МОЛОДІЖНИЙ ПЛАЦКАРТ

Простір, цифровий сервіс і ком'юніті в одному продукті – новий формат подорожі для пасажирів 14–35 років

Заявка на реалізацію проєкту

Запит на участь в InnoTrans 2026

26 серпня 2026 р.



АВТОРИ ПРОЄКТУ



ДАРИНА ІВАНКО

Менеджер структурного підрозділу «Відділ координації роботи дитячих залізниць» філії «Центр професійного розвитку персоналу»



ОЛЕКСАНДР ДАН

студент ОП «Організація перевезень і управління на транспорті», спеціальність «Залізничний транспорт», 1 курс, ОР «Бакалавр» Українського державного університету залізничного транспорту

01 ЧОМУ САМЕ ЗАРАЗ

9,97 млн молоді 14-35 – **24,8%** населення, основна аудиторія плацкарту

Дохід УЗ, 9 міс. 2025, %

+11%

пасажирські перевезення зростають навіть у кризовий рік

Дефіцит кадрів 20–30%

за окремими напрямами

Молодь регулярно користується залізницею, але подорож залишається лише переміщенням, без адаптації простору чи сервісу під цю аудиторію.

УЗ уже має вдалий досвід: дитячі вагони швидко розкуповуються, а «Молодіжний експрес» – спеціальний рейс від Укрзалізниці, який курсував у межах заходів до Дня молоді (зокрема у 2025 році, коли Львів був Молодіжною столицею Європи) – але лишився разовою подією, а не постійним продуктом.



Джерело: Мінмолодьспорт 2025; interfax.com.ua; forbes.ua; kmu.gov.ua; nakypilo.ua

02 КОНЦЕПЦІЯ ПРОДУКТУ

Молодіжний плацкарт – 5 шарів

«Молодіжний плацкарт» – це стандартний плацкартний вагон УЗ, один-два відсіки якого адаптовано під потреби пасажирів 14–35 років, без зміни класу перевезення чи вартості квитка.

Простір

Простір під потреби молоді

Цифровий сервіс

QR-платформа й сервіси

Ком'юніті

Книги, ігри, нетворкінг

Корисний час

Навчання й контент у дорозі

Укр. контекст

Освіта, кар'єра, ветерани



Простір | **Цифровий куток** | **Ком'юніті-стіл** | **Корисний час** | **Профорієнтація**

Пілотний підхід: 1 вагон на 1–2 маршрутах → масштабування лише після підтвердження попиту й економічної доцільності.
Профорієнтаційні стенди УЗ – невеликий додатковий елемент.
Ілюстративна схема – фінальне компонування уточнюється на етапі техпроєктування спільно з УЗ.

03 ЕКОНОМІКА ПРОЄКТУ

Фінансова модель і партнери

54
місця у вагоні

2 / 300
рейсів/день · днів/рік

80%
завантаженість

≈ 25 900
поїздок на рік

Додатковий дохід, млн грн/рік з одного вагона — орієнтовний розрахунок, перевіряється пілотом.



Потенційні партнери

Erasmus+	208 млн € з лютого 2022 · понад 52 тис. учасників мобільності з України
ЮНІСЕФ	молодіжна участь, молодіжні простори, інноваційні проєкти для молоді
Рада Європи	European Youth Foundation, «Youth for Democracy in Ukraine»
Український молодіжний фонд	участь молоді, соціальна згуртованість, економічна спроможність
GIZ	проєкти уряду Німеччини з міністерствами й громадянським суспільством

Змішана модель: базові витрати УЗ + партнерські внески + грантове фінансування + продаж квитків

04 ВІДРЯДЖЕННЯ ДО БЕРЛІНА

Запит на InnoTrans 2026

Мета - не **«подивитися технології»**, а знайти конкретні рішення для запуску молодіжного плацкарту: контакти виробників, рішення для інтер'єру, цифрові інструменти, готову модель для пілоту.

Passenger Experience

Пасажирський сервіс, цифрове інформування, якість подорожі

Connectivity

Wi-Fi-рішення, інформаційні системи, інтерактивні екрани

Interiors

Освітлення, акустика, ергономіка, зонування, комфорт

Digital & AI

Аналіз досвіду, збір зворотного зв'язку, прогнозування попиту



Формат участі 2026: у складі національної делегації / партнерських B2B-зустрічей (фокус - пошук постачальників і технологій). Заявка на власний стенд із пілотним вагоном - до наступного циклу InnoTrans, після завершення пілоту.

05 РЕЗУЛЬТАТ ДЛЯ КОМПАНІЇ

Очікуваний ефект для УЗ

«Молодіжний плацкарт» створює ефект одразу у чотирьох напрямах - для пасажира, для УЗ, для кадрового резерву та для довгострокової лояльності молоді.

Пасажирський сервіс

Комфорт, спілкування, корисний час у дорозі, сучасний цифровий досвід

Фінанси

~25,9 тис. поїздок і +2,6–3,9 млн грн/рік з одного вагона, на тлі +11% доходу

Кадри

Профорієнтація на тлі дефіциту 20–30% (226 → 184 тис. працівників)

Лояльність молоді

Довгострокові відносини з майбутніми пасажирами, працівниками, лідерами

«Молодіжний плацкарт» - це не пропозиція зробити молодіжний вагон, бо це буде цікаво, а пропозиція протестувати новий формат пасажирського сервісу з невеликим стартовим ризиком, чіткими фінансовими показниками, можливістю зовнішнього фінансування та потенціалом масштабування для мережі УЗ.

KPI пілоту

- Завантаженість вагона
- Дохід на поїздку й на пасажира
- Повторні покупки, NPS
- Комфорт і цифрові сервіси
- Вартість запуску й операційні витрати

Масштабування: 1 пілотний вагон → 3 маршрути → 5 маршрутів → мережа