

**Державний торговельно-економічний університет
Кафедра туризму та рекреації**

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«Розроблення залізничного туру територією Чернігівської області
та організація його реалізації на ринку України»**

Студент 4 курсу, 21 групи,
освітній ступінь бакалавр»,
спеціальність 242 «Туризм»
освітня програма
«Міжнародний туризм»

підпис студента

Прохоренко
Микола Павлович

Науковий керівник
к.е.н., доцент

підпис керівника

Білик Владислав
Васильович

Гарант освітньої програми
к.н. держ. упр., доцент

підпис гаранта

Кравцов Сергій
Станіславович

Київ 2023

Державний торговельно-економічний університет
Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу
Кафедра туризму та рекреації
Освітній ступінь «бакалавр»
Спеціальність 242 «Туризм»
Освітня програма «Міжнародний туризм»

Затверджую

Зав. кафедри

Тетяна Ткаченко

« ___ » _____ 2022 р.

Завдання
на випускню кваліфікаційну роботу студентіві

Прохоренку Миколі Павловичу

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:

«Розроблення залізничного туру територією Чернігівської області та організація його реалізації на ринку України»

Затверджена наказом ректора від «01» листопада 2022 р. № 2900

2. Термін здачі студентом закінченої роботи: 02 червня 2023 року

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:

Мета роботи: дослідження теоретичних засад і розроблення практичних рекомендації щодо розроблення залізничного туру територією Чернігівської області та організація його реалізації на ринку України

Об'єкт дослідження: процес розроблення та ефективної реалізації залізничного туру на внутрішньому ринку

Предмет дослідження: теоретичні, методичні та практичні аспекти розроблення та ефективної реалізації залізничного туру територією Чернігівської області.

4. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом)

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Дослідження ринку залізничного туризму в Україні

1.2. Оцінка туристичного потенціалу залізничного туризму Чернігівської області

1.3. Розроблення залізничного туру територією Чернігівської області

РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ НА ВНУТРІШНЬОМУ ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ

2.1. Продуктова програма

2.2. Цінова стратегія

2.3. План маркетингових комунікацій

2.4. Економічне обґрунтування туру

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. Календарний план виконання випускної кваліфікаційної роботи

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1.	Вибір і затвердження теми випускної кваліфікаційної роботи	01.09.2022 – 01.11.2022	01.11.2022
2.	Оформлення і затвердження завдання на роботу	02.11.2022 – 02.12.2022	02.12.2022
3.	Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	03.12.2022-10.02.2023	10.02.2023
4.	Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	11.02.2023 – 21.04.2023	21.04.2023
5.	Оформлення випускної кваліфікаційної роботи	22.04.2023 – 08.05.2023	08.05.2023
6.	Представлення роботи на кафедру та попередній захист у комісіях	09.05.2023-22.05.2023	22.05.2023
7.	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	23.05.2023 – 01.06.2023	01.06.2023
8.	Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедру	до 02.06.2023	02.06.2023
9.	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Згідно з розкладом	

6. Дата видачі завдання: 2 грудня 2022 р..

7. Керівник випускної кваліфікаційної роботи _____ Владислав Білик

8. Гарант освітньої програми _____ Сергій Кравцов

9. Завдання прийняв до виконання студент _____ Микола Прохоренко

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТУРИЗМУ	9
1.1. Ринок залізничного туризму в Україні	9
1.2. Туристичний потенціал залізничних турів в Чернігівській області	13
1.3. Розроблення залізничного туру територією Чернігівської області	15
РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ НА ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ	22
2.1. Продуктова програма	22
2.2. Цінова стратегія	23
2.3. План маркетингових комунікацій	25
2.4. Економічне обґрунтування туру	27
ВИСНОВКИ	30
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	32

ВСТУП

Залізничний туризм - це чудовий спосіб скористатися комерційною вигодою від впровадження нових транспортних об'єктів у регіоні. Існує багато факторів, які стимулюють цей ринок, наприклад, історичне значення або поява нової лінії. Крім того, на цьому ринку існує багато глобальних маркетингових можливостей, які ще належить ефективно використати. Той факт, що цей ринок вже добре розвинений у деяких частинах світу, дає мандрівникам те, до чого вони прагнуть, коли повертаються додому.

Поняття "залізничний туризм" майже не існує за межами англомовних країн. Однак існують інші туристичні ринки зі схожими назвами у таких країнах, як Франція, Німеччина, Іспанія та Італія. Існує також німецьке слово, схоже на "туризм", яке називається "туератаризм", або транспортний туризм. Цей ринок зосереджений на транспорті, а не на екскурсіях, тому все підпадає під один загальний термін - "туералтаризм". Просувати різні ринки під однією назвою може бути складно, тому добре, що вже є певні напрацювання для цієї галузі.

Комерційна цінність перевезення туристів-пасажирів з метою отримання прибутку вперше була усвідомлена на лондонській залізниці Вікторія в 1846 році, що призвело до розвитку ринку залізничного відпочинку. Поява нової залізничної лінії стимулює туризм кількома способами. Нові станції приваблюють натовпи людей, які хочуть на власні очі побачити характерні особливості потяга. Найбільш помітними є локомотив і вагони, які можуть вмістити до 400 пасажирів. Кожна деталь цих транспортних засобів повинна бути розглянута і сфотографована під час екскурсії. Належної уваги заслуговує і сам вокзал, який має бути максимально елегантним і величним, враховуючи його місце розташування та епоху.

Навіть якщо туристична агенція докладаеть всіх зусиль, щоб зробити свої поточні туристичні продукти максимально ефективними, завжди необхідно створювати свіжі пропозиції для клієнтів, що можливо зробити за рахунок розробки залізничних турів Україною. Ця вимога зумовлена зміною споживчих

уподобань, жорсткою конкуренцією на ринку, загальним скороченням життєвого циклу продуктів і т.д. Клієнти постійно шукають нові продукти, які могли б містити більше цікавих та освітніх компонентів. Більшість туристичних компаній прагнуть працювати над новими ініціативами, що підтримує свіжість туристичної індустрії.

Мета роботи: дослідження теоретичних засад і розроблення практичних рекомендації щодо розроблення залізничного туру територією Чернігівської області та організація його реалізації на ринку України

Об'єкт дослідження: процес розроблення та ефективної реалізації залізничного туру на внутрішньому ринку

Предмет дослідження: теоретичні, методичні та практичні аспекти розроблення та ефективної реалізації залізничного туру територією Чернігівської області.

Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновку, списку використаних джерел і додатка.

У першому розділі розглядається теоретична частина формування нового туристичного продукту, його структура, ключові елементи успіху і сам процес розробки продукту.

У другому розділі розглянуто й проаналізовано реалізацію залізничного туру територією Чернігівської області на туристичному ринку.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПРОДУКТУ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Ринок залізничного туризму в Україні

У дев'ятнадцятому столітті на українських землях були побудовані перші залізниці. Пасажирський потяг "Ярослав" 4 листопада 1861 року вперше в Україні проїхав з Відня до Львова[1]. Першими залізницями в Україні стали Аклавська залізниця (1855 р.), Єремелі-Львів (1861 р.) та Одеса-Балта (1865 р.) на півдні країни[2]. Починаючи з 1868 року, було побудовано багато залізниць. До кінця 19 століття залізнична система України в основному сформувалася.

У Франції, наприклад, на 1000 км території припадає 65 км залізниць (1983 рік), у порівнянні з 38 км на 1000 км в Україні. Західна та південно-східна частини країни (Донбас) мають найгустішу залізничну мережу відповідно. Загальна довжина залізниць загального користування становить 22,3 тис. км, з яких 9,8 тис. - електрифіковані, а 8,0 тис. - дво- та багатоколіїні, що становить 44% та 36% від загальної довжини відповідно[3].

Свого часу залізниця була побудована з метою створення транзитних зв'язків та з'єднання значних виробничих, промислових та сільськогосподарських вузлів. Як наслідок, структури, пов'язані з залізницею, могли швидше створюватися, стимулюватися та розвиватися. У двадцятому столітті темпи прогресу прискорилися. Найважливішими залізничними магістралями України на той час є: Київ – Коростень – Новоград Волинський – Шепетіка – Здолбунів – Львів; Київ – Фастів – Козятин – Здолбунів – Львів, Козятин – Жмеринка – Одеса, Київ – Конотоп – Шостка, Київ – Полтава – Харків – Дебальцеве, Фастів – Сміла – Дніпропетровськ, Кривий Ріг – Дніпропетровськ – Донецьк, Харків – Дніпропетровськ – Запоріжжя – Сімферополь – Севастополь, Львів – Мукачеве – Чоп та ін.[4]

Найбільшими залізничними вузлами з розвиненим станційним господарством є Київ, Львів, Харків, Дніпропетровськ, Фастів, Дебальцеве,

Жмеринка, Сміла, Лозова, Знам'янка та ін. Акціонерне товариство "Українська залізниця" наразі є єдиним підприємством, що здійснює залізничні перевезення. Однією з ключових складових складної дорожньо-транспортної системи України, на яку припадає 82% усіх вантажних і майже 50% усіх пасажирських перевезень[5], є залізничний транспорт країни. Наразі в Україні експлуатується майже 22 000 кілометрів залізниць, 45% з яких електрифіковано. Залізниці України посідають четверте місце за обсягами вантажних перевезень на Євразійському континенті після Китаю, Росії та Індії.

За даними Міністерства розвитку громад, територій та інфраструктури, залізниця України має наступні характеристики[6]:

- Експлуатаційна довжина головних колій - 19 787 км , електрифікованих колій — 9319 км, ширина колії — 1520 мм;
- Кількість залізничних станцій - 1402 одиниць;
- Кількість залізничних переїздів - 105 одиниць;
- Кількість переїздів на головних і станційних - 4198 одиниць;
- Інвентарний парк вантажних вагонів - 85,2 тисяч одиниць;
- Інвентарний парк пасажирських вагонів - 4,32 тисяч одиниць;
- Інвентарний парк тепловозів - 1944 одиниць;
- Інвентарний парк електровозів - 1627 одиниць;
- Інвентарний парк дизель-поїздів - 301 секція;
- Середня кількість працівників - 266,3 тис. осіб;
- Відправлено пасажирів за 2019 рік - 149,6 млн пасажирів;
- Перевезено вантажів за 2019 рік - 312,4 млн тонн.

Згідно з даними АТ "Укрзалізниця" щодо пасажирських перевезень за 2018-2019 роки, відбулося зменшення кількості пасажирів на 0,9%. Водночас кількість перевезень та перевезень у приміському сполученні зросла на 0,5%[7]. Ця закономірність свідчить про те, що населення України поступово біднішає і обирає більш доступні види транспорту. Це дає можливість для зростання внутрішнього туризму, який може залучити подальше фінансування з боку

фінансистів для розбудови власної інфраструктури та послуг. До сфери управління Укрзалізниці входять Донецька, Львівська, Одеська, Південна, Південно-Західна та Придніпровська залізниці.

Серед сучасних проблем Укрзалізниці виділяють такі:

- Недостатній попит на окремих напрямках та деяка залежність від певних природних умов, що впливають на вибір пасажирів при подорожі;
- Відсутність та недоліки модернізації послуг, обслуговування, рухомого складу, станцій та деяка інша кількість проблем;
- Нестача обслуговуючого персоналу, ресурсів та певних послуг;
- Швидкість проведення реформ;
- Відсутність комплексного аналізу проблем;
- Низьке залучення сторонніх ресурсів та інвестицій;
- Корупційна складова;
- Наявність внутрішніх та зовнішніх проблем в державі;
- Наявність недостатньо стійкого механізму, що відповідає за роботу з пасажирами;

Перед ПАТ «Українські залізниці» в умовах падіння економіки, пасажирських перевезень, їхньої збитковості і війни постає проблема пошуку рішень різних нагальних питань та модернізація і збереження вже наявних ресурсів. Сьогодні залізниця поступово створює модель управління пасажирськими перевезеннями, що залучають різні маркетингові технології. Питанням розвитку пасажирських перевезень і особливо якісній стороні задоволення потреб населення у переміщенні намагаються приділяти більше уваги. Про це свідчить розвиток мережі сервіс-центрів на залізницях та формування отримування деякого переліку додаткових послуг як на поїздах, так і на вокзалах.

Основні туристичні тренди залізничного туризму в Україні та світі включають[8]:

- 1 Подорожі на історичних та культурних маршрутах: залізниця може бути чудовим способом дізнатися про історію та культуру регіону, в якому

мандрівники подорожують. Такі маршрути можуть включати в себе відвідування музеїв, палаців та інших культурних пам'яток.

- 2 Екологічний туризм: залізниця може бути екологічно чистим видом транспорту, що дозволяє мандрувати без шкоди для навколишнього середовища. Такі маршрути можуть включати в себе подорожі через природні заповідники та національні парки.
- 3 Люкс-туризм: деякі залізничні компанії пропонують розкішні поїздки на вагоні-ресторані зі смачною їжею та вином, а також з комфортабельними спальними місцями.
- 4 Подорожі з дітьми: залізниця може бути цікавим видом транспорту для дітей, особливо якщо маршрут включає в себе візит до парку атракціонів або іншого розважального закладу.
- 5 Гастрономічний туризм: деякі залізничні компанії пропонують подорожі на поїздах-ресторанах, де можна скуштувати місцеву кухню та вина.
- 6 Авантюрний туризм: залізниця може бути цікавим видом транспорту для любителів екстремальних подорожей, особливо якщо маршрут проходить через гірські райони або по мости над прірвами.
- 7 Тематичні тури: деякі залізничні компанії пропонують подорожі залізницями, які присвячені певним темам, таким як вино, мистецтво, архітектура тощо.

Залізничний туризм в Україні не є основним напрямком туризму, але все ж таки має свою специфіку та привабливість для туристів. Динаміка залізничних туристичних потоків в Україні залежить від розвитку залізничної інфраструктури та доступності транспортних засобів. Структура залізничних туристичних потоків в Україні складається з різноманітних маршрутів та напрямків, які привертають туристів з усього світу.

Найбільш популярними маршрутами є поїздки до Карпат, Львова, Києва, Одеси та інших міст. Також популярними є тематичні маршрути, наприклад, поїздки до історичних та культурних пам'яток, винних кельярень, курортів тощо. Географія залізничних туристичних потоків в Україні охоплює всю

країну, оскільки залізниця є одним з найбільш розвинених видів транспорту в Україні. Також популярними напрямками є поїздки до сусідніх країн, таких як Польща, Словаччина, Угорщина, Румунія та інші.

У загальному контексті, залізничний туризм в Україні має великий потенціал для розвитку та приваблює все більше туристів з різних країн світу. Однак, для його подальшого розвитку необхідно забезпечити якісну та доступну залізничну інфраструктуру, а також розробити нові маршрути та привабливі пропозиції для туристів.

1.2. Туристичний потенціал залізничних турів в Чернігівській області

На території Чернігівської області розташовано дві філії Укрзалізниці – Південна та Південно-Західна, що займає більшу частину області. Регіональна філія «Південно-Західна залізниця» АТ «Укрзаліниця» є однією з провідних територіальних філій в транспортній інфраструктурі держави. Біля 20% основних виробничих фондів ПАТ «Укрзаліниця» знаходиться у віданні цієї регіональної філії. Регіональна філія «Південно-Західна залізниця» займає друге місце по обсягу перевезень серед шести регіональних філій АТ «Укрзаліниця»[8].

В загальному обсязі вантажних перевезень України кожна шоста тонна припадає на частку регіональної філії ПЗЗ. Біля третини від загального об'єму пасажирообігу України забезпечується саме Регіональною філією «Південно-Західна залізниця», в тому числі значна частка міжнародних перевезень. Регіональна філія «Південно-Західна залізниця» одна з найстаріших залізниць України і є невід'ємною частиною національного залізничного транспорту України. Залізничні дороги Чернігівської області характеризуються зручним внутрішнім залізничним сполученням між головними туристичними атракціями, що знаходяться на території області. Це важливо в контексті розмірів Чернігівської області, що надає додатковий стимул для розвитку туризму, туристичних атракцій, засобів розміщення, послуг, залізниці,

інфраструктури, збільшення престижу Чернігівської області в туристичному плані, надходження додаткових інвестицій, тощо.

Залізничний туризм вже давно став вагомою складовою різних форм туризму в Чернігівській області. Цей регіон приваблює людей, які цікавляться історією залізничних подорожей, через велику кількість історичних пам'яток, пов'язаних із залізничним транспортом. Чернігівський пасажирський вокзал є однією з найпопулярніших пам'яток регіону, пов'язаних із залізницею. Побудований у 1902 році, він є одним з найвишуканіших вокзалів України. Архітектура вокзалу поєднує в собі аспекти класицизму та модернізму. Залізничний музей, що знаходиться на території станції Чернігів-Пасажирський, є ще однією визначною пам'яткою. Це один з найбільш самобутніх залізничних музеїв України. У музеї представлені унікальні експозиції машин, обладнання та інструментів, задіяних у будівництві та експлуатації залізниць.

Мандрівники, які користуються залізничним транспортом, можуть знайти справжню скарбницю природних чудес у Чернігівській області. Тут кожен може знайти свій куточок незайманої природної краси: бронзовий Дніпро, долина річок Сейму та Десни, заповідні ліси та водосховища. Деснянсько-Старогутський національний парк, що поєднує луки та ліси, водно-болотні угіддя та річки, є першим місцем, яке варто відвідати, подорожуючи залізницею. Ви можете дослідити різноманітну флору і фауну, прогулятися мальовничими стежками, поспостерігати за ховраками та черепаками, які ведуть своє повсякденне життя вздовж берегів Десни.

Якщо ви любите гори, то найкращим варіантом для вас є гори Сосновик, в яких знаходиться Світязь, одне з наймальовничіших озер України. Чернігівська область має в своєму розпорядженні власний сайт на якому сформовані різні туристичні маршрути, мапа цікавих місць, список довірених областю гідів, афіша тематичних подій, які проходять в області та новини туризму, які показують розвиток різних туристичних атракцій області. Чернігівська область має досить значні скупчення різних археологічних та архітектурних пам'яток, які відомі по всій Україні.

Таблиця 1.1

Ресурси для розвитку залізничного туризму Чернігівської області

Дестинація	Об'єкт показу	Рік спорудження	Сучасний стан	Джерело інформації
Чернігів	Національний архітектурно-історичний заповідник «Чернігів стародавній»	Від IX до XIX ст. в залежності від пам'ятки	Відрізняється для кожного об'єкту	[6, 7]
Новгород-Сіверський	Новгород-Сіверський історико-культурний музей-заповідник «Слово о полку Ігоревім»	17-18 століття від об'єкту	Відреставровано	[6, 8]
Батурин	Національний історико-культурний заповідник «Гетьманська столиця»	Від 17 століття до 2009 року	Відрізняється для кожного об'єкту	[6, 9]

Джерело: складено автором за матеріалами [6,8]

1.3. Розроблення залізничного туру Чернігівською областю

Актуальність створення нового туристичного продукту на території Чернігівської області нині не викликає сумнівів. Як і в будь-якій іншій регіональній туристичній індустрії, головними проблемами є сезонність і брак нових розваг. У даному випадку, територія Чернігівської області пропонує чимало об'єктів для туристичних поїздок, однак, необхідно розробити нові маршрути та способи переміщення, щоб робити їх більш цікавими та привабливими. Ще однією причиною, яка потребує створення нового туристичного продукту є те, що сучасний туристичний ринок різко відрізняється від минулого.

Сьогодні, туристи вже не задовольняються простим подорожами та культурними програмами. Вони шукають щось більше, більш незвичне та унікальне, причому цей попит зростає з кожним роком. У цьому контексті територія Чернігівської області може запропонувати багато незвичайних і унікальних маршрутів з цікавими об'єктами, які раніше не експлуатувалися. Важливим фактором, який підвищує актуальність створення туристичного продукту на території Чернігівської області, є підтримка державних органів влади, які бачать у цьому потенціал для розвитку регіонального туризму.

Це може проявлятися у виділенні додаткових коштів на рекламу туру, подорожі журналістів з публікаціями в ЗМІ, проведенні фестивалів та інших заходів, які сприяють зміцненню позиції регіону на туристичному ринку. Нарешті, ще однією причиною, створення туристичного продукту залізничного туризму на території Чернігівської області, є можливість підвищення рівня економічного розвитку регіону.

Турбізнес є одним із найважливіших секторів економіки країни. Вартість туристичного продукту буде різною і може забезпечити значний дохід не тільки для приватних підприємців, а й для поліпшення економічного розвитку регіону в цілому. Залізничний тур територією Чернігівської області є унікальним заходом, який потребує ретельної підготовки маршруту для максимального комфорту та задоволеності туристів.

Визначення маршруту є ключовим завданням, яке вимагає врахування багатьох факторів, таких як визначні пам'ятки, транспортна інфраструктура, потреби цільової аудиторії та інших факторів.

1. Першим кроком визначення маршруту є вивчення транспортної інфраструктури та визначних пам'яток Чернігівської області. Це дасть змогу визначити можливості та обмеження у створенні маршруту, а також обрати найкращі місця для відвідування туристами.

2. Необхідно проаналізувати головні маршрути руху залізничних поїздів і узгодити їх із цікавими місцями для відвідування. Виходячи з отриманої інформації, наступним кроком є визначення конкретного маршруту

залізничного туру. Необхідно враховувати інтереси та потреби цільової аудиторії, а також довжину маршруту, час у дорозі та доступність місць для відвідування. Обраний маршрут має бути логічним, цікавим і безпечним для туристів. Під час розроблення маршруту залізничного туру необхідно звернути увагу на туристичну інфраструктуру.

3. Необхідно переконатися в наявності достатньої кількості готелів, ресторанів, магазинів та інших об'єктів для задоволення потреб туристів. Також необхідно враховувати додаткові активності, які можуть запропонувати туристам, наприклад екскурсії, відвідування музеїв, парків тощо. Після того, як маршрут залізничного туру визначено, наступним кроком є підбір транспортного засобу та визначення його технічних характеристик.

4. Необхідно вибрати найбільш підходящий тип поїзда, враховуючи кількість туристів, довжину маршруту, час у дорозі та інші фактори. Також необхідно визначити, які послуги надаватимуться туристам у поїзді (наприклад, кафе, бар, туалети тощо) і організувати їхнє надання в найкращому вигляді. Нарешті, важливим кроком є планування витрат на транспортне забезпечення туристичного заходу.

5. Необхідно оцінити вартість транспортування туристів за маршрутом, а також витрати на обслуговування поїзда та надання додаткових послуг. Усі витрати мають бути вивірені, щоб тур був доступний як для туристів із високим рівнем доходу, так і для бюджетних туристів.

Таким чином, визначення маршруту залізничного туру територією Чернігівської області є комплексним і ретельно продуманим процесом, що потребує врахування багатьох чинників. Обраний маршрут має бути логічним, цікавим і безпечним для туристів, а також має задовольняти потреби цільової аудиторії. Витрати на транспортне забезпечення туристичного заходу мають бути вивірені, щоб забезпечити доступність туру як для туристів з високим рівнем доходу, так і для бюджетних туристів.

Таблиця 1.2

Паспорт маршруту

Основне	Характеристика
Кількість людей	4
Назва маршруту	Залізничний тур Чернігівською областю
Тривалість	7 днів
Початкова точка	Київ
Кінцева точка	Київ
Всього кілометрів	Приблизно 247 км
Тип транспорту	Залізничний
Міста подорожі	Київ, Ніжин, Чернігів
Рекомендовані години відправлення з кожного міста	9:00 ранку
Рекомендована тривалість відвідування визначних місць	2-3 дні у кожному місті

Джерело: складено автором

Технологічна карта:

День 1: Прибуття до Києва

Приїзд до Києва

Заселення в готель

Огляд Києва: Майдан Незалежності, Хрещатик, Софійський собор, Києво-

Печерська лавра

Вечірня прогулянка по вулиці Андріївській

Вечера в традиційному українському ресторані

День 2: Київ

Сніданок

Екскурсія до Києво-Печерської лаври

Відвідування Національного художнього музею

Обід в традиційній кав'ярні

Відвідування Музею Михайла Булгакова

Вечеря в ресторані з національною кухнею

День 3: Ніжин

Сніданок

Поїздка до Ніжина поїздом Київ-Шостка.

Огляд міста: Ніжинський гімназичний колегіум, Краєзнавчий музей, Миколаївський собор.

Обід у місцевому кафе

Екскурсія до Музею «Поштова станція»

Повернення до Києва поїздом Шостка-Київ

Вечеря у ресторані

День 4: Чернігів

Сніданок

Поїздка до Чернігова поїздом за маршрутом Київ - Ніжин - Чернігів.

Огляд міста: Чернігівська фортеця, Парк Шевченка, П'ятницька церква

Обід у місцевому кафе

Екскурсія до Чернігівського історичного музею імені Василя Тарновського

Вечеря в ресторані з місцевою кухнею

Повернення до Києва поїздом за маршрутом Чернігів-Ніжин - Київ

День 5: Київ

Сніданок

Відвідування Національного музею історії України

Обід в кафе

Прогулянка по Володимирському проспекту

Відвідування Музею Мистецтв ім. Богдана та Варвари Ханенків

Вечеря у ресторані

День 6: Київ

Сніданок

Експерсія до Архітектурно-історичного заповідника "Пирогів"

Обід в національному селі

Відвідування Музею мініатюр "Микола Сядристий"

Вечеря в ресторані з традиційною українською кухнею

День 7: Повернення до дому

Сніданок

Вільний час для покупок та останніх прогулянок по Києву

Виїзд до аеропорту або залізничного вокзалу

Повернення до дому

Анімаційна програма:

День 1: Вітальна вечірка

Приїзд до Києва

Заселення в готель

Знайомство з учасниками групи

Музичний фон, танці та розваги

День 2: Київські пригоди

Сніданок

Обід на свіжому повітрі з пікніком

Вечірня дискотека у готелі

День 3: Веселі забави в Ніжині

Сніданок

Поїздка до Ніжина

Обід у кафе з анімаційною програмою

День 4: Чарівна пригода у Чернігові

Сніданок

Поїздка до Чернігова

Анімаційні ігри та веселі забави у місцевому парку

Обід у ресторані з анімаційною програмою

Вечірня шоу-програма у готелі

День 5: Київські культурні враження

Сніданок

Відвідування музею воскових фігур з анімаційними експозиціями

Обід у кафе з анімаційною програмою

Квест по визначним місцям Києва зі спеціальною анімаційною командою

Вечірня театралізована екскурсія "Містика Києва"

День 6: Заключний день веселощів

Сніданок

Анімаційні ігри та змагання у парку

Обід на свіжому повітрі з пікніком

Заклучна вечірка з нагородженням переможців і виступами аніматорів

День 7: Повернення до дому

Сніданок

Вільний час для покупок та останніх фотографій

Виїзд до аеропорту або залізничного вокзалу

Повернення до дому

Ця анімаційна програма надає змогу відвідати найцікавіші місця Чернігівської області та насолодитись місцевими культурними та кулінарними враженнями.

РОЗДІЛ 2

ОБҐРУНТУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ НА ВНУТРІШНЬОМУ ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ

2.1. Продуктова програма

Туристичні послуги являють собою основну ціль кожного туриста.

Туристичні послуги поділяють на[8]:

- основні, без яких неможливим є подорожування (проживання, харчування, транспорт);
- додаткові, які сприяють комфортності подорожування (побутові, торговельні, комунікативні, інформаційні, банківсько-фінансові, медичні, спортивно-оздоровчі, культурні);
- супутні, які підвищують ефективність подорожі (виробництво і реалізація сувенірів, забезпечення туристичним спорядженням, облаштування пляжів, реставрація пам'яток історії, культури тощо).

Попит у секторі турів і заходів означає, скільки туристів забронюють ваш тур за певну ціну. Іншими факторами, які матимуть безпосередній вплив на попит, є наступними:

- Ступінь конкуренції на ринку
- Унікальність продукту
- Якість самого туру

Щоб оцінити попит на продукт, варто провести опитування, цінові експерименти та статистичний аналіз. Створення образу ідеального клієнта також допоможе оцінити розмір і напрямок дій. Розрахунок попиту може бути складним завданням, тому доцільно найняти спеціалізовану компанію, яка зробить це завдання самостійно. Для розрахунку вартості туру можна скористатися вказаними орієнтовними витратами. Крім того, потрібно врахувати рентабельність та податок на додану вартість.

Генерація ідей, яку слід представляти як методичний пошук свіжих концепцій, є початковим етапом у створенні нових видів послуг. Поширеним

джерелом знань може бути мозковий штурм, опитування колег і клієнтів, дослідження різних категорій клієнтів, вивчення того, що пропонують конкуренти тощо. Під час процесу генерації ідей ви можете згенерувати безліч ідей. Для того, щоб вибрати найкращі рішення, необхідно використовувати відбір. Під час відбору ретельно вивчаються всі питання сумісності продуктової лінійки.

Трьома найважливішими цілями при відборі продукту: наявність попиту, відповідність його загальній товарній стратегії компанії і здатність його виробляти прибутково. Результати формування послуги та етап оцінки послуги дають чітке визначення ідеї послуги. Після цього нову ідею оцінюють як клієнти, так і персонал.

Наступним кроком є оцінка життєздатності та потенційного доходу. На цьому етапі оцінюються операційні можливості, аналіз витрат, аналіз попиту та прогнози доходів. Цей етап також включає будь-які інші оцінки, модернізацію системи надання послуг, зміни в приміщеннях, витрати на наймання та навчання персоналу та інші припущення.

Наша продуктова програма туру містить в собі багато цікавих місць для відвідування, які дають можливість ознайомитися з культурою та історією України. Ми пропонуємо екскурсії до визначних пам'яток Києва, а також до міст Ніжина та Чернігова. В програмі також передбачено відвідування музеїв, кафе та ресторанів з національною кухнею, що дозволяє познайомитися з традиціями та культурою українців. Ми також пропонуємо вільний час для покупок та останніх прогулянок по Києву. Програма туру може бути змінена в залежності від погодних умов та інших факторів, що гарантує безпеку та комфорт пасажирів.

2.2. Цінова стратегія

Докладний аналіз цінової політики конкурентів на ринку залізничного туризму є однією з найважливіших складових стратегії формування цінових пакетів нашого туристичного продукту. Ми приділятимемо велику увагу

розробці інноваційних маршрутів, які будуть привабливими для споживачів і дадуть нам змогу збільшити частку ринку. Також ми проведемо аналіз цільової аудиторії туру та її здатності до оплати. Для розробки нашої цінової стратегії ми встановили оптимальну собівартість послуг, рентабельність і конкурентоспроможність на ринку. Ми також визначили сезонність і динаміку попиту на залізничні тури, які будуть використовуватися нами для встановлення гнучких цін залежно від сезону і попиту.

З метою просування туру на ринку ми будемо використовувати різні форми знижок і акцій для залучення клієнтів. Наприклад, ми розроблятимемо "батьківські" тури, безкоштовний відпочинок для дітей до певного віку, певну кількість знижок для постійних клієнтів тощо. Загалом, наш міні-план з цінової стратегії містить у собі не тільки аналіз конкурентів на ринку залізничного туризму, а й розробку оптимальної цінової політики, що враховує потреби нашої цільової аудиторії, сезонність і конкурентоспроможність на ринку. Ми впевнені, що наша цінова стратегія дасть нам змогу ефективно конкурувати на ринку залізничного туризму та задовольняти потреби наших клієнтів.

Ціноутворення на основі вартості - найкращий варіант для цього туру, що має час і ресурси для його правильного застосування. Це найбільш репрезентативне ціноутворення з усіх можливих. Однак різні форми бізнесу можуть використовувати інші методи ціноутворення. Наприклад, автозаправна станція, швидше за все, застосовує метод ціноутворення "витрати плюс", який є найпростішою формою ціноутворення (продаж чогось за більшу ціну, ніж коштує його виробництво). Якщо ми продемонстрували, що наші клієнти готові платити, ми можемо почати з більш високої ціни. Потім, у міру того, як ми постійно додаватимемо цінності своєму продукту і створюватимемо додаткові функції, ми зможемо відповідно коригувати ціни.

Якщо ми застосуємо метод ціноутворення на основі цін конкурентів, ми будемо дублювати те, що роблять наші конкуренти. Що робити, якщо вони не провели належного дослідження і занижують ціни? Якщо ми дублюємо їхні

ціни, ми можемо втратити дохід. Крім того, у міру розвитку нашого туру та його наповнення, нам слід переглядати свою цінову стратегію кожні шість місяців

2.3. План маркетингових комунікацій

Туристи подорожують з різних причин. Вони можуть подорожувати у справах і не мати вибору місця призначення, або вони можуть подорожувати щоб побачити чи відчутти певну пам'ятку або виконати конкретне бажання. У випадку, якщо турист зацікавлений в тому, щоб відчутти конкретну атракцію, він потребуватиме туристичних продуктів, щоб здійснити це бажання і задовольнити цю потребу. Спочатку вони будуть досліджуватимуть дестинації, які пропонують туристичні продукти, що задовольняють їхні потреби у відпочинку, розвагах чи бізнесі. Туристичні продукти, які вони знайдуть впливатимуть на їхній вибір дестинації. У цьому випадку доступні туристичні продукти є значною частиною того, що визначає місце призначення. У ситуації, коли турист не має вибору в місця призначення, яке він відвідує, наприклад, у випадку задалегідь визначеної ділової поїздки, він буде шукати туристичні продукти, щоб заповнити своє дозвілля, перебуваючи в цій конкретній дестинації. Якщо більш детально розглядати сукупність можливих клієнтів, то можна виділити такі перспективні підгрупи:

1. Любителі історії;
2. Ті, хто обожнює мандрівки потягами;
3. Люди, які шукають чогось нового.

Також варто зосередити свою увагу на SWOT-аналізі. SWOT-аналіз - це організована схема вашого бізнесу сильні та слабкі сторони, можливості та загрози[15]. Серед сильних сторін туру можна виділити його вид транспорту, високу безпеку та унікальність. Серед слабких сторін можна виділити його ціну та продуманість. Для можливостей можна виділити перспективність напрямку та його гнучкість. Також, для загроз, можна виділити упередженість та відсутність його розвитку. Аналіз повинен включати: оцінку діючих стратегій; аналіз використання потенціалу організації; порівняльний аналіз конкурентних

переваг; виявлення сильних і слабких сторін; вичленення стратегічних завдань[14].

Можна визначити три сценарії розвитку маркетингової стратегії[13]: песимістичний, реалістичний та оптимістичний, оцінивши можливості всіх сторін, залучених до реалізації маркетингового плану, наявність фінансових ресурсів та хід виконання операцій. Запуск нового продукту може мати різні результати. Перший варіант, найгірший, полягає в тому, що новий продукт не принесе жодних переваг і не збільшить продажі існуючих товарів компанії. У другому випадку можна припустити, що винахід лише збільшить продажі та частку ринку за рахунок конкурентів.

У третьому сценарії частина ринку відомого продукту і частина ринку продуктів конкурентів об'єднуються, що збільшує продажі в цілому. А якщо новий продукт забирає частину ринку у конкурентів і залучає нових клієнтів, то четвертий і останній варіант є найкращим для бізнесу. Процес створення нового туристичного продукту досить складний і різноманітний. Він вимагає врахування конкретних обставин і всебічного, систематичного дослідження. Перш за все, необхідно мати глибоке розуміння продукту споживання та його потенційного попиту.

Для вивчення цієї теми необхідна різноманітна інформація, в тому числі про причину прибуття, вік, дохід і поведінку під час подорожі[14]. Далі для оцінки потенційного попиту використовуються три ключові показники: кількість потенційних клієнтів за певний період часу (день, тиждень, місяць або цілий рік); ціна, яку клієнт готовий заплатити за запропонований компонент туристичного продукту, враховуючи його дохід і звички у витрачання коштів; потенційний прибуток від виведення продукту на ринок.

Дуже важливо розпізнати різні категорії та компоненти туристичної пропозиції. По-третє, важливо створити описову модель туристичного продукту, визначити його споживчі атрибути та розрахувати фактичні витрати, які можуть бути понесені при створенні та просуванні продукту. Перший рівень витрат на туристичний продукт пов'язаний зі створенням технічної та

матеріальної бази для його надання, а другий - з витратами на його експлуатацію та реалізацію. По-четверте, дуже важливо оцінити життєздатність та економічну ефективність інвестицій у туристичний продукт.

Таким чином ми зможемо сформувати певну маркетингову базу на основі якої буде здійснюватися подальший розвиток туру.

2.4. Економічне обґрунтування туру

Залізничний тур по території Чернігівської області може бути економічно обґрунтованим з кількох причин:

1. Розвиток туризму. Чернігівська область має багату історію та культурну спадщину, яка приваблює туристів з усього світу. Залізничний тур може допомогти розвитку туризму в області, що збільшить прибутки місцевих готелів, ресторанів та інших підприємств. Туризм створює культурний обмін між туристами та місцевими жителями. Виставки, конференції та заходи зазвичай приваблюють іноземців. Організатори зазвичай отримують прибутки від реєстраційних зборів, продажу сувенірів, виставкових площ та продажу авторських прав на медіапродукцію. Крім того, іноземні туристи привносять різноманітність і культурне збагачення в країну, що їх приймає.

2. Збільшення обсягу продажу квитків на залізничний транспорт. Якщо маркетингова кампанія буде успішною, то це може призвести до збільшення обсягів продажу квитків на залізничний транспорт. Наприклад, якщо тур включає в себе поїздку на залізничному транспорті, то привернення більше клієнтів може призвести до збільшення попиту на квитки на цей вид транспорту. Крім того, успішна маркетингова кампанія може позитивно вплинути на репутацію компанії, що надає послуги залізничного транспорту, та збільшити її прибуток.

3. Розвиток малих міст та сільських населених пунктів. Залізничний тур може допомогти розвитку малих міст та сільських населених пунктів, які можуть приваблювати туристів своїми пам'ятками, культурою та природними

красотами. Кількість робочих місць, створених туризмом у різних галузях, є значною. Ці робочі місця є не лише частиною туристичного сектору, але також можуть включати сільськогосподарський сектор, сектор зв'язку, охорону здоров'я та освіту. Багато туристів подорожують, щоб познайомитися з культурою, традиціями та гастрономією приймаючої сторони.

4. Залучення інвестицій. Розвиток туризму в області може привернути інвестиції в готельний та ресторанний бізнес, а також в інші сфери економіки, що сприятиме розвитку регіону. Воно може допомогти компанії залізничного транспорту збільшити свої можливості та розвиток. Інвестори можуть вкладати кошти в розширення мережі маршрутів, покращення технічного обладнання, підвищення якості обслуговування та інші напрямки розвитку компанії. Це може призвести до збільшення прибутку, розширення клієнтської бази та позитивного впливу на репутацію компанії.

Отже, залізничний тур по території Чернігівської області може бути економічно обгрунтованим завдяки розвитку туризму, збільшенню продажу квитків на залізничний транспорт, розвитку малих міст та сільських населених пунктів та залученню інвестицій для самого регіону.

Туристський продукт пропонує відвідування безліч екскурсій містами подорожі, а також за його межами, та розважальних заходів, щоб відвідини Чернігівської області та міста Київ залишили незабутнє враження. Пропонований тур - це продукт вдалого поєднання чудового пізнавального відпочинку з високим комфортом готелів області. Тур має тривалість в один тиждень. Програма відпочинку включає в себе розміщення в готелях області та столиці. Харчування в місці проживання здійснюється. Туристи проживають у стандартних двомісних і тримісних номерах. Тур включає в себе відвідування екскурсійних об'єктів, переїзд на потязі, харчування в готелі, послуги екскурсорова.

1. Розміщення. Для розміщення туристів було обрано готель Orly Park-Hotel на тиждень. За шість ночей та чотирьох дорослих людей треба заплатити 22788 грн. та 215 гривень податків та зборів. В цю ціну входить і сніданок.

$R_{\text{прож.готель}}=22788/10=2278.8$ грн. на добу за одну особу

2. Вартість перевезення. Для перевезення було обрано залізницю. Для мандрівки до Ніжина було обрано поїзд за маршрутом Київ-Пасажирський – Ніжин – Київ. Загальна вартість послуги складає 2784 гривні.

$R_{\text{перевезення}}=2784/4=696$ грн. за поїздку на одну особу на Ніжин

$R_{\text{перевезення}}=1284/4=321$ грн. за поїздку на одну особу на Чернігів

3. Вартість послуг та білетів.

$R_{\text{послуги}}=200+150+120+50+30+50+200+300+80+200=1380$ грн. за поїздку на одну особу

$R_{\text{ан.послуги}}=2000$ грн.

4. Вартість харчування. Туристи повинні самостійно оплачувати цю послугу.

5. Реклама. Гроші на рекламу плануються витратити купивши рекламу в інтернеті за 2 000 гривень.

$R_{\text{реклама}}=2000/4=500$ грн. за одну людину

6. Витрати на керівника групи. Планується, що керівником групи буде її розробник.

8. Розрахунок. $R_{\text{собівартість}}=2278.8+696+321+2000+1380+500=7175.8$ грн.

9. Розрахунок. $R_{\text{прямі витрати}}=2278.8+696+321+2000+1380=6675.8$ грн.

10. Розрахунок частини витрат. $R_{\text{частка витрат}}=100*500/7175.8=6.9\%$

11. ПДВ 20 % = 1435.16 грн.

12. Прибуток 20 % = 1435.16 грн.

Число конкурентів на ринку залізничного туризму Чернігівської області буде залишатися вкрай низьким протягом довгого періоду часу, тому створення залізничного туру Чернігівською областю є досить амбіційним проектом.

ВИСНОВКИ

Залізничний туризм в Україні не є основним напрямком туризму, але все ж таки має свою специфіку та привабливість для туристів. Динаміка залізничних туристичних потоків в Україні залежить від розвитку залізничної інфраструктури та доступності транспортних засобів. Структура залізничних туристичних потоків в Україні складається з різноманітних маршрутів та напрямків, які привертають туристів з усього світу

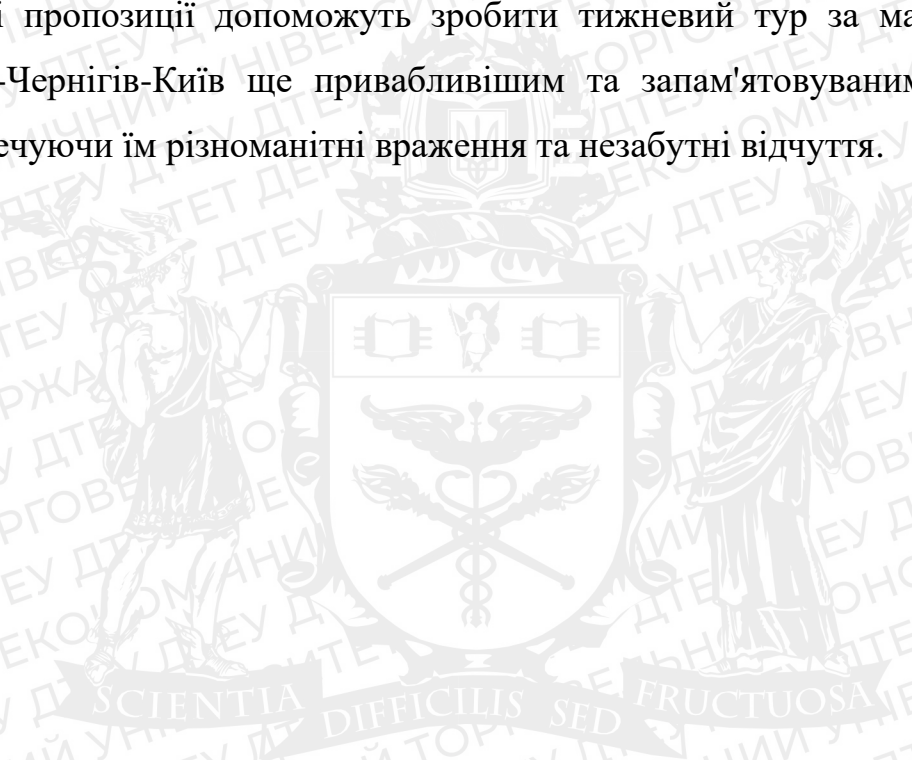
Тижневий тур за маршрутом Київ-Ніжин-Чернігів-Київ пропонує широкий спектр вражень і можливостей для туристів. Він поєднує культурні екскурсії, природні красоти, гастрономічні відкриття, активний відпочинок та можливості для шопінгу. Кожен день туру заповнений цікавими подіями і активностями, що робить його захоплюючим для різних типів туристів. Пропозиції щодо формування туру:

- Залучити додаткові атракції та визначні місця у кожному місті, щоб дати можливість туристам ще більше відкрити потенціал цих місць.
- Розробити анімаційну програму, яка буде забезпечувати розваги та забави для учасників туру на протязі всього тижня. Це може включати конкурси, вечірні вистави, майстер-класи та інтерактивні ігри.
- Додати в програму елементи місцевої культури, такі як народні танці, музичні виступи та виставки народного мистецтва, щоб туристи могли отримати глибше розуміння місцевої спадщини.
- Перед формуванням програми взяти до уваги інтереси туристів, їхній вік та фізичну підготовку, щоб забезпечити найкращий досвід для кожного учасника.
- Забезпечити достатню кількість вільного часу для туристів, щоб вони мали можливість самостійно досліджувати міста, відвідувати музеї, ресторани, магазини та насолоджуватися атмосферою місцевих вулиць.

- Вибрати готелі зі зручним розташуванням, комфортними номерами та всіма необхідними зручностями, щоб гості могли відпочити та відновити сили після насиченого дня.

- Забезпечити наявність кваліфікованих гідів та аніматорів, які вміють зацікавити та розповісти цікаві факти про визначні місця, а також забезпечити високий рівень розваг та розваг для гостей.

Ці пропозиції допоможуть зробити тижневий тур за маршрутом Київ-Ніжин-Чернігів-Київ ще привабливішим та запам'ятовуваним для туристів, забезпечуючи їм різноманітні враження та незабутні відчуття.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Wikipedia [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D1%8C%D0%B2%D1%96%D0%B2%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D0%B7%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%8F
2. Wikipedia [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B8
3. Інформаційно-довідковий сайт «Україна» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://proukraine.net.ua/?page_id=461
4. Інформаційно-довідковий сайт «Pidru4niki» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://pidru4niki.com/76362/rps/transportno-komunikatsiyniy_kompleks
5. Інформаційно-довідковий сайт «Міністерство розвитку громад, територій та інфраструктури України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mtu.gov.ua/content/informaciya-pro-ukrainski-zalznici.html>
6. Інформаційно-довідковий сайт «Міністерство розвитку громад, територій та інфраструктури України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mtu.gov.ua/content/statistichni-dani-pro-ukrainski-zalznici.html>
7. Інформаційно-довідковий портал «Defiance» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.defianceetfs.com/post-pandemic-trends-spell-good-news-for-rail-travel/>
8. Офіційний сайт УЗ «Південно-Західна залізниця» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://swrailway.gov.ua/head/general/>
9. Інформаційний портал «Все про туризм» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://tourlib.net/books_ukr/mark_tur03.htm

10. Інформаційне портал Буклію [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://buklib.net/books/33210/>
11. Інформаційне агенство «Tourism-book» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tourism-book.com/books/book-23/chapter-1283/>
12. "Marketing Communications" by Chris Fill and Sarah Turnbull (2016)
13. "Marketing Management" by Philip Kotler and Kevin Keller (2016)
14. "Integrated Marketing Communications" by Keith J. Tuckwell (2017)
15. "Marketing Metrics: The Definitive Guide to Measuring Marketing Performance" by Paul W. Farris, Neil T. Bendle, Phillip E. Pfeifer, and David J. Reibstein (2015)

