

А. В. Марценюк,

к. е. н., доцент кафедри економіки та менеджменту, Дніпропетровський національний університет залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна, м. Дніпро

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ ОБСЯГІВ ТУРИСТИЧНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ЗАЛІЗНИЧНИМ ТРАНСПОРТОМ

L. Martseniuk,

Dep. "Economics and Management",

Dnipropetrovsk National University of Railway Transport named after Academician V. Lazaryan, Dnipro

MARKET RESEARCH TO DETERMINE THE VOLUME OF TOURIST TRAFFIC BY RAIL

Узагальнено проблемні та перспективні напрями розвитку туризму в Україні.

Виявлено, в умовах постійного недофінансування з боку держави залізничний транспорт України знаходиться у занедбаному стані, рухомий склад на межі зносу ресурсу, рівень сервісу не відповідає європейським вимогам.

Задля виходу із кризового стану потрібно запровадити нові послуги на залізничному транспорті та зацікавити інвесторів вкладати кошти у ці нові напрямки. Однією із нових послуг, що пропонується запровадити на залізничному транспорті, з урахуванням позитивного досвіду закордонних країн, є залізничний туризм.

Запропоновано два методичних підходи для визначення перспективної кількості туристів. Перший підхід враховує наявність залізничної інфраструктури, а другий — дозволяє розрахувати туристичний потенціал у перспективних районах, що не мають існуючої, або розвинутої туристичної інфраструктури.

У результаті запропонованих автором заходів очікується зростання пасажиропотоку на залізниці, підвищення іміджу українських залізниць, залучення додаткових коштів на оновлення застарілої інфраструктури та рухомого складу, відновлення об'єктів культурно-історичного значення, створення нових робочих місць, зниження міграційних процесів на західній Україні.

Challenges and future directions of tourism development in Ukraine.

It was revealed that transport in Ukraine is in disrepair in continuous underfunding of the state railways, the rolling stock is on the verge of overaged, level of service does not meet European requirements.

To overcome the crisis it is need to introduce new services for railway and interested investors to invest in these new areas. One of the new services offered to introduce in railways, given the positive experience of foreign countries, is the railway tourism.

Methodical approach was improved for determining determining the prospective number of tourists. The first approach takes on railway infrastructure, and the second — to calculate the tourism potential in promising areas that have existing or developed tourist infrastructure.

As a result, the author proposed measures expected to increase passenger traffic on the railroad, improving the image of Ukrainian railways to attract additional funds to upgrade outdated infrastructure and rolling stock, restore objects of cultural and historical significance, creating new jobs, reducing migration.

Ключові слова: вузькоколійна залізниця, залізничний туризм, трансфер, пасажирські перевезення.

Key words: narrow gauge railway, railway tourism, transfer, passenger transportation.

ВСТУП

Після розпаду Радянського Союзу суттєво скоротилися обсяги перевезення пасажирів по залізницях України. Кількість пасажирських вагонів, яка залишилася в інвентарному парку Укрзалізниці становила 11,5 тис. од. Але парк пасажирського рухомого складу потребує щорічної закупівлі нових вагонів, оскільки кожного року вибувають вагони, які відслужили свій термін служби — 28 років. Враховуючи відсутність інвестицій

після 1992 року пасажирські вагони майже не закупуються. Щоб частково вирішити цю проблему термін служби пасажирському рухомому складу дозволили збільшити до 41 року за умови проведення капітально-відновлювального ремонту (КВР), або капітального ремонту першого об'єму. За останні 25 років Укрзалізницею було закуплено близько 600 вагонів та 13 швидкісних поїздів, у той же час у колишньому СРСР щорічно для України закуплялось 350—400 пасажирських вагонів.

Таблиця 1. Порівняння обсягів робіт, які залізничний і повітряний транспорт та екскурсійні автобуси виконують при виробництві туристичного продукту

Вид транспорту, який виконує туристичні перевезення	Перевищення обсягів робіт повітряним транспортом та екскурсійними автобусами проти залізничного транспорту за роками, рази		
	2013	2014	2015
Залізничний туризм	1,00	1,00	1,00
Повітряний туризм	51,00	90,00	161,00
Автомобільний туризм	1,71	1,06	2,20

Джерело: [10] з доробкою автора.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Проблемами та перспективами розвитку залізничного транспорту та туризму займалися багато вітчизняних [1; 4; 5; 8; 9] та іноземних [11—20] науковців, але що стосується питань розвитку туристичних перевезень саме вузькоколійними залізницями, то цю тему майже не розкрито. Більшість робіт є або оглядовими, або пов'язані із конкретним напрямком розвитку залізниць або конкретним видом туризму. Вважаємо, що тематику визначення потенційної кількості туристів, зокрема, тих, які будуть користуватися послугами залізничного транспорту, у сучасній науковій літературі розкрито ще недостатньо, тому тема дослідження є актуальною.

МЕТА СТАТТІ ТА ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Метою статті є розробка двох методичних підходів по визначенню перспективної кількості туристів, у першому випадку, за допомогою коефіцієнтів, які враховують попит на певний вид туризму у прогнозованому році та наявність залізничної інфраструктури у цьому напрямі, а в другому — розрахунок туристичного потенціалу в перспективних районах, що не мають існуючої, або розвинутої туристичної інфраструктури.

Після 2013 року у Криму та на території Донбасу, не контролюваної АТО, залишилося багато пасажирського рухомого складу, який не працює на території Укрзалізниці. Зараз загальна кількість пасажирських вагонів у парку Укрзалізниці становить близько 4,5 тис. од. що недостатньо для перевезення звичайних пасажирів. Тому Укрзалізниця майже повністю припинила туристичні перевезення і виконує незначну частину трансферних перевезень туристів у звичайних застарілих вагонах, які не придатні для залізничного туризму.

Таблиця 2. Кількість туристів, що обслуговувалися туроператорами та турагентами у 2013 – 2015 роках

Обслуговування туристів юридичними та фізичними особами	Кількість перевезених туристів у 2013 – 2015 роках, осіб		
	2013	2014	2015
Юридичні особи			
Усього обслуговано туристів, з них:	2 810 614	2 216 957	1 814 827
В'їзні (іноземні) туристи	134 297	16 618	14 550
Виїзні туристи	2 240 427	1 925 344	1 498 412
Внутрішні туристи	435 890	274 995	301 865
Фізичні особи-підприємці			
Усього обслуговано туристів, з них:	346 544	208 132	204 749
В'їзні (іноземні) туристи	2 940	452	609
Виїзні туристи	241 948	159 929	148 978
Внутрішні туристи	101 656	47 751	55 162

Джерело: [10].

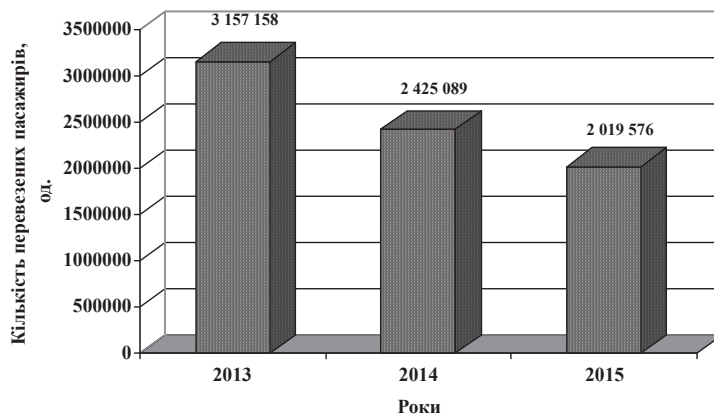


Рис. 1. Загальна кількість туристів, які були обслуговані в Україні та закордонних країнах за 2013–2015 роки

Джерело: [10].

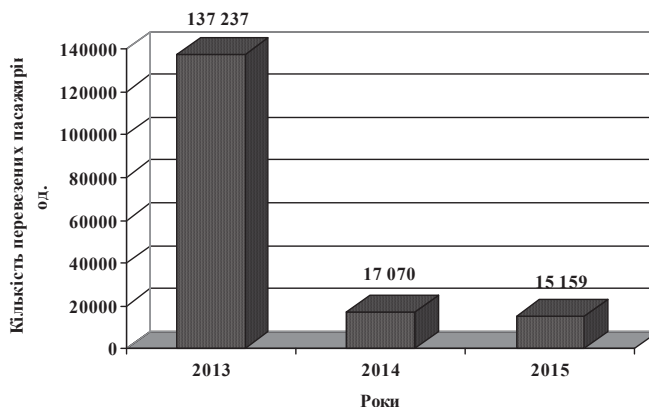


Рис. 2. Кількість іноземних туристів, що були обслуговані в Україні за 2013–2015 роки

Джерело: [10].

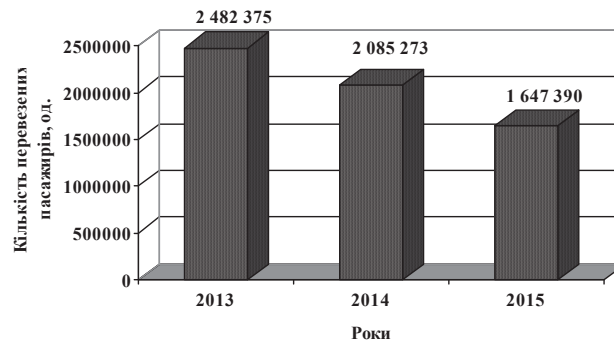


Рис. 3. Кількість виїзних туристів, що були обслужені іншими країнами за 2013–2015 роки

Джерело: [10].

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

За звітними даними Державної служби статистики України [10], у 2013–2015 роках загальна вартість туристичних перевезень, які виконуються залізничним транспортом, у тис. грн, значно поступаються повітряному транспорту (від 51 до 161 рази) та екскурсійним автобусам (від 1,71 до 2,2 рази) (див. табл. 1). При цьому обсяг робіт по перевезенню туристів залізничним транспортом складає відповідно: у 2013 році — 28679,3 тис. грн, у 2014 році — 17290,9 тис. грн, та у 2015 році — 14386,8 тис. грн.

Такий різниці між трьома основними видами транспорту, що виконують туристичні перевезення в Україні, є два пояснення:

— повітряний транспорт значно дорожче за тарифами на перевезення та виконується на дуже велику відстань;

— туристичні перевезення у межах України не користуються попитом серед громадян України.

Аналіз таблиці 2 показав, що за останні три роки (2013–2015) кількість туристів, які бажають подорожувати, суттєво знижується (рис. 1). Це пояснюється зубожінням українського населення, падінням курсу національної валюти, військовими подіями, негативним туристичним рейтингом країни.

З таблиці 2 та рисунків 1–3 випливає, що за три звітних роки кількість туристів в Україні зменшилася на 1 137 582 тис. осіб, або на 36 % в основному за рахунок виїзного туризму, який знизився на 834 985 тис. осіб. Після анексії Криму та проведення АТО на Донбасі кількість іноземних туристів скоротилася майже у 9,1 рази, а у межах України в 1,51 рази.

З огляду на сказане вище, можна зробити такі висновки:

1. Звітні роки є критичними для України, що призвели до суттєвого скорочення усіх трьох видів туризму. Особливо скоротився виїзний туризм, для якого залізничний транспорт виконує трансферні послуги

2. Оскільки життєвий рівень населення за звітні роки падає, в Україні слід розвивати внутрішній туризм, бо він значно дешевше, ніж виїзний і для цього необхідно більше впроваджувати материкові види туристичних

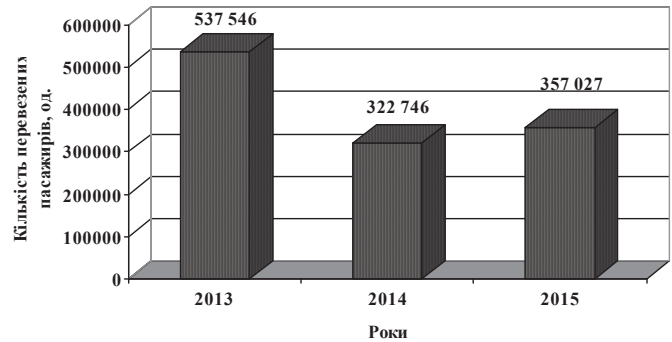


Рис. 4. Кількість внутрішніх туристів, які були обслужені в Україні за 2013–2015 роки

Джерело: [10].

подорожей — залізничний туризм та екскурсійні автомобільні перевезення.

3. Оскільки автомобільний туризм забруднює навколишнє середовище, створює багато небезпечних ситуацій, особливо в зимовий період, не може забезпечити туристів зручними та комфортними перевезеннями і додатково потребує проживання в готелях, в Україні слід більше уваги приділити залізничному туризму, який майже не має вказаних вище недоліків.

4. У той же час залізничний туризм має свої недоліки — він потребує більше коштів на організацію (закупівлю сучасних пасажирських вагонів, який коштує до 1 млн дол. США за один вагон, у той час як не новий екскурсійний автобус до 50 тис. дол. США) і менш мобільний (не може підвести туристи у деякі райони України та потребує трансферних перевезень).

Представляє значний інтерес аналіз іноземних туристів, які бажають проводити туристичні подорожі в Україні. Серед країн-прихильниць, які відвідали Україну у 2015 році, такі держави:

- | | |
|----------------------------|---------------|
| 1. Туркменістан | - 2869 осіб; |
| 2. Російська федерація | - 1619 осіб; |
| 3. Німеччина | - 1241 особа; |
| 4. Сполучені штати Америки | - 1190 осіб; |
| 5. Азербайджан | - 1075 осіб; |
| 6. Білорусь | - 894 осіб; |

Таблиця 3. Результати анонімного анкетування громадян щодо вибору виду транспорту для туристичних подорожей у межах материкової України

Вікова категорія громадян	Кількість опитаних	Частота здійснення туристичних подорожей протягом року					Приоритетний вид транспорту, який опитуваний обрав для здійснення наступних подорожей	
		1 раз	до 3-х разів	більше 3-х разів	людина не любить подорожувати	людина не має можливості подорожувати	Сучасний туристичний поїзд	Екскурсійний автобус
До 30 років	318	127	83	52	5	51	244	74
30-60 років	174	60	46	30	5	33	137	37
Старше 60 років	87	23	15	6	6	37	69	18
Разом	579	210	144	88	16	121	450	129

Джерело: розробка автора.

7. Велика Британія	- 867 осіб;
8. Республіка Молдова	- 575 осіб;
9. Литва	- 394 особи
10. Польща	- 306 осіб;
11. Туреччина	- 242 особи;
12. Грузія	- 227 осіб;
13. Ізраїль	- 232 особи;
14. Румунія	- 134 особи;
15. Італія	- 127 осіб;
16. Нідерланди	- 119 осіб;
17. Латвія	- 119 осіб;
18. Швейцарія	- 108 осіб.

У той же час країни, до яких часто подорожують мешканці України, такі:

1. Туреччина	- 432037 осіб;
2. Єгипет	- 396139 осіб;
3. Греція	- 83826 осіб;
4. Об'єднані Арабські Емірати	- 80908 осіб;
5. Болгарія	- 68239 осіб;
6. Кіпр	- 47437 осіб;
7. Іспанія	- 36476 осіб;
8. Шрі-Ланка	- 29251 особа;
9. Польща	- 28038 осіб;
10. Чорногорія	- 24584 особи;
11. Італія	- 22966 осіб;
12. Чехія	- 21858 осіб;
13. Угорщина	- 17871 особа;
14. Франція	- 16517 осіб;
15. Таїланд	- 16345 осіб;
16. Німеччина	- 14104 особи;
17. Австралія	- 11102 особи;
18. Російська федерація	- 11066 осіб;
19. Грузія	- 10487 осіб;
20. Словаччина	- 10118 осіб.

Вищенаведені дані показують, що в Україну їдуть відпочивати, в основному, представники колишнього СНД та деяких країн Євросоюзу, що розташовані поблизу кордону. В той же час громадяни України віддають перевагу подорожам в країни, де є морські курорти на різні смаки та задля знайомства з європейською культурою.

Відсутність реальних статистичних даних, які характеризують попит населення України в залізничному туризмі, спонукали автора дослідження провести анкетування щодо визначення попиту на туристичні подорожі залізничним транспортом. Була розроблена анкета і розіслана у різні регіони України.

Анкетування проводилося в період з 15 до 30 листопада 2016 року, за яким було опитано 579 осіб різних вікових категорій, статусу та матеріального забезпечення. Результати анонімного анкетування виявили такі результати (табл. 3).

На основі анкетних даних, що були проведені автором, можна зробити такі попередні висновки:

1. Більше за всіх в Україні подорожують молоді люди віком до 30 років, відсоток яких становить майже 55 %. Крім того, 16 % молодих громадян не мають матеріальної можливості подорожувати, а 1,6 % не люблять зовсім подорожувати.

2. Громадяни віком від 30 до 60 років, кількість яких складає 30 % подорожують майже у два рази менше, ніж молоді. Крім того, 18,9 % представників даної вікової категорії не мають матеріальної можливості подорожувати.

3. Група громадян віком більше ніж 60 років подорожують зовсім не активно. Загальна їх кількість складає всього 15 %, Крім того, 42,5 % цієї вікової категорії громадян не мають матеріальної можливості подорожувати, а 6,8 % не люблять зовсім подорожувати.

4. Залізничний туризм до душі майже усім віковим категоріям. 76,7 % молодих громадян вважають своїм пріоритетом для туристичних подорожей залізницю, 78,7 % мешканців України віком 30—60 років віддають перевагу туристичним подорожам у сучасних поїздах, а прихильність до залізничних подорожей у громадян віком більш ніж 60 років ще більше і складає 79,3 %.

Наведені вище данні анонімного анкетування досить щільно корегують з маркетинговими дослідженнями, які були представлені в роботі [3], в якій було опитано 3000 респондентів і було визначено:

— до залізничного туризму позитивно відносяться — 74 % респондентів, або 2210 чоловік;

— негативно ставляться до залізничного туризму — 6 % респондентів;

— не віддали переваги або підтвердили своє негативне ставлення до залізничних туристичних перевезень — 20 % респондентів.

Але в той же час прихильники залізничного туризму віддають перевагу таким видам туристичних послуг: 9 % респондентів цікавить пригодницький вид туризму, 12 % — бажають проводити відпочинок під час подорожі, 18 % — бажають подорожувати з пізнавальною метою, 10 % респондентів мають інтерес до знайомства з релігійними установами, 9 % — подорожують з лікувально-оздоровчою метою і 18 % респондентів інтересує відпочинок біля моря або річок (пляжний туризм).

За терміном подорожі по залізничним коліям 25 % респондентів віддають перевагу одноденним туристичним поїздам, нетривалими поїздам до 2,3 діб інтересується 37 % респондентів, багатоденними поїздами в туристичних поїздах цікавляться 19 % опитаних. При цьому 19 % респондентів не змогли позитивно відповісти на це питання.

РЕЗУЛЬТАТИ

На основі проведених вище маркетингових досліджень можна констатувати, що залізничний туризм має багато прихильників на ринку туристичних послуг і його необхідно розвивати, оскільки він надасть додаткового доходу Публічному акціонерному товариству "Українська залізниця", турагентам, туроператорам та суб'єктам, що здійснюють туристичну діяльність, а також місцевим органам влади.

Аналізуючи звітні дані Державної служби статистики України [10] за три роки, результати анонімного анкетування, проведених автором та Глазковим В.М. [3], можна зробити такі висновки:

1. Залізничний туризм в Україні за останні 25 років майже зник, оскільки Укрзалізниця та її правонаступник ПАТ "УЗ" не має достатньої кількості пасажирських вагонів, придатних для туристичних подорожей. Зараз залізничний транспорт виконує лише незначні за обсягом трансферні перевезення туристів.

2. Існуючі туристичні перевезення в Україні виконуються у межах матеріальної частини екскурсійними автобусами, повітряним або річковим (дуже рідко) транспортом, без надання необхідного комфорту (ночівлі, харчування та інших супутніх послуг).

3. Незважаючи на несприятливі обставини в країні (гібридна війна, зuboжіння населення, падіння курсу національної валюти, падіння обсягів туристичних послуг), в Україні існує попит на туристичні подорожі. Зараз відбувається переорієнтація напрямків туристичного бізнесу на пріоритетний розвиток регіонів Західної України, Одеській та Запорізькій областей. За даними [10] у 2015 році найбільшу кількість днів туристи провели саме у цих областях України: Львівська обл. — 365687; м. Київ — 227648; Івано-Франківська обл. — 219495; Одеська обл. — 117787.

4. Майже в усіх регіонах України є розвинута залізнична мережа, яка дозволить за допомогою залізничного туризму надати значний обсяг туристичних послуг. Оскільки у ПАТ "УЗ" зараз не вистачає коштів на закупівлю нового сучасного рухомого складу для туристичних подорожей, його можна придбати за кошти приватних компаній за умови організації державно-приватного партнерства.

Одна з цілей цієї роботи є розробка методичного підходу щодо визначення кількості туристів, які будуть користуватися залізничним туризмом. Цей підхід мусить враховувати три складові туристів:



Рис. 5. Основні фактори, що впливають на попит туристів, що бажають користуватися залізничним туризмом України

Джерело: розробка автора.

- вітчизняні громадяни, що використовують залізничний туризм у межах України (внутрішні туристи);
- іноземні громадяни, що використовують залізничний туризм у межах України (в'їзні туристи);
- вітчизняні туристи, що використовують залізничні перевезення у межах України для подальшої поїздки за кордон іншими видами транспорту (трансферні перевезення).

Зараз звітні дані Державної служби статистики України не виділяють окремо кількість туристів, які подорожують різними видами транспорту. Але кількість туристів у кожній з цих груп можна орієнтовно визначити за допомогою коефіцієнтів, які враховують попит на певний вид туризму у прогнозованому році, наявність залізничної інфраструктури у даному напрямку та зростання. В загальному вигляді ця формула має такий вид (1):

$$PKT = KPT \times K_{non} \times K_{vzi} \quad (1),$$

де PKT — прогнозна кількість туристів, яка бажає використовувати залізничний туризм, осіб;

KPT — кількість туристів у звітному році, які скористалися будь-яким видом туризму (внутрішнім, в'їзним, або трансферними перевезеннями) за даними Державної служби статистики України, осіб;

K_{non} — коефіцієнт, що враховує річний попит на туристичні подорожі залізничним транспортом, частка. Визначається за результатами статистичного аналізу кожної країни окремо;

K_{vzi} — коефіцієнт, що враховує наявність залізничної інфраструктури до туристичних об'єктів України, частка. Наявність визначається на відстані не більш одного часу їзди експресним автобусом до туристичних об'єктів.

Для визначення кількості вітчизняних туристів, що використовують залізничні перевезення у межах України для подальшої поїздки за кордон іншими видами транспорту (трансферні перевезення) слід у формулу (1) підставити звітні дані Державної служби статистики України з таблиці "Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності". Але слід зауважити, що лівова частка цих перевезень зараз виконується автомобільним транспортом для доставки туристів до аеропортів України, і цей відсоток становить майже 90 %. У перспективних розрахунках долю залізничного транспорту у цих трансферних перевезеннях можна прийняти не більше 15 %, оскільки тільки до аеропорту Бориспіль можна доставляти поїздом.

Визначення обсягів туристичних подорожей вітчизняними та іноземними громадянами, що використовують залізничний туризм у межах України по вузькоколії залізницям має свою специфіку, оскільки і цих регіонах мало туристичних об'єктів і відсутні дані Державної служби статистики України, або вони місцевими службами статистики дуже занижені. Особливість цих розрахунків наведена у інших роботах автора [2; 6; 7].

Організація вузькоколії залізничного туризму потребує значних витрат на рекламу з мальовничим представленням краси регіонів тяжіння баз відпочинку, готелів, ресторанів, колиб, спортивних споруд, видатних пам'яток, туристичних поїздів та ін. У цих умовах потрібен інший науковий підхід щодо прогнозування кількості туристів, які бажають користуватися повним комплексом туристичних послуг, оглядовими подорожами та трансфером на кілька років поспіль.

За даними Державної служби статистики за 2015 рік, регіони України можуть користуватися попитом як вітчизняних, так і закордонних туристів з різних країн світу (рис. 6). Умовно їх можна поділити на п'ять основних потоків, кожний з яких має свій туристичний потенціал.

Основа туристичного потенціалу України складають її громадяни, оскільки в останні роки відбувається переорієнтація її мешканців на відпочинок у м. Києві, Західній Україні, Одеській та Запорізькій областях замість курортів Криму, Єгипту, Туреччини.

Суттєво знизилась кількість відпочиваючих громадян Росії у 2014—2016 роках, чому спонукало обоюдне негативне ставлення росіян та українців один до одного. Туристичний потенціал туристів з Росії став дуже малим і складає всього 1619 осіб.

Ще існує певний інтерес до туристичних подорожей в Україні з боку громадян інших країн колишнього СНД, але цей потік також суттєво знизився після анексії Криму, проте з'являється незначний попит на туристичні подорожі в Закарпатський та Львівський регіони. У 2015 році в Україні відпочивало усього — 5732 особи з країн колишнього СНД.

У той же час з'явився більший інтерес до туристичних подорожей Україною з боку європейських країн, особливо з Німеччини — 1241 особа, Великої Британії — 867 осіб; Республіки Молдова — 575 осіб; Литви — 394 особи, Польщі — 306 осіб, Туреччини — 242 особи, Ізраїлю — 232 особи, Румунії — 134 особи. Дуже несподівано низький попит на туристичні подорожі Україною громадян Угорщини — всього 42 особи.



Рис. 6. Модель туристичного потенціалу України за 2015 рік для розрахунку перспективного попиту на залізничний туризм

Джерело: розробка автора.

П'ятий потік туристів з інших країн світу, які бажають подорожувати залізницями України, лише починає розвиватися. Але він вже значний і складає 2751 особу. Основу цього туристичного потенціалу складають Сполучені штати Америки — 1190 осіб, Австралія — 101 особа, Іран — 98 осіб, Японія — 95 осіб, Канада — 69 осіб та Китай 52 особи.

При цьому не слід забувати, що всі вказані потоки були б значно більшими, якби не гібридна війна та анексія Криму.

Такі суттєві зміни, які відбуваються на туристичному ринку України, потребують досконального врахування усіх показників, що впливають на визначення туристичного потенціалу самої України та її основних постачальників.

На туристичний потенціал будь-якої країни світу впливає загальна кількість, вікова структура та мобільність її населення, життєвий та культурний рівень мешканців, а також їх попит на туристичні подорожі (рис. 7). Але не всі верстви населення дають перевагу залізничному транспорту, тому в формулі 1 показані коефіцієнти, що враховують тільки ту частину населення країни, яка бажає подорожувати та відпочивати з використанням сучасних туристичних поїздів. На кількість туристів, що бажають ознайомитися з Україною впливають також фактори, основними з яких є: військові події та громадський порядок в країні, взаємні стосунки між країнами з яких туристи, рівень отриманих туристичних послуг та ін.

Востанні роки регіоном підвищеного попиту стають вузькоколіїні залізниці Закарпаття. В цей регіон у розвиток залізничної та супутньої туристичної інфраструктури бажають вкладати кошти українські та зарубіжні бізнесмени.

Подальші дослідження стосовно визначення перспективної кількості вітчизняних туристів та іноземних громадян (PKT_i), що будуть користуватися послугами залізничного туризму в Україні, слід виконувати за формулою (1) з використанням значення таких коефіцієнтів:

K_{non} — коефіцієнт, що враховує річний попит на туристичні подорожі залізничним транспортом на про-

гнозні роки, можна прийняти на рівні — 0,65, а не 77 % як це встановлено за анонімним анкетуванням, оскільки ПАТ "УЗ" зараз не має необхідної кількості рухомого складу, а приватний рухомий склад власниками компаній ще не закупується.

$K_{нз}$ — коефіцієнт, що враховує наявність залізничної інфраструктури до району розташування туристичних об'єктів України, визначається за спеціальними розрахунками шляхом ділення кількості туристичних об'єктів, до яких існують залізничні колії, на загальну кількість туристичних об'єктів в Україні. Цей коефіцієнт слід постійно змінювати, оскільки він залежить від двох параметрів:

- загальної кількості туристичних об'єктів в Україні, яка постійно змінюється;
- кількості туристичних об'єктів в Україні, до району яких підходять залізничні колії на відстань, яку автомобільний транспорт проїде не більш ніж за одну годину.

За попередніми розрахунками $K_{нз}$ на прогностичний 2017 рік слід прийняти на рівні — 0,47, а добуток обох коефіцієнтів буде дорівнювати близько 30,6 %.

Для вказаних коефіцієнтів прогностична кількість туристів, яка бажає використовувати залізничний туризм у 2017 році (крім трансферних перевезень) за формулою (1) складе:

$$PKT = (357027 + 15150) \times 0,65 \times 0,47 = 113700 \text{ осіб.}$$

Далі можна розрахувати кількість сучасних пасажирських вагонів, які слід закупити для перевезення протягом року вказаної кількості туристів.

$$КТВ = 113700 : 30 : 24 = 158,$$

де $КТВ$ — кількість сучасних пасажирських вагонів, які необхідні для перевезення розрахунком кількості туристів, од.;

30 — середня розрахункова кількість місць в одному пасажирському вагоні, од.;

24 — кількість оборотів пасажирського вагону протягом року, од.

Таким чином, для перевезення 113700 туристів залізничним транспортом потрібно протягом року 158 вагонів.

До речі, запропонований вище науковий підхід щодо визначення прогнозованої кількості туристів не завжди дає необхідний результат, оскільки вказані вище коефіцієнти розраховуються для України в цілому і не придатні для розрахунку прогнозованої кількості туристів, що бажають користуватися залізничним туризмом по вузьких коліях, або на конкретному напрямку руху широкої колії.

Крім вказаного вище методичного підходу, в перспективних районах, що не мають існуючої, або розвинутої туристичної інфраструктури, автор пропонує інший науковий підхід розрахунку туристичного потенціалу. Розрахувати прогнозовану кількість відпочиваючих у районі тяжіння таких залізниць дуже важко, оскільки остаточно не сформована туристична інфраструктура вказаного району, а саме кількість: готелів, баз відпочинку, туристичних містечок, ресторанів, місцевих пам'яток, музеїв та ін. Крім того, від місткості туристичної інфраструктури залежить кількість працюючих та місцевих мешканців, які будуть користуватися залізницею як засобом проїзду на роботу та трансфером.

Без досконалого дослідження вказаного регіону не можливо спрогнозувати кількість туристів, які будуть користуватися туристичною інфраструктурою в районі залізниць, оскільки частина цих туристичних потоків буде переорієнтовано та задіяна у новому проекті.

У цьому разі перспективну кількість туристів, які будуть користуватися вузькоколією лінією та туристичною інфраструктурою нового району можна визначати за формулою (2).

$$ПКТ = (ПКВГ + ПКOE) \cdot K_{тур.річ} + ПКПР \cdot K_{пр.річ} + ПКММ(2),$$

де ПКВГ — прогнозна кількість туристів у районі тяжіння залізниці, які протягом року будуть користуватися місцевими готелями, приватними апартаментами та залізничним трансфером, чол.;

ПКOE — прогнозна кількість туристів, які протягом року будуть користуватися залізничними оглядовими екскурсіями, чол.;

ПКПР — прогнозна кількість працюючих робітників, які обслуговують туристичні об'єкти і протягом року будуть користуватися залізницею, чол.;

ПКММ — прогнозна кількість місцевих мешканців, які протягом року будуть користуватися залізницею, визначається залежно від кількості населення, що проживає в зоні тяжіння, з урахуванням коефіцієнту, який враховує частку населення регіону, що буде користуватися цією залізницею, чол.;

$K_{тур.річ}$ — прогнозний коефіцієнт, який враховує коливання кількості туристів протягом року;

$K_{пр.річ}$ — прогнозний коефіцієнт, який враховує коливання кількості працюючих робітників протягом року.

У свою чергу прогнозна кількість туристів ПКOE, які протягом року будуть користуватися залізничними оглядовими екскурсіями на перший період 1—2 роки, можна визначити по кількості оглядових маршрутів, за якими будуть проводитися екскурсії, кількості спеціальних залізничних поїздів на кожному з них (3).

$$ПКOE = \sum_{y=1}^m ПКП_y^i \cdot n_{сеп}^i \cdot ПКМ_y \cdot m_y \quad (3),$$

де $ПКП_y^i$ — кількість туристичних залізничних поїздів на Y -му маршруті за один день, од.;

$n_{сеп}^i$ — середня розрахункова населеність i -того туристичного поїзда на Y -му маршруті за рік, чол.;

$ПКМ_y$ — кількість оглядових туристичних маршрутів у прогнозованому році, од.;

m_y — середня кількість робочих днів i -того туристичного залізничного поїзда на Y -му маршруті на прогнозний рік, день.

Прогнозна кількість туристів, які протягом року будуть користуватися місцевими готелями, приватними апартаментами та залізничним трансфером ПКВГ, може бути орієнтовано розрахована по кількості місць у готелях та апартаментах, що знаходиться у туристичній інфраструктурі, яка розташована в районі тяжіння до залізниці, з урахуванням середньорічної кількості відпочиваючих та коефіцієнта, що враховує кількість бажаючих користуватися залізничним трансфером.

$$ПКВГ = \left(\sum_{z=1}^r КМГ_z + \sum_{p=1}^w КМА_p \right) \cdot K_{ср} \cdot K_{non} \quad (4),$$

$КМГ_z$ — кількість місць в z -тому готелі, що знаходиться в зоні тяжіння залізниці, од.;

$КМА_p$ — кількість місць в p -тому апартаменті, що знаходиться в зоні тяжіння залізниці, од.;

$K_{ср}$ — коефіцієнт, що враховує середньорічну кількість відпочиваючих готелях та апартаментах, частка;

K_{non} — коефіцієнт, що враховує попит туристів на користування залізничним трансфером, частка.

Прогнозна кількість працівників готелів, ресторанів, колиб та ін працівників ПКПР, розраховується залежно від загальної кількості туристів та відпочиваючих з урахуванням коефіцієнту, що визначається їх співвідношенням у межах конкретної області.

ВИСНОВКИ

У роботі запропоновано два методичних підходи для визначення перспективної кількості туристів. Перший підхід передбачає використання коефіцієнтів, які враховують попит на певний вид туризму у прогнозованому році та наявність залізничної інфраструктури у цьому напрямі, а другий — при розрахунку туристичного потенціалу в перспективних районах, що не мають існуючої, або розвинутої туристичної інфраструктури передбачає використовувати:

— прогнозовану кількість туристів у районі тяжіння залізниці, які протягом року будуть користуватися місцевими готелями, приватними апартаментами та залізничним трансфером;

— прогнозовану кількість туристів, які протягом року будуть користуватися залізничними оглядовими екскурсіями;

— прогнозовану кількість працюючих робітників, які обслуговують туристичні об'єкти і протягом року будуть користуватися залізницею;

— прогнозовану кількість місцевих мешканців, які протягом року будуть користуватися залізницею.

Література:

1. Алешугіна Н.О. Транспортна інфраструктура як складова туристичного потенціалу України [Електронний ресурс] / Н.О. Алешугіна // Ефективна економіка. — 2009. — № 3. — Режим доступу: www/economy.nayka.com.ua/?operation=1&iid=62
2. Бараш Ю.С., Марценюк Л.В., Чаркіна Т.Ю. Визначення перспективної кількості туристів, що будуть користуватися послугами залізничних туристичних компаній. II Міжнародна міждисциплінарна науково-практична конференція "Сучасне співробітництво і партнерство в суспільстві". 1 липня 2016 року, Варшава.
3. Глазков В.Н. Железнодорожный туризм: проблемы и перспективы развития [Електронний ресурс] / В.Н. Глазков. — Режим доступу: <http://www.zdt-magazine.ru/publik/passagir/2006/sept09-06.htm>
4. Дергоусова А.О. Формування стратегії розвитку залізничного туризму [Текст]: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / А. О. Дергоусова. — Х.: УкрДАЗТ, 2012. — 216 с.

5. Дейнека О.Г. Наукові підходи до диверсифікації підприємств залізничного транспорту [Текст] / О.Г. Дейнека. — Вісник економіки транспорту і промисловості. — 2012. — № 38. — С. 163—165.

6. Марценюк Л.В. Розробка принципів визначення кількості перевезених пасажирів по залізничним вузьким коліям та доходів від цих перевезень // Технологічний аудит і резерви виробництва. — № 4 (30). — 2016. — С. 10—17.

7. Марценюк Л.В. Теоретико-методический подход к определению количества туристов, которые могут пользоваться услугами туристических транспортных компаний. Modern science — Modern Veda. — Прага. — Чеська республіка. — 2016. — №2. — С. 31—38.

8. Хаустова В.Є. Проблеми розвитку туристичної галузі в Україні [Текст] / В.Є. Хаустова, Є.Ф. Горбатова // Проблеми економіки. — 2010. — № 2. — С. 28—33.

9. Новіцька І.В. Європейський досвід у розвитку залізничного транспорту і туристичної галузі України [Текст] / І.В. Новіцька // Вісник економіки транспорту і промисловості. — 2013. — № 41. — С. 114—117.

10. Статистична інформація Державної статистичної служби України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>

11. 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.

12. Jensen M.T. (2014). Engaging with mobile methods. Tourism research and the production of the mobile. In: J. W. Megeed, B. S. Blichfeldt, L. A. Hansen, K. A. Hvass (eds.) Tourism Methodologies — New Perspectives, Practices and Procedures (pp. 77—96). Copenhagen Business School Press.

13. Jensen M.T., Scarles C. and Cohen S. (2015). A multisensory phenomenology of interrail mobilities. Annals of Tourism Research, 53, 61—76.

14. Jensen M.T. (2015). Distorted representation in visual tourism research. Current Issues in Tourism Research. DOI:10.1080/13683500.2015.1023268

15. Jensen M.T. (In second-round review). Tourism Research and Audio Methods. Annals of Tourism Research. 10: Jensen, M.T., Gyimothy, S. and Jensen, O.B. (2015). Staging interrail mobilities. Tourist Studies. DOI: 10.1177/1468797615594740.

16. 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.

17. Nilnoppakun A. Integrating Cultural and Nostalgia Tourism to Initiate A Quality Tourism Experiences at Chiangkan, Leuy Province, Thailand [Text] / A. Nilnoppakun, K. Ampavat // Procedia Economics and Finance. — 2015. — Vol. 23. — P. 763—771. doi:10.1016/s2212-5671(15)00545-6

18. Pratt S. Economic linkages and impacts across the Talc. / S. Pratt // Annals of Tourism Research. — 2011. — 38 (2). — P. 630—650.

19. Su M.M. The Qinghai-Tibet railway and Tibetan tourism: Travelers' perspectives [Text] / M.M. Su, G. Wall // Tourism Management. — 2009. — Vol. 30, № 5. — P. 650—657. doi:10.1016/j.tourman.2008.02.024

20. Tyagi, A. Police culture, tourists and destinations: A study of Uttarakhand, India [Text] / A. Tyagi, R.L. Dhar, J. Sharma // Tourism Management. — 2016. — Vol. 52. — P. 563—573. doi:10.1016/j.tourman.2015.08.008

References:

1. Alieshuhina, N. O. (2009), Transportna infrastruktura yak skladova turystychnoho potentsialu Ukrainy. Efektyvna ekonomika, 3. Available: <http://www.economy.nayka.com.ua/?operation=1&iid=62>

2. Barash, Ju.S. Marceniuk, L.V. Charkina, T.Ju. (2016), Vyznachennja perspektivnoji kiljkosti turystiv, shho budutj korystuvatsja poslughamy zaliznychnykh turystychnykh kompanij. II Mizhnarodna mizhdyscyplinarna naukovopraktychna konferencija "Suchasne spivrobotnytstvo i partnerstvo v suspiljstvi", Varshava.

3. Ghlazkov, V.N. Zheleznodorozhnyj turizm: problemy v perspektivy razvytyja // V.N. Ghlazkov. Available: <http://www.zdt-magazine.ru/publik/passagir/2006/sept09-06.htm>

4. Derhouseva, A. O. (2012), Formuvannia stratehii rozvytku zaliznychnoho turizmu. Kharkiv: UkrDAZT, 216.

5. Deineka, O. H. (2012), Naukovi pidkhody do dyversyfikatsii pidpriemstv zaliznychnoho transportu. Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti, 38, pp. 163—165.

6. Marceniuk, L.V. (2016), Rozrobka pryncypiv vyznachennja kiljkosti perevezenykh pasazhyriv po zaliznychnym vuzjkym kolijam ta dokhodiv vid cykh perevezenj. "Tekhnologicheskij audyt y rezervy proyzvodstva", 4 (30), 10—17.

7. Marceniuk, L.V. (2016), Teoretyko-metodycheskij podkhod k opredeleniyu kolychestva turistov, kotorye moghut poljzovatjsja uslughamy turistycheskyykh transportnykh kompanij. Modern science — Modern Veda. — Praha. — Chesjka respublika. 2, 31—38.

8. Khaustova, V. Ye., Horbatova, Ye. F. (2010), Problemy rozvytku turistychnoi haluzi v Ukraini. Problemy ekonomiky, 2, pp. 28—33.

9. Novitska, I. V. (2013). Yevropeyskyi dosvid u rozvytku zaliznychnoho transportu i turistychnoi haluzi Ukrainy. Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti, 41, 114—117.

10. Statystychna informacija Derzhavnoji statystychnoji sluzhby Ukrainy. Available: <http://ukrstat.gov.ua>

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

12. Jensen, M. T. (2014), Engaging with mobile methods. Tourism research and the production of the mobile. In: J.W. Megeed, B. S. Blichfeldt, L. A. Hansen, K. A. Hvass (eds.) Tourism Methodologies — New Perspectives, Practices and Procedures (pp. 77—96). Copenhagen Business School Press.

13. Jensen, M. T. Scarles, C. and Cohen, S. (2015), A multisensory phenomenology of interrail mobilities. Annals of Tourism Research, 53, 61—76.

14. Jensen, M. T. (2015), Distorted representation in visual tourism research. Current Issues in Tourism Research. DOI:10.1080/13683500.2015.1023268

15. Jensen, M. T. Tourism Research and Audio Methods. Annals of Tourism Research. 10.: Jensen, M. T., Gyimothy, S. and Jensen, O. B. (2015), Staging interrail mobilities. Tourist Studies. DOI: 10.1177/1468797615594740.

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

17. Nilnoppakun, A. Ampavat, K. (2015), Integrating Cultural and Nostalgia Tourism to Initiate A Quality Tourism Experiences at Chiangkan, Leuy Province, Thailand. Procedia Economics and Finance, Vol. 23, 763—771. doi:10.1016/s2212-5671(15)00545-6

18. Pratt, S. (2011), Economic linkages and impacts across the Talc. / S. Pratt // Annals of Tourism Research, 38 (2), 630—650.

19. Su, M. M. Wall, G. (2009, October), The Qinghai-Tibet railway and Tibetan tourism: Travelers' perspectives. Tourism Management, Vol. 30, № 5, 650—657. doi:10.1016/j.tourman.2008.02.024

20. Tyagi, A. Dhar, R. L. Sharma, J. (2016, February). Police culture, tourists and destinations: A study of Uttarakhand, India. Tourism Management, Vol. 52, 563—573. doi:10.1016/j.tourman.2015.08.008

Стаття надійшла до редакції 29.11.2016 р.