

УДК 338.48 (477)

Ю. С. БАРАШ¹, Л. В. МАРЦЕНЮК^{2*}, Т. Ю. ЧАРКІНА²¹ Каф. «Облік, аудит та інтелектуальна власність», Дніпропетровський національний університет залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна, вул. Лазаряна, 2, Дніпро, Україна, 49010, тел. +38 (067) 631 93 02, ел. пошта ubarash@mail.ru^{2*} Каф. «Економіка та менеджмент», Дніпропетровський національний університет залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна, вул. Лазаряна, 2, Дніпро, Україна, 49010, тел. +38 (093) 934 18 03, ел. пошта rwinform1@rambler.ru, ORCID 0000-0003-4121-8826² Каф. «Економіка та менеджмент», Дніпропетровський національний університет залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна, вул. Лазаряна, 2, Дніпро, Україна, 49010, тел. +38 (067) 914 05 04, ел. пошта charkina@i.ua

УДОСКОНАЛЕННЯ ПОНЯТІЙНО-КАТЕГОРІАЛЬНОГО АПАРАТУ ТЕОРІЇ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТУРИЗМУ

Мета. Для підвищення ефективності роботи залізничного транспорту в умовах сучасного ринку автори пропонують розвивати в Україні залізничний туризм. Метою статті є узагальнення основних теорій стосовно залізничного туризму та трансферних перевезень. **Методика.** Автори пропонують нове термінологічне визначення залізничного туризму та супутніх з ним трансферних перевезень різними видами транспорту, що дозволить більш повно окреслити перелік туристичних послуг, які отримують туристи упродовж залізничної туристичної екскурсії. **Результати.** У результаті запропонованих авторами заходів очікується зростання пасажиропотоку на залізниці, підвищення іміджу українських залізниць всередині країни та за її межами, залучення додаткових коштів на оновлення застарілої інфраструктури та рухомого складу, відновлення об'єктів культурно-історичного значення, створення нових робочих місць, стримування міграційних процесів на Західній Україні. **Наукова новизна.** Вперше запропоновано нове термінологічне формулювання залізничного туризму, яке уточнює термінологію, що існувала до переходу залізниць на ринкові відносини, а також надано удосконалене поняття «трансферні перевезення». **Практична значимість.** Удосконалене трактування термінів «залізничний туризм» та «трансферні перевезення» дозволить суб'єкту господарювання врахувати надання туристичних послуг поза межами поїзда (готелями, апартаментами, ресторанами, кав'ярнями та іншими об'єктами туристичної інфраструктури).

Ключові слова: залізничний туризм; оглядові екскурсії; туристичний маршрут; трансфер; життєвий простір.

Вступ

Як тільки людина народжується, вона має дуже обмежений життєвий простір, кордонами якого є колиска. Поступово дитина підрастає і її життєвий простір розширюється – спочатку до меж кімнати, двору, потім дитячого садка, вулиці, школи тощо. Далі молода людина може вільно пересуватися містом (разом з батьками або сама), подорожувати теренами своєї батьківщини, а потім знайомитися з іншими країнами. Таким чином до певного віку життєвий простір людини постійно розширюється, але після набуття певного досвіду та формування світогляду, як правило, у похилому віці людина починає його звужувати, змінюючи цілі своїх подорожей та кількість поїздок. Умовно сказати вище можна зобразити графіком на рис. 1.

Мета

Метою статті є огляд понятійно-категоріального апарату теорії залізничного туризму та у зв'язку з переходом залізниць на ринкові умови нове термінологічне формулювання понять «залізничний туризм» та «трансферні перевезення».

Аналіз останніх досліджень та публікацій

Термін «життєвий простір» було введено в науковий обіг наприкінці 30-х років XX століття К. Хаусхофером. Він пов'язував його з геополітичними проблемами. Використання цього терміна в теоріях географічного детермінізму й геополітики пов'язано із синтезом ідей життя та цивілізаційного простору. У роботах класи-

ків геополітики простір – це безперервне життєве тіло етносу, здатне до розширення чи стиснення залежно від дій держави [26].

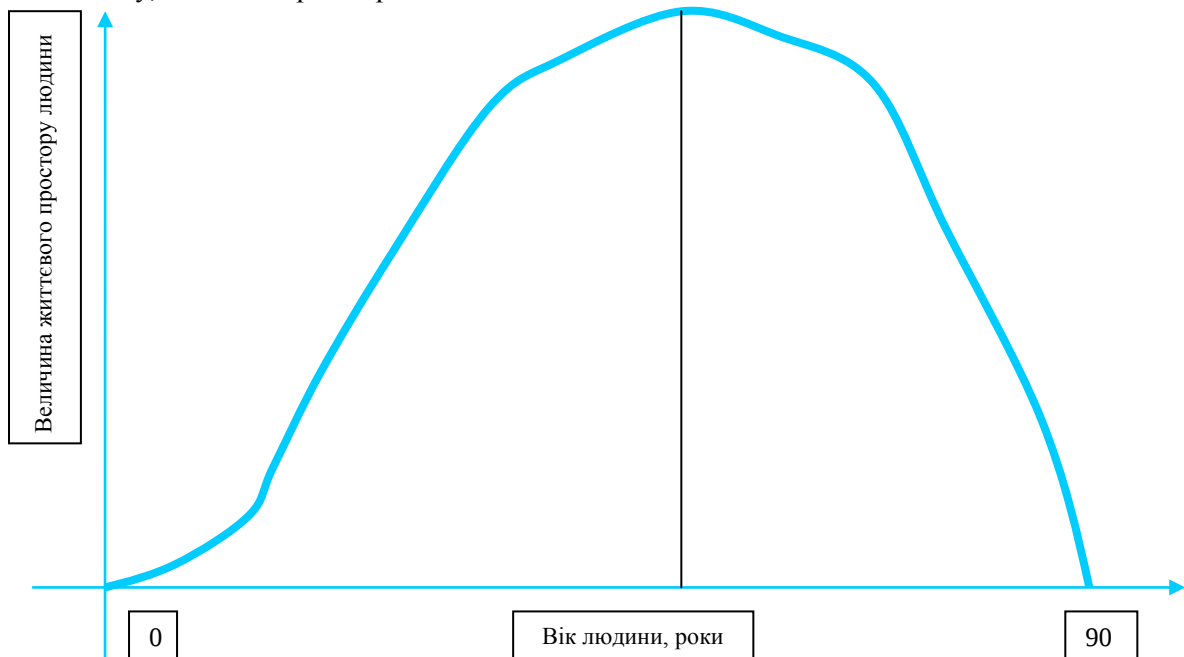


Рис. 1. Графік зміни життєвого простору людини впродовж її життя Джерело: розроблено авторами

Поняття «життєвий простір» було запропоноване К. Левіним у концепції топології та теорії поля [16], у якій було зроблено спробу об'єднати два підходи:

- дослідження сприйняття простору як сукупності об'єктів у гештальт-психології;
- дослідження «особистісного» простору як сфери ідентичності індивіда в психоаналітичній психології. У цьому аспекті теорію К. Левіна можна інтерпретувати як «Я в сприйманому просторі».

Він зображував життєвий простір у вигляді овалу, у центрі якого розташоване коло, що символізує внутрішній світ людини. Таким чином, життєвий простір охоплює особистість і її психологічне оточення, які утворюють єдине психологічне поле. Отже, К. Левін вважав, що життєвий простір – це сукупність співіснуючих та взаємопов'язаних факторів, які визначають поведінку індивіда в конкретний час.

Іноді життєвий простір називають психологічним простором. На думку І. П. Шкуратової [24], життєвий простір підпорядковується психологічним законам, які суттєво відрізняються від фізичних. Вона вважає, що життєвий простір особистості визначається не стільки матеріальними благами, скільки знаннями про світ і

можливістю впливати на процеси, які в ньому відбуваються. Вона стверджує, що розміри життєвого простору не є постійними: вони можуть збільшуватися в міру дорослішання, досягають свого максимуму в середні життя й поступово зменшуються до старості.

На переконання О. О. Бодальова, характеристика життєвого простору проявляється в таких явищах [2]:

- масштабності простору, вираженій у тому, що залишається в пам'яті й актуалізується у свідомості людини з навколишньої дійсності;
- рівня пов'язаності змістовного наповнення життєвого простору минулим і майбутнім;
- прямій залежності того, що містить у собі життєвий простір, від сформованості особистості людини.

Чинниками, що визначають ці характеристики, на думку О. О. Бодальова, є вікова категорія, а також природно-соціальне оточення, професія, освіченість, статус, спосіб життя, індивідуальні особливості.

Дж. Келлі [11] істотно підкріпив уявлення дослідників про індивідуальний характер образу світу, розробивши теорію особистісних конструктів. Вона базується на методології конструктивного альтернативізму, згідно з

якою кожна людина сприймає світ по-своєму. Одиницями цієї системи є критерії, за якими людина порівнює й оцінює об'єкти навколишньої дійсності. Дж. Келлі стверджує, що на нас впливають не події, а наша інтерпретація цих подій, яка залежить від нашої системи уявлень.

Ю. М. Швалб [22, с. 217] дає таке тлумачення простору: «Простір – це місце докладання зусиль людини, скерованих на осмислену й цілеспрямовану зміну умов власного існування».

У свою чергу, К. Уїлбер [19, с. 152], досліджуючи життєвий простір, зробив припущення, що проблеми, які виникають у конкретної особистості, прямо залежать від того, де вона проводить межу між собою та дійсністю. Чим ширша сфера самоотождотчення, тим більшу частину світу людина визнає своїм.

Важливе значення для нашого дослідження мають також роботи німецького психолога гу-

маністичного спрямування Х. Томе [27]. Він стверджує, що індивід перебуває в постійній взаємодії з навколишнім світом, насамперед соціальним. Людина весь час щось створює у світі та в результаті такої єдності зі світом одночасно перетворює щось у собі.

Проаналізувавши поняття «життєвий простір» у філософсько-психологічному аспекті, ми з'ясували, що останнім часом зростає науковий інтерес до вивчення особистості як суб'єкта власної життєдіяльності для розуміння взаємозв'язків людини та її зовнішнього оточення.

З огляду на сказане виникає запитання: «Чи можна впливати на зміну величини життєвого простору людини і що для цього потрібно?». Безперечно, людина може збільшити свій життєвий простір, подорожуючи з будь-якою метою. Отже, допомогти їй у цьому може туризм або ділові та інші подорожі (рис. 2).

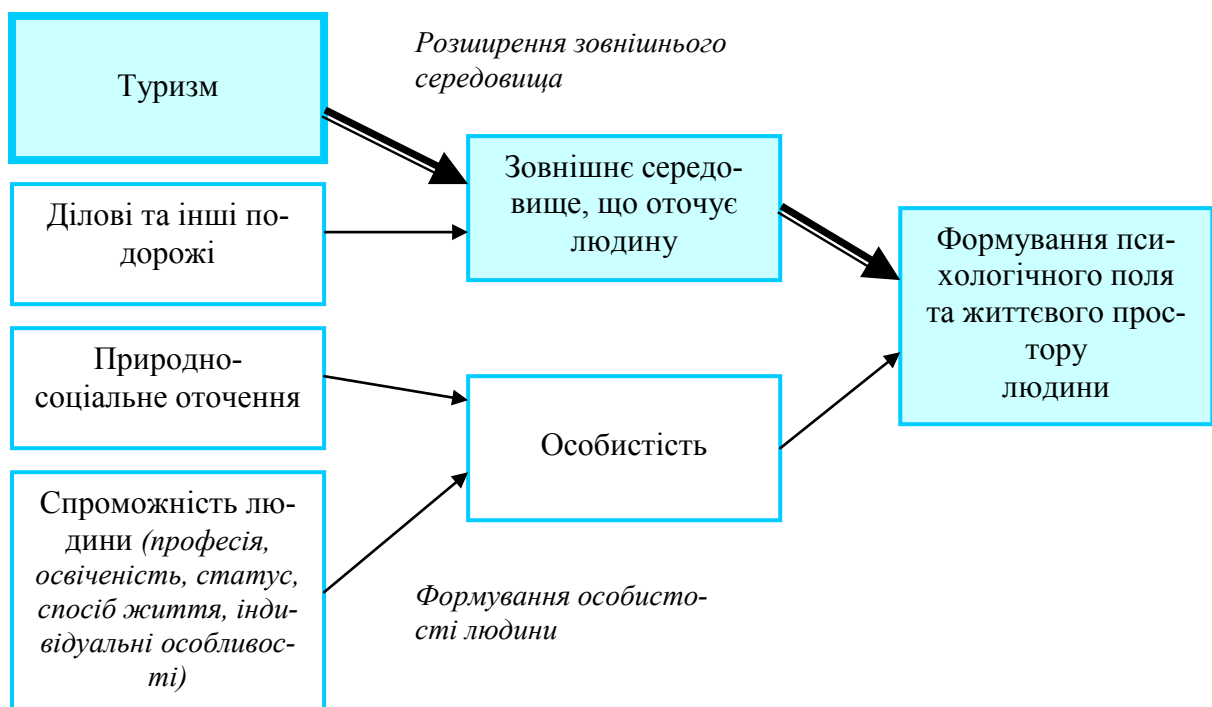


Рис. 2. Туризм як спосіб розширення життєвого простору людини Джерело: розроблено авторами

Впровадження нової стратегії – розвитку залізничного туризму на ринку – є інноваційним процесом. Тому слід дослідити його з наукових позицій.

Термін «інновація» (з англ. *innovation*) означає нове науково-технічне досягнення, нововведення як результат новизни. Узагальнивши теоретичні дослідження, розпочаті українським

вченим-економістом світового рівня Михайлом Туган-Барановським, австрійський вчений Йозеф Шумпетер на початку XX ст. вперше ввів у науковий обіг терміни «інновація» та «інноваційний процес». У праці «Теорія економічного розвитку» (1911) він визначає п'ять типів нових комбінацій змін, або інновацій [25]:

- виробництво нового продукту чи відомого продукту в новій якості;
- впровадження нового методу виробництва;
- освоєння нового ринку збуту;
- залучення для виробничого процесу нових джерел сировини;
- здійснення реорганізації (уведення нових організаційних форм).

Таким чином, предметом цих змін можуть бути: продукти, технологічні процеси, сировина, організація виробництва та нові ринки збуту. Згодом Й. Шумпетер публікує працю «Ділові цикли», де робить висновок, що «інновація означає зсув (зміщення) кривої граничної продуктивності». Характерно, що в майбутніх наукових дослідженнях основою будь-яких міркувань щодо поняття «інновація» стало саме це класичне визначення, запропоноване австрійським вченим.

Досить активно проблемами інновацій вчені почали займатися в 60-ті роки ХХ ст. – у період прискорення розвитку науково-технічного прогресу. Подальше вивчення питань інноваційної діяльності, започатковане Й. Шумпетером, здійснювали Дж. Брайт та його послідовники. Нині ця проблема вилилася в бурхливий потік досліджень таких вчених, як В. Александрова, П. Беленький, А. Бодюк, А. Власова, О. Водачкова, І. Гесць, Н. Гончарова, М. Долішній, Р. Іванух, С. Ільєнкова, Н. Красиокутська, Л. Колобова, О. Кузьмін, О. Лапко, А. Кутейников, Д. Львов, С. Покропивний, Б. Санто, Б. Твісс, В. Терехов, М. Чумаченко, А. Чухно та ін.

Методика

Досліджуючи варіацію основних понять інноваційної діяльності, розуміємо, що вживання терміна «інновація» дуже багатогранне: від занадто узагальнених (широких) трактувань до специфічних (звужених), які стосуються здебільшого технічних нововведень. Варто зазначити, що з розширенням підходу до аналізу цього терміна його визначення стає менш чітким.

У результаті виконаних досліджень можна зробити висновок, що існують два основні підходи щодо тлумачення цього терміна. Низка вчених розглядає інновацію саме як процес упровадження нових виробів, технологій, методів організації виробництва і праці та методів управління. Інші тлумачать інновацію як про-

дукт, тобто як результат процесів упровадження нової техніки, технології, нового методу.

Отже, невід'ємною ознакою інновації є науково-технічна новизна та можливість практичного застосування у виробництві. Можливість комерційної реалізації задуму є потенційною властивістю, для досягнення якої потрібні певні зусилля і час. У ринковій економіці основними складовими інноваційної діяльності є нововведення.

Нововведення передбачає вкладання коштів у економіку, завдяки чому відбувається приріст наукових досягнень. При втіленні в життя це пов'язується з таким поняттям, як інноваційно-інвестиційний процес. Проміжок часу, починаючи від появи ідеї до закінчення періоду використання нововведення (інновації), визначають як життєвий цикл інновації, який з урахуванням послідовності виконання робіт є інноваційним процесом.

Інноваційний процес – це комплекс етапів, стадій, дій, пов'язаних з ініціюванням, розробленням і виготовленням продукції, технологій, що мають нові властивості, які ефективніше задовольняють існуючі потреби або такі, що з'являються чи можуть з'явитися. Складовою інноваційного процесу, що поєднує науку, техніку, підприємництво тощо, є інноваційна діяльність.

Інноваційна діяльність – це комплекс практичних дій, спрямованих на використання науково-технічних результатів для отримання нових або поліпшення існуючих виробів, технологій, методів управління тощо [4].

Для ефективного впровадження інноваційного проекту потрібні три обов'язкові умови. Першою з них є наявність підкріпленого купівельною спроможністю попиту, фактичного чи потенційного, або ж можливості формування попиту (для принципово нових послуг, серед яких і є залізничний туризм), тобто наявність ринкового потенціалу, який визначає можливість ринку сприйняти інновації певного типу і спрямованості, що може розробити й запропонувати на ринку конкретний товаровиробник.

Якщо проаналізувати статистичні дані з туристичних перевезень за останні роки, то можна виявити негативну тенденцію, яка полягає у суттєвому зменшенні залізничних туристичних послуг. Після 1991 року вони майже зникли, за винятком незначних обсягів трансферних перевезень туристів до туристичних об'єктів. Це

пояснюється відсутністю спеціалізованого рухомого складу для туристичних перевезень, який виконує функції готелю (наявність у вагонах зручних купе для відпочинку пасажирів, душових кімнат, вакуумних туалетів, систем кондиціювання повітря, телебачення, Інтернету) та ресторану, а також дефіцитом звичайних купейних вагонів, які можна використовувати для туристичних перевезень низької цінової категорії.

Маркетингові дослідження, які були виконані Дніпропетровським національним університетом залізничного транспорту, показали, що в Україні є певний попит на туристичні перевезення залізничним транспортом, оскільки вони надійніші, безпечніші та комфортніші за автомобільні. Крім того, зараз є попит на залізничний туризм в Україні з боку європейських країн і є потенційні інвестори, які бажають вкласти кошти в будівництво вузькоколіїсних туристичних залізниць Закарпаття.

Другою умовою є можливість втілення досягнень науки і техніки в конкретні послуги, здатні задовольнити запити споживачів – інноваційний потенціал розроблювача інновацій. На сьогодні наукові розробки з впровадження в Україні залізничного туризму майже відсутні, оскільки Укрзалізницю та її правонаступника ПАТ «УЗ» ця проблема не цікавить і на ці інновації зовсім не виділяють кошти. Проте в Дніпропетровському національному університеті залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна було виконано науково-дослідну роботу [7] щодо впровадження в Україні залізничного туризму, зроблено економічне обґрунтування цих досліджень, які показали їх економічну ефективність, що спонукало Верховну Раду України видати Постанову «Про рекомендації парламентських слухань на тему: «Розвиток туристичної індустрії як інструмент економічного розвитку та інвестиційної привабливості України» [17].

Третьою умовою є технічна й економічна можливість інноватора розробити, виготовити і просувати інновації на ринку, а також їх економічна доцільність – виробничо-збутовий потенціал. Щодо технічної та економічної можливості в Україні є значний потенціал, а саме: кілька вагонобудівних заводів, які можуть якісно вирішити проблему будівництва вагонів нового покоління для перевезення туристів. Є також пропозиції від закордонних інвесторів щодо

проектування та будівництва спеціалізованого туристичного поїзда в їх країнах.

Таким чином, стратегія розвитку залізничного туризму в Україні має шанси на успіх, оскільки наявні всі три складові інноваційного процесу (рис. 3).

Дослідження суспільного розвитку в Україні показало, що воно не є рівномірним. Спостерігаються досить тривалі періоди уповільненого розвитку, що відбувається зараз, під час проведення антитерористичної операції на Донбасі та анексії Криму, а нововведення (в основному, поліпшуючі, оскільки радикальні нововведення, що випереджають час, не знаходять застосування) лише незначним чином змінюють їх.

Звідси виникає багато запитань, що пов'язані з нестабільним зовнішнім середовищем та недосконалим ринком у країні:

1. Чи своєчасно зараз займатися стратегічним розвитком залізничного туризму?

2. Чи є необхідні кошти для реалізації інноваційного проекту, пов'язаного із залізничним туризмом?

3. Чи готовий сучасний ринок до реалізації інноваційного проекту?

Для їх вирішення скористуємося моделлю циклічності соціально-економічного розвитку, що була вперше запропонована М. Кондратьєвим [12]. Дослідник причину циклічності (великих циклів кон'юнктури, або довгих хвиль Кондратьєва тривалістю 40–60 років) вбачав у науково-технічних відкриттях і можливості їх застосування.

На основі аналізу величезних масивів статистичної інформації за період 100–150 років стосовно динаміки цін, заробітної плати, відсотка на капітал, обігу зовнішньої торгівлі, цін на золото, обсягів виробництва промислової продукції тощо вчений розробив цілісну теорію, яка пояснює хвилеподібні коливання економічної динаміки трьох видів – короткі цикли (3–3,5 роки), середні цикли (7–11 років), великі цикли (54–55 років), а також загальний тренд розвитку економіки за аналізований період (рис. 4).

Згідно з М. Кондратьєвим, циклічний розвиток соціально-економічних процесів є закономірним явищем. Він, безперечно, пов'язаний з науково-технічним прогресом і спричинений різного роду нововведеннями, які розподіляються в часі нерівномірно й з'являються групами (кластерами), при цьому науково-технічні

зміни тісно пов'язані із соціально-економічними.

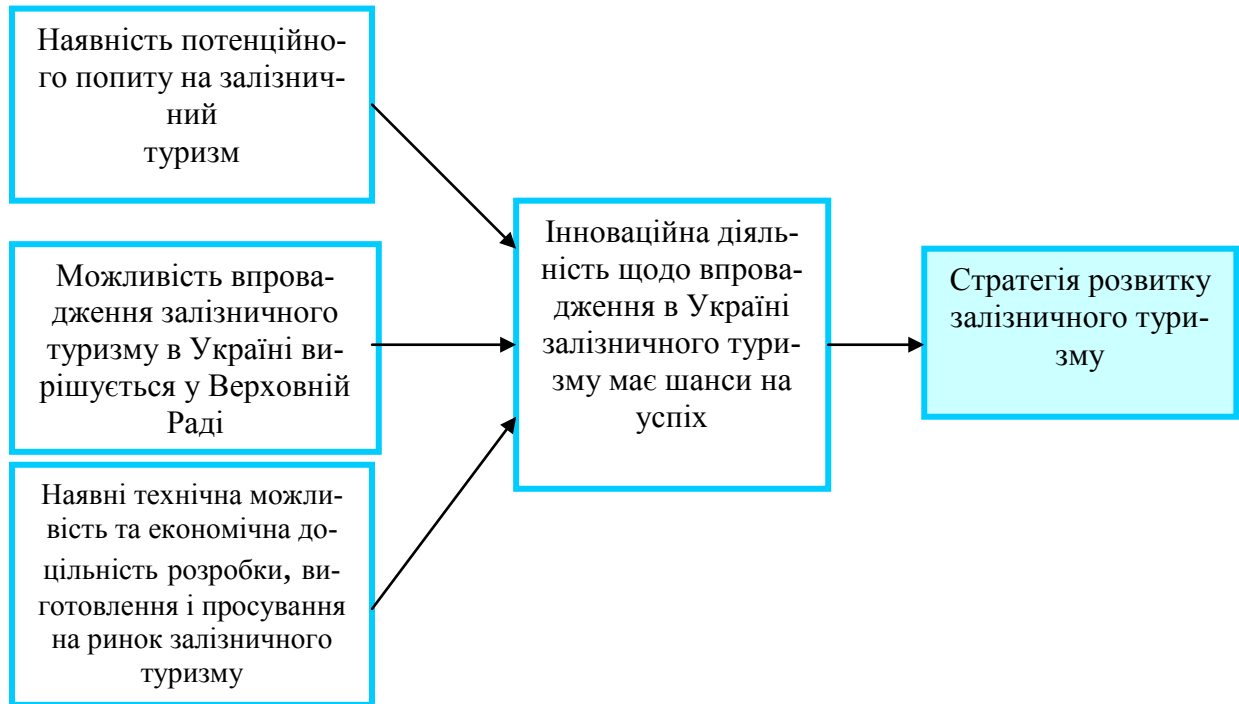


Рис. 3. Інноваційна стратегія розвитку залізничного туризму в умовах сучасного ринку. Джерело: розробка авторів

На рис. 4 показано три довгі хвилі (цикли) розвитку кон'юнктури, виділені безпосередньо М. Кондратьєвим (І-ІІІ), хвиля ІV, яка спостерігалася відповідно до прогнозу М. Кондратьєва в недалекому минулому, хвиля V, що триває в наш час. Показано також цикли відповідних їм технологічних укладів, опускаючи гіпотетичний (прогнозний) VI, основи якого тільки формуються. Як впливає з рис. 4, кожний з виділених технологічних укладів містить залишки минулого, основи поточного й паростки майбутнього укладів. Позначено роки, що приблизно відповідають середині циклу. Кожна хвиля складається з двох частин: висхідної (пожвавлення та підйом); спадної (рецесія, депресія).

М. Кондратьєв у своїй роботі «Довгі цикли кон'юнктури» [12] зазначав, що хвилеподібні рухи являють собою процес відхилення від станів рівноваги, до яких прагне економіка. Він показав, що існує кілька рівноважних станів, порушення яких викликає різні хвилеподібні рухи:

1. Рівновага «першого порядку», пов'язана з ринковим попитом та пропозицією. Відхилення від неї породжують короткострокові ко-

ливання з періодом 3–3,5 роки, тобто цикли зміни товарних запасів.

2. Рівновага «другого порядку», яка досягається в процесі формування цін виробництва шляхом міжгалузевого переливання капіталу, вкладеного головним чином в устаткування. Відхилення від цієї рівноваги і її відновлення М. Кондратьєв пов'язує із циклами середньої тривалості.

3. Рівновага «третього порядку» стосується «основних капітальних благ»: виробничих споруд, інфраструктурних споруд, кваліфікованої робочої сили, яка обслуговує конкретний технічний спосіб виробництва. Запас основних капітальних благ повинен перебувати в рівновазі з усіма факторами, що визначають існуючий технічний спосіб виробництва, зі сформованою галузевою структурою виробництва, існуючою сировинною базою й джерелами енергії, цінами, зайнятістю й суспільними інститутами, станом кредитно-грошової системи і т.д. Періодично ця рівновага порушується й виникає необхідність створення нового запасу «основних капітальних благ», які б задовольняли новий технічний спосіб виробництва,

що складається. Згідно з М. Кондратьєвим, таке відновлення «основних капітальних благ», що відображає рух НТП, відбувається не плавно, а

поштовхами і є матеріальною основою довгих хвиль кон'юнктури.

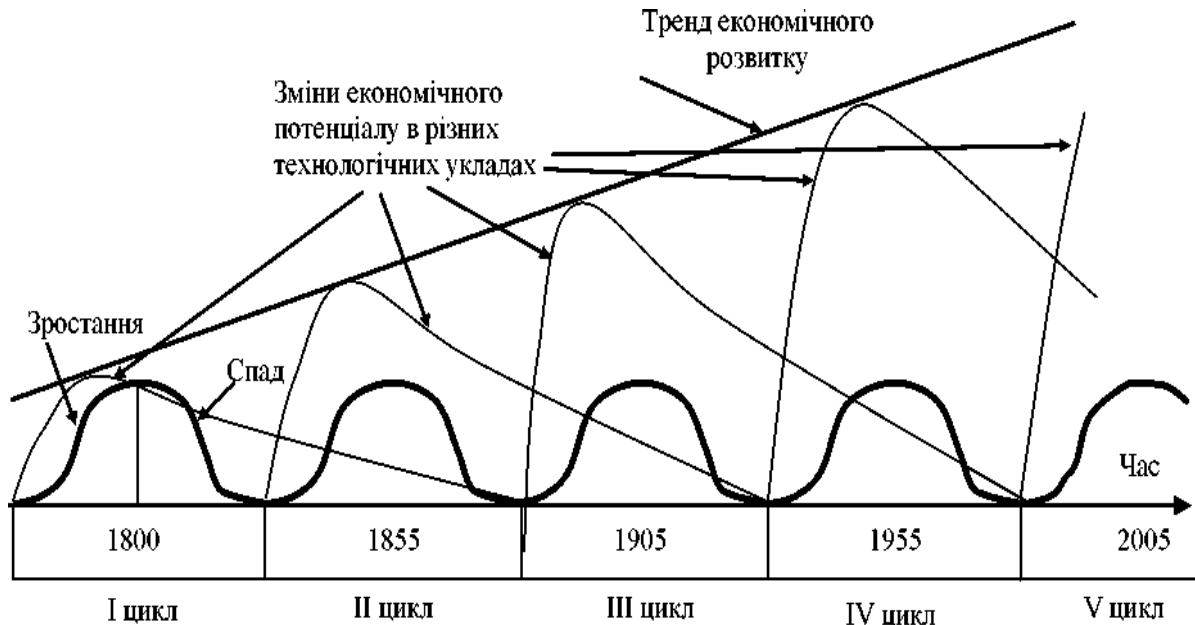


Рис. 4. Цикли Кондратьєва. Джерело: [12]

М. Кондратьєв показав, що перед початком висхідної частини довгої хвилі спостерігаються значні зміни умов господарської діяльності: поширення техніко-технологічних інновацій, зміни умов грошового обігу, посилення ролі нових країн тощо.

Відновлення й розширення «основних капітальних благ», що відбувається під час висхідної частини хвилі довгого циклу (довгої хвилі), радикально змінює й перерозподіляє продуктивні сили суспільства. Для цього потрібні величезні ресурси в натуральній і грошовій формі. Вони можуть існувати тільки в тому випадку, якщо були накопичені в попередній частині (спадній), коли зберігалось більше, ніж інвестувалося. У ці періоди спостерігаються значні соціальні потрясіння, війни, революції, реформи тощо. Саме цей період відбувається зараз в Україні – військові події, соціальні потрясіння, високий рівень безробіття, зубожіння населення країни, безліч реформ, зміна зовнішнього курсу, який спрямовано в бік Європи.

З огляду на сказане можна констатувати, що розробка нового інноваційного проекту відбувається дуже вчасно, оскільки це дозволить:

- розвинути туристичну інфраструктуру України та залучити до неї вітчизняних та закордонних туристів;

- поповнити державні та місцеві бюджети за рахунок туристів, які будуть залишатися в Україні, а не виїжджати в інші країни світу; створити нові робочі місця для населення та підвищити його прожитковий рівень;

- частково знизити збитковість пасажирського господарства за рахунок збільшення обсягів залізничних перевезень;

- розширити для мешканців України життєвий простір, що дозволить підвищити інтелектуальний рівень кожної окремої особистості.

Вказані п'ять пунктів дають відповідь лише на перше запитання: «Чи своєчасно зараз займатися стратегічним розвитком залізничного туризму?»

У той же час здається, що дуже проблематично відповісти однозначно на друге запитання: «Чи є необхідні кошти для реалізації інноваційного проекту, пов'язаного із залізничним туризмом?». Якщо в держави немає коштів, необхідно їх шукати в багатих інвесторів. Зараз у вітчизняних олігархів є великі накопичення,

які вони бажають інвестувати в привабливі інновації з високою рентабельністю.

Аналізуючи теорію довгих хвиль М. Кондратьєва, австрійський учений Й. Шумпетер [25] переконливо довів, що причинами циклічності є процеси, що формують інновації. Він показав, що якщо винаходи розсіяні в часі порівняно рівномірно, то інновації (як історично безповоротні зміни способів виробництва) «накочуються» (і «відступають») хвилями. Основні положення його теорії інновації, що стосуються циклічності розвитку, можна сформулювати так:

- рушійною силою прогресивного розвитку в циклічному русі є не просто інвестування виробництва, а інвестування інновацій: нових товарів, техніки й технологій, методів управління, форм виробництва й просування продукції тощо;

- інновація розглядається як творче руйнування існуючих продуктивних сил і техніко-економічних відносин;

- життєві цикли окремих інновацій зливаються в пучки (кластери) інновацій.

Й. Шумпетер довів гіпотезу М. Кондратьєва, що перед початком зростаючої хвилі кожного великого циклу (інколи на самому його початку) спостерігаються значні зміни суспільно-економічного розвитку, зокрема суттєві зміни техніки й технологій виробництва і обміну (спричинені великими винаходами й відкриттями), умов грошового обігу, посилення ролі окремих країн у світовому господарському житті. Він показав, що саме в періоди депресії з'являються групи базисних інновацій («шторм» за Й. Шумпетером), які формують основи нового технологічного укладу.

Спираючись на положення теорій М. Кондратьєва і Й. Шумпетера, сьогодні в довгій хвилі М. Кондратьєва з позицій інноватики виділяють такі її частини: депресія (технологічний пат); економічне пожвавлення (базисні інновації); економічне зростання (поліпшуючі інновації); спад (псевдоінновації). Далі процес циклічно повторюється.

Тут, мабуть, слід відповісти на третє запитання щодо впровадження нового інноваційного проекту: «Чи готовий сучасний ринок для реалізації інноваційного проекту?». В Україні зараз немає розвинутого ринку, а той, що існує, вчені називають сучасним і він, безумовно, потребує удосконалення. Саме ці реформи зараз

впроваджує Публічне акціонерне товариство «Українська залізниця».

Ринок залізничних туристичних послуг буде формуватися за двома напрямками. Перший передбачає переключення частини клієнтів автомобільного туризму на залізничний транспорт, оскільки нові сучасні вагони більш надійні, безпечні, комфортні й не потребують проживання в готелях. Другий – це використання існуючих та нових вузьких колій в основному у важкодоступних районах Закарпаття та Західної України для залучення додаткових вітчизняних та закордонних туристів.

Відомо, що зміст будь-якого поняття виявляється внаслідок вивчення особливостей прояву основних функцій категорії, які визначають об'єкт або явище як форму буття, рід знання й результат мислення [4]. Отже, у випадку ідентифікації сфери залізничного туризму зміст цього поняття впливає із його основних функцій (здійснення переміщень залізничним транспортом, трансферних перевезень туристів до туристичних об'єктів, туристичного обслуговування, організації харчування та проживання туристів) і з розуміння сутності та накопичення знань про особливості її побудови (функціональну, організаційну й ресурсну складові), а саме є наслідком:

- по-перше, сприйняття поняття «сфера залізничного туризму» як відомого (його розуміння). Загальні основи розвитку сфери залізничного туризму встановлюються внаслідок опосередкованого й узагальненого віддзеркалення істотних, закономірних зв'язків дійсності, наявності проблемних ситуацій та активного пошуку способів розв'язання поставлених завдань, а отже, є результатом мислення. Шляхом аналогій і дедукції, аналізу та синтезу, порівняння й класифікації, узагальнення та абстрагування окремих складових, застосування інших методів наукового пізнання формується загальне уявлення про туристичне обслуговування. У результаті цього сфера залізничного туризму сприймається як даність, розуміються її особливості та відмінності, ідентифікуються складові та відповідно до поставленого завдання вирішуються проблеми [4];

- по-друге, накопичення інформації про сферу залізничного туризму (знання про неї). Знання про туристичне обслуговування населення мають переважно емпіричне походження й формуються шляхом систематизації матеріа-

лів практичної діяльності та здійснення теоретичних узагальнень, але в будь-якому випадку є наслідком накопичення результатів мислення.

Накопичення інформації про взаємозв'язки між окремими подіями, фактами, учасниками процесу туристичного обслуговування населення дозволяє виявляти й констатувати якісні та кількісні характеристики сфери залізничного туризму, з визначеним ступенем імовірності стверджувати про можливий розвиток явищ, закладає основу встановлення закономірностей, теоретичного опису й наукового пояснення практичних ситуацій, тобто забезпечує ідеалі-

зоване й абстрактне сприйняття, опис і пояснення реальних подій, пізнання сутності цієї категорії, формалізацію складових;

по-третє, створення й відчуття результатів функціонування сфери залізничного туризму (її буття). Сфера туристичного обслуговування існує незалежно від свідомості окремої особистості у формі предметної цілісності, створеної людьми у процесі та для забезпечення життєдіяльності суспільства.

Схематично умови сприйняття сфери залізничного туризму як економічної категорії зображено на рис. 5.



Рис. 5. Сфера залізничного туризму як економічна категорія Джерело: [4] з доробкою авторів

Зміст терміна «сфера залізничного туризму» формується із сутності двох понять, пов'язаних та об'єднаних у загальному розумінні. Термін «сфера» (від грец. *sphaira* – куля) застосовується в трьох випадках: по-перше, коли позначає поверхню кулі, тобто сукупність точок, рівно-

віддалених від центральної точки; по-друге, якщо окреслює межі поширення чого-небудь; по-третє, визначає коло осіб, об'єднаних спільністю соціального становища або занять [5]. В економіці сфера відповідає певному виду діяльності.

Поняття «залізничний туризм» охоплює всі процеси туристичного обслуговування людей з використанням залізничного транспорту (як трансфер для переміщення туристів до туристичних об'єктів або як готель на колесах протягом всієї подорожі) та ідентифікується в сукупності галузевих категорій завдяки розумінню сутності системоутворюючого компонента – змісту терміна «турист», тобто особи, що здійснює туристичну подорож з використанням залізничного транспорту.

Однак перш ніж дати визначення поняттю сфери залізничного туризму, треба встановити її місце в колі наукових інтересів. Тут доцільно використати дослідження, які були виконані В. П. Гудковою в роботі [4]. Відповідно до її досліджень можна зробити висновок, що сфера залізничного туризму, безумовно, має вагомe значення для економічних суб'єктів, індивідів, спільнот, держави, посідає важливе місце в суспільному середовищі й відіграє значну соціально-економічну роль. Взагалі, коли головним учасником відносин є людина, в особистому чи спільному розумінні її інтересів, питання задоволення споживчих вимог соціуму природно стають часткою суспільних досліджень.

Сфера залізничного туризму існує в межах економічної системи для забезпечення вимог соціальної системи. У соціальній системі (англ. *social system*), зокрема під час впорядкованої та складно організованої взаємодії індивідів і спільнот, об'єднаних різноманітними зв'язками, специфічно соціальними за своєю природою, виникає потреба в підтримці відносин, прискоренні досягнення домовленостей, загальному

комунікаційному забезпеченні, яка на фізичному рівні втілюється в наданні туристичних послуг.

Для надання послуг залізничного туризму й відповідного туристичного обслуговування людей діють різноманітні суб'єкти господарювання, які використовують специфічні техніко-технологічні ресурси, працю професійно підготовлених робітників, мають відмінний від інших галузей механізм ціно- та тарифоутворення, обліку, стимулювання та мотивації споживання, територіально розосереджений характер роботи, що у своєму загальному сприйнятті є необхідною, невід'ємною, обов'язковою та особливою часткою економічної системи (англ. *economic system*) як сукупності всіх видів економічної діяльності людей, яка спрямована на виробництво, розподіл, обмін і споживання товарів і послуг.

Одночасне соціальне й економічне значення сфери залізничного туризму зумовлює особливий і не завжди однозначний характер внутрішніх та зовнішніх зв'язків. Залежно від характеру соціально-економічних вимог виникають, набувають дієвості й посилюються процеси соціалізації або комерціалізації відносин (рис. 6).

Узагальнюючи вищевикладене, можна стверджувати, що *сфера залізничного туризму – це сукупність соціально-економічних відносин, пов'язаних із переміщенням та туристичним обслуговуванням туристів за індивідуальними вимогами або із суспільно необхідною метою. Вона конкретизується у визначеному колі соціально-економічних суб'єктів і видів діяльності, об'єднаних спільністю задоволення туристичних потреб населення.*

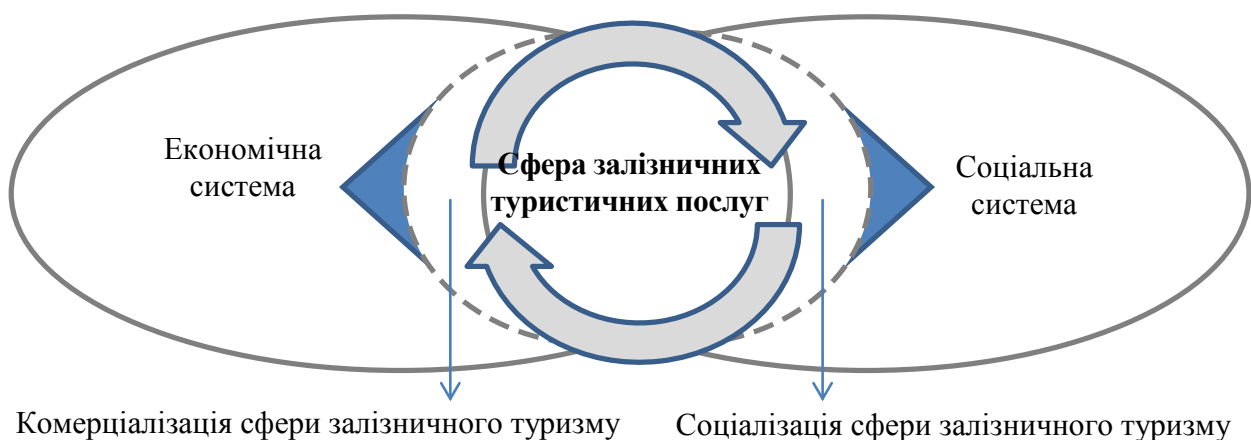


Рис. 6. Сфера залізничного туризму в соціально-економічному середовищі. Джерело: [4] з доробкою авторів

З обґрунтування сутності поняття сфери залізничного туризму [4] випливає необхідність розгляду цієї категорії (точніше сукупності базових понять (рис. 7)) через призму поділу еко-

номічних процесів на виробництво матеріальних і нематеріальних благ, на сферу виготовлення товарів і сферу надання послуг.

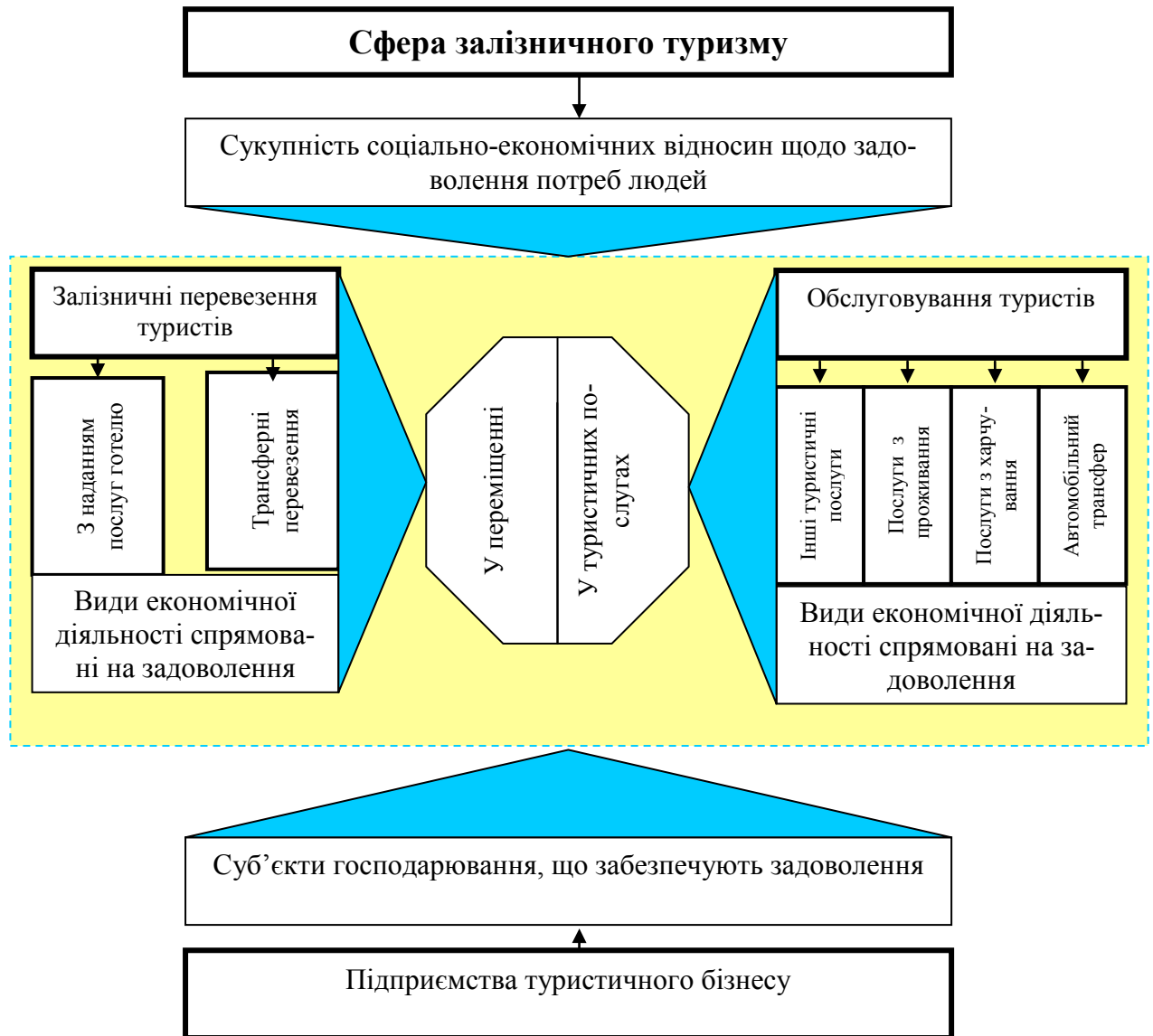


Рис. 7. Понятійно-категоріальний апарат сфери залізничного туризму Джерело: [4] з доробкою авторів

Належність залізничного туризму до сфери обслуговування (англ. *service*) визначається характером кінцевого продукту, а саме тим, що він виявляє корисний ефект у процесі створення й набуває властивостей товарів-послуг згідно з відомими ознаками [4].

По-перше, перевезення і туристичне обслуговування існують не в матеріально-речовій формі, а у вигляді корисного ефекту. Підсум-

ком роботи підприємств, що задіяні в наданні туристичних послуг, стає не товар, втілений у речі, а діяльність, корисна для споживача.

По-друге, процес виробництва кінцевого продукту діяльності підприємств, що надають туристичні послуги, збігається з процесом споживання в часі та просторі.

По-третє, туристичні послуги не можуть нагромаджуватися, зберігатися й транспортувати-

ся. Відсутність цих можливостей впливає із збігу моментів виробництва та споживання.

По-четверте, непряме завдання сфери залізничного туризму полягає в забезпеченні відтворення робочої сили й підвищенні ефективності виробництва. Задоволення потреб населення в переміщенні та туристичному обслуговуванні забезпечує територіальну та часову доступність будь-яких матеріальних об'єктів, прискорює процеси виробництва та споживання в усіх їх проявах.

Кінцеві продукти діяльності сфери залізничного туризму (виготовлені й спожиті товари-послуги) дуже різноманітні, проте, залежно від різних критеріїв структурування, їх можна класифікувати за основними видами (рис. 8).

Найпоширенішим є первісний поділ послуг сфери перевезення пасажирів залежно від потреб (визначального фактора доцільності поведінки економічних суб'єктів) на індивідуальні (виникають як результат виявлення особистих потреб індивіда) та суспільні (пов'язані із забезпеченням потреб окремих соціальних груп і соціуму в цілому). Індивідуалізація споживання залежно від обсягів і властивостей перевезень в окремих випадках зводиться до індивідуалізації транспортних засобів, яка найбільш характерно виявляється на автомобільному транспорті шляхом виникнення й динамічного розвитку особистих автомобілів. Суспільне транспортне обслуговування можливе лише транспортом загального користування, доступним і затребуваним будь-якими верствами населення, який виконує загальну соціальну функцію із забезпеченням масштабних та регулярних переміщень за визначеними туристичними маршрутами та графіками руху транспортних засобів. Послуги підприємств транспорту загального користування частково набувають індивідуальних ознак через диференціацію споживання, але в будь-якому випадку не можуть бути суто особистими.

У зв'язку з вагомим соціально-економічним значенням послуги сфери залізничного туризму можуть відрізнятися за умовами надання й поділятися на комерційні та соціальні (пільгові для деяких соціальних груп). Вказані послуги набувають комерційних ознак у випадку підпорядкування взаємовідносин меті отримання

учасниками туристичного бізнесу прибутку й зацікавленості туристів такими умовами. Створення пільгових умов при наданні окремих масових послуг із соціальною метою можливе внаслідок соціалізації економічних відносин сфери залізничного туризму або в контексті захисту громадян від негативних аспектів прояву ринкового механізму.

Залежно від функціонального призначення сфери залізничного туризму у загальній сукупності послуг чітко виділяються дві частини: до однієї належать основне транспортне та туристичне обслуговування, до іншої – супутнє. До основних послуг належать залізничні перевезення та туристичне обслуговування туристів на усіх туристичних об'єктах, що входять до вартості путівки. Супутнє обслуговування похідне, пов'язане із основною послугою й супроводжує споживання основної послуги. Функціональний поділ демонструє залежність виробничих процесів, визначає первісність одних та другорядність інших, ідентифікує послуги, які потенційно можуть бути відділені від транспортної галузі.

Результати

Зараз в Україні та світі існує понятійний апарат, за яким визначено основні термінологічні поняття загального та залізничного туризму, але частина з них розроблена ще за часів колишнього СРСР в умовах відсутності ринкових відношень.

Наприклад, О. О. Фастовець [20] в системі транспортного забезпечення туризму пропонує розрізняти такі послуги, що надаються туристам під час подорожі:

– *туристичні перевезення*, що входять до основного комплексу туристичних послуг, які включаються в тур: доставка туристів від місця їх постійного мешкання до місця призначення та назад. Слід зауважити, що у тур не завжди включаються перевезення із доставкою туристів у зворотному русі. Наприклад, існують такі форми організації туристичних подорожей, за яких турист спочатку подорожує з пункту А в пункт Б залізницею, а потім повертається в пункт А літаком;

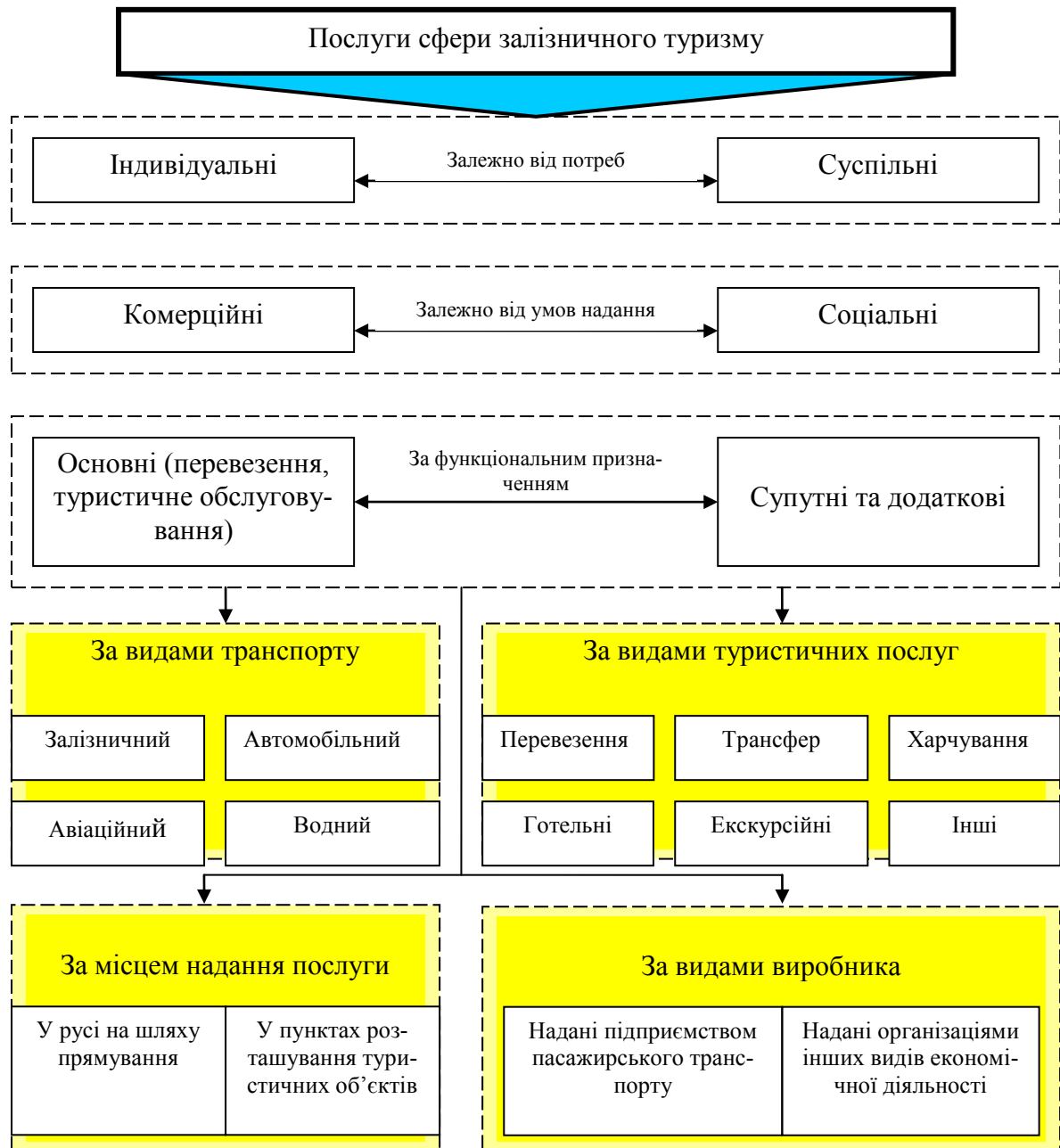


Рис. 8. Класифікація послуг сфери залізничного туризму Джерело: [4] з доробкою авторів

– *трансфер* – надання транспортних засобів для забезпечення зустрічей-проводів туристів. На наш погляд, це визначення є не зовсім коректним. Трансферні перевезення мають значно більше призначення, оскільки вони можуть перевозити туристів від залізничного вокзалу до місця проведення екскурсії, і якщо потрібно, до місця ночівлі або харчування туристів. У зворотному напрямку ці перевезення мають намір доставити туристів до залізничного вокзалу або місця відстою туристичного поїзда;

– *транспортне обслуговування програмних заходів туру* – це екскурсійне обслуговування, виїзд на програмні заходи, відвідування околиць. На наш погляд, цей термін значно ширший, оскільки додатково включає обслуговування туристів у рухомому складі будь-якого транспортного засобу (туристичний поїзд, автобус, морське судно, річковий теплохід, літак та ін.), доставку туристів до туристичних об'єктів у трансфері з одночасним проведенням екскурсійного обслуговування.

Транспортна подорож [13, с. 46] – це подорож організованої групи туристів або туристів-індивідуалів по розробленому маршруту з використанням певного виду транспорту.

Термін «*транспортні подорожі*» у [20] – це подорожі за плановими туристичними маршрутами з використанням транспортних засобів: авіації, залізничного й автотранспорту, морських і річкових суден.

Туризм (за визначенням, прийнятим в українському законодавстві) [8] – це тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає.

Термін «*туризм*» у [18] подано як надзвичайно багатогранне явище сучасного життя. Для одних це походи, наметові табори, подолання вершин, пісні біля вогнища; для інших – нові країни та враження, відпочинок або пригоди; для третіх – професія, бізнес. Тому туризм можна визначити як сферу діяльності людей, пов'язану з подорожами та мандрівками, що виконує функції політичного, економічного й культурного характеру. Усі функції проявляються як на рівні особистості, так і на рівні суспільства в цілому.

Залізничний туризм у [23] подається як подорож, що здійснюється залізницею на спеціалізованому залізничному транспортному засобі фізичними особами з тривалістю від 24 годин до 1 року або менше 24 годин, але з ночівлею, в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових, релігійних та інших цілях, не пов'язаних з оплачуваною діяльністю. Тут, на нашу думку, також є неточності. Залізнична подорож не може тривати 1 рік, оскільки попередні дослідження показали, що навіть у Росії, де є дуже тривалі комфортні залізничні маршрути, поїздка не може мати тривалість більше 30–45 діб.

Інше термінологічне поняття залізничного туризму наведено в роботі [7, с. 59]: **залізничний туризм** – це подорож, що здійснюється залізницею на спеціалізованому залізничному транспортному складі фізичними особами в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових і інших цілях, не пов'язаних з оплачуваною діяльністю й за визначеним маршрутом, коли переміщення між

місцями туристичної значущості поєднується із відпочинком туристів у поїзді та із забезпеченням основних побутових послуг в ньому. Таке трактування терміна «залізничний туризм» не враховує надання туристичних послуг поза залізничним поїздом (готелями, апартаментами, ресторанами, кафе та іншими об'єктами туристичної інфраструктури) і звужено тільки залізничними перевезеннями.

Висновки

Існує ще багато трактувань поняття «туризм». Для наочності їх порівняння подамо визначення туризму різними авторами у вигляді таблиці (табл. 1). Узагальнивши подану в табл. 1 інформацію, можна визначити поняття «туризм» як відпочинок під час перебування за межами постійного місця проживання.

Окрім туризму розрізняють поняття «екскурсія». Так, *екскурсія* – це форма пізнання дійсності й розширення кругозору шляхом відвідування певних об'єктів. За змістом екскурсії бувають: оглядові, тематичні; за складом: індивідуальні, групові, для місцевого населення; за місцем проведення: міські, приміські, міжнародні; за способом пересування: пішохідні, з використанням транспортних засобів, комбіновані [13].

У зв'язку з тим що поняття туризм та екскурсія відрізняються одне від одного, то й поняття «турист» та «екскурсант» теж несуть різне смислове навантаження.

Турист – це тимчасовий відвідувач, який подорожує за межами місця його постійного перебування щонайменше 24 години (але не більше 12 місяців) з будь-якою метою, крім зміни постійного місця проживання та зайняття діяльністю, що оплачується з джерела в місці тимчасового перебування [18]. Або інше визначення: *турист* – це особа, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни з не забороненою законом країни перебування метою на термін від 24 годин до 1 року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін [8].

Таблиця 1

Визначення поняття «туризм» різними науковцями Джерело: [1, 3, 8, 10, 13, 15]

Визначення	Джерело
Тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових та інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін	[8]
Загальне поняття для всіх форм тимчасового виїзду людей з місця постійного проживання з оздоровчою метою або з метою задоволення пізнавальних інтересів у вільний час чи з професійно-діловою метою без заняття оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування	[13]
Особлива форма переміщення людей; вид мандрівки; перебування за межами постійного місця проживання; форми розумового та фізичного виховання; популярна форма організації відпочинку; галузь господарства	[10]
Різновид рекреації, активного відпочинку, «...під час якого відновлення працездатності поєднується з оздоровчими, пізнавальними, спортивними та культурно-розважальними цілями»	[15]
Велика економічна система з різноманітними зв'язками між окремими елементами в рамках як народного господарства окремої країни, так і зв'язків національної економіки зі світовим господарством у цілому	[1]
Суспільно-організована економічна діяльність, спрямована на виробництво товарів і послуг для задоволення потреб людей, які перебувають за межами постійного місця проживання	[3]

Екскурсант – це особа, яка перебуває в країні відвідування за таких самих умов, як турист, але менше 24 годин, а ще є і *тимчасовий відвідувач* – особа, яка подорожує до певного місця, яке розташоване за межами її звичайного середовища, на строк, який не перевищує 12 місяців; головною метою подорожі особи не є зайняття діяльністю, що оплачується з джерела в місці відвідування [14].

Також розрізняють туристичну та екскурсійну діяльність. Так, *туристична діяльність* – діяльність з надання різноманітних туристичних послуг, а *екскурсійна діяльність* – діяльність з організації подорожей, що не перевищують 24 години у супроводі фахівця – екскурсовода за заздалегідь складеними маршрутами з метою ознайомлення з пам'ятками історії, культури, природи, музеями [6].

Якщо мова йде про туризм або екскурсію, обов'язково потрібно сказати й про маршрут. *Маршрут* – це заздалегідь спланована траса пересування туриста протягом певного часу з метою надання йому передбачених програмою послуг [6].

На основі виконаних досліджень можна зробити висновок, що термінологічні поняття, які пов'язані із залізничним туризмом, потребують подальшого уточнення, а іноді й суттєвої зміни.

Наукова новизна та практична значимість

На основі попередніх описаних вище досліджень можна запропонувати нове термінологічне формулювання поняття залізничного туризму, яке уточнює існуючу термінологію, що існувала до переходу залізниць на ринкові відносини.

Залізничний туризм – це вид економічної діяльності, який пов'язаний з наданням комплексу туристичних послуг з перевезення туристів у сучасних поїздах з вагонами – готелями, ресторанами, буфетами, трансферами, спеціальним, салоном, казино широкою та вузькою колією, а також наданням інших послуг юридичними та фізичними особами, що займаються туристичним обслуговуванням (туроператори, турагенти, інші суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність, ресторани, кав'ярні, готелі, апартаменти).

Щодо термінологічного поняття «*трансферні перевезення*», то його слід трактувати так – це вид транспортної діяльності, який має на меті перевезення туристів від будь-якого основного виду транспорту до місць проведення планового відпочинку (екскурсій, спокійного та активного відпочинку, ночівлі, ресторанів, магазинів та ін.) у прямому та зворотному напрямку й виконується туристичними та малими автобусами, автомобілями, малою авіацією, катерами та моторними човнами.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК

1. Азар В. И. Экономика и организация туризма / В. И. Азар. – Москва : Экономика, 1972. – 184 с.
2. Бодалев А. А. Общее и особенное в субъективном пространстве мира и факторы, которые их определяют / А. А. Бодалев // Мир психологии. – 1999. – № 4. – С. 26–29.
3. Герасименко В. Г. Основы туристского бизнеса / В. Г. Герасименко. – Одесса : Черноморье, 1997. – 160 с.
4. Гудкова В. П. Забезпечення ефективної діяльності підприємств пасажирського транспорту в умовах соціально орієнтованої економіки : дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.04. – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / В. П. Гудкова. – Дніпро, 2015. – 498 с.
5. Гудкова В. П. Сфера пасажироперевезень як узагальнююча соціально-економічна категорія / В. П. Гудкова // 36. наук. пр. Держ. економіко-технологічного ун-ту трансп. Сер. «Економіка і управління». – 2012. – Вип. 19, ч. 1. – С. 20–29.
6. Гуляев В. Г. Организация туристических перевозок / В. Г. Гуляев. – Москва : Финансы и статистика, 2001. – 512 с.
7. Дергоусова А. О. Формування стратегії розвитку залізничного туризму : дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04. – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / А. О. Дергоусова. – Харків : УкрДАЗТ, 2012. – 216 с.
8. Закон України «Про туризм» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр> (дата звернення 17.11.2016). – Заголовок з екрану.
9. Звіт про науково-дослідну роботу «Розвиток туристичних перевезень залізничним транспортом в Україні» (номер державної реєстрації 0115U002424, 2015-2016 рр.) / Дніпропетр. нац. ун-т залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна. – 454 с.
10. Зорин В. И. Туристический терминологический словарь / В. И. Зорин, В. А. Квартальнов. – Москва : Сов. спорт, 1999. – 384 с.
11. Келли Дж. Теория личности. Психологии личных конструктов: пер. с англ. / Дж. Келли. – Санкт-Петербург : Речь, 2000. – 249 с.
12. Кондратьев Н. Д. Большие циклы конъюнктуры / Н. Д. Кондратьев, Д. И. Опарин // Доклады и их обсуждение в Институте экономики. – Москва : Институт экономики РАНИОН, 1928. – 287 с.
13. Котляров Е. А. География отдыха и туризма. Формирование и развитие территориальных рекреационных комплексов / Е. А. Котляров. – Москва : Мысль, 1978. – 92 с.
14. Краткий словарь международной туристской терминологии: издание на русском языке / [сост.: В.К.Бойченко, Н.Б.Кречетова, М.В.Никольский, Л.Ф.Ходорков]. – Международная академия туризма? Главное управление по иностранному туризму при Совете Министров СССР. – Монте-Карло, Монако – М., 1980. – 198 с.
15. Крачилю Н. П. Основы туризмоведения / Н. П. Крачилю. – Киев : Высш. шк., 1980. – 120 с.
16. Левин К. Теория поля в социальных науках : пер. с нем. / К. Левин. – Санкт-Петербург : Речь, 2000. – 368 с.
17. Постановка Верховної Ради України «Про рекомендації парламентських слухань на тему: «Розвиток туристичної індустрії як інструмент економічного розвитку та інвестиційної привабливості України» // Відомості Верховної Ради (ВВР). – 2016. – № 33. – Ст. 580.
18. Сокол Т. Г. Основы туристической деятельности : учебник / Т. Г. Сокол; за заг. ред. В. Ф. Орлова. – Київ : Грамота, 2006. – 264 с.
19. Уилбер К. Никаких границ / К. Уилбер. – Москва : Трансперсональный ин-т, 1998. – 142 с.
20. Фастовець О. О. Організація транспортних подорожей і перевезень : навч. посіб. / О. О. Фастовець. – Київ : Музична Україна, 2003. – 190 с.
21. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії : навч. посіб. / Н. В. Чорненька. – Київ : Атіка, 2006. – 264 с.
22. Швалб Ю. М. К определению понятий среды и пространства жизнедеятельности человека / Ю. М. Швалб // Екологічна психологія / за ред. Ю. М. Швалба. – Київ : Сталкер, 2006. – С. 490.
23. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії: навч. посіб. / І.М.Школа, Т.М.Ореховська, П.Д.Козменко, І.Р.Лошенко, Р.В.Кравчук; за ред. проф. Школи І.М. – Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. – 662 с.
24. Шкуратова И. П. Личность и жизненное пространство / И. П. Шкуратова // Психология личности : [учеб. пособие] / под ред. П. Н. Ермакова и В. А. Лабунской. – Москва : ЭКСМО, 2007. – С. 167–184.
25. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития / Й. Шумпетер. – Москва : Прогресс, 1982. – 455 с.
26. Haushofer K. Die suggestive Karte / K. Haushofer. – Berlin, 1922.

Ю. С. БАРАШ¹, Л. В. МАРЦЕНЮК^{2*}, Т. Ю. ЧАРКИНА²¹Каф. «Учет, аудит и интеллектуальная собственность», Днепропетровский национальный университет железнодорожного транспорта имени академика В. Лазаряна, ул. Лазаряна, 2, Днепр, Украина, 49010, тел. +38 (067) 631 93 02, эл. почта ubarash@mail.ru^{2*}Каф. «Экономика и менеджмент», Днепропетровский национальный университет железнодорожного транспорта имени академика В. Лазаряна, ул. Лазаряна, 2, Днепр, Украина, 49010, тел. +38 (093) 934 18 03, эл. почта gwinform1@rambler.ru, ORCID 0000-0003-4121-8826.²Каф. «Экономика и менеджмент», Днепропетровский национальный университет железнодорожного транспорта имени академика В. Лазаряна, ул. Лазаряна, 2, Днепр, Украина, 49010, тел. +38 (067) 914 05 04, эл. почта charkina@i.ua

УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПОНЯТИЙНО-КАТЕГОРИАЛЬНОГО АППАРАТА ТЕОРИИ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТУРИЗМА

Цель. Для эффективной работы железнодорожного транспорта в условиях современного рынка авторы предлагают развивать в Украине железнодорожный туризм. Целью статьи является обобщение основных теорий в сфере железнодорожного туризма и трансферных перевозок. **Методика.** Авторы предлагают новое терминологическое определение железнодорожного туризма и сопутствующих ему трансферных перевозок всеми видами транспорта, что позволит более полно определить перечень туристических услуг, которые получают туристы во время железнодорожной туристической экскурсии. **Результаты.** В результате предложенных авторами мероприятий ожидается рост пассажиропотока на железной дороге, повышение имиджа украинских железных дорог внутри страны и за ее пределами, привлечение дополнительных средств на обновление устаревшей инфраструктуры и подвижного состава, восстановление объектов культурно-исторического значения, создание новых рабочих мест, сдерживание миграционных процессов на Западной Украине. **Научная новизна.** В статье авторами предложено новую терминологическую формулировку железнодорожного туризма, которая уточняет терминологию, которая действовала до перехода железных дорог на рыночные отношения, а также усовершенствовано понятие «трансферные перевозки». **Практическая значимость.** Усовершенствованная трактовка терминов «железнодорожный туризм» и «трансферные перевозки» позволит субъекту хозяйствования учесть предоставление туристических услуг за пределами поезда (гостиницами, частными арендодателями, ресторанами, кафе и другими объектами туристической инфраструктуры).

Ключевые слова: железнодорожный туризм; обзорные экскурсии; туристический маршрут; трансфер; жизненное пространство.

U. BARASH¹, L. MARTSENIUK^{2*}, T. CHARKINA²¹ Dep. «Accounting, auditing and intellectual property», Dnipropetrovsk National University of Railway Transport named after Academician V. Lazaryan, Lazaryan st., 2, Dnipro, Ukraine, 49010, tel. +38 (067) 631 93 02, e-mail ubarash@mail.ru^{2*} Dep. «Economics and management», Dnipropetrovsk National University of Railway Transport named after Academician V. Lazaryan, Lazaryan st., 2, Dnipro, Ukraine, 49010, tel. +38 (093) 934 18 03, e-mail rwinform1@rambler.ru, ORCID 0000-0003-4121-8826.² Dep. «Economics and management», Dnipropetrovsk National University of Railway Transport named after Academician V. Lazaryan, Lazaryan st., 2, Dnipro, Ukraine, 49010, tel. +38 (067) 914 05 04, e-mail charkina@i.ua

IMPROVEMENT OF RAILWAY TOURISM CONCEPTS THEORY

The purpose. 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. The article is a synthesis of basic theories concerning the transfer of rail tourism and transport. **Methods.** The authors propose a new definition of railway tourism transport and transfer by different modes of transport. This will more precisely determine the list of tourist services that receive tourists during rail travel trip. **The Results.** The development of railway tourism in Ukraine will increase the competitiveness of rail transport, create a positive image in the international arena, attract additional volumes of tourists, and as a result, receive

regular budget replenishment of different levels from tourist services. The authors improved the terms «railway tourism» and «transfer traffic». **The practical significance.** Improved interpretation of the term «railway tourism» and «transfer traffic» will allow the entity to consider providing tourist services outside the train (hotels, apartments, restaurants, cafes and other objects of tourist infrastructure).

Keywords: railway tourism; sightseeing tours; a tourist route; transfer; living space.

Надійшла до редколегії 01.10.2016.

Стаття рекомендована до друку д-ром екон. наук, доц. Гненним О. М., д-ром екон. наук, доц. Каховською О.В.