

перехід до наступного кроку генетичного алгоритму, тобто до селекції. Якщо умова зупинки алгоритму виконана, то виводиться результат роботи, тобто хромосома, яка є варіантом раціонального розподілу порожніх вантажних вагонів між станціями залізничних підрозділів.

УДК 338.48:656.2

ВАЖЛИВІСТЬ ВИЗНАЧЕННЯ НАСИЧЕНОСТІ НАПРЯМКУ ОБ'ЄКТАМИ ТУРИСТИЧНОЇ ЗНАЧУЩОСТІ ТА БАЖАННЯ ТУРИСТІВ НА ЗДІЙСНЕННЯ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТУРУ ПРИ РОЗРОБЦІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Дергоусова А.О., ст. викладач (УкрДАЗТ)

При розробці та прорахуванні доцільності туристичних напрямків залізничним транспортом необхідно виділити ті напрямки, які є насиченими об'єктами туристичного значення. А тривалість туру та кількість відвідувань об'єктів буде залежати від бажання групи туристів.

Тому запропоновано визначення коефіцієнту насиченості напрямку (туристичними об'єктами).

Насиченість – це вміст в собі граничної кількості чого-небудь.

Насиченість напрямку – наявність на досліджуваному напрямку граничної кількості об'єктів екскурсійного значення, тобто на кожній можливій зупинці на шляху слідування.

Коефіцієнт насиченості напрямку ($K_{\text{нп}}$) – показник, який характеризує ступінь насиченості досліджуваного напрямку об'єктами екскурсійного значення. Коефіцієнт насиченості напрямку об'єктами екскурсійної значущості змінюється у межах від $0 \leq K_{\text{нп}} \leq 1$.

Ще одним важливим фактором впливу на організацію залізничних турів є залежність тривалості туру від його вартості, оскільки споживачі звертають увагу на співвідношення цих категорій. Також це впливає в остаточному підсумку на попит на подорожі в певний туристичний регіон – схильність людини до подорожей або величина опору зв'язку між початковим пунктом подорожі і місцем призначення.

Тобто на попит на подорожі впливає як час (термін) подорожі, так і її вартість. Тому виділено *коефіцієнт опору* ($K_{\text{оп}}$) туристів на здійснення подорожі в певний регіон. Це бажання туристів на здійснення певного залізничного туру. Для визначення $K_{\text{оп}}$ необхідно знати термін подорожі в певний регіон, тобто термін залізничної подорожі та

вартість залізничного туру в цей регіон. Відповідно, знаходимо відношення терміну туристичної подорожі до вартості залізничного туру і отримуємо значення $K_{\text{оп}}$.

Коефіцієнт опору туристу змінюється у межах від $0 \leq K_{\text{оп}} \leq 1$. При розрахунку коефіцієнту опору відповідно необхідно знати значення часу перебування у подорожі і її вартість. Однак не весь цей час турист знаходиться безпосередньо на туристичному обслуговуванні, адже певний час у нього йде на сон, харчування, перевезення до туристичного об'єкту та інші побутові послуги, тому варто визначитися саме з часом перебування туристу на туристичному обслуговуванні, тобто виділити споживчі туристичні години.

Споживчі туристичні години – це час, в який людина готова сприймати туристичну інформацію та приймати туристичне обслуговування. Якщо в добі 24 години, то 12 годин з них турист готовий безпосередньо до сприйняття туристичного обслуговування.

Також варто відзначити, що крім тривалості подорожі, одним із вирішальних факторів, який приваблює клієнтів до залізничного туризму, є варіювання екскурсій, що пропонуються, в залежності від пори року.

УДК 339.564:656.2

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕКСПОРТУ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ

Дикань О.В., к.е.н., доцент (УкрДАЗТ)

В умовах поглиблення світових інтеграційних процесів перед Україною постає завдання збільшення експортного потенціалу та гармонізації структури експорту. Особливу роль у цьому повинен відігравати транспорт. Експорт транспортних послуг повинен стати такою ж важливою складовою частиною валового національного продукту, як і експорт товарів.

У соціально-економічному розвитку нашої країни важливу роль має відігравати використання можливостей її транзитного потенціалу, що дозволить ефективно використовувати резерви провізних можливостей національної транспортної системи, стимулювати її відтворення та вдосконалення.

Нажаль на сьогоднішній день Україна втрачає можливість стати транзитною державою. Пов'язано це із низкою економічних, політичних та соціальних питань, вирішити які нажаль доки не вдається.

Проте, на нашу думку, для підвищення експорту транспортних послуг і забезпечення конкурентоспроможності транспортного сектора