або в натуральних показниках 343 млн. і 519 млн. туристів у 2010 р. відповідно. Автомобільний транспорт поступається авіаційному в обсягах перевезень лише за рахунок перевезень на великі і надто великі відстані. Проте перевагами використання автомобільного транспорту (в першу чергу) автобусу як туристичного транспортного засобу є:

- зручність і доступність у використанні, що виражається у ціні на перевезення і невисоких капітальних затратах;
- не пов'язаний з певними лініями руху, створює умови для контакту з довкіллям і є можливості зупинок в дорозі;
- практичний, не потребує особистої ініціативи для резервування місць та використання додаткових транспортних засобів (перевезення «від дверей до дверей» на відміну від інших транспортних засобів);
- комфортний для сидіння і спостереження за навколишнім середовищем.

Недоліками автомобільного транспорту, при його використанні в туризмі є:

- автобуси та автомобілі використовуються для перевезень туристів на короткі відстані і мають невисоку пасажиромісткість;
- небезпечний транспортний засіб, з точки зору підвищеного рівня аварійності та забруднення довкілля;
- невисока експлуатаційна швидкість;
- невисокий рівень забезпечення життєдіяльності під час тривалих подорожей.

Автомобільні перевезення на міжнародному рівні регулюються наступними нормативно-правовими документами: Женевська «Конвенція про договір міжнародного автомобільного перевезення пасажирів і багажу» (1.04.1973 р.), Гаазька декларація з туризму (1989 р.), Шенгенська угода для членів Євросоюзу. В європейських країнах, у США та Канаді діє «Положення про ліцензування перевезення автомобільним транспортом пасажирів і вантажів у міжнародному сполученні». Також використовуються положення Європейської угоди про нерегулярні міжнародні перевезення пасажирів автобусами, що була прийнята у м. Дубліні 26 травня 1982 р. В Україні послуги з надання пасажирського автомобільного транспорту здійснюються на підставі Постанови Кабінету Міністрів України від 18.02.1997 р. №176 із змінами та доповненнями. Цією постановою затверджені «правила надання послуг пасажирського автомобільного транспорту».

Автомобільні послуги, які використовуються в туристичному обслуговуванні, включають 3 основні напрямки: організація автобусних подорожей; організація подорожей на власному транспорті туристів; прокат автомобілів.

Європейська конференція міністрів транспорту (1984 рік) виділяє 3 види автобусного туризму: подорожі на рейсових автобусах; подорожі на човникових автобусах; спеціальні (чартерні) рейси. В окрему групу

виділяють внутрішній туризм та подорожі протягом дня з різноманітними цілями (екскурсії протягом дня, трансфери тощо).

При організації міжнародних *перевезень рейсовими автобусами* туристичні компанії, як правило, укладають агентські угоди з компаніями-перевізниками. Це є дуже вигідним для починаючих туристичних компаній, які не мають значного обігу коштів. При цьому туристична фірма не несе прямих витрат на ремонт, обслуговування та підтримку технічного стану транспортного засобу, а також має змогу обирати найбільш вигідного партнера-перевізника. Розрахунок вартості оренди здійснюється в залежності від пробігу (за 1 км шляху) або терміну оренди (кількість днів). Сучасний стан та можливості організації транспортних подорожей в Європі ми розглянемо на прикладі міжнародних автобусних турів. Міжнародний автобусний туризм є відносно молодим видом туризму. Початок його розвитку можна віднести до 70-х рр. XX ст. До цього в різних країнах автобуси використовувались переважно для трансферів, екскурсій та місцевих подорожей. В 1986 р. в країнах Європи у зв'язку з загостренням конкуренції між залізничними та автобусними компаніями було створено об'єднання автобусних перевізників – Рада «Євроліній» (Eurolines), до складу якої увійшли 33 європейських партнери. Автобусні компанії виступали під однією торговельною маркою, розробили спільну систему автобусного сполучення по наскрізним квиткам із загальними стандартами сервісу, правилами та системою знижок. В результаті Євролінії перетворились в одну з провідних компаній на ринку. Вона обслуговує більше ніж 300 маршрутів по всій Європі, до її складу входять близько 40 європейських автобусних компаній. З 1992 р. Євролінії стали працювати й у Східній Європі.

Підписання шенгенських угод надало новий поштовх до розвитку автобусних перевезень, оскільки дозволило спростити більшість формальностей. Ще в 90-ті рр. XX ст. середньорічний ріст автобусного туризму складав близько 1,5 %, а в першому десятилітті XXI ст. – 2,0 – 2,3 %. Автобусний туризм є економічним видом подорожей та доступним широким аудиторіям споживачів, він постійно розвивається і на сьогодні спостерігається тенденція до зростання його обсягів. В останні роки в Європі активно просувається компанія «Розумний рух», метою якої є збільшення масштабів автобусних перевезень в 2 рази. Учасники програми за допомогою цієї компанії хочуть привернути увагу до автобусного транспорту, як безпечного, зручного, доступного, екологічного та ефективного засобу пересування. Очікуванні результати діяльності цієї компанії:

- зниження шкідливих викидів CO₂, принаймні на 50 млн. тонн в рік;
- скорочення смертності на дорогах та вулицях ЄС більш ніж на 3000 інцидентів в рік;
- радикальне скорочення заторів в містах при нульових затратах для платників податків, в результаті зменшення присутності на вулицях легкових автомобілів, по розрахункам на 10-15%;

- створення 4 млн. робочих місць.

Для цього компанія пропонує: розповсюджувати більш повну інформацію про переваги автобусного транспорту; сприяти більшому його використанню; надання автобусному транспорту пріоритетного значення; повну інтеграцію автобусного транспорту в системи колективного громадського транспорту та забезпечення для нього справедливої системи податкової політики; виділення коштів для покращення інфраструктури та послуг. Так, в Європі значну увагу приділяють стану автобусів, які використовуються для туристських перевезень. Сучасні автобуси для переїздів на великі відстані значно комфортніші, ніж їх більш ранні моделі. Стандартним набором є кондиціонер у поєднанні з зручностями кімнати для відпочинку. Багато автобусів обладнанні високими сидіннями, звукоізолювані, мають покращене освітлення, великі вікна для огляду, телевізори, туалети, міні-бари.

Згідно рішення Європейської конвенції по роботі екіпажей транспортних засобів, з 24 квітня 1995 р. всі автобуси з кількістю місць більше 9, задіяні в міжнародних перевезеннях, повинні бути обов'язково обладнанні тахографами. Тахограф – це бортовий прилад для об'єктивного контролю та обліку роботи автобуса чи автомобілю та його водія. Він автоматично відображає та записує швидкість руху, поточний час, пробіг, періоди роботи та відпочинку водія. Запис відбувається на іменних діаграмних дисках (тахограмах), які дають повноцінну картину всього робочого дня водія. В разі його відсутності експлуатація такого транспортного засобу заборонена. Також на сьогоднішній день широко розповсюджено використання GPS.

Таблиця 1. Обсяги автобусних перевезень в Європі

Автобусні перевезення	Всього по ЄС	Всього по Європі
Пасажирооборот (млн. пас.км)	262983	540512
Кількість кілометрів (млн.)	10134	19899
Кількість перевезених пасажирів (млн.)	6621	7584
Кількість транспортних засобів («coach»)	248897	445715
Кількість працівників («coach» & «bus»)	1546955	2255445
Річний обіг коштів (млн. євро)	15425	23560

Для аналізу сучасного стану автобусних перевезень в туризмі проаналізуємо дослідження Європейської комісії, що проводилися в 2009 – 2010 рр. Треба зазначити, що в дослідженнях використовують два слова, які на українську мову перекладаються як автобус. Це слова «bus» та «coach». Слово «coach» застосовується для визначення більш комфортабельних автобусів, на яких здійснюються тривалі подорожі, слово «bus» визначає менш обладнанні автобуси, які зазвичай застосовуються для перевезень на короткі відстані, або міські автобуси. Розглянемо узагальнену інформацію щодо автобусних перевезень «coach».

Розглянемо деякі з пунктів даної таблиці більш детально. Дослідимо показники пасажирообороту в різних країн Європи (рис.1).

Як ми бачимо, найбільший обсяг пасажирообороту за категорією «coach» був у Туреччині, Франції, Іспанії та Англії, найменший – Норвегії, Данії, Литві та Ірландії (з представлених на діаграмі). Країнами з найбільшим обсягом пасажирообороту сумарно за обома категоріями були Росія, Туреччина, Італія та Німеччина. Значний обсяг пасажирообороту обома категоріями автобусів спостерігався і в Україні – близько 59 млрд.пас.км (що є найбільшим показником серед усіх видів транспорту країни).

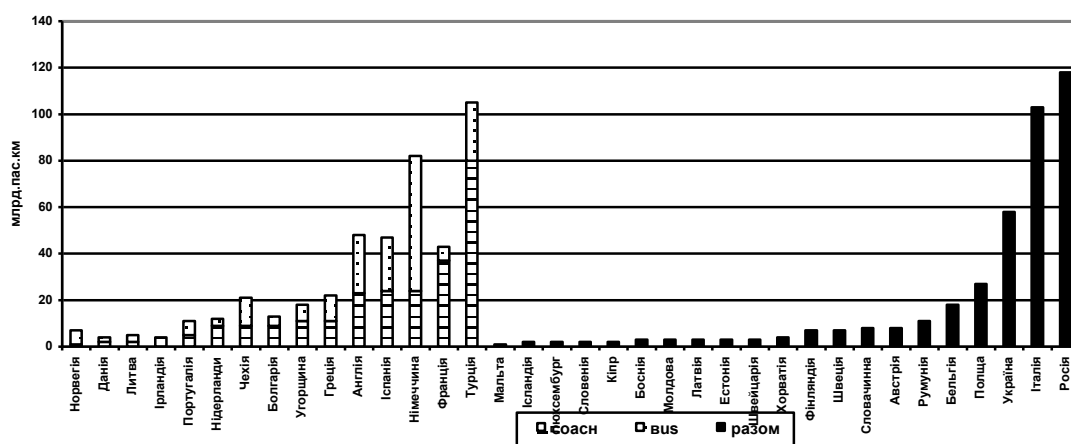


Рис.1 Пасажирооборот по країнам Європи (млрд.пас.км)

Розглянемо тепер середню протяжність подорожей (рис.2). Різниця буде значною між середньою протяжністю подорожей по різних категоріях. Наприклад, в Німеччині подорожі на комфортабельних автобусах зазвичай є довготривалими: це пов'язане із тим, що довготривалі автобусні тури займають найбільшу частку ринку, при цьому регулярні автобусні перевезення та спеціальні регулярні перевезення, які здійснюються за допомогою менш комфортабельних автобусів – практично відсутні. Отже, середня відстань подорожі автобусами категорії coach складає 82 км, а в тих же країнах подорожі з використанням bus здійснюються в середньому на 15 км. В країнах, в яких дослідження було зроблено разом по обох категоріях середня відстань подорожі становить 38,5 км. Що стосується України то середня відстань подорожі у міжнародному сполученні становить 385 км, а в інших видах сполучення 14 км. На показники обсягу пасажирообороту впливає середня місткість транспортних засобів та їх завантаженість. Але ці показники також залежать від різних видів автобусних перевезень. Так, наприклад у Франції, при регулярних перевезеннях кожний транспортний засіб в середньому перевозить 25 осіб, при одноденних турах – 39 осіб, а в турах, які тривають більше 1 дня – 42 особи. Розглянемо дані щодо середньої місткості автобусів та їх завантаженості (рис.3).

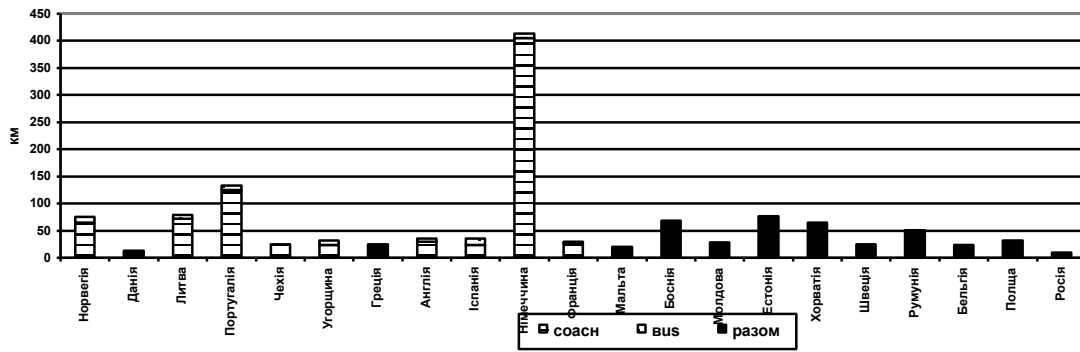


Рис. 2. Середня протяжність подорожей в Європі (км)

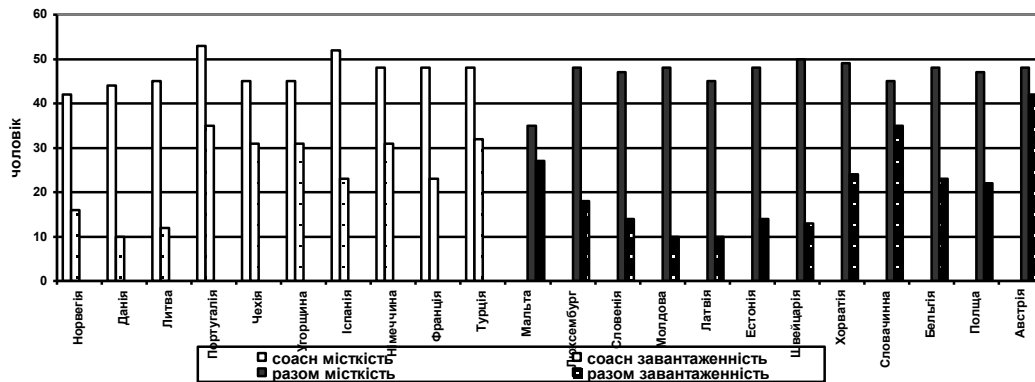


Рис.3. Середня місткість автобусів та їх завантаженість

Як бачимо з рис.3 для перевезення туристів соасн найбільшої місткості використовуються в Португалії та Іспанії (51 – 55 чол.), а найбільша завантаженість автобусів цієї категорії в Чехії, Угорщині, Туреччині, Португалії та Німеччині (30 – 35 чол.). В країнах, в яких дані по всіх категоріях представленні сумарно, найбільша місткість автобусів у Швейцарії, Хорватії, Люксембурзі, Молдові й Австрії (близько 50 чол.), а завантаженість в Словаччині та Австрії (35 – 42 чол.).

Європейською Комісією було проведено дослідження щодо наявності зв'язку між розміром ВВП на душу населення та схильністю людей обирати автобуси, як засіб для здійснення туристичної подорожі. Для цього було застосовано кореляційний аналіз (рис.4).

Як ми бачимо з графіку на рис.4 взаємозв'язок між ВВП на душу населення та обсягом пасажирообороту існує. Коефіцієнт кореляції дорівнює 0,57. Отже, в країнах з меншим ВВП на душу населення, туристи більші схильні подорожувати на автобусах, ніж в країнах з більшим показником ВВП на душу населення.

В більшості країн ЄС переважна кількість подорожей автобусами категорії соасн є внутрішніми. Основними виключеннями є Німеччина та Австрія, які мають великі ринки міжнародних автобусних турів та практично не мають ринків внутрішніх регулярних автобусних перевезень.

Для визначення можливостей розвитку автобусного туризму, розглянемо дані щодо загальної кількості транспортних засобів, компаній, які займаються організацією автобусних перевезень, обіг коштів в даній сфері діяльності.

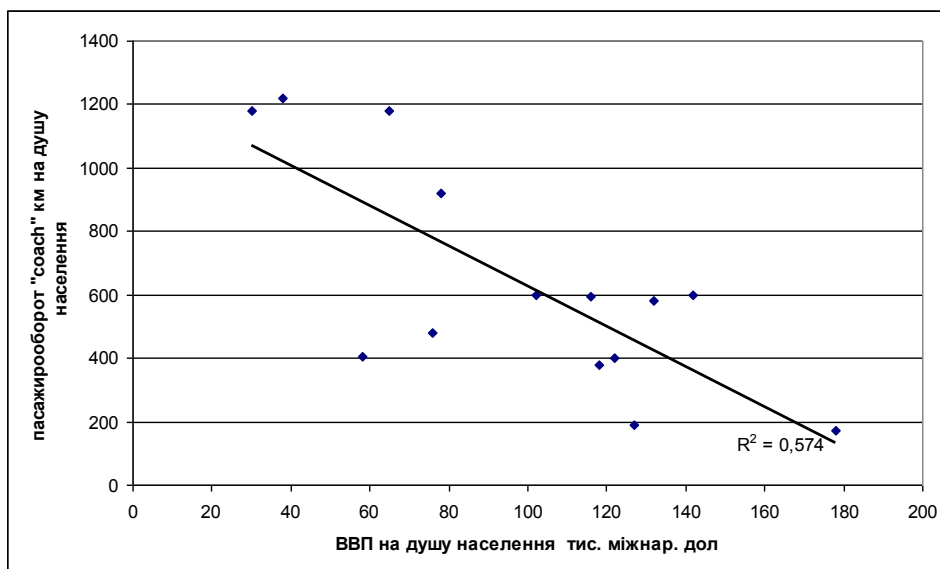


Рис.4. Зв'язок ВВП та схильності подорожувати автобусом

Отже, загальний розмір автобусного парку Європи становить 1,02 млн. автобусів, серед яких 445,7 тис. є автобусами придатними для автобусного туризму. Це складає майже 44 % від загальної кількості автобусів. Найбільший автобусний парк, виходячи з досліджень Європейської комісії, мають Італія (близько 96 тис. засобів), Польща (88 тис.), Велика Британія (81-82 тис.) та Німеччина (81-82 тис.). Росія посідає 5 місце в цьому списку з 72 тис. засобів. Але велика кількість автобусів не означає, що вони придатні для організації довготривалих турів. Наприклад, у Фінляндії середній вік автобусів дорівнює 11,9 років, в Польщі – 17 років. Найновіші автобуси використовують Австрія та Німеччина – їхній середній вік дорівнює 6,5 та 6,3 років відповідно. Це пов'язане з тим, що в цих країнах розвинений ринок міжнародного автобусного туризму.

Що стосується України, то в країні налічується близько 180 тис. пасажирських автобусів, з яких 49 тис. перебувають в експлуатації менше 5 років, та 41 тис. – від 5 до 10 років.

Грошові надходження від автобусних перевезень (довготривалі автобусні подорожі) в Європі складають близько 43 млрд. євро, на країни ЄС припадає 15,5 млрд. євро. В Європі діють близько 61 тис. автобусних компаній, серед них більше 43 тис. компаній припадає на країни ЄС.

Отже, автомобільний транспорт посідає чільне місце в перевезеннях туристів. В світі та в Європі автобуси за обсягами перевезень туристів займають друге місце, поступаючись авіаційному транспорту, а в Україні –

перше, як за обсягами перевезень пасажирів (туристів), так і за обсягами пасажирообороту на всіх видах сполучення крім міжнародного.

1. Аріон А.В. Організація транспортного обслуговування туристів: Навчальний посібник. – К.: Альтерпрес, 2006. – 196 с.
2. Бабарицька В.К., Малиновська О.Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: Навчальний посібник. – К.: Альтерпрес, 2004. – 288 с.
3. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії. Навчальний посібник / За ред. проф. І.М.Школи. - Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. - 662 с.
4. Passenger transport by coach/ Final Report 2010 // www.ec.europa.eu/transport

УДК 911.3.375:338.48(477)

Глибовець В.Л.

ОЦІНКА СТОЛИЦЬ ЄВРОПИ ЗА УМОВАМИ ЗДІЙСНЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДО КРИЗИ (2007 рік)

Ця стаття присвячена питанню оцінки європейських столиць за умовами здійснення туристичної діяльності за 2007 докризовий рік.

Ключові слова: оцінка умов туристичної діяльності, столиці Європи.

Эта статья посвящена вопросу оценки европейских столиц относительно условий осуществления туристической деятельности за 2007 докризисный год.

Ключевые слова: оценка условий туристической деятельности, столицы Европы.

This article deals with the issue of evaluation of European capitals by the conditions of realization of tourist activity for 2007 pre-crisis year.

Key words: the evaluation of the conditions of realization of tourist activity, European capitals.

Постановка проблеми та актуальність дослідження. Умови здійснення туристичної діяльності – важливий фактор розвитку туризму. Економічні показники умов здійснення туристичної діяльності у столичних містах включають: ВВП на душу населення за ПКС (тис. дол. США); рівень інфляції (%); сукупний індекс споживчих цін (%); частка населення, що живе за межею бідності (%). До соціально-екологічних показників відносяться: кількість зареєстрованих злочинів на 100 тис. населення, кількість в'язнів на 100 тис. населення, а також кількість осіб хворих на СНІД та ВІЛ-інфікованих та індекс постачання парникових газів в атмосферу. Це ті показники, які характеризують рівень життя населення, і таким чином робить місто більш або менш привабливим для туристів. Дана проблематика є актуальною на сьогодні, оскільки кризові явища посилюються і необхідно визначити рівень, якого необхідно досягти, щоб вийти з кризи. Таким еталоном можуть стати показники 2007 р.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В останні роки з'явилась досить велика кількість цікавих робіт, в яких розглядаються міста згідно сучасних потреб суспільства та тенденцій стрімкого розвитку туризму. Це