
Бараш Ю.С.

*Дніпропетровський національний університет залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна,
кафедра обліку, аудиту та інтелектуальної власності,
доктор економічних наук, професор*

Марценюк Л.В.

*Дніпропетровський національний університет залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна,
кафедра економіки та менеджменту,
кандидат економічних наук*

МЕТОДОЛОГІЯ ПРОВЕДЕННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ СТОСОВНО РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТУРИЗМУ

METHODOLOGY OF RESEARCH ON DEVELOPING A STRATEGY RAILWAY TOURISM

Barash U.S.,

PhD, Professor, SE "Dnipropetrovsk national university of railway transport named after academician V. Lazaryan", accounting, auditing and intellectual property department

Martseniuk L.V.

Ph., SE "Dnipropetrovsk national university of railway transport named after academician V. Lazaryan", economics and management department

АННОТАЦІЯ

У статті авторами запропоновані структурно-логічні схеми визначення стратегії розвитку залізничного туризму, а також визначені основні економічні інтереси учасників туристичного бізнесу та окреслені основні показники економічного зростання і ефективності діяльності компаній, що використовують залізничні туристичні перевезення. В результаті запропонованих заходів очікується оновлення залізничного рухомого складу, залізничної та туристичної інфраструктури, поповнення бюджетів усіх рівнів, створення додаткових робочих місць, втримання міграційних процесів.

ABSTRACT

The article proposed logic determining the development strategy of railway tourism. Also, the basic economic interests of participants of the tourist and business performance of companies using rail freight travel. As a result, the authors proposed measures is expected to update railway rolling stock, railway and tourism infrastructure, increase in revenues from passenger traffic, improving the image of Ukraine Railways, recruitment budgets of all levels, creating new jobs, retaining migration.

Ключові слова: залізничний туризм; стратегія; туристична компанія; реформування; пасажирські перевезення

Keywords: railway tourism; strategy; travel company; reform; passenger transportation

Вступ

За часи існування Радянського Союзу залізничний транспорт приділяв значну увагу пасажирським туристичним перевезенням. Але ці перевезення були організовані тільки по широкій залізничній колії. Туристичні поїзди, в основному, не мали спеціального рухомого складу, а формувалися із звичайних купейних вагонів з

тичним перевезенням. Але ці перевезення були організовані тільки по широкій залізничній колії. Туристичні поїзди, в основному, не мали спеціального рухомого складу, а формувалися із звичайних купейних вагонів з

включенням до туристичного поїзду кількох вагонів ресторанів. Крім того, кожного літа організовувалися піонерські табори на колесах, які мали зупинки на березі моря або в інших містах відпочинку. Управління туристичними пасажирськими перевезеннями виконували пасажирські служби окремих залізниць. Вони надавали для перевезення рухомий склад, забезпечували заправку вагонів водою на час подорожі, організовували технічних супровід та поточний ремонт рухомого складу, встановлювали необхідне обладнання на місцях стоянки туристичних поїздів і організовували харчування туристів у місцевих вокзальних ресторанах.

Мета

Метою статті є побудова структурно-логічних схем визначення мети та цілей щодо стратегії розвитку залізничного туризму та вибору стратегії розвитку залізничного туризму, а також визначення основних економічних інтересів учасників туристичного бізнесу та окреслення основних показників економічного зростання і ефективності діяльності компаній, що використовують залізничні туристичні перевезення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

Незважаючи на достатню кількість публікацій у науковій вітчизняній [1-4] та зарубіжній [7-15] літературі стосовно розвитку залізничного транспорту і, зокрема, пасажирським перевезенням, проблему розвитку залізничного туризму як фактору підвищення обсягів пасажирських перевезень висвітлено недостатньо, а отже потрібно запропонувати системний, діагностичний та оптимізаційний підходи, що дозволить закласти основи комплексного дослідження умов забезпечення ефективної діяльності туристичних транспортних підприємств.

Виклад основного матеріалу

В данні часи Публічне акціонерне товариство «Українська залізниця» (ПАТ «УЗ») майже не займається туристичними перевезеннями пасажирів, оскільки в нього не вистачає пасажирських вагонів необхідної якості. Крім того, організація туристичних перевезень потребує в умовах сучасного ринку підвищеного комфорту, більшої швидкості, спеціального рухомого складу, оснащеного вакуумними або біотуалетами, кондиціонування повітря, Інтернетом, телебаченням, якісним харчуванням та ін.

Після суттєвого зменшення обсягів пасажирських перевезень у 2014-2016 роках (відсутність перевезень у Крим та на Донбас) перед залізничним транспортом постала важлива задача: відновити туристичні перевезення як ефективний фактор зниження збитковості пасажирського господарства і створити максимальний комфорт у

рухомому складі для залучення туристів різного достатку.

У теорії стратегічного менеджменту [6, с.46] сказано, що побудова будь-якої стратегії складається з 3-х основних задач:

1. Визначення сфери діяльності та формувань стратегічного бачення.

2. Постановка стратегічних цілей та завдань для їх досягнення.

3. Розробка стратегії для досягнення кінцевих цілей і результатів діяльності.

Перша задача передбачає два самостійних рішення: визначення сфери діяльності залізничного туризму та формування його стратегічного бачення.

Рішення задач 2 та 3 буде проведено нижче за алгоритмом, який представлено на рис. 1 та 2.

Стратегія розвитку залізничного туризму має на меті дві головні цілі: якісне забезпечення громадян України та інших країн туристичними послугами; супутній розвиток пасажирських залізничних перевезень.

Якщо перша мета є цілком зрозумілою, то друга є підставою для отримання ПАТ «УЗ» додатково доходу від перевезень туристів та зниження питомої ваги витрат на пасажирські перевезення від ефекту масштабу. Оскільки у вартості залізничного тарифу частка витрат на утримання та експлуатацію інфраструктури за даними форми залізничної статистики 10 зал. складає від 22 до 25 % [5], то її питома вага у вартості пасажирського квитка буде знижуватися при збільшенні додаткової кількості пасажирів, якими будуть виступати залізничні туристи.

Крім доходу від виконання функції перевезень ПАТ «УЗ» може отримати ще такі додаткові доходи: від організації туристичних екскурсій; трансферних перевезень туристів; надання готельних послуг; надання послуг з харчування; організації дозвілля туристів у вагонах (салонах, ігротеках, казино, дискотеках та ін.).

З огляду на сказане вище, місія залізничних компаній, що будуть займатися залізничним туризмом (в тому числі ПАТ «УЗ»), – це надання громадянам України та інших держав якісних туристичних послуг, до яких слід віднести (залізничні перевезення, готельне та ресторанне обслуговування, організація екскурсійного обслуговування, дозвілля та трансферних перевезень), а також забезпечення трансферних перевезень туристів для інших туристичних операторів та туристичних агентів залізничним транспортом.

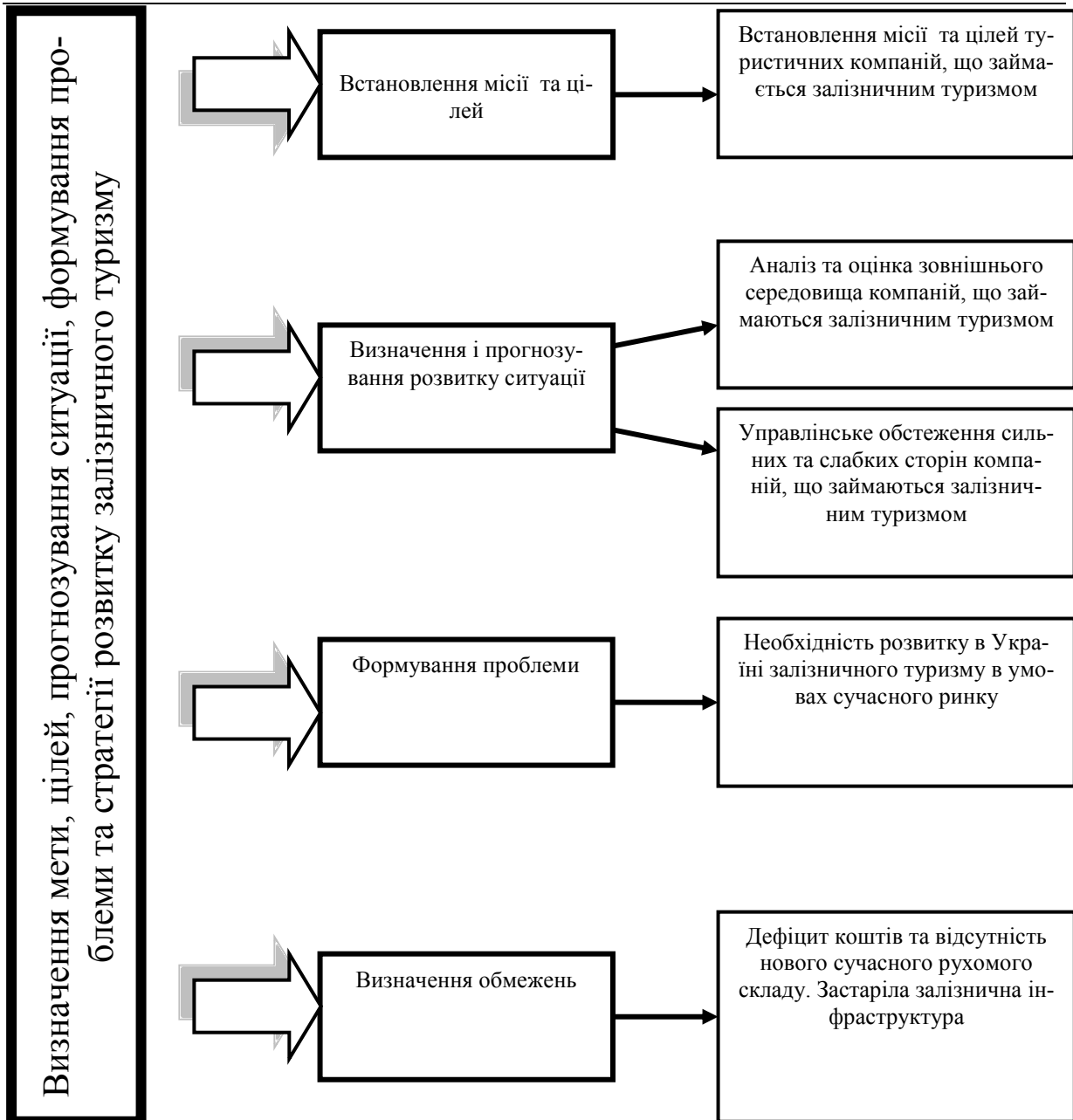


Рис. 1. Структурно-логічна схема визначення мети та цілей щодо стратегії розвитку залізничного туризму. Задача 2.

Джерело: Розробка Марценюк Л.В.

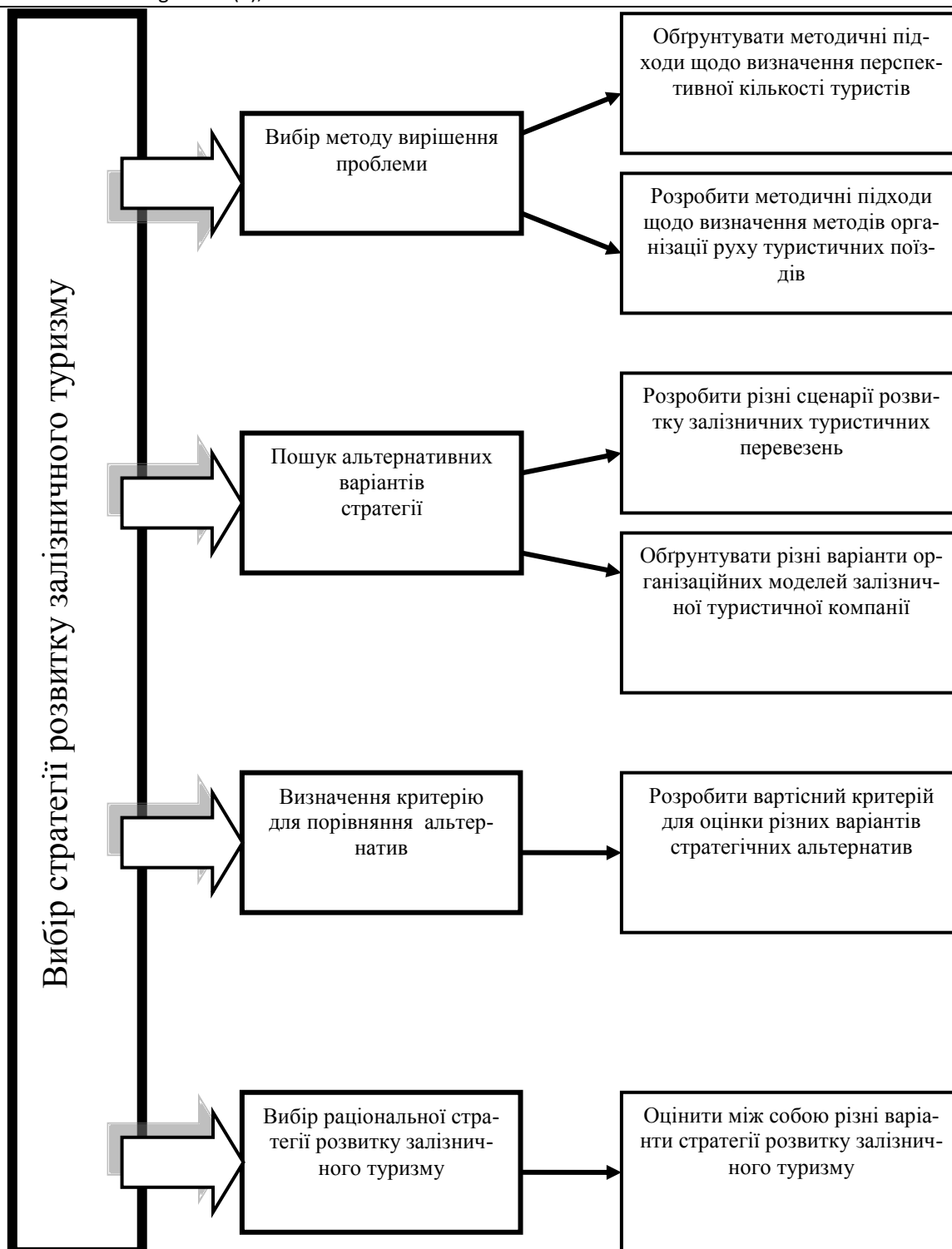


Рис. 2. Структурно-логічна схема вибору стратегії розвитку залізничного туризму. Задача 3. Джерело: Розробка Марценюк Л.В.

Відповідно до вказаної місії основними цілями залізничних компаній є:

- забезпечення комфортних умов при перевезенні туристів у сучасному рухомому складі у супроводі провідників, стюардів, технічного персоналу, поїзного гіда;
- організація харчування туристів під час подорожі у вагонах-ресторанах або вагонах баракх;
- організація ночівлі туристів у комфортних купе під час подорожі;
- організація дозвілля туристів під час подорожі у вагонах-ігротеках (дискотека) та вагонах-казино;

- організація туристичних екскурсій до туристичних об'єктів залежно від мети подорожі;
- організація харчування туристів у ресторанах, кафе, колибах та інших закладах харчування;
- організація ночівлі у готелях, апартаментах, туристичних базах та інших місцях за умови, коли екскурсія до туристичних об'єктів цього потребує;
- організація трансферних перевезень для доставки туристів на оглядові екскурсії за допомогою екскурсійних автобусів, автомобілів, водних та повітряних видів транспорту;

- організація рекламних компаній для підвищення попиту на залізничний туризм;

- організація трансферних перевезень туристів залізничним транспортом, що подорожують окремими групами і організовані іншими туристичними операторами та туристичними агентами.

Починаючи з 2016 року, Укрзалізниця почала реформувати свою організаційну структуру, за якою передбачалося утворення двох секторів: монопольного та конкурентного. До монопольного сектору була віднесена основна діяльність українських залізниць – перевезення пасажирів у далекому, регіональному та приміському сполученні, а також вантажні перевезення та організаційні структури, що їх обслуговують. До конкурентного сектору була віднесена інша діяльність, яка не пов'язана з процесами перевезень.

З погляду на сказане вище, надання туристичних послуг може бути віднесено до монопольного сектору, якщо Укрзалізниця буде займатися тільки перевезенням туристів (трансферні послуги), або до конкурентного сектору, якщо на базі Укрзалізниці буде утворена туристична компанія, яка буде займатися усім комплексом туристичних послуг.

Можливий ще варіант організації туристичних компаній, який передбачає утворення самостійних юридичних осіб, які будуть орендувати в ПАТ «УЗ» нитки графіку та у власному рухомому складі виконувати туристичні залізничні перевезення.

Для раціонального вирішення вказаних проблем необхідно розробити комплексний науково-методичний підхід, який буде включати низку наукових підходів, принципів та наукових розробок щодо реформування туристичного бізнесу в Україні з використанням існуючих широких та вузьких залізничних колій. Такої методології проведення досліджень в Україні ще не було. Така організація туристичних перевезень передбачає більш досконале знайомство з чарівною природою регіонів України, місцевими озерами, заповідниками, замками, визначними історичними пам'ятками, проживання у готелях, дегустацію вин, активний відпочинок, катання на лижах у горах та рибалку. Комплекс послуг передбачає зупинку на кілька днів у вказаних місцях на термін, який самостійно обирають туристи, а залізниця за встановленим заздалегідь графіком буде перевозити їх з одного місця відпочинку до іншого.

Нова організація туристичної діяльності передбачає наступну послідовність вирішення проблеми розвитку туристичних компаній, що використовують для бізнесу залізничні перевезення, як засіб відпочинку або трансферу (рис. 1 та 2).

За вказаними структурно-логічними схемами розробку стратегії залізничного туризму в Україні

в умовах сучасного ринку слід починати з проведення маркетингових досліджень та визначення місця залізничних туристичних перевезень на ринку туристичних послуг. Проведення досліджень туризму тільки за даними Державної служби статистики України [5], недостатньо, оскільки в ній відсутні звітні дані по кількості туристів, перевезених різними видами транспорту. Додатково обов'язково слід провести анонімне анкетування для визначення попиту на залізничний туризм.

Наступним кроком запропонованої послідовності проведення досліджень є розробка варіантів організації туристичних компаній, що використовують залізничні перевезення. Вище було сказано, що після реформування залізничного транспорту України та утворення Публічного акціонерного товариства «Українська залізниця» можливі кілька варіантів моделей організації туристичних компаній, що будуть використовувати для відпочинку, трансферу та проведення оглядових екскурсій залізничний транспорт.

У всіх власників туристичного бізнесу, що використовують залізничні перевезення, або їх контрагентів різні головні економічні інтереси (рис. 3). ПАТ «УЗ» має на меті залучення коштів від використання залізничної інфраструктури туристичними компаніями, ремонту та обслуговування їх рухомого складу, а також додаткових надходжень від допоміжної туристичної діяльності. Туристичні компанії бажають отримати дохід від використання нового виду відпочинку – залізничного туризму у рухомому складі нового покоління, що дозволяє проводити не тільки трансферні перевезення, оглядові екскурсії, а й організовувати ночівлю у комфортабельних пасажирських вагонах. Крім того, розвиток туристичної діяльності дозволяє отримати додаткові надходження у державний, місцеві бюджети та інші фіскальні органи України у вигляді різних видів податків, обов'язкових платежів та соціальних внесків.

Подальші наукові дослідження потребують розробку теоретико-методичного підходу щодо визначення кількості туристів, які можуть користуватися послугами туристичних транспортних компаній, оскільки їх чисельність суттєво впливає на доходи туристичних операторів. Це питання в свою чергу залежить від привабливості туристичного маршруту, наявності на ньому певної кількості історичних пам'яток, чарівної природи, озер, заповідників, місць активного відпочинку, готелів тощо.

Попит на туристичні залізничні подорожі залежить також від політичного клімату в країні, військових подій, рівня життя та інших факторів, які потребують додаткових досліджень.

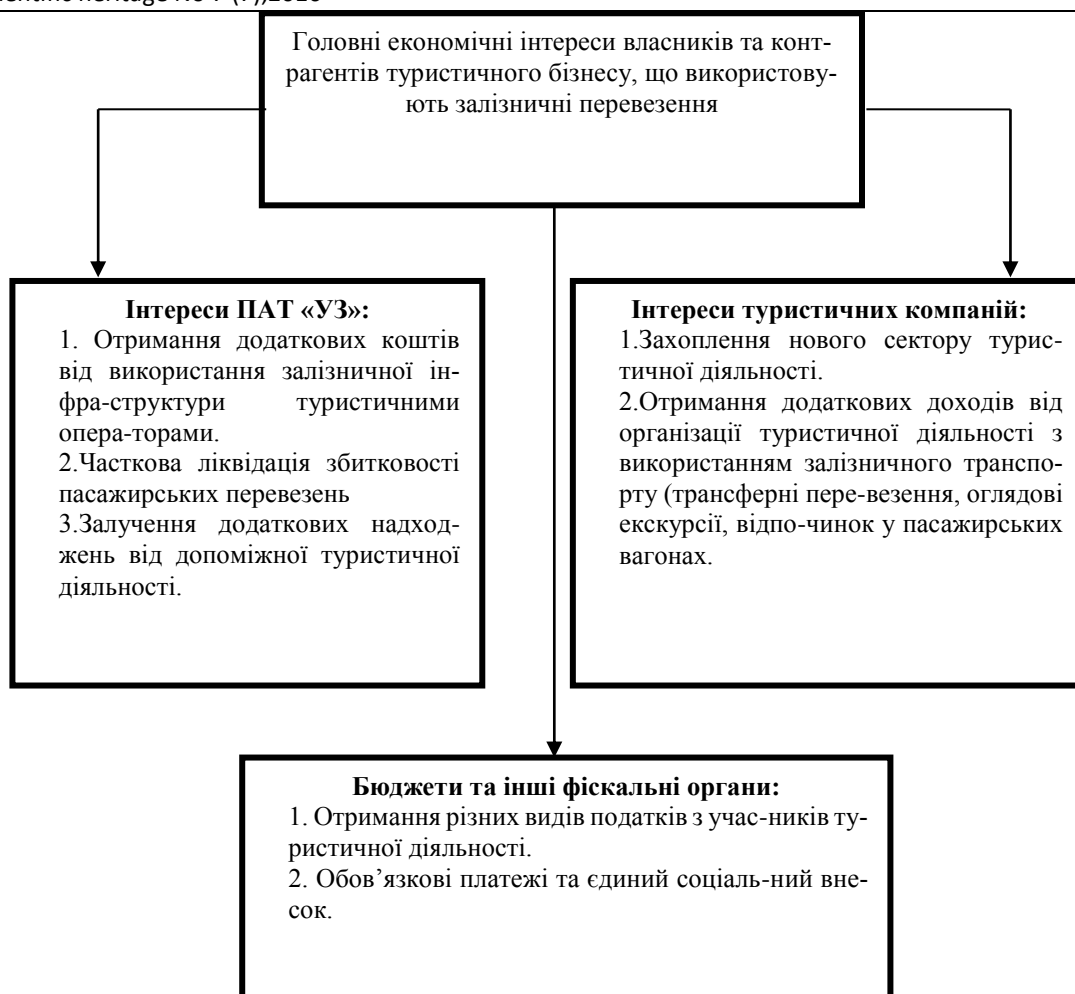


Рисунок 3.

Головні економічні інтереси учасників туристичного бізнесу. Джерело. Розробка Марценюк Л.В.

Результати

Жодна туристична компанія не буде розпочати свій бізнес без детального розрахунку свого бюджету (доходів, витрат та прибутку). Для цього слід визначити усіх учасників туристичної діяльності та витрати на їх послуги: витрати туристичної компанії складаються з таких основних складових: власні витрати компанії (матеріали, заробітна плата нарахування на заробітну плату, амортизаційні відрахування, інші витрати); оплата послуг залізничного транспорту; оплата трансферних послуг автомобільних фірм; оплата екскурсійних послуг; оплата послуг туристичних операторів; оплата послуг ресторанів; оплата послуг готелів; платежі страховій компанії; платежі до державного та місцевих бюджетів; обов'язкові платежі.

Сучасна економічна теорія і світова практика господарювання оцінюють результати функціонування економічних систем двома способами [1, с. 128]. На підставі показників *економічного зростання* (на макрорівні – динаміки обсягів валового внутрішнього продукту (ВВП), валового національного продукту (ВНП) та національного доходу (НД)) і виходячи з *ефективності виробництва* (його віддачі та результативності, що характеризує якість економічного зростання) [1].

На рис. 4 подані головні критерії оцінки економічних результатів діяльності компаній, що займаються залізничним туризмом.

Подальші дослідження, щодо організації залізничного туризму, стосуються управління туристичними перевезенням по широкій та вузькій коліям, оскільки кожні з них мають свою специфіку. Якщо туристичні подорожі по широкій колії потребують незначних організаційних змін від технологічного процесу, який існував за часи СРСР, то туристичні перевезення по вузьким коліям потребують розробку нових альтернативних варіантів управління залежно від специфіки регіону та наявності в деяких місцях залишків залізничних колій

Останнім етапом методології проведення дослідження передбачено розробка науково-методичного підходу до оцінки економічної ефективності різних варіантів розробки туристичного бізнесу та інвестицій на реалізацію інноваційних проектів. Для оцінки економічної ефективності інвестиційного проекту в цілому формується базовий сценарій, грошові потоки якого визначаються як математичні сподівання грошових потоків за сценаріями. Якщо сценарій з математичних сподівань грошових потоків не забезпечує відображення взаємозв'язку показників, що впливають на грошові потоки, за базовий доцільно обирати сценарій, грошові потоки якого найближчі до математичних сподівань.



Рис. 4. Показники економічного зростання і ефективності діяльності компаній, що використовують залізничні туристичні перевезення.

Джерело: [1] адаптовано Марценюк Л.В.

Висновки

Останнім етапом методології проведення досліджень передбачено розробка науково-методичного підходу до оцінки економічної ефективності різних варіантів розробки туристичного бізнесу та інвестицій на реалізацію інноваційних проектів. Для оцінки економічної ефективності інвестиційного проекту в цілому формується базовий сценарій, грошові потоки якого визначаються як математичні сподівання грошових потоків за сценаріями. Якщо сценарій з математичних сподівань грошових потоків не забезпечує відображення взаємозв'язку показників, що впливають на грошові потоки, за базовий доцільно обирати сценарій, грошові потоки якого найближчі до математичних сподівань.

З огляду на сказане, проблему розвитку залізничного туризму в Україні слід вирішувати за допомогою системного, діагностичного та оптимізаційних підходів, що дозволить закласти основи комплексного дослідження умов забезпечення ефективної діяльності туристичних транспортних підприємств.

Список літератури

1. Гудкова В. П. Забезпечення ефективної діяльності підприємств пасажирського транспорту в умовах соціально орієнтованої економіки [Текст] : дис. д.е.н.: спец. 08.00.04. – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / В.П. Гудкова. – Дніпро, 2015. – 498 с.
2. Дергоусова, А.О. Формування стратегії розвитку залізничного туризму [Текст] : дис. к.е.н.: спец. 08.00.04. – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / А.О. Дергоусова. – Х. : УкрДАЗТ, 2012. – 216 с.
3. Кузнецов В. Г., Пшінько П. О., Кліменко І. В., Гуменюк А. В., Загорюлько С. М. Перспективи розвитку залізничного туризму України на вузькоколіїних лініях Закарпаття. – Наука та прогрес транспорту. – Вісник Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту. – №4 (58), 2015. – С. 23-33.
4. Курган М. Як реанімувати вузькоколіїки Закарпаття. Режим доступу:

<http://tyachivnews.in.ua/novini/zakarpattya/6031-yak-reanmuвати-vuzkokolyki-zakarpattya.html>

5. Статистична інформація Державної статистичної служби України. Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>

6. Томпсон А.А.-мл., Стрикленд Ш. А. Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа. Strategic Management: Concepts and Cases. – 12-е изд. – М.: «Вильямс», 2007. – С. 328.

7. Akansha Tyagi, Rajib Lochan Dhar, Jyoti Sharma. Police culture, tourists and destinations: A study of Uttarakhand, India. *Tourism Management* 52 (2016) pp.. 563–573.

8. Anne H.J. Lee, Geoffrey Wall, Jason F. Kovacs. Creative food clusters and rural development through place branding: Culinary tourism initiatives in Stratford and Muskoka, Ontario, Canada. *Journal of rural studies* 39 (2015) pp..133-144.

9. Costanza R., Folke C. Ecological Economics and Sustainable Development. Paper prepared for the International Experts Meeting for the Operationalization of the Economics of Sustainability. Manila, Philippines. 2011. July 28-30.

10. Juan Carlos García-Palomares, Javier Gutierrez, Carmen Mínguez (2015) Identification of tourist hot spots based on social networks: A comparative analysis of European metropolises using photo-

sharing services and *GIS Applied Geography* vol. 63 pp. 408-417.

11. Khanal B. R. Tourism inter-industry linkages in the Lao PDR economy: An input-output analysis / B. R. Khanal, C. Gan, S. Becken // *Tourism Economics*. – 2014. – 20 (1). – P. 171-194.

12. Ming Ming Su, Geoffrey Wall. The Qinghai–Tibet railway and Tibetan tourism: Travelers' perspectives. *Tourism Management* 30 (2009) pp.. 650–657.

13. Nilnoppakun, A.a, Ampavat, K.a. Integrating Cultural and Nostalgia Tourism to Initiate A Quality Tourism Experiences at Chiangkan, Leuy Province, Thailand. – 2nd global conference on business, economics, management and tourism, 30-31 October 2014, Prague, Czech Republic. – *Procedia Economics and Finance* 23 (2015) 763 – 771. Available online at www.sciencedirect.com

(<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>). doi: 10.1016/S2212-5671(15)00545-6

14. Pratt S. Economic linkages and impacts across the Talc. / S. Pratt // *Annals of Tourism Research*. – 2011. – 38 (2). – P. 630-650.

15. The impacts of Australia's departure tax: Tourism versus the economy? / Forsyth P., Dwyer L., Spurr R., Pham T. // *Tourism Management*. – 2014. – 40. – P. 126-136.