

**Дніпровський національний університет залізничного
транспорту імені академіка В. Лазаряна
Кафедра «Економіка та менеджмент»**

«ДО ЗАХИСТУ»
Завідувач кафедри

ДИПЛОМНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня «магістр»

Theme The formation of the sphere of railway tourism in Ukraine based on the experience of European countries

Student Pavlusenko O.V.

**Дніпро
2020**

Дніпровський національний університет залізничного транспорту
імені академіка В. Лазаряна

Економіка та менеджмент

Освітня програма

Інтероперабельність і безпека на залізничному транспорті

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Зав. кафедри

О. М. Гненний

« » _____ р.

ЗАВДАННЯ

до дипломної роботи на здобуття освітнього ступеню «магістр»

Павлусенко Олег Васильович

1. Тема роботи Формування сфери залізничного туризму в Україні з урахуванням досвіду Європейських країн

Затверджена наказом по університету № 182ст від « 27 » травня 2020 р.

2. Термін подання студентом закінченої роботи 11 грудня 2020 року

3. Вихідні дані до роботи Директиви ЄС стосовно туристичної діяльності, Транспортна стратегія України до 2030 року, Концепція Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року, Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року, Стратегія розвитку туризму і курортів на 2016–2020 роки, Постанова Верховної Ради України від 13.07.2017 № 1460-VIII «Про Рекомендації парламентських слухань на тему: «Розвиток туристичної індустрії як інструмент економічного розвитку та інвестиційної привабливості України».

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

Назва розділу	Обсяг %	Кількість креслень
Теоретичні основи туристичної діяльності	30	—
Аналіз туристичних залізничних перевезень	35	—
Формування сфери залізничного туризму в Україні	35	—

Здобувач

Науковий керівник

РЕФЕРАТ

Відомості про об'єм пояснювальної записки: 90 сторінок, 7 таблиць, 11 рисунків, 87 джерел літератури.

Ключові слова: туризм, залізничний туризм, пасажирські перевезення, залізничний транспорт, структура управління

Завданням цієї магістерської роботи була розробка теоретико-методологічного підґрунтя і практичних рекомендацій щодо формування сфери залізничного туризму в Україні з урахуванням досвіду європейських країн.

У першому розділі проаналізовано існуючі класифікації видів туристичної діяльності, виконано порівняння автомобільного та залізничного туризму. Проаналізовано основні нормативно-правові документи, що регулюють туристичну діяльність в Україні та країнах Європейського Союзу. Крім того, значну увагу приділено аналізу наукових джерел стосовно концесійної діяльності.

У другому розділі виконано аналіз організації залізничних туристичних перевезень в Україні. Крім того, проаналізовано обсяги туристичних пасажирських перевезень в Україні. Проаналізовано вітчизняний досвід державно-приватного партнерства в умовах розвитку інвестиційно-інноваційної діяльності.

У третьому розділі проведено оцінку інвестиційного клімату в Україні та соціально-економічної ефективності розвитку туризму, запропоновано оптимальну структуру управління залізничними туристичними перевезеннями.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що використання концептуальних положень, науково-методичних і практичних рекомендацій, розроблених автором, сприятиме підвищенню рівня конкурентоспроможності пасажирських компаній шляхом організації залізничного туризму в Україні та розширенню спектру послуг.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	6
1.1. Аналіз наукових праць з визначення ключових понять, що застосовуються в туристичній сфері	6
1.2. Аналіз наукових праць з визначення ключових понять, що застосовуються в концесійній діяльності	12
1.3. Основні нормативно-правові документи, що регулюють туристичну діяльність в Україні та в країнах Європейського Союзу	17
2. АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНИХ ЗАЛІЗНИЧНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ	23
2.1. Організація залізничних туристичних перевезень в Україні	23
2.2. Аналіз обсягів пасажирських та туристичних перевезень в Україні	30
2.3. Вітчизняний досвід державно-приватного партнерства в умовах розвитку інвестиційно-інноваційної діяльності	44
3 ОРГАНІЗАЦІЯ ГАЛУЗІ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	54
3.1. Оцінка інвестиційного клімату в Україні для запровадження залізничного туризму	54
3.2. Визначення можливих сценаріїв створення туристичних компаній, що будуть займатися залізничним туризмом, та управління ними	61
3.3. Оцінка соціально-економічної ефективності розвитку туризму	67
Висновки	77
Список використаних джерел	79
Список рисунків	89
Список таблиць	89
Анотації	90

ВСТУП

В сучасних мінливих умовах господарювання, а саме: в умовах нестабільного політичного та економічного середовища, світової пандемії коронавірусу, залізниці багатьох країн, зокрема й українські, опинилися у достатньо скрутному положенні, яке потребує знаходити нові способи отримання фінансових ресурсів. Для утримання позицій на ринку транспортних послуг (мова про суттєве підвищення конкурентних переваг залізниць у порівнянні з іншими видами транспорту поки що не на часі) АТ «Укрзалізниця» має підвищити ефективність роботи пасажирського господарства, в тому числі шляхом організації залізничних туристичних подорожей. Розвиток залізничного туризму в країні підтримується такими документами: «Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року», Постанова Верховної Ради України від 13.07.2017 № 1460-VIII «Про Рекомендації парламентських слухань на тему: «Розвиток туристичної індустрії як інструмент економічного розвитку та інвестиційної привабливості України».

Усе вищевикладене зумовило вибір теми дипломної роботи.

Мета дипломної роботи полягає в розробці теоретичних і практичних рекомендацій щодо формування сфери залізничного туризму в Україні з урахуванням досвіду європейських країн.

Об'єкт дослідження – процес розвитку пасажирських компаній шляхом організації залізничного туризму.

Предмет дослідження – сукупність теоретичних положень щодо розвитку пасажирських компаній шляхом впровадження залізничного туризму в Україні.

Фінансування розвитку залізничного туризму пропонується організувати за допомогою державно-приватного партнерства, яке є успішною формою співпраці державних підприємств та приватних інвесторів.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1. Аналіз наукових праць з визначення ключових понять, що застосовуються в туристичній сфері

Туристична діяльність – одна з найпотужніших сфер, що приносить мільйонні прибутки компаніям, що мають відношення до організації усіх видів послуг. За даними Всесвітньої туристської організації, туристичний бізнес є однією із найбільш стрімко набираючи позитивні оберти та тенденції галузей у світі.

Туризм є засобом розвитку людини як особистості, інструментом розширення її життєвого простору, стабілізації свого емоційного стану. Враховуючи позитивний вплив туризму на особистість людини, через виконання певних функцій, а саме: пізнавальну, оздоровчу, соціальну, релігійну, економічну, гуманітарну та інші туристична галузь позитивно впливає на підвищення рівня освіти людини, розширення її кругозору, сприяє зміцненню психічного та фізичного здоров'я. до речі, показники тривалості життя, рівня освіти, добробуту є основою для розрахунку загально відомого показника, що характеризує кожну середню людину-громадянина тієї чи іншої країни, цей показник має назву Індекс розвитку людського потенціалу.

Майже усі країни приділяють увагу пошуку та розвиненню, і безумовно, рекламі, місць на території своєї країни, що можуть бути цікаві потенційним внутрішнім та зовнішнім туристам у якості місця відвідування чи перебування. Туристична галузь не функціонує сама по собі, вона об'єднує декілька ключових галузей виробництва та надання послуг. В бюджетах розвинених країн обов'язково передбачені вагомі видатки на розвиток туристичної і супутньої до туристичної – транспортної сфери. Адже саме транспорт є засобом переміщення туриста з одного місця перебування

до іншого, транспортна складова зазвичай становить левову частку витрат на подорож.

Залежно від дальності поїздки, вартості квитка, тривалості подорожі, безпеки пересування та деяких інших факторів, потенційні туристи обирають той чи інший вид транспорту, а часто користуються декількома видами транспорту для прибуття у місце призначення та у зворотному напрямку, додому.

Окрім державного фінансування, туристична галузь активно інвестується приватними інвесторами, зазвичай на умовах державно-приватного партнерства або на умовах концесії.

Для більшості людей термін «туризм» пов'язаний з відпочинком та подорожами. З одного боку, туристична діяльність не може здійснюватися поза іншими галузями, оскільки тісно переплетена з культурою, спортом, екологією, археологією, історією, географією, з іншого – це самостійна галузь, яка на сьогодні є однією з провідних у світовому господарстві: до 2025 року ця цифра має досягти 10,5 % (11,382 млрд дол. США) [1].

Серед науковців існує багато різноманітних поглядів на поняття туризм. Нижче розглянемо основні з них. Але насамперед слід навести офіційне визначення поняття «туризм», сформульоване в законодавстві України: «Туризм – 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» [2].

Визначення ж дослідників умовно можна поділити на дві групи: перші базуються на потребах та цілях самого туриста, тобто роблять акцент на соціальній складовій поняття, другі його розширюють і включають до визначення категорії, що стосуються туристичної діяльності. Так, у підручнику Мальської М. П. туризм визначено як вид рекреації, пов'язаний із виїздом за межі постійного місця проживання, як активний відпочинок, під час якого відновлення працездатності поєднується з оздоровчими, пізнавальними, спортивними і культурно-розважальними цілями [4, с. 21].

Такої самої думки дотримуються науковці Бобарикіна О.М. [7], Смирнов І. Г. [5] та Опанасюк Н. А. [11].

Молнар О. С. визначає туризм як подорож, що передбачає досягнення багатовекторних цілей [10], а О.В. Головащенко [3] як форму соціальної активності та прояв свободи сучасної особи.

У працях другої групи дослідників, на нашу думку, як найбільш ґрунтовне слід виділити визначення Квартальнова В. А.: «Туризм – сукупність явищ і взаємовідносин, що виникають при взаємодії туристів, постачальників, місцевих органів влади та місцевого населення в процесі туристичної діяльності» [6], оскільки воно є ширшим і орієнтоване вже не лише на споживачів туристичного продукту, а й на виробників туристичних послуг та їхні взаємозв'язки. Подібне трактування туризму знаходимо у працях Н. Фоменка [8].

Австрійський юрист П. Бернекер визначає туризм як сукупність взаємовідносин і послуг, пов'язаних із тимчасовою і добровільною зміною мандрівником місця проживання через некомерційні або непрофесійні причини, і воно тісно корелює з визначенням, яке запропоноване Міжнародною асоціацією наукових експертів у сфері туризму [9].

М. М. Біль трактує туризм як сферу життєдіяльності людини, пов'язану з перебуванням її за межами постійного проживання, як правило, не із соціальними цілями, а також діяльність суб'єктів підприємництва, що забезпечують цей процес за рахунок реалізації туристичного продукту [14].

Проаналізувавши досить широкий список праць, важко не погодитися з Є. В. Козловським [24], який констатує, що більшість існуючих визначень туризму не охоплюють предмет у цілому та не розкривають внутрішній зміст туризму. На думку науковця, у поняття «туризм» повинні бути включені: туристичні потреби та мотивації; особливості поведінки туристів під час перебування поза межами постійного місця проживання; економічні відносини, що складаються між туристами та виробниками товарів і послуг; фактори взаємодії сфери туризму з навколишнім природним, економічним та

іншими макросередовищами. У цьому контексті особливої актуальності набуває визначення Колесник О. О. [25], яка вважає ринок туристичних послуг комплексним поняттям, яке відображає сукупність економічних відносин між туристами, туристичними підприємствами й іншими суб'єктами господарювання, що відбиває інтереси суб'єктів ринкових відносин у межах певного регіону.

Наступним важливим поняттям для аналізу туристичної діяльності є поняття «туристичної послуги». На думку Прочан А. О. [13], це дія суб'єктів туристичної діяльності, спрямована на задоволення потреб туристів стосовно їх вибору та складу туристичного продукту відповідно до мети подорожі та послуги суб'єктів туристичної галузі щодо розміщення, харчування, транспортного та іншого обслуговування. Апілат О. В. [12] виділяє туристично-екскурсійне обслуговування, інформаційне забезпечення, готельні послуги, послуги харчування, транспортні перевезення.

Мальською М. П. [18, 19] зроблено поділ туристичної системи послуг на чинники попиту та пропозиції. Тобто, всі науковці виділяють надзвичайно важливу роль транспортної галузі у наданні туристичних послуг. Наприклад, у роботі [15] акцент робиться саме на транспортній складовій забезпечення туризму, де пропонується розрізняти послуги, що надаються туристам під час подорожі: «туристичні перевезення, тобто, доставка туристів від місця їх постійного мешкання до місця призначення та назад; трансфер – надання транспортних засобів для забезпечення зустрічей-проводів туристів; екскурсійне обслуговування».

Дослідниці Н. О. Алешугіна [16] та Р. Г. Коробйова [20] також вважає, що для розвитку туристичної галузі в Україні потрібно розвивати транспортну складову. Автор робить акцент на відродженні залізничного транспорту, а саме: оновленні інфраструктури та рухомого складу за рахунок приватних інвесторів. Тему розвитку залізничних перевезень як складника туристичної діяльності продовжують й інші науковці [34]. Так, І. В. Новіцька [21] одним з перспективних напрямків діяльності залізниць України вважає

розвиток туристичних маршрутів. При цьому автор наполягає на дотриманні європейських стандартів якості послуг, адже тільки завдяки високому сервісу вдасться підвищити конкурентоспроможність залізничного транспорту та туристичної галузі і, як наслідок, привабити велику кількість туристів.

С. Д. Бешелев, Ф. Г. Гурвіч [22] пропонують оцінювати варіанти створення залізничних туристичних маршрутів за експлуатаційними, економічними та технічними критеріями. Оновлення паралельно і транспортної, і туристичної інфраструктури в комплексі, задля отримання максимального залучення туристів, наведено як основні заходи розвитку туризму у [23].

Подорожі залізницею користуються неабияким попитом, тож вважаємо за потрібне надати визначення цього поняття різними науковцями. Залізничний туризм, вважають науковці Зорін В. І. та Квартальнов В. А. [27, с. 216], «це подорож, що здійснюється залізницею на спеціалізованому залізничному транспортному засобі фізичними особами тривалістю від 24 годин до 1 року або менше 24 годин, але з ночівлею, з метою, не пов'язаною з оплачуваною діяльністю». Таке саме формулювання подає у своїй праці Писаревський І. М. [33, с. 216]. Ходжаєва Н. А. визначає залізничний туризм як «в'їзд або виїзд фізичних осіб залізничним транспортом за межі держави або всередині неї з оздоровчою, пізнавальною, рекреаційною, діловою та іншою метою за транспортним маршрутом на період курсування туристичного поїзда або знаходження туристів в інших поїздах» [30]. Дергоусова А.О. наводить авторське поняття залізничного туризму: 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 [31].

Найбільш комплексне визначення залізничного туризму знаходимо в монографії [32]: «Залізничний туризм – це вид економічної діяльності, який пов’язаний з наданням комплексу туристичних послуг з перевезення туристів у сучасних поїздах широкою та вузькою колією, а також наданням інших послуг юридичними та фізичними особами, що займаються туристичним обслуговуванням».

Існує багато варіантів класифікацій туристичної діяльності за різними ознаками (табл. I).

Таблиця I. Класифікація видів і форм туризму за різними ознаками

Ознака	Вид туризму
За цілями	Маршрутно-пізнавальний, спортивно-оздоровчий, самодіяльний, діловий, курортний, лікувальний, фестивальний, мисливський, екологічний, екстремальний, релігійний, навчальний, науковий
За використанням транспортних засобів	Автомобільний, залізничний, авіаційний, водний, велосипедний, комбінований, кінний, піший, з використанням екзотичних видів транспорту
За географією	Міжнародний, місцевий, прикордонний, регіональний
За формою участі	Індивідуальний, груповий, сімейний
За сезонністю	Активний туристський сезон, міжсезоння, не сезон
За спрямованістю туристичних потоків	Внутрішній, виїзний, в’їзний
За віком	Зрілий, молодіжний, дитячий, змішаний
За тривалістю	Ододенний, багатоденний, транзитний
За масштабом охоплення	Внутрішньорегіональний, міжрегіональний, кругосвітній
За економічним принципом	Елітний, комерційний, соціальний, заохочувальний
За формою організації	Плановий, спонтанний

На материковій частині України туристичні подорожі зазвичай виконуються автомобільним або залізничним транспортом. В цьому контексті вважаємо за доцільне проаналізувати переваги та недоліки цих видів транспорту.

Отже, серед безперечних переваг залізничного туризму можна назвати: поєднання транспортної послуги (перевезення) із харчуванням та ночівлею в дорозі, безпека подорожі, незалежність від погодних умов, доступність біотуалетів, більш ергономічне місце перебування (ліжка) у порівнянні з автомобільними або автобусними сидіннями. Автомобільний туризм серед

переваг має функцію «доставку від дверей до дверей», його проходимість може бути більша, у порівнянні з залізницею, більш привабливий вигляд з вікна, можливість вийти для фотографування або відвідування конкретного місця, в якому зацікавлений турист, дешевше вартість поїздки у порівнянні із залізницею. До недоліків розглянутих вище видів транспорту можна віднести невелику швидкість пересування, достатньо низький рівень сервісу впродовж подорожі, забруднення зовнішнього середовища (у порівнянні із водними видами транспорту наприклад).

На розвиток туризму в Україні впливають різноманітні чинники на різних рівнях. Так, на макрорівні це можуть бути політичні, економічні, соціально-культурні чинники. На мезорівні – в першу чергу, вплив конкурентів, в другу чергу, смаки та сподівання та очікування потенційних споживачів туристичних послуг.

1.2. Аналіз наукових праць з визначення ключових понять, що застосовуються в концесійній діяльності

Концесія є одним з ефективних засобів залучення коштів потенційних приватних інвесторів у різні державні проекти. В Україні в 1999 р. ухвалено Закон України «Про концесії» [84].

«Концесія – надання з метою задоволення громадських потреб уповноваженим органом виконавчої влади чи органом місцевого самоврядування на підставі концесійного договору на платній та строковій основі юридичній або фізичній особі (суб'єкту підприємницької діяльності) права на створення (будівництво) та (або) управління (експлуатацію) об'єкта концесії (строкове платне володіння), за умови взяття суб'єктом підприємницької діяльності (концесіонером) на себе зобов'язань по створенню (будівництву) та (або) управлінню (експлуатації) об'єктом концесії, майнової відповідальності та можливого підприємницького ризику» [85].

Концесія розрахована на досягнення певного соціального ефекту, що передбачає задоволення, насамперед громадських потреб, а не лише вигоду концесіонера. Закон України «Про концесії» визначає сфери господарської діяльності, де можливе її застосування. Закон визначає широкий перелік сфер господарської діяльності, у яких можливе застосування концесії.

Договір концесії передбачає наявність двох сторін: це концесіодавець і концесіонер. Концесіодавець – це уповноважений орган виконавчої влади чи орган місцевого самоврядування. Кабінет Міністрів України у 1999 р. затвердив перелік об'єктів права державної власності, які можуть надаватися в концесію, та визначив органи, що уповноважені на укладання концесійного договору. Концесіонером може бути як юридична, так і фізична особа. Концесіонер після підписання договору концесії отримує відповідні права та бере на себе зобов'язання на створення та управління об'єкта концесії. Зазвичай в концесію передається право на створення (будівництво або добудову) майна (об'єкта концесії) і на подальше його використання (управління, експлуатацію) концесіонером з метою отримання прибутку. Таким чином, концесія поєднує в собі ознаки підряду та інститутів оренди, найму, а також фінансового лізингу.

Однією із головних ознак концесії є те, що передача об'єктів у концесію (на період від 10 до 50 років) не передбачає перехід права власності на цей об'єкт до концесіонера, тобто майно, що є на обліку в концесійній угоді, все одно залишається у державній чи комунальній власності.

Більшість науковців у свої працях підкреслюють, що концесія – це ефективний засіб залучення інвестицій у транспортну галузь, зокрема, у залізничний транспорт. Зокрема, дослідниця Карась О. С. [86] запропонувала й обґрунтувала організаційний механізм державно-приватного партнерства саме в транспортній галузі. Вчені [87; 65; 98] теж наполягають на підтримці державно-приватного партнерства саме у сфері залізничного транспорту.

Після виділення пасажирських перевезень в окремі структури збитковість від пасажирських перевезень повинна покриватися за рахунок

державного бюджету, вважає дослідник Каверін О.В. [62]. Крім того, автор робить акцент на недосконалості правового поля, у якому співпрацюють концесієдавець та концесіонер.

Меркулова М. Є. у своїй роботі [63] проаналізувала досвід інших країн стосовно запровадження державно-приватного партнерства, та виявила, що концесія є досить ефективною для галузей, які не підлягають приватизації. Як ми знаємо, транспорту галузь, а саме залізничний транспорт є об'єктом державного значення, а отже, не може бути приватизований.

Вчені у роботах [56–58] теж акцентують увагу на тому, що розвиток державно-приватного партнерства є запорукою ефективного розвитку регіонів, підвищення їхньої інвестиційної активності. Автори слушно вважають, що державно-приватне партнерство – це об'єднання державних та приватних ресурсів з метою розробки, планування, фінансування, будівництва та експлуатації об'єктів соціальної та виробничої інфраструктури.

У науковій праці [65] автор розробив спеціальне рейтингування проєктів державно-приватного партнерства, за допомогою якого управлінці зможуть приймати оптимальні управлінські рішення.

Внаслідок застарілої туристичної та транспортної інфраструктури країни та хронічного недофінансування з боку держави, в Росії слабо розвинений внутрішній туризм, вважають Перекрєстова Ю. М. [51] та Є. Г. Гладишева [52]. Залучення інвестицій на потреби туристичної та транспортної галузі можливе лише за умови державно-приватного партнерства [49].

Враховуючи недосконале українське законодавство стосовно концесійних угод та відсутність прозорого механізму отримання дотацій та пільг концесіонером, потенційні інвестори поки що з опасінням відносяться до укладання концесійних угод, адже термін їх дії триває не менше 10 років, а гарантії на такий тривалий період держава їм надати не може [35]. При цьому концесійний платіж вноситься концесіонером обов'язково незалежно

від наслідків господарської діяльності [85]. Державно-приватне партнерство передбачає передачу з боку держави певних повноважень з проектування, будівництва, управління та фінансування (для нових об'єктів) приватному бізнесу на основі укладених типових контрактів (договорів) [36]. До найбільш розповсюджених видів концесійних угод можна віднести наступні [37]: «Будівництво – управління – передача» (BOT), «Будівництво – передача – управління» (BTO), «Будівництво – володіння – управління» (BOO), «Будівництво – володіння – управління – передача» (BOOT), «Покупка – будівництво – управління» (BBO). В залежності від цього і відбувається експлуатація та управління відповідного об'єкта концесії.

В Україні поки що немає досвіду організації концесії на залізничному транспорті. Україна відстає від економічних показників сусідніх країн, а тому відлякує потенційних інвесторів. Закон України «Про залізничний транспорт» передбачає, що залізничну інфраструктуру можуть передавати у концесію, оренду, лізинг, управління та спільну діяльність на конкурсних засадах [28]. Цим законом запроваджено конкуренцію між потенційно новими перевізниками та «Укрзалізницею», передбачено нове регулювання перевезень та тарифоутворення. Спочатку «Укрзалізниця» планує передати у концесію збиткові вокзали Миколаєва, Харкова, Дніпра, Хмельницького, Чоп, Вінниці, Івано-Франківська, Запоріжжя. Це дозволить перетворити застарілі вокзальні комплекси на сучасні, щоб вони виконували функцію не лише транспортних вузлів, а комерційних об'єктів [29].

Саме транспорт, як об'єкт державної власності, та об'єкт, що зазвичай недоотримує значні кошти на розвиток та оновлення, потребує запровадження концесії. Можна навести немало успішних прикладів державно-приватного партнерства у сфері залізничного транспорту: залізничний тунель у Великобританії, високошвидкісна магістраль у Нідерландах, Євротунель під проливом Ла-Манш, Сіднейський портовий тунель, метрополітен в Лондоні, навіть Ейфелева вежа у Парижі та інші.

Навіть для Африки концесії не є новинкою, адже з 34 залізниць третину вже передано в концесію приватним компаніям, інші – на черзі. Концесія на залізницях Кот-д'Івуару, Буркіна-Фасо, Малаві, Замбії дозволила підвищити рівень обслуговування, конкурентоспроможність, обсяги перевезень. Концесіонери вкладають немалі кошти в розбудову африканських залізниць, наприклад, у Камеруні компанія-концесіонер інвестувала 25 млн доларів, майже стільки ж вклали інвестори і в Замбії.

Таблиця II. Переваги та недоліки застосування концесії

Переваги застосування концесії	Недоліки в застосуванні концесії
залучення позабюджетних коштів для будівництва, реконструкції та експлуатації дорожніх інфраструктурних об'єктів, а також прискорений розвиток групи об'єктів інфраструктури за відсутності достатнього обсягу бюджетних коштів	відсутність досвіду і професійних навичок у органів влади щодо укладення концесійних договорів і управління концесіями
використання управлінського досвіду, технологій та професійних компетенцій приватного партнера для реалізації технологічно складних інфраструктурних проектів	концесія в умовах непрозорості дозвільних процедур та недосконалості вітчизняного правового поля створює додаткові умови для корупційних дій
розподіл ризиків з розвитку окремих об'єктів публічної інфраструктури з приватним партнером	можливість втрати чи послаблення контролю з боку державних органів за зростанням тарифів та якістю послуг
надання одним приватним партнером рішення з інфраструктурного об'єкту на весь його життєвий цикл, тобто будівництво / реконструкція і подальше управління об'єктом	банкрутство підприємства-концесіонера може мати негативні соціальні наслідки і призвести до втрати довіри населення до державних органів влади
залучення приватного капіталу, в т. ч. іноземного, без втрати стратегічного контролю над життєво важливими публічними системами та об'єктами	слабкий контроль регулюючих органів може призвести до вилучення монопольної ренти орієнтованими на прибуток приватними партнерами
сприяння більш повній реалізації принципів соціальної справедливості при оптимізації державного втручання в економіку	складність у виборі достойного приватного партнера для реалізації проектів державно-приватного партнерства
поліпшення інвестиційного клімату в державі та залучення інвесторів (у т. ч. іноземних) у розвиток публічної інфраструктури	

Концесія дозволяє урядам країн переорієнтувати кошти, що могли б бути направлені на розвиток залізничного транспорту, на інші галузі, що потребують фінансової підтримки. Крім того, держава отримує постійний дохід від платежів концесіонерів, які повинні платити заздалегідь обумовлені внески незалежно від прибутковості своєї діяльності. Потрібно також сказати, що концесіонер не тільки покращує сервіс та рухомий склад, а й сприяє підвищенню ділової активності й рівня життя в зоні їх тяжіння.

Досвід діючих концесій (а їх на залізницях використовують майже двадцяти країн, реалізується майже сто проектів концесії, при цьому інвестиції перевищили 26 млрд доларів) може виявитися корисним для України, адже керівництво «Укрзалізниці» у умовах хронічного бюджетного недофінансування має намір відновити колишню міць залізниць саме за допомогою впровадження концесії [26].

На концесійну форму в країнах, які розвиваються, припадає 79 % загальної кількості проектів і 96 % всіх інвестицій.

1.3. Основні нормативно-правові документи, що регулюють туристичну діяльність в Україні та в країнах Європейського Союзу

Туризм сприяє розвитку багатьох суміжних галузей, створюючи робочі місця та умови для залучення інвестицій.

Туризм в Україні регулюється Законом «Про туризм» [2]. Крім того, в Державній цільовій програмі розвитку туризму та курортів до 2022 року передбачено підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняної туристичної індустрії на міжнародному туристичному ринку, забезпечення якості національного туристичного продукту, пристосування природних територій, об'єктів культурної спадщини для відвідування туристами, забезпечення їх відповідного інфраструктурного облаштування й інформаційного забезпечення [38].

На жаль, її виконання було припинено на підставі Постанови Кабінету Міністрів (№71 від 05.03.2014) [39].

В Стратегії розвитку туризму та курортів до 2026 року окреслено напрями формування сприятливих умов для активізації розвитку сфери туризму та курортів згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, перетворення її на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку регіонів і держави в цілому, сприяє підвищенню якості життя населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства, популяризації України у світі [40]. Діяльність Європейського Співтовариства в сфері туризму здійснюється протягом декількох десятиріч. Договір про заснування ЄЕС 1957 року (ст. 3 і) називав заходи в галузі туризму в числі одного з «напрямків діяльності» ЄС і наділяв Спільнота відповідною компетенцією [41].

Регулювання європейським правом сфери туризму в своєму розвитку пройшло кілька етапів. Уже в 60-70-і роки XX століття стала спостерігатися «експансія» проблем туризму в діяльність Європейського Економічного Співтовариства. В ЄЕС піддавалися регулюванню такі питання, як: санітарні норми, екологія, права споживачів, перевезення та ін., що побічно впливають на туризм. Було позитивно вирішено важливі питання в сфері туризму, а саме: спрощення візових формальностей, підвищення безпеки туристів, гармонізація податкової політики, взаємне визнання рівня кваліфікації і дипломів спеціалістів в галузі туризму, регіональний розвиток туризму. У галузі туризму ЄС видає значну кількість актів. Серед прийнятих документів кількісно переважають акти «м'якого права» ЄС, тобто ті, які не несуть юридично обов'язкового характеру.

У розвитку компетенції Європейського Співтовариства / Союзу можна виявити чотири етапи. Перший охоплює період з 1957 року по 1982 рік (ухвалення Договору про заснування ЄЕС 1957 року). Договір врегулював питання формування Спільного внутрішнього ринку.

Другий етап – 1982-1992 рр. – це прийняття «Повідомлення про основні керівні принципи політики в сфері туризму» та ряду спеціальних актів (наприклад, Рішення Ради 86/664 / ЕЕС про порядок взаємодії та консультацій в сфері туризму).

Третій етап (1992-1999 рр.) починається з прийняття Договору про Європейський Союз. Маастрихтським договором в ст. 3 Договору про Європейське Співтовариство було внесено зміни, згідно з якими діяльність Товариства може включати «заходи в сфері туризму».

Четвертий етап починається з моменту набуття чинності Амстердамського договору (1999 рік) і триває по теперішній час.

В Європі права туристів регламентуються трьома напрямками, що закріплені у «Лісабонській стратегії» - це сталий розвиток суспільства в цілому, врахування інтересів туристів та підвищення конкурентоспроможності.

Міжнародні договори у галузі туризму вчена Н.А. Соколова [42] поділяє на: багатосторонні (наприклад, Шенгенські угоди Європейського союзу «Про єдиний візовий і туристичний простір») та двосторонні, наприклад, Манільська декларація зі світового туризму (Філіппіни, 1980 р.) яка визначила туризм як діяльність, що має важливе значення в житті народів завдяки безпосередньому впливові на соціальну, культурну, освітню й економічну сфери життя держав і міжнародних відносин.

Десять основних принципів, яких необхідно дотримуватися всім учасникам взаємовідносин у галузі туризму, визначено Гаазькою декларацією з туризму (Нідерланди, 1989 р.).

Глобальний етичний кодекс туризму (Чилі, 1999р.) визначає туризм як діяльність, що найчастіше асоціюється з відпочинком, дозвіллям, спортом і спілкуванням з культурою і природою, що повинна плануватися і практикуватися як привілейований засіб індивідуального й колективного вдосконалення [43].

Потрібно зауважити, що в Європейському союзі не існує офіційного інституту, що займається окремо питаннями розвитку туризму в країнах-учасниках. Ця функція покладена на Європейську комісію. Структурні фонди Європейського союзу є найбільшим джерелом інвестування в індустрію туризму найменш розвинених європейських регіонів. До основних структурних фондів Європейського союзу, що надають активну допомогу в розвитку туризму: Європейський фонд регіонального розвитку; Європейський соціальний фонд; Європейський фонд управління сільським господарством; Європейська комісія подорожей; Європейський інвестиційний банк та ін. [44].

У реалізації політики зайнятості населення в туристській сфері важливу роль відіграє Європейський соціальний фонд. Він фінансує проєкти, спрямовані на підвищення кваліфікації та перепідготовку кадрів. У рамках діяльності цього фонду здійснюється також стимулювання діяльності малих туристських підприємств в країнах Європейського союзу [45].

Європейський фонд управління сільським господарством координує та фінансує заходи з розвитку сільської місцевості та здійснює допомогу населенню, зайнятому в натуральному виробництві, зокрема сприяє розвитку агро- і екотуризму [45, с. 40]. Також ефективно співпрацює у сфері туризму Європейська комісія подорожей, в складі якої є майже сорок національних туристських організацій країн Європи.

До найбільш важливих законодавчих актів, що регулюють питання європейської політики в галузі туризму, можна віднести: резолюцію конференції «Майбутнє європейського туризму», прийнята в 2002 р. в Брюсселі; Лісабонську стратегію в області розвитку туризму і збільшення зайнятості (2005 р.); прикінцеві положення Конференції зі сталого розвитку європейського туризму (2005 р., Брюссель); Порядок з питань сталого розвитку та конкурентоспроможності європейського туризму 2007 р., прийняту на Європейському туристському форумі в Португалії [45].

Політика Європейського Союзу в галузі туризму безперечно націлена на координацію розвитку туризму країн-учасниць, а саме: захист туристів і їх вільного пересування; гармонізація правил діяльності в індустрії туризму; регіональний розвиток туризму. Зазвичай функції регулятора виконують спеціально створені національні туристичні адміністрації [46]. В Україні поки що не утворено настільки ж ефективно діючий подібний орган, який би ефективно захищав права як споживачів туристичних послуг, так і тих, хто надає різного рода послуги в галузі туризму.

Основні права туристів також закріплені Директивою ЄС 2015/2302 «Про пакетні тури та пов'язані з ними туристичні послуги» та Директивою «Про подорожі по турпакета і комбінованих туристичні послуги» [47]. Вказані Директиви всіляко захищають права туристів. Крім того, відповідно до Директиви 2008/122/ЄС «Про захист прав споживачів у зв'язку з деякими аспектами таймшеру, довгострокових відпусток, перепродажу та обміну прав» [48]. Відносини таймшеру досі не врегульовані українським законодавством.

Відповідно до Угоди про асоціацію між Україною та ЄС співпраця у галузі туризму здійснюється задля підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі, підвищення іміджу України на міжнародному ринку туристичних перевезень, розширення меж безвізового режиму. Співпраця базується на трьох основних принципах: врахування інтересів місцевих громад; важливість культурної спадщини; дотримання принципу сталого розвитку суспільства з точки зору екологічної складової.

В оновленому Законі України «Про туризм» враховано положення Директиви 90/314/ЄЕС від 13 червня 1990 р. «Про організовані туристичні подорожі, відпочинок з повним комплексом послуг та комплексні турне», які передбачають: уточнення термінологічно-понятійного апарату у сфері туризму відповідно до міжнародних дефініцій; визначення існуючих видів туризму в залежності від різноманітних ознак; запровадження

обов'язкового страхування цивільної відповідальності туроператорів та турагентів; створення Реєстру фахівців туристичного супроводу.

1 червня 2017 року набули чинності національні стандарти України, гармонізовані з європейськими нормативними документами, а саме: стандарт ISO 17679:2016 (Туризм і пов'язані з ним послуги); стандарт (Застосування шрифту Брайля на вказівках, обладнанні та приладах); стандарт ISO 23599:2012 (Засоби допомоги для сліпих і слабоворих людей).

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНИХ ЗАЛІЗНИЧНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

2.1. Організація залізничних туристичних перевезень в Україні

Залізничний транспорт, як засіб переміщення пасажирів, давно використовується в сфері організованого та неорганізованого туризму. У розвинених країнах світу сектор організованого туризму має багато засобів, за допомогою яких здійснюються перевезення індивідуальних туристів та туристських груп. Формами організації туристських залізничних подорожей є: перевезення туристів, здійснювані у звичайних пасажирських потягах; мандрівка туристів спеціалізованим туристським потягом (туристські та екскурсійні потяги).

Насамперед слід зауважити, що туристичні подорожі залізницею в СРСР були досить популярними. Якщо в 1960-х роках функціонувало п'ять туристсько-екскурсійних поїздів, то вже у 1980-х років курсувало майже 2 тисячі туристичних рейсів. Подорожі залізницею до місця відпочинку – на бази відпочинку біля моря або до піонерського табору або у напрямку мальовничого Закарпаття були доволі популярні та доступні за ціною, внаслідок чого залізницями подорожували приблизно 650 тис. осіб щороку. Ці подорожі зазвичай організовували профспілки відповідних підприємств, при цьому низький рівень сервісу компенсувався низькою вартістю квитка [50].

Після отримання незалежності Україною, в країні почала функціонувати туристична фірма «Джерело», що організовувала подорожі залізничним транспортом. Вони розробили близько 20 турів Україною, які користувалися значним попитом серед населення, але поступово, із роками старіння рухомого складу, а також із появою відносної доступності придбання власного автомобіля кожною сім'єю, попит на туристичні пасажирські перевезення став стрімко падати.

Занедбаний рухомий склад та транспортна інфраструктура зробили свою справу та знизили обсяги туристичних перевезень Україною залізничним транспортом до мінімуму. Держава не передбачала у бюджеті достатніх коштів на оновлення пасажирського рухомого складу та інфраструктури. Вітчизняні та іноземні бізнес-структури теж не поспішають вкладати кошти у цей напрямок, адже нестабільна фінансово-політична ситуація в країні не дає їм жодних гарантій та відповідної впевненості в успішному веденні бізнесу. Туристи ж стали більш вибагливими і хочуть отримувати послуги, які відповідають світовим стандартам.

Таким чином, на сьогодні туристичних поїздів в Україні, які б були організовані регулярними рейсами, не існує. Залізниця може сформувати додатковий вагон або декілька вагонів, якщо отримає відповідну групову заявку на перевезення. Але ці перевезення все ж таки далекі від класичного поняття залізничної екскурсії.

Тобто, з одного боку, Україна має усі передумови розвитку залізничного туризму, перш за все, це позитивний досвід організації туристичних перевезень залізничним транспортом по широкій колії, а також наявність достатньої кількості місць відпочинку чи відвідування, з іншого боку, хронічна нестача коштів на оновлення рухомого складу та інфраструктури, недосконалість законодавчих актів у сфері туризму, та зокрема, у співпраці залізниць та приватних інвесторів гальмують розвиток цього виду перевезень.

Якщо вести мову про організацію туристичних залізничних перевезень вузькою колією, то тут потрібно сказати, що вузькоколійні маршрути прокладені на Рівненщині, Львівщині, Закарпатті та Івано-Франківщині. Але діючими є лише декілька з них. На сьогодні в Україні функціонують наступні вузькоколійки: «Анця Кушницька» (62 км) сполученням Іршава-Хмільник-Виноградів, Гайворонська вузькоколійка (36 км) сполученням Гайворон-Бердичев-Рудниця, «Карпатський трамвай», що курсує від с. Вигода до с.

Сенечів, пролягаючи понад річкою Мізунка, «Поліський трамвай» (106 км) курсує від станції Антонівка [53, 54, 55].

Українські вчені, а саме група дослідників з Дніпровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В.Лазаряна провели ґрунтовне обстеження існуючих вузькоколіїних залізниць на Закарпатті з метою оцінювання їхньої подальшої придатності для використання при організації залізничного туризму. Було виявлено майже повну відсутність можливості організації туристичних подорожей вузькими коліями, адже все знаходиться в занедбаному стані, а вузькоколіїний рухомий склад зношено на 100%.

Організацією пасажирських перевезень залізничним транспортом в Україні (а також невеликого обсягу туристичних перевезень) займається «Пасажирська компанія» акціонерного товариства «Українська залізниця» (далі – Філія), створеної відповідно до законодавства України, Статуту акціонерного товариства «Українська залізниця» (далі – Товариство), що утворене та діє відповідно до Закону України «Про особливості утворення публічного акціонерного товариства залізничного транспорту загального користування» від 23 лютого 2012 року № 4442-VI, постанов Кабінету Міністрів України від 25 червня 2014 року № 200 «Про утворення публічного акціонерного товариства «Українська залізниця», від 02.09.2015 № 735 «Питання публічного акціонерного товариства «Українська залізниця».

Філія є відокремленим підрозділом Товариства, який не має статусу юридичної особи, не підлягає державній реєстрації, має окремий баланс.

Діяльність пасажирської компанії направлена на задоволення потреб держави, юридичних і фізичних осіб в безпечних та якісних перевезеннях залізничним транспортом у внутрішньому та міжнародному сполученні, а також надання відповідних послуг для забезпечення ефективного функціонування та розвитку виробничо-технологічного комплексу залізничного транспорту загального користування, створення умов для

підвищення конкурентоспроможності галузі, підвищення її іміджу, а також отримання прибутку від здійснення підприємницької діяльності.

Філія має право надавати наступні послуги: перевезення пасажирів, багажу, вантажобагажу і пошти залізничним транспортом у внутрішньому та міжнародному сполученні; утримання, експлуатація, ремонт, модернізація, технічне переоснащення та інші види поліпшення будівель та споруд; допоміжне обслуговування наземного транспорту; діяльність інших засобів тимчасового розміщення; надання послуг мобільного харчування, ресторанів; надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого рухомого та нерухомого майна; надання послуг з навантаження та вивантаження багажу, вантажобагажу та пошти; ремонт, технічне обслуговування з відчепленням та надання послуг з технічного обслуговування залізничного рухомого складу і технічних засобів, що експлуатуються на залізничному транспорті; продаж проїзних документів, виконання робіт та надання послуг з обслуговування пасажирів на вокзалах та в пасажирських поїздах; актуалізація екологічної політики, оцінювання процесів системи екологічного управління; надання інформаційних послуг; надання комерційних послуг; торгівля продуктами харчування, напоями, тютюновими виробами та товарами господарського призначення і алкогольними напоями та інше.

Групові перевезення туристичних груп Укрзалізниця проводить за попереднім замовленням, за індивідуальними або груповими квитками, при чому зазвичай подібні туристичні перевезення відбуваються в складі звичайного пасажирського поїзда, що значно відрізняється від класичного поняття туристичного поїзда.

Залізниця отримує кошти від пасажирів/туристів, в першу чергу за послугу перевезення, а крім того, може отримати додаткові кошти за надання послуг харчування в поїзді та послуги з розміщення в готелях/кімнатах відпочинку на вокзалах. Враховуючи, що тур – це «туристична подорож (поїздка) за певним маршрутом у конкретні терміни, забезпечена комплексом туристичних послуг (бронювання, розміщення, харчування, транспорт,

рекреація, екскурсії тощо)» [86], то залізничний тур може включати в себе майже весь комплекс туристських послуг. Отже можна прийняти, що залізничний тур – це турпродукт, до якого включено послуги з перевезення туристів засобами залізничного транспорту та будь-які інші характерні або супутні туристські послуги. Так, послуги розміщення, харчування, розважальні і, частково, екскурсійні можуть надаватись в залізничному рухомому складі -спеціалізованих пасажирських вагонах.

Монопольне право на здійснення пасажирських (туристичних) перевезень в даний час має тільки Укрзалізниця, адже тільки вона має на балансі об'єкти транспортної інфраструктури та рухомий склад, що необхідні для виконання туристичних перевезень. Впродовж багатьох років приватні інвестори не проявляли бажання інвестувати в організацію пасажирських перевезень залізницею, адже зазвичай це збиткові перевезення, тому оператори-приватні володарі рухомого складу працюють на залізниці поки що лише в сфері організації вантажних перевезень, і до речі, частка приватних власників з року в рік зростає, а в пасажирському секторі серйозних зрушень в цьому напрямку не відбувається. Заходи щодо залучення коштів приватних вітчизняних та іноземних інвесторів відбуваються дуже повільно, наприклад, лише нещодавно внесено зміни до Закону України «Про концесію», згідно із яким більш-менш врегульовані питання інвесторів та держави, які бажатимуть вкласти кошти у розвиток залізниць на умовах концесії. Першим кроком є передача в концесію семи крупних збиткових вокзалів, але процедура триватиме декілька років, тож казати про швидку переорієнтацію бізнесменів на організацію залізничного туризму в Україні поки що зарано.

В Україні сьогодні туристські підприємства використовують залізничні поїздки як засіб переміщення туристів з країни постійного проживання до країни – об'єкта туризму, або між об'єктами туризму в окремому регіоні, країні тощо. У такому випадку турфірма є споживачем послуг залізничного транспорту та користується відповідними правами. Лише звичайне

бронювання місць – це все, що доступне українській турфірмі. Отже, наразі можна стверджувати про відсутність ринку залізничного туризму в Україні.

Укрзалізниця має величезну проблему внаслідок перехресного субсидування збиткових пасажирських перевезень за рахунок вантажних. Вже найближчим часом цю практику буде припинено, адже на ринок вантажних перевезень допущені приватні оператори-власники рухомого складу, які звичайно, не збираються субсидіювати державні пасажирські перевезення. Менеджмент «Укрзалізниці» в умовах всесвітньої та загальнодержавної кризи внаслідок пандемії коронавірусу, різкого зниження обсягів пасажирських перевезень та стрімкого зростання їхньої збитковості повинен шукати напрями збільшення дохідності пасажирського господарства. На наш погляд, розвиток залізничного туризму в контексті розвитку внутрішнього туризму в Україні, є доволі начасі. Питанням розвитку пасажирських перевезень, і, особливо, якісній стороні задоволення потреб населення в переміщенні, намагаються приділяти більше уваги, але катастрофічний знос основних засобів, низький рівень залучення інвестицій, застарілість логістичної системи, недосконалість законодавчої бази значно гальмують цей процес. Особливу увагу слід приділити поліпшенню комфорту, сервісу та якості обслуговування пасажирів. Вплив туризму на розвиток залізничного транспорту є досить вагомим. Він вимагає покращення матеріально-технічної бази, вдосконалення організації і управління перевезеннями, системи та якості обслуговування, а також відповідної тарифної політики.

Після запуску туристичних перевезень на залізничному транспорті вкрай важливо систематично проводити маркетингові дослідження для з'ясування ступеня задоволення споживачів та виявлення потреби в таких перевезеннях. Так, американська компанія «Амтрак», після запуску швидкісної лінії Бостон–Нью-Йорк–Вашингтон стикнулася з тим, що очікуваний пасажиропотік був не таким великим, як прогнозувалося, і що частина клієнтів користується автомобільною дорогою, яка проходить

паралельно залізниці. За допомогою анкетування вдалося виявити бажання пасажирів, а саме: різноманітне харчування, в тому числі гаряче впродовж подорожі, зручні місця, гарне світло, наявність Інтернету, постійна доступність туалетів. Після врахування потреб пасажирів менеджментом відповідної залізниці, обсяги пасажироперевезень значно зросли [59].

За результатами анкетування, проведеного Марценюк Л.В. [60], можна зробити такі висновки: найбільш активними у контексті подорожей є молодь до 30 років, при цьому громадяни віком від 30 до 60 років подорожують вдвічі менше, ніж молодь. При чому третина працездатного населення не має матеріальної можливості подорожувати. Щодо вікової категорії населення «за 60...», то їхня мобільність дуже низька, адже ряд об'єктивних причин – незадовільний стан здоров'я та недостатнє грошове забезпечення не дозволяють витратити гроші на подорожі. Цікаво, що респонденти (майже 80%) позитивно ставляться до потенційних подорожей залізницею, але ж, звичайно, поїдуть у залізничну подорож лише на спеціалізованому туристичному потягу із певним набором послуг. Залізничний туризм до душі майже усім віковим категоріям. Отже, залізничний туризм має багато прихильників на ринку туристичних послуг і його необхідно розвивати, оскільки це джерело додаткового доходу для акціонерного товариства «Українська залізниця», турагентів, туроператорів та суб'єктів, що здійснюють туристичну діяльність, а також місцевих органів влади.

Аналізуючи звітні дані Державної служби статистики України [61] та результати анкетування, проведеного Марценюк Л.В. [60] та В. М. Газковим, можна зробити такі висновки: залізничний туризм в Україні як такий не існує, але має певні позитивні тенденції до розвитку, а саме: прихильність з боку потенційних туристів, наявність рекреаційних та туристичних зон, значну кількість об'єктів культурно-історичного значення.

Задля розвитку залізничного туризму в Україні потрібно вкласти значні кошти на розвиток туристичної та транспортної інфраструктури, а також в

оновлення рухомого складу. Все це можливо реалізувати за допомогою державно-приватного партнерства.

2.2. Аналіз обсягів пасажирських та туристичних перевезень в Україні

У 2017 році відбулося реформування структури управління Пасажирської компанії, внаслідок чого усі структурні підрозділи колишнього пасажирського господарства перейшли у в Філію «Пасажирська компанія».

До її складу увійшли: 14 пасажирських вагонних депо, 9 пасажирських вагонних дільниць та 21 пасажирський вокзал.

Відбулося суттєве скорочення штату працівників, внаслідок чого вдалося отримати економію фонду заробітної плати в сумі більше 32 мільйонів гривень на рік. На нашу думку, скорочення штату це не завжди оптимальний вихід із ситуації, адже скороченню підлягають досвідчені працівники, які б могли принести користь підприємству при розвиненні інших, паралельних напрямів діяльності, за умови утворення нових корисних заліниць та пасажирів структур.

Філія «Пасажирська компанія» підпорядковується департаменту з організації внутрішніх та міжнародних пасажирських перевезень. Бажано додати сектор чи відділ, що займатиметься саме туристичною діяльністю, адже організація туристичних епревезень залізничним транспортом потребує багато зусиль. Потрібно проводити масштабну рекламну компанію, маркетингові дослідження вподобань пасажирів, аналіз конкурентів-перевізників інших видів транспорту в Україні, аналіз послуг, що надаються туристам упродовж подорожі залізницею в інших країнах задля підвищення рівня сервісу та наближенню їх до європейських вимог та вирішувати багато інших питань, в тому числі готувати відповідні пропозиції для затвердження регулюючих туристичні залізничні перевезення документи на законодавчому рівні.

Внутрішній залізничний туризм в Україні майже не існує. Якщо звернутися до статистики відвідувань України іноземними громадянами, то якщо у 2001 році в країні побувало менше мільйона осіб, то вже з кожним наступним роком ця цифра збільшувалася. Так, у 2004-му Україну відвідали 15 мільйонів осіб, у 2009-му – 20 млн, а в 2013-му – майже 25 млн(!). Але після 2014 року у зв'язку з нестабільною політичною та економічною ситуацією в країні потік туристів постійно скорочується. Левова частка приходить на приватний туризм, і лише 8% підпадає під категорію організованого туризму та 4% - відрядження.

Держприкордонслужба зафіксувала у 2019 році зростання кількості туристів з неприкордонних країн, зокрема Європи: Іспанії – на 68%, Великобританії – 47,3%, Литви – 23,4%, Італії – 15,4%, Німеччини – 13,3 %, Франції – 9,2%, а також Індії – на 57,4 %, Китаю – на 38,8%, Японії – на 38,3%, Ізраїлю – на 21,7% та США – на 19%. Прикордонний рух навпаки скоротився. Такі зміни в структурі туристичного потоку стали результатом активізації просування України на міжнародному туристичному ринку, двостороннього співробітництва, візової лібералізації, збільшення пропозицій прямого та бюджетного авіасполучення.

Туризм створює понад 27 мільйонів прямих та споріднених робочих місць. Туристична галузь забезпечує 10 % ВВП ЄС і створює робочі місця для 12 % працівників в Євросоюзі. За оцінкою Єврокомісії, туристична система ЄС може втратити 50 % обігу 2020 року.

Єврокомісія взяла до уваги три головні виклики, з якими туристична галузь стикається в умовах пандемії. Серед них – проблема ліквідності туристичних підприємств, невпевненість споживачів туристичних послуг, а також соціальні наслідки вимушених обмежувальних заходів.

Сьогодні криза, пов'язана з пандемією COVID-19 змусила туристичний бізнес вийти з зони комфорту та шукати інноваційні шляхи розвитку та діяльності. Для того, щоб туризм відновився після кризи, його слід реанімувати упровадженням різного роду новацій.

За даними Світової ради з подорожей та туризму, коронавірус може завдати туристичній галузі 2,1 трильйона доларів збитків у 2020 році, а через обмеження на подорожі без роботи можуть залишитися 75 млн людей [17].

За статистикою в Україні подорожує здебільшого населення від 25 до 40 років, у той час як в економічно розвинених країнах туристи – це переважно люди старшої вікової групи (понад 60 років). Впливовими для подорожуючих є такі фактори: відносна дешевизна послуг; незалежність від погодних умов; можливість зекономити на готелі; економія на вартості екскурсії в складі групи; можливість духовно розвиватися; безпека під час подорожі; зручність пересування; можливість недорого харчуватися під час подорожі; достатній сервіс. Що стосується іноземців, то для них можна запропонувати екскурсії з більшою тривалістю та відповідно й більшою вартості. Адже в екскурсійній програмі обов'язково буде супровід перекладача та відеофільми іноземними мовами, а також розширена розважальна програма (наприклад, проведення майстер-класів та ін.).

Потрібно додати, що за останні роки Україна піднялася на 10 позицій в світовому рейтингу «Індекс конкурентоздатності у сфері подорожей і туризму» і посіла 78 сходинку. Зокрема, по мірі стабілізації та відновлення країни Україна різко покращила ділове середовище (зі 124 на 103 місце), безпеку (зі 127 на 107 місце), міжнародну відкритість (зі 78 на 55 місце) та загальну інфраструктуру (зі 79 на 73 місце).

Звіт про конкурентоспроможність подорожей та туризму – це інструмент для зацікавлених сторін для оцінки можливостей та передбачення больових точок, які заважають або заважатимуть у майбутньому позитивному розвитку туристичної галузі. При цьому індекс конкурентоздатності у сфері подорожей і туризму розраховують на основі 15 факторів (бізнес-середовище, безпека, охорона здоров'я й гігієна, людські ресурси й ринок праці, ціни, інфраструктура, природні, культурні ресурси тощо). Згідно із даними, що оприлюднила Всесвітня туристична організація, Україна має 3,7 бала із 7. Оточують нашу державу у рейтингу Ямайка, Шрі-

Ланка, Вірменія, Казахстан і Намібія. Традиційно привабливими для подорожуючих є Іспанія (5,4 бала), Франція (5,4 бала), Німеччина (5,4 бала), Японія (5,4 бала) та США (5,3 бала). Найбільш складними для мандрівок виявилися Ємен (2,4 бала), Чад (2,5 бала) і Ліберія (2,6 бала) [94].

Про стрімке розширення сфери туризму говорить наступна цифра – сьомий рік поспіль приріст експорту туризму в світі (+ 4%) перевищив показник зростання товарного експорту (+ 3%).

Враховуючи такі швидкі темпи зростання, міжнародні прибутки в сфері туризму до 2030 року сягнуть 1,8 мільярда. За даними українських мобільних операторів за минулий рік зафіксовано майже 170 млн переміщень Україною абонентів мобільного зв'язку, з них 140 млн – українських і майже 30 млн – іноземних. До найбільш популярних для відвідування іноземцями областей входить Закарпатська, Одеська та Харківська (набуває ролі центру ділового туризму) області. Українці найбільше відвідують Київську, Львівську, а також Полтавську, Черкаську та Дніпропетровську області.

Традиційно лідерами за відвідуванням України є прикордонні країни – Молдова (4,4 млн за 2018 рік), Білорусь (2,6 млн), Росія (1,5 млн), Польща (1 млн), Угорщина (915 тис.), Румунія (740 тис.). Але тут потрібно розуміти, що ці дані опираються на кількість перетинів кордону, коли буває й таке, коли одну й ту ж людину фіксують на кордоні декілька разів. Особливо це показово на прикладі Молдови, населення якої станом на 2017-й рік складає 3,5 мільйони людей. Тобто велика кількість туристів з прикордонних країн – не обов'язково є показником туристичної привабливості, а, як це часто буває, – маркером тісних родинних, бізнесових, торгових зв'язків з потребою відвідувати сусідню країну. Відвідування України громадянами з не прикордонних країн зросло, і причому відчутно. Великобританії – на 47,3%, Китаю на 38,8%, Литви на 23,4%, Ізраїлю на 21,7%, США на 19,7%, Чехії на 16,0%, Італії на 15,4%, Німеччини на 13,3%, Франції на 9,2%, Болгарії на 7,9%. У Мінекономрозвитку такі зміни пояснюють активізацією просування України на міжнародному туристичному ринку, двостороннього

співробітництва, візової лібералізації, збільшення пропозицій прямого та бюджетного авіасполучення.

Водночас є ще одна хороша тенденція. За підсумками 2018 року сукупні надходження туристичного збору та податкових платежів з туристичної галузі зросли на 20,7% – до 4,2 мільярда гривень. Це – загальні витрати на туризм як іноземних мандрівників, так і наших громадян, які відпочивали в Україні. Сюди включено і надходження туристичного збору, які теж зросли на 29,2% і склавши 90,7 мільйона гривень.

За рік надходження до бюджетів всіх рівнів від туристичної галузі зросли на 21%, до 4,2 мільярда гривень, розповідає радниця першого віцепрем'єр-міністра України, міністра економічного розвитку та торгівлі Роксонала Підласа.

Важливою складовою роботи Міністерства є представлення України світові. В 2019 році на розвиток туризму України в Бюджеті було передбачено 17 мільйонів гривень.

На першому місці по доходах від туризму (після беззаперечного лідера – міста Києва з його 33 мільйонами турзбору) стоїть Львівська область. Вона приваблює туристів будь-якої пори року європейською атмосферою міст, гарною природою та розвиненою інфраструктурою. Якщо цікавлять замки, є маршрут "Золота підкова Львівщини". Хочете на природу – будь ласка: парк "Сколівські Бескиди" та заповідник "Розточчя", а також гірськолижне Славське та оздоровчий Трускавець.

Останнім часом тут активно розвивають гастрономічний туризм – минулого року відкрили для гостей 17 фермерських господарств, які пропонують туристичні послуги. Крім того, Львівська область лідирує за кількістю готелів – їх тут понад 1100. Бюджетні надходження від туризму в області протягом року зросли на 22 %. Туристичний збір за 2018 рік: 13,4 млн грн.

Найбільше туристів, які відвідали Львів у 2019 році, за даними управління туризму Львівської міської ради, були з України. За рік до Львові

приїхали 2,5 млн туристів. Із інших міст України Львів відвідали 35,7%, що майже на 10% менші, ніж торік, натомість із Польщі туристів побільшало на 2% – 18,3%, з Білорусі – 6,6%, з Туреччини – 6,2%, з Німеччини – 5,4%, з Великої Британії – 3%, з Литви – 2,7%, з США – 2,5%.

Найчастіше туристи відвідували у Львові каплицю Боїмів, Домініканський собор, костел Єзуїтів, Латинську катедру та ратушу, а новими туристичними локаціями став Меморіал героїв Небесної Сотні, Митрополичі сади та будівля львівської прокуратури. У 2019 році Туристичний офіс продав 843 картки Lviv City Cart. Близько 95,5% туристів рекомендують знайомим відвідати Львів й у середньому самі перебували тут 3,8 дні, витрачаючи за день 94 євро. Туристичний збір 2019 року становив понад 10 млн грн, порівняно на третину більше, ніж у 2018 році. А до міського бюджету завдяки туристам удалось перерахувати понад 196 млн грн.

На другому місті Одеська область: лідер пляжного туризму. Теплий клімат, море та сотні піщаних пляжів останніми роками тримають Одещину в лідерах пляжного туризму в Україні. Популярними є одеські райони Аркадія та Великий Фонтан, а також найвідоміші приморські курорти Затока і Кароліно-Бугаз. Крім пляжів, туристів цікавить Білгород-Дністровська фортеця Аккерман, яку продовжують реставрувати для включення до списків ЮНЕСКО, село Шабо з Центром культури вина і так звана українська Венеція – село Вилкове в Дунайських плавнях, де почали проводити смачний гастрономічний фестиваль. Туристичний збір в середньому за рік: 11,5 млн грн.

Третю позицію займає Закарпатська область: лідер гастрономічного туризму. Вікно Європи – Закарпаття – приваблює туристів строкатою сумішшю культур різних народів, термальними джерелами та сезонним цвітінням нарцисів і сакур. Чи не найвідомішим місцем області є Національний природний парк "Синевир" з найбільшим озером Українських Карпат. Проте найбільше Закарпаття вражає оригінальними смаками місцевої

кухні. Бограч, гурка, банош, рокот-крумплі – інтригують навіть назви, не кажучи про смак. Туристичний збір в середньому за рік: 3,8 млн грн.

На четвертій позиції Івано-Франківська область: лідер активного відпочинку. Івано-Франківщина – це не лише атмосфера вікових гуцульських традицій серед суворих Карпатських гір. Туристичний збір в середньому за рік: 3,7 млн грн.

На п'ятому місці Херсонська область: край заповідної природи. Херсонщина – єдина область материкової України, яку омивають два моря. Краєм заповідної природи ми називаємо цей регіон насамперед через унікальний піщаний масив «Олешківські піски» – один із найдивовижніших ландшафтів нашої країни. Крім того, на Херсонщині є не менш унікальна піщана коса Арабатська стрілка, заповідний Бирючий острів, безлюдний острів Джарилгач, заповідник «Асканія-Нова» з африканськими тваринами та хіт останніх туристичних сезонів – Рожеві озера. Туристичний збір в середньому за рік: 3,69 млн грн.

Шоста за рейтингом Запорізька область: лідер сімейного відпочинку. Запорізька область – не лише колыска козацтва, а й гарне місце для відпочинку з дітьми. Бердянськ, Приморськ, Кирилівка вже понад 50 років приймають тисячі відпочивальників на численних базах відпочинку та у дитячих оздоровчих таборах. Туристичний збір в середньому за рік: 3,61 млн грн.

На сьомій позиції Тернопільська область: лідер замкового туризму. З понад сотні середньовічних замків, що збереглися в Україні, 34 розташовані на Тернопільщині. 11 із них входять до складу Національного заповідника «Замки Тернопілля». Туристичний збір в середньому за рік: 0,4 млн грн.

Туризм і транспорт тісно взаємопов'язані, адже після прийняття рішення подорожувати перед туристом постає питання вибору транспортного засобу. На сьогодні залізничний транспорт має певні переваги серед інших видів транспорту. Подорожі залізницею є популярним видом відпочинку за

кордоном, а тому невід'ємною частиною туристичного бізнесу в більшості країн. Серед переваг залізничного туризму – можливість використання існуючої інфраструктури та рухомого складу.

Залізничний туризм почав розвиватися ще в XIX столітті, коли Томас Кук вперше організував подорож групи 580 англійців з міста Лестер до Лафборо (Англія). Цей вид туризму і до сьогодні залишається одним із основних і найприбутковіших видів транспортного туризму у світі.

Сьогодні подорожі та відпочинок стають невід'ємною частиною життя населення всіх континентів і, як наслідок, у структурі витрат середньостатистичної сім'ї, витрати на туристичні послуги – це четверта стаття після витрат на харчування, одяг та обслуговування автомобіля. Туристична політика країн Європейського Союзу спрямована на координацію розвитку туризму країн-учасниць, зокрема на захист туристів і їхнього вільного пересування; гармонізацію правил діяльності в індустрії туризму; взаємне визнання рівня кваліфікації і дипломів професійної підготовки кадрів туристичної галузі; розподілу відпускних періодів для зняття навантаження на туристичну індустрію в пікові сезони; регіональний розвиток туризму з метою його просування в нерозвинені регіони Союзу, що мають туристичний потенціал.

Принципами сучасної туристичної політики Франції є децентралізація, підтримка місцевих ініціатив, розвиток усіх форм соціального туризму, принцип всебічної співпраці між владою, територіальними громадами та підприємцями в галузі туризму.

Для утримання парку пасажирських вагонів в межах терміну експлуатації, визначеного виробником, у кількості, необхідній для задоволення потреб населення в пасажирських перевезеннях, впродовж наступних п'яти років необхідно було б придбати 1026 нових вагонів на суму 13 млрд. 790 млн. грн. На жаль, при середньорічній потребі у придбанні 250 нових вагонів, з моменту отримання незалежності Україною в 1991 році залізницями України за власні кошти придбано лише 562 пасажирських

вагонів. Потреба в інвентарному парку пасажирських вагонів до 2025 року надана в табл. III.

Таблиця III. Потреба в інвентарному парку пасажирських вагонів за період до 2025 року

Напрямок	2021	2022	2023	2024	2025
По Україні	1935	1868	1795	1738	1688
Приміські	0	0	0	0	0
СНД та Балтія	216	211	198	187	183
Європа	34	34	34	34	34
Резерв УЗ	0	0	0	0	0
Разом	2185	2113	2027	1959	1905

Таким чином, для задоволення потреб держави, юридичних і фізичних осіб у безпечних та якісних залізничних перевезеннях у внутрішньому та міжнародному сполученнях, роботах та послугах, що виконує товариство, забезпечення ефективного функціонування залізничного транспорту, створення умов для підвищення конкурентоспроможності галузі, а також отримання прибутку від провадження діяльності АТ «УЗ» необхідно вживати дієвих заходів по залученню коштів на розвиток залізничного транспорту.

Стабілізація технічного стану залізничного транспорту шляхом оздоровлення та оновлення інфраструктури залізниць, рухомого складу дозволить забезпечити ефективне функціонування галузі, створення умов для підвищення швидкостей руху, забезпечення пропускної та провізної спроможності, безпеки руху поїздів, конкурентоздатності залізничного транспорту та транзитного потенціалу держави, організація прискореного та швидкісного руху пасажирських поїздів.

У результаті пасажирів отримають високоякісні транспортні послуги, підприємці – недискримінаційний доступ до залізничної інфраструктури; держава – підвищення рівня забезпечення економічної та оборонної безпеки держави; забезпечення ефективного управління майном підприємств залізничного транспорту та його розвитку; більш повне використання транзитного потенціалу України, прискорення темпів євроінтеграції України.

**Таблиця IV. Об'ємні показники по пасажирських перевезеннях
по Укрзалізниці за 2017- 2019 рр.**

Показники	Один. вим.	АТ «Укрзалізняця»				
		рік				
		2 017 р.	2 018 р.	18/17%	2019 р.	19/18,%
Пасажирообіг, всього:	млн. пас- км	28 001,30	28 614,90	102,19	28 356,10	99,1
-дальнє	-"	22 557,80	23 628,50	104,75	23 343,10	98,8
пряме	-"	19 585,70	20 622,70	105,29	20 523,70	99,5
місцеве	-"	2 972,00	3 005,80	101,14	2 819,40	93,8
-приміське	-"	5 443,50	4 986,40	91,60	5 013,00	100,5
Перевезено пас.:	тис.чол.	206 636,30	202 842,50	98,16	201 190,40	99,2
-дальнє	-"	92 268,50	97 281,00	105,43	96 328,50	99
-пряме	-"	77 979,30	82 576,90	105,90	82 164,80	99,5
-місцеве	-"	14 289,20	14 704,10	102,90	14 163,70	96,3
-приміське	-"	114 367,90	105 561,60	92,30	104 861,90	99,3
Відправлено пас.:	тис.чол.	158 126,60	151 162,70	95,60	149 616,00	99
-дальнє	-"	45 585,40	47 286,70	103,73	46 272,60	97,9
-пряме	-"	31 258,80	32 537,00	104,09	32 067,50	98,6
-місцеве	-"	14 326,60	14 749,70	102,95	14 205,10	96,3
-приміське	-"	112 541,20	103 876,00	92,30	103 343,40	99,5
Дальність поїздки:	км	136	141	103,68	141	0
-дальнє	-"	244	243	99,59	242	-1
-пряме	-"	251	250	99,60	250	0
-місцеве	-"	208	204	98,08	199	-5
-приміське	-"	48	47	97,92	48	1
Населенність:	чол./ваг.	31,21	30,87	98,91	30,22	-0,64
-дальнє	-"	36,57	36,67	100,27	34,99	-1,68
-приміське	-"	19,42	17,64	90,83	18,49	0,85
Вагоно-км:	тис.	897 154	927 095	103,34	938 228	11 133
-дальнє	-"	616 784	644 343	104,47	667 109	22 766
-приміське	-"	280 370	282 752	100,85	271 119	-11 633
Відправлено поїздів:		607 502	613 533	100,99	626 644	13 111
-дальнє		113 842	104 738	92,00	122 906	18 168
-приміське		493 660	508 795	103,07	503 738	-5 057
Пасажиро-км у далекому сполученні	млн.пас- км	22 557,80	23 628,40	104,75	23 343,10	98,8
пряме сполучення	-"	19 585,70	20 622,70	105,29	20 523,70	99,5
в т.ч. вивіз	-"	7 246,00	7 516,60	103,73	7 388,20	98,3
ввезення	-"	7 236,80	7 448,50	102,93	7 328,10	98,4
транзит	-"	5 074,80	5 598,70	110,32	5 747,80	102,7
в т.ч. транзит міжнародний	-"	518,6	529	102,01	442,4	83,6
місцеве сполучення	-"	2 972,00	3 005,80	101,14	2 819,40	93,8
ВКУ	-"	28,1	58,9	209,61	59,7	101,2
доля транзиту	-"	25,9	27,1	104,63	28	
Перевезено пасажирів у далекому сполученні	тис.чол.	92 268,40	97 281,00	105,43	96 328,50	99
пряме сполучення	-"	77 979,20	82 576,90	105,90	82 164,80	99,5
в т.ч. вивіз	-"	31 371,70	33 040,60	105,32	32 608,20	98,7
ввезення	-"	31 246,50	32 645,50	104,48	32 208,80	98,7
транзит	-"	15 361,00	16 890,80	109,96	17 347,80	102,7
місцеве сполучення	-"	14 289,20	14 704,10	102,90	14 163,70	96,3
% транзиту	-"	19,7	20,5		21,1	

Пасажирооборот за 2019 рік знизився у порівнянні з 2018-м роком та склав 28 356,09 млн. пас.-км, що становить 99,1 % відсоток у порівнянні з 2018 роком. При цьому в дальньому сполученні виконано 23 343,13 млн. пас.-км, що складає 98,8 % у порівнянні з 2018-м роком, а в приміському сполученні виконано 5 012,07 млн. пас.-км, що складає 100,5 % від фактично виконаних перевезень у 2018 році. Відправлено пасажирів у 2019 році теж менше у порівнянні із 2018 роком.

Так, всього відправлено 149 616,00 тисяч осіб, що складає 99 % від показників 2018 року, при цьому в дальньому сполученні відправлено 46 272, 59 тис. осіб, що складає 97,9 % від обсягів попереднього року, а у приміському сполученні відправлено 103 343, 41 тис. осіб, що складає 99,5 % від обсягів 2018-го року. Пасажирооборот за 2018 р. становив 28 614,9 млн. пас.-км, у т.ч. міжнародне сполучення – 1 214,8 млн. пас.-км, внутрішнє сполучення 22 413,8 млн. пас.-км, приміське сполучення 4 986,6 млн. пас.-км., що склало 103,72 % до 2016 року та 102,19 % до 2017 року.

Таблиця V. Фінансово-економічні показники по пасажирському господарству за 2017- 2019 рр.

		Доходи, тис.грн.			Витрати, тис.грн.			Фінансовий результат, тис.грн.		
		дальнє	приміське	всього	дальнє	приміське	всього	дальнє	приміське	всього
ВСЬОГО по УЗ	2017	6 729 698	588 844	7 318 542	11 404 884	5 865 759	17 270 643	-4 675 186	-5 276 915	-9 952 101
	2018	7 818 593	650 131	8 468 724	13 869 938	6 951 457	20 821 395	-6 051 345	-6 301 326	-12 352 671
	2019	9 144 834	766 052	9 910 886	15 633 768	7 322 890	22 956 658	-6 488 934	-6 556 838	-13 045 616
	відх. %	117,0	117,8	117,0	112,7	105,3	110,3	107,2	104,1	105,6

Доходи у Укрзалізниці поступово зростають за три роки. За період з 2017 по 2018 рік на 1088 895 тис. грн., а з 2018 по 2019 на 1 326 241 тис. грн. Це відбулося, в основному, за рахунок збільшення тарифів на перевезення

Витрати у порівнянні з 2017 роком збільшились на 2 465 054 тис. грн., а у 2019 році 1763830 тис. грн. Збитки теж збільшуються з кожним роком. У 2019 році вони склали (-13 045616 тис. грн.).

За попередніми розрахунками, в першому півріччі 2020 року Укрзалізниця очікує недоотримання доходів від вантажних перевезень в розмірі до 8,4 млрд грн та від пасажирських перевезень в розмірі до 3,3 млрд грн. Крім цього, у зв'язку з відміною руху пасажирських поїздів та призупиненням ряду бізнес-процесів з метою протидії поширенню коронавірусу, на вимушеному простої знаходиться значна кількість працівників компанії (заробітна плата оплачується на час простою працівників в розмірі 366 млн грн щомісяця). Критичним стає ризик незадоволення попиту на вантажні та пасажирські перевезення після завершення карантину у зв'язку із недофінансуванням.

Таблиця VI. Загальний та інвентарний парк вагонів

		станом на 01.01.2019	станом на 01.01.2020
Загальний інвентарний парк пасажирських вагонів/робочий парк	од.	4278/2821	4014/2741
Інвентарний парк вагонів пасажирських перевезень/робочий парк	од.	4220/2804	3960/2724
із них: РІЦ	од.	59/30	55/28
СВ	од.	213/162	204/156
Купейні	од.	1608/1298	1535/1195
Плацкартні	од.	2108/1198	1951/1224
Міжобласні	од.	153/95	139/101
Багажні	од.	32/12	29/9
Вагони-ресторани	од.	47/9	47/10

Тобто, загальний парк вагонів зменшився на 264 одиниць, а робочий парк на 80.

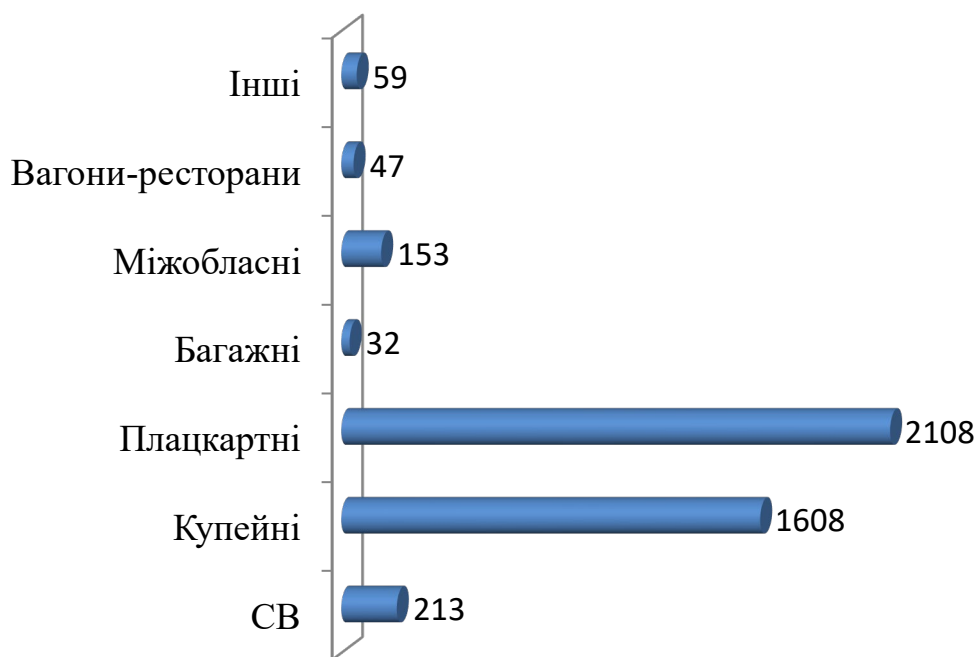


Рисунок 2.1. Структура інвентарного пасажирського парку за типами вагонів у 2018 р.

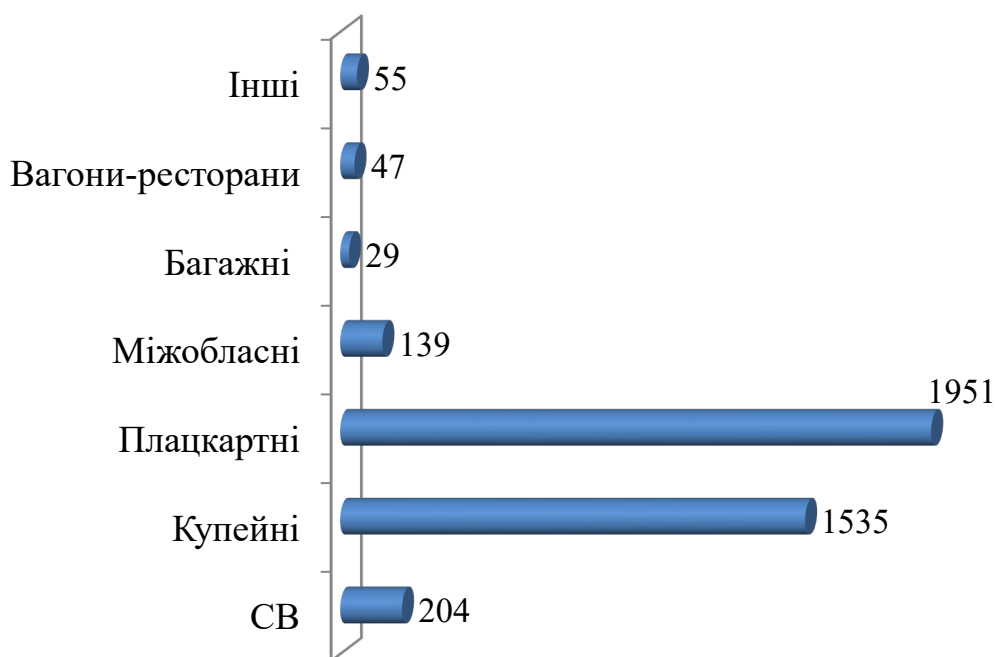


Рисунок 2.2. Структура інвентарного пасажирського парку за типами вагонів у 2019 р.

Тенденції розвитку сучасного стану залізничного транспорту України виявили ряд серйозних проблем, які потребують вирішення: катастрофічний знос пасажирського рухомого складу, показник наближається до 100% зносу, відсутність державної фінансової підтримки, низький рівень інвестиційної привабливості, недосконалість законодавства, що регулює державне-приватне партнерство.

Дослідження показали, що причин неефективної роботи пасажирського господарства багато. Основні з них показані на рис. 2.3.



Рисунок 2.3. Основні причини неефективної роботи пасажирського господарства Укрзалізниці

Потрібно скасувати монополію на пасажирські перевезення, допустити приватного перевізника на залізницю. Підвищити швидкість руху пасажирських поїздів, ліквідувати нічні поїзди. Ввести нові види транспортних послуг. Ініціювати змуни у парвовому полі задля утворення

монопольного середовища в сфері інфраструктури залізниць і конкурентного середовища в сфері перевезень.

2.3. Вітчизняний досвід державно-приватного партнерства в умовах розвитку інвестиційно-інноваційної діяльності

В Україні у січні 2020 року було зафіксовано 187 договорів, укладених на засадах державно-приватного партнерства, з яких реалізується лише 52. На залізничному транспорті концесії поки що немає, але вже найближчим часом керівництво «Укрзалізниці» анонсувало передачу в концесію на 20 років сім залізничних вокзалів (Київ-Пасажирський, Харківський, Хмельницький, вокзали Вінниці, Дніпра, Миколаєва та Чопа). Ці вокзали щорічно обслуговують мільйони пасажирів, але сервіс достатньо низький, а відповідно, і рівень доходів досить незадовільний. Концесія цих вокзалів дозволить перетворити їх у зручні простори з торговельними майданчиками, кафе та готелями, забезпечити якісно вищий рівень сервісу для пасажирів та збільшити інвестиційний ресурс «Укрзалізниці» [75].

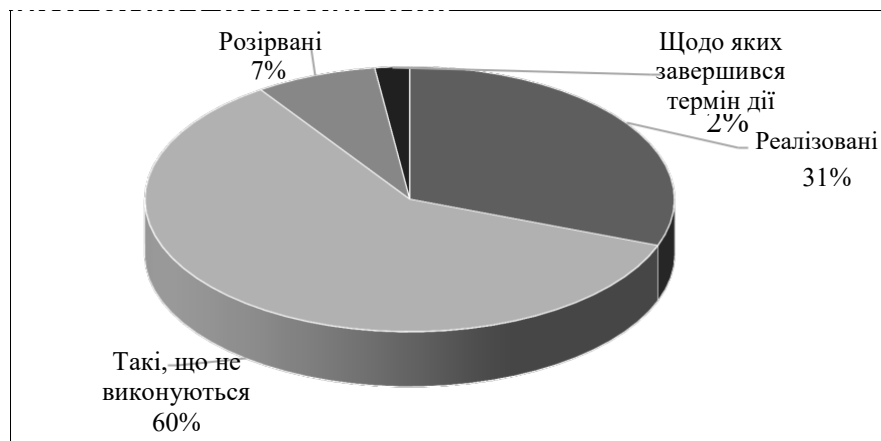


Рисунок 2.4. Розподіл угод державно-приватного партнерства в Україні за станом виконання на 1 січня 2019 р.

Вже в 2021 році ці вокзали буде здано в концесію. Майбутньою концесією київського залізничного вокзалу цікавляться багато інвесторів, в

тому числі компанія Emaar Properties (ОАЕ), яка побудувала найвищий хмарочос у світі.

Враховуючи, що середній вік локомотивів понад 40 років, а рівень зношеності пасажирських та вантажних вагонів - 80%, саме оренда або продаж майна, яке не використовується залізницею у профільній діяльності, а також концесія окремих об'єктів може стати джерелом додаткових коштів для запланованого переобладнання рухомого складу та покращення інфраструктури. За попередніми оцінками, вартість непрофільних активів «Укрзалізниці» – понад 10 млрд грн.

Укрзалізниця потребує значних інвестиційних впливів. Серед основних напрямів залучення коштів можна виділити наступні: бюджетне фінансування, кредити та концесія. В сучасних економічних реаліях України саме концесія може успішно використовуватися для розбудови інфраструктури в умовах дефіциту бюджету та без збільшення державного боргу.

В цілому законодавство про державно-приватне партнерство існує в Україні з 1999 року, але його норми були вельми непопулярні для усіх зацікавлених сторін, тому жодного концесійного проекту на залізничному транспорті зокрема реалізовано не було. Здвинути спарву з мертвої крапки стало можливо з 3 жовтня 2019 року, коли Верховна Рада ухвалила закон «Про концесію». Він значно спростив та зробив прозорою концесійну діяльність та підвищив інвестиційну привабливість для приватних інвесторів [83].

Концесія – це взаємовигідна та досить поширена в світі практика співпраці. Її застосовують у різного масштабу проєктах, починаючи від будівництва шкіл та лікарень, закінчуючи інфраструктурними об'єктами, такими як «Євротунель» під Ла-Маншем вартістю \$15 млрд. Навіть Ейфелева вежа та перші залізниці у Російській Імперії були побудовані за допомогою державно-приватного партнерства.

Здебільшого, за допомогою концесійних механізмів в приватні руки передають ті об'єкти, які з різних причин держава не готова приватизувати, але й не може управляти ними ефективно. Яскравим прикладом концесії слугує Лондонський метрополітен. На початку двотисячних існувала гостра проблема недофінансування, необхідність оновлення рухомого складу та інфраструктури метро. Вихід було знайдено у рамках програми Public Private Partnership-PPP. Державно-приватне партнерство було одним з можливих засобів для стабільного фінансування метро Лондона і саме його обрала влада Великобританії, а не, наприклад, випуск облігацій або надання державних субсидій. Є ще приклади Туреччини, де за допомогою концесії реконструйовано Міжнародний аеропорт ім. Ататюрка. Приватний інвестор вклав у модернізацію \$2.5 млрд у 2015 році. На сьогодні даний аеропорт є найбільшим в Європі за кількістю пасажирів.

Практика передачі об'єктів інфраструктури у концесію застосовується у понад 120 країнах світу. У портовій галузі – понад 80% проєктів впроваджуються через державно-приватне партнерство, а в транспорті, згідно з інформацією від Світового банку реконструкції та розвитку, до 70% таких контрактів. У ЄС за кількістю угод концесії найактивнішими є Британія, Франція, Німеччина, Нідерланди, Португалія, Іспанія та Італія. В Україні з 2020 року також здійснені спроби застосування механізму залучення приватних інвестицій в інфраструктуру. Розглядається можливість застосування державно-приватного партнерства в модернізацію автомобільних доріг та аеропортів. Також амбітними є концесійні проєкти портів «Ольвія» та «Херсон». Передбачаються інвестиції у розвиток інфраструктури портів розміром 3.4 млрд гривень та 300 млн грн. відповідно. Дані концесійні проєкти були результатом двох років співпраці Міністерства інфраструктури України (МІУ), ЄБРР, МФК, Проєктного офісу «SPILNO», ДП «АМПУ» та консорціуму міжнародних консультантів відповідно до кращих міжнародних практик.

Якщо вести мову про «Укрзалізницю», то в даний час розглядається можливість передачі в концесію вокзалів та деяких залізничних станцій. У проекті розвитку Української залізниці на 2012-2020 було передбачено створення високошвидкісного сполучення великих адміністративних центрів України денними потягами зі швидкістю слідування 200-250км/год. На жаль, даний проект не реалізовано. Саме для реалізації настільки масштабних проектів стала б у нагоді співпраця держави та приватного капіталу [18].

Пасажи́рські перевезення залізницею можна поділити на три типи: класичні, коли швидкість руху сягає 160км/год; швидкісні – до 200км/год; високошвидкісні – понад 250 км/год.

Вартість одного кілометра високошвидкісних колій перевищує мільйон євро, а отже, без приватних інвестицій «Укрзалізниця» не в змозі реалізувати подібні проекти. Наприклад, будівництво високошвидкісного сполучення Київ-Львів може обійтися в 20 млрд. грн.

Створити сучасний ринок залізничних пасажирських перевезень в Україні можливо в результаті тісної співпраці з Євросоюзом та отриманні фінансових позик, адже згідно із статистичними даними, за умови тривалості поїздки до 4 годин пасажир зазвичай обирає потяг, а не літак.

В той же час, концесія на створення високошвидкісного транспортних мереж дозволить Укрзалізниці підтримувати власну інфраструктуру та забезпечувати курсування нічних потягів на далекі відстані та швидкісного, більш дешевого, пасажирського сполучення.

Отже, завдяки концесіям, країна може протягом 5-10 років долучитися до числа країн, що оперують високошвидкісним залізничним транспортом. При цьому реалізація в умовах концесії буде досить привабливим комерційним проектом, з огляду на попит міжнародного пасажирського сполучення великих адміністративних центрів України та країн Європи. До того ж вирішення питання високошвидкісного руху дозволить зняти фінансове навантаження, а Укрзалізниця зможе зайнятися покращенням стану власної інфраструктури [75].

Слід звернути увагу на те, що в Україні 27 квітня 2010 р. створено Український центр сприяння розвитку публічно-приватного партнерства, метою діяльності якого є «сприяння розвитку публічно-приватного партнерства для реалізації суспільно значущих інфраструктурних проектів; активізація використання науково-технічного потенціалу та інноваційних технологій для розв’язання завдань модернізації систем життєзабезпечення; сприяння підвищенню інвестиційної привабливості української економіки та її регіонів».

Центр виконує наступні функції: здійснює розвиток методологічного забезпечення формування й реалізації проектів державно-приватного партнерства; надає консультації державним та приватним партнерам; представляє інтереси України у зовнішніх відносинах за тематикою державно-приватного партнерства; надає послуги з експертизи проектів, що розглядаються як предмет державно-приватного партнерства; здійснює захист інтересів сторін в угоді про державно-приватне партнерство; організовує публічні заходи з проблем розвитку державно-приватного партнерства; здійснює підвищення кваліфікації різних суб’єктів за тематикою державно-приватного партнерства; узагальнює вітчизняний досвід практичного використання норм права щодо державно-приватного партнерства; проводить наукову експертизу нормативно-правових актів, що стосуються державно-приватного партнерства; поширює серед зацікавлених сторін успішний досвід реалізації проектів державно-приватного партнерства тощо.

В 2013 р. Розпорядженням Кабінету Міністрів України була затверджена Концепція розвитку державно-приватного партнерства в Україні на 2013–2018 рр. (Розпорядження від 14 серпня 2013 р. № 739-р), у якій розглянуто проблему партнерства загалом в Україні, наведено проблеми надання державної підтримки у цій сфері, висвітлено особливості державної фінансової підтримки державно-приватного партнерства, а також встановлено очікувані результати реалізації Концепції.

В 2016 р. при Міністерстві інфраструктури України було створено Проектний офіс з розвитку державно-приватного партнерства. Серед основних завдань цього Офісу, можна виділити наступні: вдосконалення вітчизняного законодавства у сфері правового забезпечення державно-приватного партнерства; підготовка пілотних проектів державно-приватного партнерства (проекти концесії: «Морський торговельний порт «Чорноморськ»; «Стивідорна компанія «Ольвія»; «Херсонський морський торговельний порт»).

13 березня 2019 р. Почала працювати Агенція з питань державно-приватного партнерства, метою створення якої є підготовка проектів договорів, що передбачатимуть надання бізнесу у користування державного майна шляхом реалізації інфраструктурних проектів. 20 травня 2019 р. підписано Меморандум про взаємодію між Мінекономрозвитку та Міжнародною фінансовою корпорацією Світового банку, положеннями якого передбачено можливість одержання консультативної допомоги від іноземних експертів щодо активізації державно-приватного партнерства в Україні. Згідно зі статистичними даними кількість проектів державно-приватного партнерства в Україні щороку зростає (рис. 2.5).

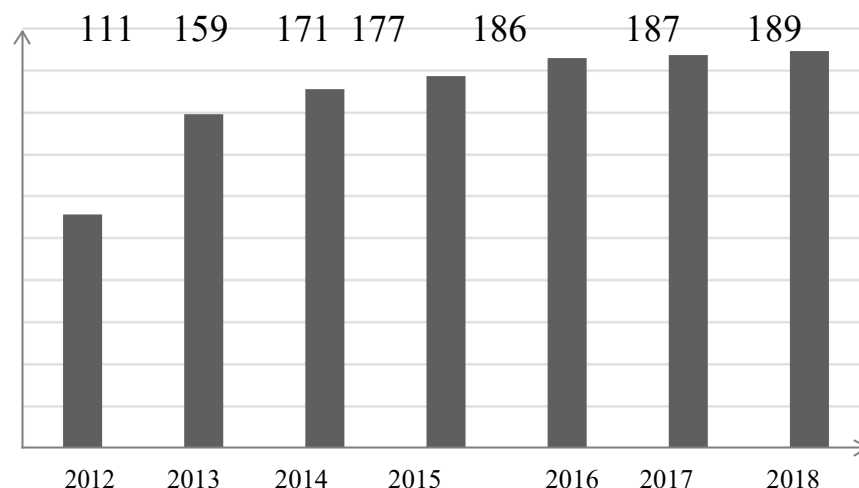


Рисунок 2.5. Динаміка кількості угод державно-приватного партнерства в Україні за 2012–2018 рр. Джерело: [76; 77]

Водночас експерти однозначні в тому, що ринок цих проектів у нашій державі перебуває лише на стадії становлення. Можна зробити висновок про те, що проблема полягає навіть не в кількості укладених угод між державним та приватним партнерами, а в результативності та ефективності їхнього виконання, що ілюструє нижченаведена інформація.

Згідно з інформацією Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, станом на 1 січня 2019 р. в Україні на засадах державно-приватного партнерства укладено 189 угод, з них реалізовано лише 58. Так, найбільше таких угод укладено в Миколаївській (15), Київській (10), Донецькій (5), Одеській (5), Закарпатській (4), Запорізькій (4) та Львівській (4) областях.

При цьому 25 із 58 угод державно-приватного партнерства в Україні станом на 1 січня 2019 р. стосувалися збирання, очищення та розподілу води, а лише 7 угод передбачали інфраструктурні проекти. Істотною також є частка проектів державно-приватного партнерства в Україні, яка припадає на нафтогазову промисловість (19% у загальній структурі всіх укладених договорів).



Рисунок 2.6. Розподіл угод державно-приватного партнерства в Україні за галузевою спрямованістю станом на 1 січня 2019 р.

Ключову роль в інституційному забезпеченні державно-приватного партнерства в Україні й надалі відіграє Міністерство економічного розвитку і торгівлі України [78-81]. На нього нормативним документом (Положення про Міністерство) покладено різні функції реалізації державної політики у цій сфері, зокрема:

- моніторинг ефективності центральної, регіональної та муніципальної влади у сфері державно-приватного партнерства;
- перевірку виконання укладених договорів державно-приватного партнерства;
- підготовку й надання громадськості інформації щодо результатів державно-приватного партнерства;
- моніторинг та оцінювання різних видів ризиків (зокрема, загального) державних партнерів у договорах державно-приватного партнерства;
- облік договорів державно-приватного партнерства;
- організування й проведення тренінгів щодо формування та виконання угод державно-приватного партнерства;
- моніторинг дотримання вимог чинного законодавства щодо державно-приватного партнерства як щодо наявних, так і щодо нових договорів.

У світі давно знайшли рішення дилеми «неефективний власник» проти «стратегічного об'єкту». Загальна назва механізму, що дозволяє віддати актив до управління приватному інвесторові, зберігши його при цьому у власності держави - концесія.

Концесія не є чимось новим. Так, у Франції концесійна практика - у майже сучасному вигляді – налічує декілька століть історії. Першим об'єктом, створеним на концесійній основі, став Південний канал ("Canal du Midi"), що з'єднав узбережжя Атлантики із Середземним морем ще у XVII ст. Канал досі функціонує й приносить чималі прибутки як державі, так і інвесторам-учасникам концесії.

В 1882 році муніципальна влада уклала угоду на 15 років з братами Перрьє, які взяли на себе зобов'язання постачати воду в Париж,

використовуючи державну інфраструктуру. На сьогодні близько 70% населення французької столиці забезпечують водою приватні фірми на умовах концесії.

Два найвідоміших концесійних проекти Європи – це тунель під протокою Ла-Манш, що поєднує Францію з Великобританією, та Ейфелева вежа. Так, той самий символ Франції є водночас і символом успішного співробітництва держави та приватного власника - та ще й із залученням інституційних інвесторів.

Майже всі знають, що побудована вона була як тимчасова споруда до Всесвітньої виставки, проте не всі розуміють, на яких саме умовах.

У 1887 році Ейфель, проект якого переміг на конкурсі, держава та муніципалітет Парижа підписали договір, згідно з яким Ейфелю надавалася в особисте користування експлуатаційна оренда вежі строком на 25 років. Також передбачалася виплата грошової субсидії в розмірі 1,5 млн золотих франків, що склала 25 % всіх витрат на будівництво вежі. Аби побудувати вежу, Ейфель створив акціонерне товариство зі статутним фондом 5 млн франків. Половина цієї суми – кошти, внесені трьома банками, друга половина – особисті кошти самого Ейфеля (у тому числі й субсидія). Підсумковий бюджет будівництва склав 7,8 млн франків. Вежа окупилася лише за період роботи виставки, а її подальша експлуатація виявилася вельми прибутковим бізнесом.

Згідно з концесійною угодою приватний партнер отримує ексклюзивні права від держави на експлуатацію, обслуговування, інвестування та отримання прибутків від державного активу. За це він виплачує державі або фіксовану суму, або відсоток від прибутків чи вартості активів. Основною перевагою механізму є те, що він дозволяє окремим державним активам, для яких приватизація є економічно чи стратегічно суперечливим рішенням, розвиватися та ефективно функціонувати.

Для прикладу візьмемо порт. В Україні 13 морських портів. Усі вони належать державі - і держава на сьогодні навряд погодиться на їхню

приватизацію. Згадаємо порт Лімассола (Кіпр), що був переданий у концесію трьома міжнародними операторами на 25 років. За цей термін Кіпр планує отримати прибуток у розмірі близько €2 млрд.

Розповсюджена практика – передача у концесію доріг та залізниць. Усі залізничні шляхи США будувалися на умовах концесії. Більшість країн ЄС зберегли залізничну інфраструктуру в державному секторі, створивши державні агентства з утримання, обслуговування й управління залізницями, а експлуатацію передали на концесійній основі приватним і державним компаніям (зокрема, Франція, ФРН, Італія, Австрія, Бельгія, Нідерланди, Швеція).

Із загальної кількості Європейських автошляхів протяжністю 51 276 км у концесію надано 17 043 км (33,2 %), із яких 16 390 км є платними, а 653 км функціонують у режимі «тіньової» концесії (у цьому разі витрати концесіонера, понесені ним при створенні й експлуатації об'єкта, відшкодовує держава).

Створити ефективний механізм концесії Україна намагається вже багато років. Існує п'ять законів про концесію, жоден з яких не працює для великих проектів, оскільки був розроблений або виправлений під конкретні потреби конкретного підприємця [82].

Отже, ринок проектів державно-приватного партнерства в Україні перебуває нині лише на етапі становлення. Проблема полягає не тільки в кількості укладених угод між державним і приватним партнерами на умовах державно-приватного партнерства, а у відсутності ефективного правового регулювання їхнього виконання.

РОЗДІЛ 3. ОРГАНІЗАЦІЯ ГАЛУЗІ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1. Оцінка інвестиційного клімату в Україні для запровадження залізничного туризму

Для запровадження залізничного туризму Укрзалізниця насамперед повинна мати транспорту інфраструктуру та рухомий склад, виробничі й складські приміщення, матеріальні й трудові ресурси. А це підприємство може забезпечити шляхом інвестиційних вкладень.

Капітальні інвестиції від поточних рішень відрізняються за часом впровадження та обсягом витрат. Капітальні вкладення – це витрачання значних різнорідних ресурсів для отримання майбутніх вигод через 5 та більше років.

Інвестиційний проєкт – це довгострокове вкладення грошових та інших ресурсів з метою одержання економічної вигоди. Для оцінки цієї вигоди необхідно мати систему економічних розрахунків, що ґрунтується на концепції контролінгу.

Мета контролінгу інвестиційних проєктів – шляхом контролю і втілення заходів, що забезпечують раціональне використання інвестиційних ресурсів, АТ «УЗ» досягнути максимального доходу від введення в практику інвестиційного проєкту, в даному випадку, від впровадження залізничного туризму.

Для оцінки ефективності інвестиційних проєктів використовують такі види оцінювання:

- фінансова (комерційна) оцінка базується на очікуваній нормі доходності, яка влаштовує всіх суб'єктів інвестування;
- економічна ефективність інвестиційного проєкту – це різниця між результатами й витратами за межами фінансової ефективності безпосередніх учасників проєкту.

У випадку із впровадженням залізничного туризму можна буде додати й соціальну ефективність, тобто розвиток внутрішнього туризму, який дасть, з одного боку, задоволення туристам, з іншого боку – надходження до бюджетів усіх рівнів. Для оцінювання тієї чи іншої країни у світі використовують декілька видів рейтингування, серед них – ті, що стосуються інвестиційної привабливості, глобальної конкурентоспроможності, положення з корупцією в державі та оцінка інших параметрів функціонування суб'єктів господарювання. Основні показники України в цьому контексті наведено на рис. 3.1.

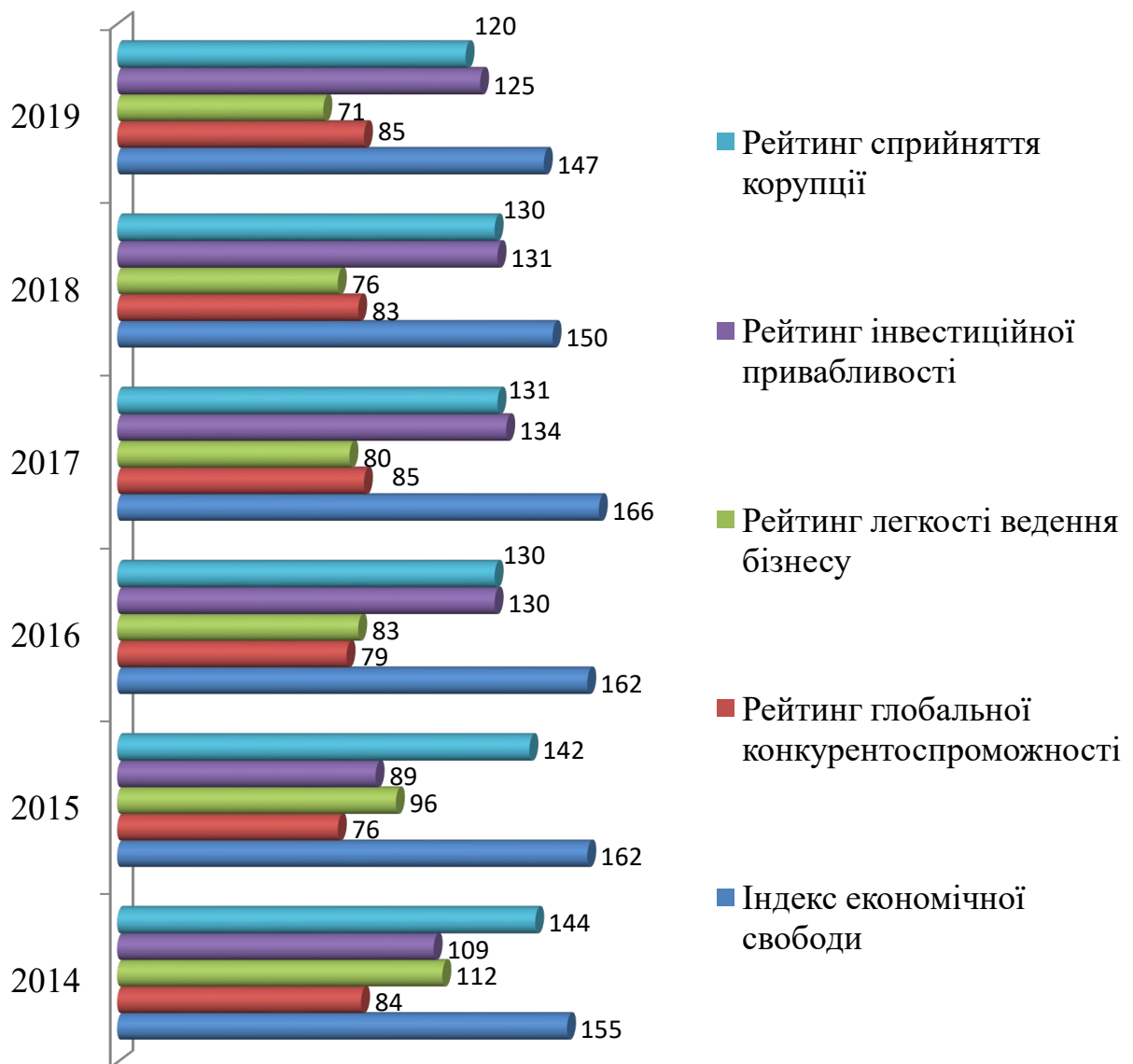


Рисунок 3.1. Позиції України у світових рейтингах у період 2014-2019 рр. Джерело: [101]

Отже, як видно з рис. 3.1, з року в рік позиція України на світовому інвестиційному ринку знижується. Це відбувається внаслідок недосконалої законодавчої бази, яка не відповідає сучасним європейським вимогам, а також внаслідок нестабільного політико-економічного становищу в Україні, яке сформувалося внаслідок подій, що тривають з 2014 року, а саме: анексія Криму, військові дії на Донбасі тощо.

Якщо вести мову про інші рейтинги, то тут Україна теж не в лідерах. Так, наша держава займає 92-ге місце у світовому рейтингу добробуту, складеному міжнародною аналітичною організацією Legatum Institute. На жаль, це останнє місце серед усіх європейських країн. На таку ж невтішну позицію (144-ме місце із 167 країн) – за рівнем безпеки. На це впливають багато внутрішніх факторів, а саме: гібридна війна на Донбасі, регулярна зміна членів уряду, високі темпи інфляції, низький рівень життя громадян тощо.

Варто зазначити, що незважаючи на пандемію COVID-19, більшість країн демонструють позитивну динаміку, створюючи таким чином міцну основу для виходу із кризи, пов'язаної з карантинними обмеженнями. До трійки лідерів входять: Данія, Норвегія та Швейцарія. Найгірші показники мають Центральноафриканська республіка – 166 місце та Південний Судан – останнє 167 місце [66].

Негативний аналіз впливання прямих іноземних інвестицій в Україну та з України наведено в табл. VII. У 2020 році тенденція погіршення інвестиційної привабливості України триває (рис. 3.2). Так, за перше півріччя відомий індекс інвестиційної привабливості України впав до 2,51 проти 2,95 порівняно з аналогічним періодом минулого року та продовжує перебувати у від'ємній площині.

Для розрахунку індексу інвестиційної привабливості використовується шкала, яка має 5 градацій, де: 1 – це вкрай негативно, 5 – вкрай позитивно, 3 – нейтрально. За всю історію вимірювання індекс України жодного разу не сягнув додатної зони – вище 4 балів.

Таблиця VII. Сума іноземних інвестицій в Україну та з України за період з 2002 по 2019 рр. Джерело: [67]

Рік	Прямі іноземні інвестиції				Сальдо	
	В Україну		З України		млн дол. США	%
	млн дол. США	відхилення	млн дол. США	відхилення		
2002	693	х	-5	х	+698	х
2003	1424	+731	13	+18	+1411	102,1
2004	1715	+291	4	-9	+1711	21,3
2005	7808	+6093	275	+271	+7533	340,3
2006	5604	-2204	-133	-408	+5737	-23,8
2007	9891	+4287	673	+806	+9218	60,7
2008	10913	+1022	1010	+337	+9903	7,4
2009	4816	-6097	162	-848	+4654	-53,0
2010	6495	+1679	736	+574	+5759	23,7
2011	7207	+712	192	-544	+7015	21,8
2012	8401	+1194	1206	+1014	+7195	2,6
2013	4499	-3902	420	-786	+4079	-43,3
2014	410	-4089	111	-309	+299	-92,7
2015	2961	+2551	-51	-162	+3012	907,4
2016	3284	+323	16	+67	+3268	8,5
2017	2202	-1082	8	-8	+2194	-32,9
2018	2355	+153	-5	-13	+2360	7,6
2019	1711	-644	0	+5	+1711	-27,5

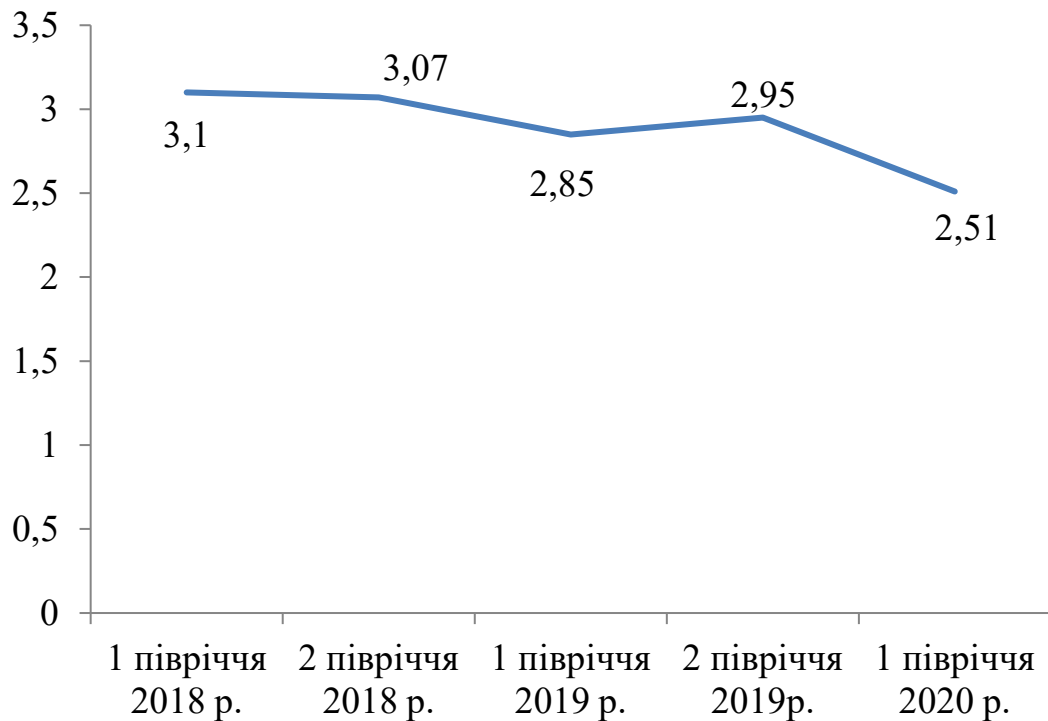


Рисунок 3.2. Динаміка індексу інвестиційної привабливості

Європейська бізнес-асоціація, яка впродовж останніх десятиліть щорічно проводить дослідження «Індекс інвестиційної привабливості України», провела опитування 105 керівників найбільших міжнародних та українських компаній, що входять до ЄБА. Топменеджери відповіли на 5 запитань стосовно інвестиційної привабливості України взагалі та конкретно у сфері їхньої діяльності.

За результатами опитування тільки 4 % менеджерів вважають інвестиційний клімат в Україні сприятливим, тоді як у попередній хвилі дослідження таких було 17 %.

Серед позитивних моментів, які відзначили комерційні лідери, можна відзначити запуск ринку землі, валютну лібералізацію, продовження співпраці з МВФ, зниження облікової ставки НБУ, стабільну національну валюту. Негативно, на їхню думку, на бізнес-клімат впливають: корупція, тіньова економіка, обмежувальні заходи через COVID-19, зупинка реформ, гібридна війна на Донбасі.

На поліпшення інвестиційного клімату досвідчені управлінці майже не сподіваються у найближчому майбутньому, навпаки, більшість з них дають погіршуючи прогнози.

Інвестори чекають на політичну стабільність та реальний прогрес у боротьбі з корупцією, ефективну боротьбу з контрабандою та тіньовою економікою, судову та земельну реформи, прийняття нового сучасного трудового законодавства, продовження гармонізації українського законодавства зі стандартами ЄС, зниження податкового навантаження на фонд оплати праці й тиску на легальний бізнес [68].

Зрозуміло, що немає значного впливання інвестицій навіть у прибутковій галузі, а тим паче зовсім інвестори не мають бажання вкладати у розвиток залізничного туризму, адже відсутні будь-які гарантії з боку держави щодо прозорого ведення бізнесу в цьому напрямку.

Задля визначення недоліків та переваг залізничного туризму в Україні, оцінки впливу внутрішніх переваг і недоліків із впливом сприятливих

можливостей і загроз, нами проведено відповідний SWOT-аналіз. У результаті вдалося встановити таке:

1) До переваг залізничного туризму можна віднести: наявність транспортної та туристичної інфраструктури, достатню наявність культурно-історичних місць впродовж прямування туристичного поїзда, позитивний вплив на стан екології, незалежність від погодних умов.

2) До недоліків залізничного туризму можна віднести: незадовільний стан туристичної та транспортної інфраструктури, застаріли рухомий склад, відсутність суто туристичних поїздів, незадовільний рівень менеджменту, програвання конкурентам, що організовують перевезення автомобільним транспортом, низький імідж залізниць у споживачів, непривабливість залізниць як об'єкта для інвестування з позиції вітчизняних та іноземних інвесторів, низький рівень сервісу, відсутність контролю якості послуг.

3) Сприятливими можливостями у сфері залізничного туризму є: збільшення обсягів пасажирських перевезень, запровадження додаткових сервісів впродовж подорожі залізницею туристам, взаємодія з іншими видами транспорту, оновлення рухомого складу, залучення інвестицій.

4) До загроз у сфері залізничного туризму можна віднести: нестачу інвестицій на розвиток та оновлення транспортної інфраструктури та рухомого складу; обмеженість у часі для перенавчання персоналу залізниць; небажання конкурентів у сфері перевезення пасажирів, а саме: підприємств автомобільного транспорту співпрацювати із залізницею, не сприйняття залізниць як комфортного засобу пересування з позиції туристів внаслідок багаторічного негативного іміджу, що створився навколо залізниць, відсутність відповідної нормативно-правової бази задля залучення інвестицій, наприклад у сфері державно-приватного партнерства.

Отже, для вдалої реалізації такого масштабного проєкту, як залізничний туризм, який зможе поєднати декілька галузей народного господарства, створить унікальний національний продукт, який буде корисний як у фінансовому, так і моральному плані для суб'єктів

господарювання, органів влади різного рівня та кожного громадянина окремо, потрібна комплексна законодавча та фінансова підтримка влади.

Вважаємо, що менеджменту Укрзалізниці варто проаналізувати існуючі моделі державної підтримки туристичної галузі та обрати ту, що найбільше підходить до існуючих умов господарювання в Україні.

В умовах функціонування першої моделі підтримка центральної державної транспортної адміністрації майже відсутня, адже вирішення усіх питань відбувається на місцях. Подібна модель існує в розвинених країнах, наприклад у США, де позиції суб'єктів транспортного ринку є досить міцними, тобто коли вони здатні вирішувати свої проблеми без державної участі.

У рамках функціонування другої моделі в країні працює відповідне Міністерство, що контролює діяльність усіх підприємств транспортної галузі в країні. У транспортну та туристичну галузь вкладають значні кошти. Така модель організації управління транспортною інфраструктурою успішно діє в країнах, для яких туризм, а отже, і транспортні перевезення, є одним з основних джерел валютних надходжень у бюджет, наприклад, така модель існує у Туреччині, Єгипті та інших країнах.

Третя модель, європейська, яка найбільш прийнятна для України, переважає в розвинених державах світу. У країнах, де використовується така модель, питання розвитку транспортної інфраструктури країни вирішуються на рівні відповідного галузевого підрозділу певного міністерства.

Центральна державна транспортна адміністрація плідно співпрацює з органами місцевої влади та представниками приватного бізнесу. Подібна модель функціонує у Франції, Іспанії, Великобританії та Італії [69-71].

Однією із найважливіших проблем розвитку транспортної галузі України є відсутність суттєвої державної підтримки місцевих ініціатив у розвитку транспортного туризму. Проте зарубіжний досвід свідчить про те, що максимального ефекту можна досягти лише за умов співпраці органів

виконавчої влади, місцевого самоврядування, громадських і професійних організацій та підприємницьких структур.

3.2. Визначення можливих сценаріїв створення туристичних компаній, що будуть займатися залізничним туризмом, та управління ними

Перш ніж окреслювати можливі варіанти створення туристичних компаній, що будуть займатися залізничним туризмом, в українських реаліях з урахуванням сучасних економічних, політичних і соціальних процесів в нашій державі, доцільно коротко розглянути поняття «залізничний туризм».

Відповідно до досліджень відомої фахівчині у сфері залізничного туризму В. П. Гудкової, можна зробити висновок, що ця галузь має вагоме значення для економічних суб'єктів, індивідів, спільнот, держави, посідаючи важливе місце в суспільному середовищі й відіграючи значну соціально-економічну роль [64].

Ця економічна категорія має розглядатися в контексті поділу економічних процесів на виробництво матеріальних і нематеріальних благ як поєднання двох сфер – виготовлення товарів і надання послуг (рис. 3.3).

Аналізуючи вищесказане та основні компоненти, що впливають на функціонування сфери залізничного туризму, що представлені на рис. 3.3, можна стверджувати, що сфера залізничного туризму – це сукупність соціально-економічних відносин, пов'язаних із переміщенням та туристичним обслуговуванням туристів з використанням залізничного транспорту з індивідуальною або із суспільно необхідною метою. Вона конкретизується у визначеному колі соціально-економічних суб'єктів і видів діяльності, об'єднаних спільним завданням задоволення туристичних потреб населення.

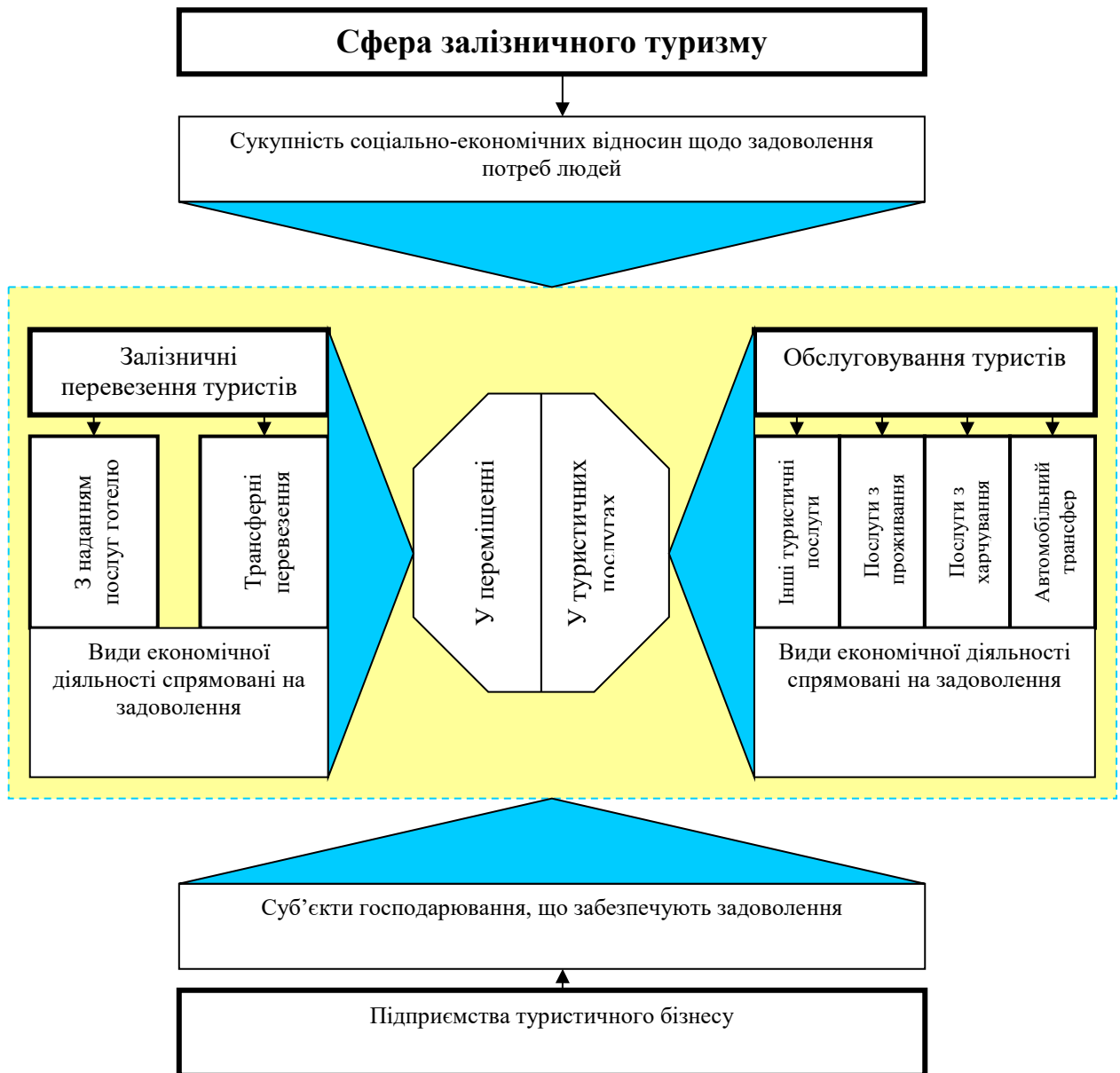


Рисунок 3.3. Визначення сфери залізничного туризму.

Джерело: [64] з доробкою автора

На сьогодні можна виокремити два основні напрямки організації залізничного туризму в Україні – це безпосередньо перевезення туристів та надання туристичних послуг під час подорожі. Першу діяльність можуть виконувати пасажирські залізничні компанії будь-якої форми власності, другу – туристичні оператори або агенти. Зараз перевезенням туристів займається лише АТ «УЗ» у невеликих обсягах – здебільшого це трансферні перевезення до туристичних об'єктів або інших видів трансферу (аеропорти, морські, річкові та автовокзали). Туристичні послуги під час подорожі

надають туристичні компанії різної форми власності й обсяги їх суттєво залежать від соціально-економічного становища, політичних факторів та наявності гібридної війни в Україні.

Відсутність коштів на розвиток пасажирських перевезень буде вимагати від АТ «УЗ» змінювати підхід до інноваційного розвитку пасажирських компаній. Скорочення кількості поїздів локомотивної тяги потребує реконструкції приписного парку вагонів залежно від терміну експлуатації та нормативного строку служби рухомого складу. Водночас надлишковий реконструйований рухомий склад можна використовувати з іншою метою, наприклад, для організації туристичних перевезень.

Такий вид туризму, як залізничний – вимога часу, оскільки є додатковим джерелом для отримання прибутку. Але він потребує не тільки реконструкцію пасажирських вагонів, а й проведення додаткових логістичних досліджень з визначення популярних туристичних маршрутів, наявності реального попиту на туристичні залізничні перевезення, укладення договорів на туристичне супроводження (екскурсії, автоперевезення до туристичних об'єктів та ресторанів), організацію денного харчування у містах зупинки туристичного поїзда. Економічно доцільно цей рухомий склад продати приватним туристичним компаніям і операторам та виконувати для них послуги з організації руху туристичних поїздів, екіпірування, технічного обслуговування та подальшого проведення усіх видів ремонтів рухомому складу, що дозволить АТ «УЗ» і пасажирським компаніям отримати додатковий прибуток. Залежно від джерела інвестицій можна запропонувати три сценарії розвитку залізничних туристичних перевезень.

Перший сценарій передбачає, що розвиток туристичних перевезень виконується виключно за кошти АТ «УЗ». Для цього в організаційній структурі Департаменту пасажирських перевезень далекого сполучення необхідно утворити Управління туристичних перевезень, яке має укладати угоди з готелями та ресторанами, туристичними агенціями та компаніями, що

будуть виконувати трансферні перевезення туристів. Також УЗ сама займається закупівлею нового рухомого складу та організацією нових залізничних туристичних маршрутів. Такий варіант розвитку залізничних туристичних перевезень можливий, але в сучасних обставинах він посилить збитковість АТ «УЗ».

Сценарій 2 є більш прийнятним на сьогодні, оскільки АТ «УЗ» лише частково бере участь в інвестуванні туристичних перевезень, а основне фінансування здійснюють приватні компанії та особи. Частину функцій, які пов'язані із забезпеченням проживання та харчування в місцевих готелях та проведенням екскурсій, а інколи й трансферними перевезеннями, виконує туристична компанія. Тож жодних додаткових структур у складі УЗ утворюватиме потрібно. Тобто цей проект розвитку залізничних туристичних перевезень побудовано на принципах державно-приватного партнерства.

Сценарій 3. Найбільш реальний на сьогодні для УЗ, оскільки ініціатором організації залізничних туристичних перевезень є приватні компанії та окремі особи. Вони повністю фінансують закупівлю спеціального рухомого складу (туристичні вагони, вагон-буфет, вагон-ресторан, вагон-салон, вагон-ігротека та спеціальні вагони за необхідності). Функції УЗ в такому разі – це забезпечення залізничних перевезень та ночівлі в поїзді. Інколи приватні інвестори можуть вкладати кошти в реконструкцію та будівництво нової залізничної інфраструктури, що сприятиме розвитку туристичної діяльності в регіоні, багатому на туристичні об'єкти.

У таких проєктах можуть бути зацікавлені місцеві громади, яким вигідно своїми інвестиціями підтримати будівництво залізничної лінії і передати земельні ділянки, споруди та колії у концесію приватній компанії для подальшої експлуатації на кілька років.

Слід наголосити, що і за другим, і за третім сценарієм АТ «УЗ» за додатковими угодами з новоутвореною туристичною компанією виконує утримання, експлуатацію та ремонт рухомого складу й отримує кошти за доступ до залізничної інфраструктури.

Відповідно до запропонованих сценаріїв можна виділити три основні варіанти управління залізничним туризмом (рис. 3.4).

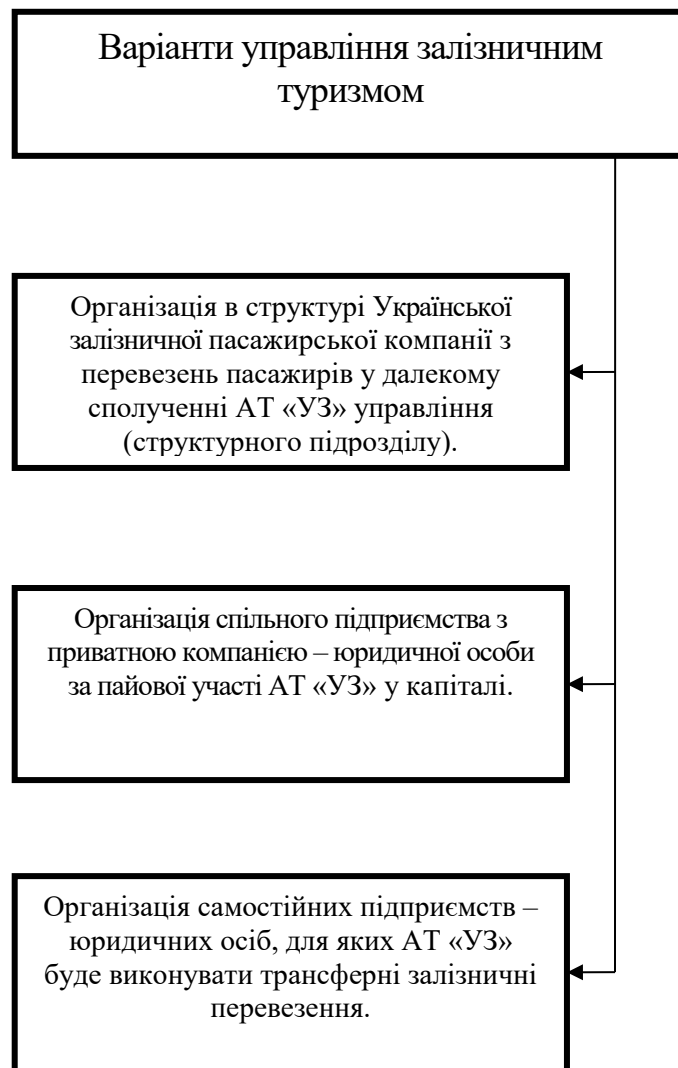


Рисунок 3.4. Варіанти моделей організації туристичних компаній, що будуть займатися залізничним туризмом

Розглянемо, чим відрізняються ці варіанти та специфіку розподілу доходів за кожним з них.

За першим варіантом новостворений підрозділ підпорядковується Департаменту пасажирських перевезень у далекому сполученні. Його функції: організація трансферних перевезень організованих туристичних груп та індивідуальних туристів вузькими коліями; організація харчування туристів в поїзді під час подорожі. Джерела доходу: платежі туристичних компаній

вітчизняних та закордонних туристичних операторів та за перевезення окремих туристів.

За другим варіантом передбачається створення спільного підприємства – юридичної особи за пайової участі в капіталі АТ «УЗ» та інших приватних власників. У цьому разі компанія є більш незалежною та мобільною, а АТ «УЗ» отримує кошти за використання залізничних колій, забезпечення організації руху поїздів, використання орендованого рухомого складу та його ремонт за необхідністю та частку прибутку відповідно до пайової участі.

Третій варіант взагалі виключає участь АТ «УЗ» в капіталі туристичної компанії, тобто це повністю незалежне самостійне підприємство - юридична особа, створене на кошти різних власників. Вона сплачує АТ «УЗ» кошти за доступ до залізничної інфраструктури та використання орендованого рухомого складу та його ремонт за необхідністю, і рештою прибутку розпоряджається самостійно.

Оскільки сьогодні Укрзалізниця не має достатніх інвестиційних коштів на будівництво інфраструктури та придбання нового рухомого складу, оптимальним є третій варіант, який дозволить передати частину функцій фахівцям з організації туристичного бізнесу. АТ «УЗ» повинна буде забезпечити: розробку тарифів на перевезення туристів різними маршрутами; необхідний комфорт під час подорожі (питна вода, опалення, електроенергія, харчування); обслуговування кваліфікованим персоналом; утримання колій, руху туристичних поїздів та забезпечення їх локомотивною тягою.

3.3. Оцінка соціально-економічної ефективності розвитку туризму

Туризм – це виїзд особи з постійного місця проживання з оздоровчою, навчальною, релігійною, пізнавальною або іншою метою, що відбувається у вільний від роботи час, без здійснення оплачуваної діяльності, для задоволення фізичних і моральних потреб людини.

Ефект від туристської діяльності визначається або кількістю туристів, або об'ємом діяльності комерційних структур, які виробляють специфічний туристичний продукт.

Основними й найбільш простими є розрахунки частоти поїздок і інтенсивність подорожі, що дозволяє зробити висновок про ефективність впровадження запропонованих заходів із розвитку залізничного туризму. Частота поїздок розраховується як середня кількість подорожей, які споживаються людиною за певний період часу. Ця інформація дозволить вести статистичний облік і формувати базу для подальшого прогнозування обсягів залізничного туризму.

Підприємство, яке організовуватиме перевезення туристів залізницею, матиме такі витрати:

- витрати, пов'язані з утриманням персоналу всіх рівнів;
- витрати, спрямовані на оновлення існуючого рухомого складу і закупівлю нового;
- витрати, зумовлені необхідністю створення нових видів сервісу,
- витрати на екіпірування рухомого складу,
- витрати на ремонт рухомого складу,
- витрати, пов'язані з просуванням турпродукту,
- інші.

Підприємство, яке організовуватиме перевезення туристів залізницею, отримуватиме такі доходи:

- доходи від вартості квитка, за перевезення одного пасажирів;
- доходи від витрат туристів на харчування, користування різними послугами, які заплановані під час залізничного подорожі;
- непрямі доходи від створення додаткових робочих місць.

У зв'язку з тим, що туристський бізнес є високорентабельною комерційною діяльністю, основними оцінними показниками слід вважати виключно прямі економічні показники. Соціальні показники не будуть критеріальними. Насправді, крім прямого економічного ефекту, існують

непрямий економічний і соціальний ефекти. Перший пов'язаний з підвищенням рівня економічного ефекту в супутніх з туризмом галузях: торгівлі, громадському харчування, транспорту і т.д., а також з додатковими податковими надходженнями до місцевих і державних бюджетів.

Для соціально-економічної оцінки розвитку залізничного туризму потрібно використовувати адекватну модель оцінки.

Насамперед розвиток залізничного туризму слід розглядати як один з альтернативних варіантів напрямів збільшення обсягів пасажирських перевезень. Таким чином, постає питання про вибір критерію оптимальності прийнятого рішення. Однак оскільки на сьогодні методи і форми повного обліку непрямого економічного ефекту потребують уточнення, то в першому наближенні, абстрагуючись від зазначеного впливу інших галузей, можна як критерій оптимальності прийняти прибуток, одержуваний соціально-економічною сферою від організації залізничного туризму [72].

У випадку організації залізничного туризму потрібно враховувати не тільки економічний, а й соціальний ефект від його впровадження. Адже туризм є одним із засобів розширення життєвого простору людини, формування її як особистості, підтримки фізичного та морального здоров'я.

Фінансування залізничного туризму можливе за консолідації зусиль державних органів влади різних рівнів та приватних інвесторів, внаслідок чого можуть бути заплановані та реалізовані відповідні програми розвитку транспортної та туристичної інфраструктури в кожному регіоні.

До туристичних послуг варто віднести послуги суб'єктів туристичної діяльності щодо транспортного обслуговування, а також інших послуг, які спрямовані на задоволення потреб туристів. Після обрання місця відпочинку потенційний турист обирає за певними критеріями вид транспорту, планує засоби розміщення, харчування та дозвілля або отримання медичних/лікувальних послуг тощо.

Україна має усі передумови для впровадження залізничного туризму, а саме:

- Укрзалізниця виконує близько половини пасажирських перевезень в структурі усіх видів транспорту, а отже, є достатній ресурс для приваблення потенційних туристів на залізницю;

- розгалужена транспортна система, наявність культурно-історичних, релігійних, рекреаційних місць відвідування;

- наявність транспортної інфраструктури та рухомого складу. І хоча транспортна інфраструктура та рухомий склад в наявності є, але вони далекі від того, що вимагає сучасний ринок, адже турист бажає отримувати комфорт за свої гроші. В умовах відсутності класичних туристичних поїздів в Україні, можлива організація туристичних перевезень у спеціалізованих комфортабельних вагонах: причіпних, безпересадкових, спеціальних;

- вагомі переваги перед іншими видами транспорту, зокрема поєднання відпочинку під час подорожі та пересування. Проїжджати автомобілем із зупинкою в готелях значно дорожче, аніж ночівля в комфортабельному купе туристичного поїзда. Поїзд одночасно для туриста є і засобом пересування, і готелем.

На величину попиту пасажирів впливають багато факторів, тісно пов'язаних між собою. Ці фактори поділяють на об'єктивні та суб'єктивні.

До *об'єктивних* факторів впливу на попит користувачів транспортних послуг належать економічні, соціальні та природні:

- економічні фактори відбивають економічну стабільність країни (рівень інфляції), розміщення виробництва і продуктивних сил, розвиток суспільного виробництва в цілому по країні та за окремими галузями (наприклад, розвиток туризму) і фактичний рівень доходів населення;

- соціальні фактори включають стабільність соціально-політичного становища регіонів і країни в цілому, зростання кількості населення та його розподіл за місцем проживання, міграцію, рівень освіти і культура населення, національні, релігійні, місцеві та традиційні звички;

- природні фактори: клімат, рельєф місцевості, екологічна безпека регіонів.

До суб'єктивних факторів, що впливають на попит пасажирів за видами транспорту, відносять:

- наявність різних видів транспорту, вартість проїзду і рівень якості перевезень, рівень і характер конкуренції на транспортному ринку;
- платоспроможність пасажирів, на яку впливають такі фактори, як ціна (тариф), якість обслуговування пасажирів та різноманітність послуг на конкретному виді транспорту.

Якщо вести мову про залізничний транспорт, можна виділити такі його переваги: наявність розвиненої транспортної інфраструктури, можливість прокладення колії майже у будь-якій місцевості; можливість перевезень великої кількості пасажирів і висока пропускна і провізна спроможність залізничних ліній; незалежність від погодних умов, пори року та годин доби; велика ефективність при масових перевезеннях пасажирів на середні та далекі відстані; високий рівень безпеки руху; більш низький рівень заподіяної шкоди навколишньому середовищу порівняно з іншими видами транспорту, конкурентоспроможна вартість квитка порівняно з іншими видами транспорту.

До недоліків віднесемо: застаріла транспортна інфраструктура, зношений рухомий пасажирський склад, нестача пасажирських вагонів нового покоління, з сучасним обладнанням, значну питому вагу умовно-постійних витрат, що обмежує можливості управління доходами і витратами; високу вартість споруд, пристроїв, рухомого складу при повільній віддачі капітальних вкладень, низький рівень сервісу, що надається пасажирам під час організації залізничного туризму в Україні, негативний імідж залізниці в цілому, внаслідок надання пасажирам низької якості послуги різного роду, не тільки, що пов'язані конкретно із самим перевезенням, а й з моментами очікування поїздів, відношення працівників залізниць до пасажирів, тощо.



Рисунок 3.5. Засади побудови сфери залізничного туризму в Україні

Виділені на рисунку 3.5 блоки можна охарактеризувати таким чином.

Конкурентна вартість квитка – клієнт завжди співвідносить ціну та якість наданих послуг, порівнюючи різні види транспорту для майбутньої подорожі, і залізничний транспорт може забезпечити розумний баланс в цьому плані.

Зручні сервіси продажу квитків передбачають сучасні засоби продажу квитків, а саме: можливість придбання квитків через Інтернет - сторінку компанії або мобільні додатки.

Напрямок «від дверей до дверей» більш притаманний автомобільному транспорту, але ми пропонуємо формування транспортних ланцюжків по всій

території України із застосуванням залізничного та інших видів транспорту, тобто, організацію трансферів.

Різноманітні сервісні продукти, що можуть отримати туристи впродовж транспортної подорожі, повинні передбачати можливість надання послуг різним віковим групам населення, різним соціальним верствам тощо.

Пунктуальність означає відправлення та прибуття транспортного засобу точно за розкладом.

Оновлення рухомого складу – це напрям, якому потрібно постійно приділяти увагу, орієнтуватися на оновлення застарілого рухомого складу сучасними туристичними поїздами, наприклад, із панорамними вікнами та дахами, із формуванням поїзда вагонами різного призначення – такими, де забезпечуватиметься відпочинок туристів, харчування, дозвілля, спорт, розваги тощо.

Програма лояльності постійних клієнтів означає надання знижок та пільг постійним клієнтам, а можливо, і тим, хто бере активну участь, наприклад, у різного роду опитуваннях, що організовуються перевізником задля поліпшення рівня сервісу.

Безпека туристів під час подорожі передбачає як безпечність самого рухомого складу і транспортної інфраструктури, так і безпеку впродовж подорожі, а саме: наявність фото- та відеофіксації порушень, наявність бригади супроводу туристських поїздів. До речі, згідно із опитуваннями туристів, безпека подорожей є одним із найважливіших факторів, саме безпеці туристи віддають перше місце у плануванні своєї потенційної подорожі.

Залучення інвестицій передбачає впровадження державно-приватного партнерства, ефективність якого доведена успішною діяльністю залізниць інших країн.

Рекламний блок передбачає рекламу послуг залізниць як всередині країни, так і за її межами, формування засобами масової інформації позитивного іміджу залізниць у споживачів послуг перевезень.

Руйнування стереотипів – це формування думки про те, що подорожувати залізницею модно та зручно, знову ж таки із залучення засобів масової інформації.

Взаємодія туроператорів, залізничних перевізників та місцевих органів влади – це пряма вигода отримати додатковий дохід кожному із учасників цього тандему, адже розвиток туристичної і транспортної інфраструктури повинен відбуватися синхронно, з одного боку, задовольняючи потреби туристів, з іншого – організаторів подорожі та дозвілля.

В умовах, коли витрати пасажирів на поїздку займають значну частину його бюджету, вплив вартісних факторів на величину попиту є найбільш суттєвим.

Менеджерам, що відповідатимуть за розвиток залізничного туризму в Україні, потрібно розробляти організаційно-технічні механізми, враховуючи фактори, що впливають на остаточний вибір туриста при плануванні подорожі, а саме:

- тривалість пересування з пункту відправлення в пункт призначення,
- безпека,
- вартість,
- комфортність,
- можливість перевезення багажу,
- кількість та тривалість зупинок,
- особливі умови для туристів із дітьми,
- особливі умови для туристів із тваринами,
- можливість огляду під час поїздки,
- умови для сну і відпочинку,
- харчування,
- рівень шуму,
- наявність додаткових послуг,

- в умовах поширення коронавірусу, безпечність з епідемічної позиції,
- наявність несприятливих екологічних чинників.

Для координації та управління роботою транспортних та туристичних організацій, доцільно використовувати систему якості із застосуванням циклу PDCA (plan – do – check – action) за Демінгом. Він запропонував такий алгоритм управління процесом і досягнення цілей: планування, діяльність, контроль, корегування за результатами контролю.

Програма підвищення якості буде одним із ключових моментів у роботі підприємства: 1) спільна робота з якості разом з постачальниками; 2) робота гуртків якості; 3) керування людським фактором; 4) участь у національних та міжнародних компаніях з якості; 5) розробка політики в галузі якості; 6) виховання свідомого ставлення до якості; 7) впровадження заходів з формування культури якості; 8) підготовка управлінських кадрів для управління діяльністю в галузі якості; 9) покладання відповідальності за підвищення якості на вище керівництво.

Задля залучення туристів на залізничний транспорт, керівництво АТ «УЗ» повинно орієнтуватися на такі напрями розвитку:

- клієнтоорієнтованість;
- безпека і відповідальність;
- спільна робота;
- постійний розвиток;
- цілеспрямованість.

Такі напрями розвитку залізничного туризму мають стати своєрідними засадами побудови сфери залізничного туризму в Україні.

Менеджменту Укрзалізниці потрібно звернути увагу на такі аспекти при формуванні сфери залізничного туризму:

- 1) розробити цікаві туристичні маршрути;
- 2) забезпечити поєднання усіх необхідних видів транспорту під час конкретної подорожі, за допомогою ХАБів та єдиного квитка;

- 3) підвищити рівень сервісу, пропонуючи різноманітні послуги на різних гаманці;
- 4) формувати привабливу для клієнтів тарифну політику;
- 5) проведення масштабних рекламних кампаній задля залучення потенційних вітчизняних та іноземних туристів за допомогою формування позитивного іміджу залізниць.

Отже, основним заходом антикризового менеджменту АТ «УЗ» повинно стати освоєння нових ринків та запровадження нових видів продуктів задля пошуку конкурентних переваг у сфері своєї діяльності. Альтернативним напрямком залучення пасажирів на залізницю та в результаті цього можливість отримання додаткових доходів для пасажирського господарства є залізничний туризм. Перший етап впровадження залізничного туризму дозволить з мінімальними капіталовкладеннями збільшити рентабельність пасажирських перевезень, сприяти формуванню позитивного іміджу АТ «Укрзалізниця» та знайти прихильність у значної туристичної спільноти та користувачів послуг залізничного транспорту загалом [73].

Залізничні туристичні перевезення відрізняються тривалістю: оглядові, одноденні, нетривалі (2 – 3 доби), багатоденні (від 5 діб). Залежно від тривалості поїздки пасажир отримує той чи інший набір сервісних послуг.

Туристичні перевезення залізницею можуть бути організовані двома способами: або надання спеціального поїзда (вагонів) на заздалегідь визначену кількість місць в оренду фізичним або юридичним особам; або туристичним оператором є сама залізниця, що організовує ту чи іншу подорож залізничним транспортом. Серед напрямів диверсифікації у сфері залізничного транспорту в секторі пасажирських перевезень можна виокремити такі варіанти:

- горизонтальна диверсифікація, тобто запровадження нових послуг, схожих із продукцією основної діяльності (наприклад, передача в оренду приміщень, організація перевезень пасажирів іншими видами транспорту тощо);

- концентрична диверсифікація передбачає надання певних послуг для клієнтів транспорту, але не пов'язаних безпосередньо з перевезеннями (наприклад, готелі на вокзалах, стоянки автомобілів пасажирів тощо);
- конгломератна диверсифікація зумовлена наданням спектру послуг, які не належать до основної діяльності, наприклад, проведення ремонтних робіт для сторонніх підприємств.

Диверсифікацію залізничного транспорту України доцільно проводити в горизонтальному виді в умовах плідної співпраці з підприємствами, що організовують перевезення іншими видами транспорту та надають туристичні послуги [74].

Якщо розглядати утворення кластеру залізниці з іншими підприємствами для організації залізничного туризму, то можна виділити три основні види кластерних моделі, що найбільш популярні у світі. Це: європейська, американська та азійська.

Наприклад, у Франції та Великобританії в кластери об'єднуються промислові групи, університети та дослідні центри; у Німеччині процес кластеризації фінансово підтримується державою; Японія сприяє розвитку кластерів через створення економічних зон і відповідних пільг в оподаткуванні.

В США створення кластерів є дуже популярною, там функціонує приблизно триста кластерів в різних галузях, в тому числі і в туристичній сфері.

В Україні організація подібних кластерів можлива за умови, якщо залізниця стане так би мовити ядром цього кластеру, а до залізниці приєднуються різні підприємства, що надаватимуть послуги туристам упродовж організації туристичної подорожі залізницею.

Це можуть бути і представники інших видів транспорту, і екскурсійні бюро, і заклади харчування, і заклади надання готельних послуг, а також місцеві адміністрації тощо.

При цьому важливо передбачити створення відповідного регулюючого органу, який би ефективно захищав права усіх учасників організації туризму в Україні.

Державне регулювання туристичної діяльності, зокрема і на залізничному транспорті, здійснюється через цілий ряд нормативно-правових актів; через прямі бюджетні асигнування на розробку і реалізацію державних цільових програм розвитку різноманітних програм у сфері туризму; створення сприятливих умов для залучення інвестицій в туристську індустрію (хоча б через податкові пільги) та у розвиток залізничного транспорту, зокрема (наприклад, державно-приватне партнерство).

ВИСНОВКИ

Дипломна робота спрямована на вирішення наукової проблеми – розроблення теоретичних засад розвитку пасажирських компаній шляхом організації залізничного туризму.

Проаналізовано понятійно-категоріальний апарат туристичної галузі. Проведено аналіз організації туристичних перевезень залізничним транспортом в Україні, як в Радянські часи, так і за період одержання незалежності країни.

Виявлено, що Україна має всі передумови для успішного розвитку залізничних пасажирських перевезень, але для того, щоб туристична індустрія України зайняла провідне місце в економічному зростанні, необхідно вирішити на державному рівні ряд таких першочергових завдань: створити службу обліку й охорони туристичних ресурсів; створити службу визначення попиту та реклами; розробити програми розвитку індустрії туризму кожної області; вирішити питання підготовки туристичних кадрів; скоординувати роботу туристичних організацій з транспортними агентствами, культурними установами; провести оцінку економічної ефективності туризму та рекреаційну оцінку територій; визначити найсприятливіші для розвитку туризму і лікування території; розробити класифікацію місць відпочинку за ступенем значущості, природними умовами, функціональними ознаками; розробити методи обґрунтування норм одночасного навантаження на різні природні комплекси.

Виявлено, що найбільш значимими для покращення інвестиційного потенціалу України, в контексті розвитку туристичних залізничних перевезень, є наступні фактори: наявність туристично-рекреаційних та санаторно-курортних місць відвідування; наявність розвиненої сучасної транспортної мережі та об'єктів туристичної інфраструктури; купівельна спроможність населення, здатність/можливість витратити кошти на подорожі.

На підставі аналізу угод державно-приватного партнерства у різних галузях, в тому числі й на залізничному транспорті, в провідних країнах світу, рекомендовано в Україні провести низку заходів задля залучення фінансових коштів вітчизняних та закордонних інвесторів задля оновлення пасажирського рухомого складу, ремонту транспортної та туристичної інфраструктури, розширення спектру послуг, а саме сприяти розвиненню державно-приватного партнерства, сприяти впровадженню концесії на залізничному транспорті задля отримання вигод усіма стейкхолдерами.

В Україні потрібно розробити комплекс заходів для забезпечення стійкості туристичної сфери в умовах посилення карантинних обмежень у разі настання *другої хвилі* поширення інфекції «COVID-19», при цьому врахувати рекомендації Всесвітньої організації туризму щодо пом'якшення соціально-економічних наслідків COVID-19 та прискорення відновлення економіки через подорожі за напрямками: управління кризою та пом'якшення наслідків; забезпечення стимулів та прискорення відновлення; підготовка до майбутнього. Розглянути в якості першочергових наступні заходи: забезпечення доступності та достовірності інформації щодо обмеження подорожей та їх скасування в розрізі як регіонів України, так і основних країн виїзного туризму в залежності від ступеня епідемічної загрози; створення механізму гарантування втрат туристів від скасування поїздки внаслідок поширення епідемії шляхом надання ваучерів на скасовані бронювання; розвиток внутрішнього туризму.

Крім того, серед заходів, що можуть пом'якшити вихід туристичної індустрії з кризи у зв'язку із коронавірусом, можна визначити наступні: тимчасове зниження тарифів на послуги, сертифікація дезінфекції туристичних об'єктів та інфраструктури, профілактичні заходи для туристів з укріплення здоров'я, надання можливості туристам уникати контакту з іншими туристами, обладнання пасажирського рухомого складу сучасною системою вентиляції та кондиціонування задля унеможливлення застою інфекцій у повітрі.

Список використаних джерел

1. Звіт ВТО. Електронний ресурс. Режим доступу: <http://tourlib.net/wto.htm>
2. Про туризм : Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>
3. Головащенко О. В. Туризм як форма соціальної активності людини: соціально-філософський аналіз : автореф. дис. ... канд. філософ. наук / О. В. Головащенко. – Запоріжжя, 2002. – 20 с.
4. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу: навч. посібн / М. П. Мальська, В.В. Худо, В.І. Цибух. – К.: Центр навч. літ-ри, 2004. – 272 с.
5. Смирнов І. Г. Логістика туризму : навч. посібник / І. Г. Смирнов. – Київ : Знання, 2009. – 444 с.
6. Квартальнов В. А. Туризм : учебник / В. А. Квартальнов. – Москва : Финансы и статистика, 2002. – 320 с.
7. Бобарикіна О. М. Організація маркетингових досліджень туристичного продукту : автореф. дис. ...канд. екон. наук / О. М. Бобарикіна. – Сімферополь, 2006. – 21 с.
8. Фоменко Н.В. Рекреаційні ресурси та курортологія. - К.: Центр навчальної літератури, 2007. - 312 с.
9. Bernecker, Paul Methods and Media of Tourist Publicity (Vienna: Austrian National Tourist Office, 1961)
10. Молнар О. С. Управління розвитком туристично-рекреаційного комплексу регіону (на прикладі Закарпатської області) : автореф. дис. ...канд. екон. наук / О. С. Молнар. – Ужгород, 2006. – 23 с.
11. Опанасюк Н. А. Конституційно-правові основи туризму в Україні : автореф. дис. ...канд. юр. Наук / Н. А. Опанасюк. – Київ – 2005. – 17 с.
12. Апілат О. В. Підвищення якості послуг в туризмі : автореф. дис. ... канд. екон. наук / О. В. Апілат. – Харків, 2001. – 20 с.

13. Прочан А. О. Планування та організація процесу надання туристичних послуг на підприємствах : автореф. дис. ...канд. екон. наук / А. О. Прочан. – Київ, 2010. – 20 с
14. Біль М. М. Механізм державного управління туристичною галуззю (регіональний аспект) : автореф. дис. ... канд. наук з держ. управління / М. М. Біль. – Львів, 2010. – 24 с.
15. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії : навч. посібник / Н. В. Чорненька. – Київ : Атіка, 2006. – 264 с.
16. Алешугіна Н. О. Транспортна інфраструктура як складова туристичного потенціалу України / Н. О. Алешугіна // Ефективна економіка. Вісн. Дніпропетр. держ. аграрно-економ. ун-ту. – 2009. – № 3.
17. Через Covid-19 у світі закрилося 96% туристичних напрямків. [Електронний ресурс]. – URL: https://zaxid.net/cherez_covid_19_u_sviti_zakrilosya_96_turistichnih_napryamkiv_n1501066 (Accessed: 17.11.2020)
18. Мальська М. П. Планування туристичної діяльності : навчальний посібник / М. П. Мальська, О. Ю. Бордун ; МОНУ ; Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. – Київ : Знання, 2010. – 310 с.
19. Мальська М. П. Формування і розвиток просторових систем послуг (теорія та практика реалізації) : автореф. дис. ... д-ра екон. наук / М. П. Мальська. – Львів, 2011. – 46 с.
20. Коробйова Р. Г. Потенціал розвитку залізничного туризму в Україні / Р. Г. Коробйова // Зб. наук. пр. ДНУЗТ ім. акад. В. Лазаряна «Транспортні системи і технології». – 2015. – № 20. – С. 70–74.
21. Новіцька І. В. Європейський досвід у розвитку залізничного транспорту і туристичної галузі України / І. В. Новіцька // Вісн. економіки транспорту і промисловості. – 2013. – № 41. – С. 114–117.
22. Бешелев С. Д. Математично-статистичні методи експертних оцінок / С. Д. Бешелев, Ф. Г. Гурвіч. – 2-ге вид., перероб. та допов. – Москва : Статистика, 1980. – 263 с.

23. Чеховська М. М. Механізм організації економічного розвитку залізничного транспорту України : монографія / М. М. Чеховська. – Київ : Кондор, 2012. – 250 с.
24. Козловський Є. Організаційно-правові засади управління туристичною галуззю / Є. Козловський // Вісн. НАДУ. – 2005. – № 1. – С. 400–406.
25. Колесник О. О. Статистичний аналіз ринку туристичних послуг : автореф. дис. ... канд. екон. наук / О. О. Колесник. – Київ, 2011. – 23 с.
26. Мерзлов И. Ю. Международный опыт развития государственно-частного партнерства в экономически развитых странах: институциональный аспект // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. – 2012. – Выпуск № 3. – С. 75–81.
27. Зорин В. И. Туристический терминологический словарь / В. И. Зорин, В. А. Квартальнов. – Москва : Сов. спорт, 1999. – 384 с.
28. Закон України "Про залізничний транспорт". – URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JI00435A.html (Accessed: 17.11.2020)
29. "Укрзалізниця" планує до початку 2021 року передати в концесію перші залізничні вокзали. – URL: <https://www.unian.ua/economics/transport/10664307uzplanuyedopochatku2021rokuperedativkoncesiyupershizaliznichnivokzali.html> (Accessed: 17.11.2020)
30. Ходжаева Н. А. Развитие системы менеджмента железнодорожного туризма в Узбекистане : автореф. дис. ...канд. экон. наук / Н. А. Ходжаева. – Ташкент, 2012. – 22 с.
31. Дергоусова А. О. Формування стратегії розвитку залізничного туризму : дис. ...канд. екон. наук: спец. 08.00.04. – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / А. О. Дергоусова. – Харків : УкрДАЗТ, 2012. – 216 с.
32. Марценюк Л. В. Організація залізничного туризму в Україні [Текст] : монографія / Л. В. Марценюк; Дніпропетр. нац. ун-т залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна. – Дніпро, 2017. – 351 с.

33. Писаревський І.М. - Туризм як національний пріоритет
http://www.ahmerov.com/book_1258.html

34. Перспективи розвитку залізничного туризму України на вузькоколіїних лініях Закарпаття / В. Г. Кузнецов, П. О. Пшінько, І. В. Кліменко та ін. // Наука та прогрес транспорту. Вісн. Дніпропетр. нац. ун-ту залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна. – 2015. – № 4(58). – С. 23–33.

35. Олійник Т. О. Щодо питання запровадження концесії на залізничному транспорті України // Економіка та держава. – 2020. – № 2. – С. 122–126.

36. Бондар Н. М. Світовий досвід державно-приватного партнерства у транспортній галузі // Ефективна економіка. – 2010. – № 6. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=241> (Accessed: 17.11.2020)

37. Челядінова Н. Економічні аспекти державно приватного партнерства на залізничному транспорті України // Економіст. – 2011. – № 3. – С. 59–60.

38. Кабінет Міністрів України. Постанова «Деякі питання оптимізації державних цільових програм і національних проектів, економії бюджетних коштів та визнання такими, що втратили чинність, деяких актів Кабінету Міністрів України». - URL: <https://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/71-2014-п/>

39. Кабінет Міністрів України. Розпорядження «Про схвалення Концепції Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року» (Офіційний вісник України, 2013 р., № 68, ст. 2496) [Електронний ресурс]. - URL: <https://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/638-2013-%D1%80>.

40. Закони України. [Електронний ресурс]. - URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KR170168.html

41. Хамова, Ю. А. Публічно-правові аспекти туризму в європейському праві: Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата юридичних наук .. - Казань 2009. -25 с].

42. Соколова Н.А. Международно-правовые аспекты управления в сфере охраны окружающей среды: дисс... д.ю.н.: 12.00.10 / Н.А. Соколова. - М.: Моск. гос. юрид. акад. им. О.Е. Кутафина, 2010. - 467 с.
43. Глобальный этический кодекс туризма (Сантьяго, 1 октября 1999 г.). - URL: http://tourlib.net/metod_tourism/mashkova_dod2.htm.
44. Долженко Г.П. Наука о туризме: основания выбора номинации / Г.П. Долженко, Ю.С. Путрик, Л.Б. Савенкова // География и туризм. - 2010. - URL: http://tourlib.net/statti_tourism/dolzhenko.htm, с.21].
45. Бузни А.Н. Терминологические трудности в туристике / А.Н. Бузни, А.С. Мацова // Вісник ДІТБ. - 2013. - №17., с.39.
46. http://tourlib.net/statti_tourism/volkov2.htm
47. <https://catalunya.ru/tutorials/article/3841-s-1-iyulya-2018-vstupila-v-silu-direktiva-es-o-zaschite-puteshestvennika-v-kombinirovannyh-poezdках/>
48. DIRECTIVE 2008/122/EC OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 14 January 2009 on the protection of consumers in respect of certain aspects of timeshare, long-term holiday product, resale and exchange contracts [Electronic Resource]. - Mode of access: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:033:0010:0030:EN:PDF>
49. Борщ В. Н. Разработка маркетинговой стратегии продвижения транспортных услуг на рынках железнодорожных и авиаперевозок : автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Волгоград, 2013. – 26 с.
50. Бараш Ю. С. Визначення витрат на організацію туристичних подорожей. IV Міжнародна науково-практ. конф. «Стан і перспективи розвитку обліково-інформаційної системи в Україні», Тернопіль, 2016. – С. 302–303.
51. Перекрестова Ю. Н. Управление транспортным обеспечением внутреннего и въездного туризма на региональном уровне : дис. ... канд. экон. наук. – Москва, 2002. – 185 с.
52. Гладышева Э. Г. Повышение функционального потенциала экономического инструментария управления структурными

подразделениями ОАО «РЖД» : автореф. дис. ... канд. экон. наук. –Ростов-на-Дону, 2013. – 24 с.

53. Курган М. Як реанімувати вузькоколійки Закарпаття [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://tyachivnews.in.ua/novini/zakarpattya/6031>

54. Перспективи розвитку залізничного туризму України на вузькоколіїних лініях Закарпаття / В. Г. Кузнецов, П. О. Пшінько, І. В. Кліменко та ін. // Наука та прогрес транспорту. Вісн. Дніпропетр. нац. ун-ту залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна. – 2015. – № 4(58). – С. 23–33.

55. Нагорнюк О. Вузькоколійка. 106 кілометрів Полісся / О. Нагорнюк. – Рівне, 2008. – 60 с.

56. Каховська О. В., Польська І. Є. Державна політика сприяння залученню іноземних інвестицій в економіку України (на прикладі Дніпропетровської області). 2010. URL: <http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2010-01/10kovpdo.pdf> (Accessed: 17.11.2020)

57. Позинков П. В. Экономические механизмы привлечения инвестиций в экономику региона на основе государственно-частного партнерства : дис. ... канд. экон. наук. – Москва, 2011. – 194 с.

58. Шкуліпа Л. В. Приватно-державне партнерство – крок залізничної галузі до соціальної відповідальності // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2015. – № 51. – С. 113–119.

59. Максимов В. В. Совершенствование механизма государственно-частного партнерства при реализации проектов транспортной инфраструктуры: дис. ... канд. экон. наук / В. В. Максимов. – Москва, 2009. – 178 с.

60. Марценюк Л. В. Організація залізничного туризму в Україні : монографія / Дніпропетр. нац. ун-т залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна. – Дніпро, 2017. – 351 с.

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

62. Каверин О. В. Экономическое обоснование системы взаимоотношений участников рынка железнодорожных пассажирских перевозок в дальнем следовании: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Москва, 2012. – 23 с.

63. Меркулова М. Е. Государственно-частное партнерство в региональной экономике депрессивного типа: дис. ... канд. экон. наук. – Иваново, 2013. – 210 с.

64. Гудкова В. П. Забезпечення ефективної діяльності підприємств пасажирського транспорту в умовах соціально орієнтованої економіки : дис. ... д-ра экон. наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / В. П. Гудкова. – Київ, 2015. – 498 с.

65. Попова М. А. Экономическая эффективность реконструкции железных дорог на основе государственно-частного партнерства: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Москва, 2012. – 46 с.

66. Україна цьогоріч опинилася на 92-му місці в світовому рейтингу процвітання. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-ukrayina-tsohorich-na-92-mu-mistsi-u-svitovomu-reytynhu-protsvitannya/30952517.html> (Accessed: 17.11.2020)

67. Штепенко К. П., Забурасва О. Ю. Аналіз прямих іноземних інвестицій в економіку України та передумови необхідності їх залучення // Ефективна економіка. – 2014. – № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2019/36.pdf (Accessed: 17.11.2020)

68. Інвестори погіршили оцінку бізнес-клімату України. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3056435-investori-pogirsili-ocinku-biznesklimatu-ukraini> (Accessed: 17.11.2020)

69. І. Кравчук. Державне регулювання розвитку туризму: зарубіжний досвід та перспективи впровадження // Вісник Львів. ун-ту. Сер.: Міжнародні відносини. 2008. Вип. 24. С. 134-141. URL: tourlib.net/statti_ukr/kravchuk.htm (Accessed: 17.11.2020)

70. Жукова М. А. Управление индустрией туризма в современных условиях : дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.05. – Москва, 2003. – 354 с.
71. Папирян Г. А. Экономика туризма. – Москва : Финансы и статистика, 2000. – 208 с.
72. Коновалов А. В. Оценка социально-экономической эффективности развития спортивно-событийного туризма // Проблемы современной экономики. – 2007. – N 2(22).
URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=1410> (Accessed: 17.11.2020)
73. Розвиток залізничного туризму в Україні. URL: <https://vcrti.com.ua/haluzi/rozvytok-zaliznychnoho-turyzmu-v-ukraini> (Accessed: 17.11.2020)
74. Є. Альошинський, Г. Примаченко. Напрямок диверсифікації діяльності залізниць у сферу туристичних послуг. URL: <https://railway-publish.com/articles-icut-magazine/5545-napryam-diversifikatsiyi-diyalnosti-zalznits-u-sferu-turistichnih-poslug.html> (Accessed: 17.11.2020)
75. Страшне слово “концесія”: які перспективи концесійних проєктів на залізниці. URL: <https://zbk.org.ua/2020/04/10/strashne-slovo-koncesiya-yaki-perspektivi-koncesijnix-proektiv-na-zalznici/> (Accessed: 17.11.2020)
76. Реалізація проєктів державно-приватного партнерства в Україні. URL: <https://mtu.gov.ua/files> (Accessed: 17.11.2020)
77. Стан здійснення ДПП в Україні URL: <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=62a9b6fb-27ff-462a-b351-eeeadfb26b6f&title=StanZdiisnenniaDppVUkraini> (Accessed: 17.11.2020)
78. Акіліна О., Павлюк В. Державно-приватне партнерство як інструмент управління змінами у сучасному місті // Науковий вісник Ужгородського нац. ун-ту. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2018. – Вип. 20, Ч. 1. – С. 10–13.
79. Горожанкіна М. Державно-приватне партнерство: сучасна модель інтеграції інтересів // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.19. – С. 176–183.

80. Кришталь Т. Державно-приватне партнерство як основний механізм розвитку інфраструктури регіону // Сталий розвиток економіки. – 2013. – № 3. – С. 137–141.

81. Савостенко Т. Застосування механізму державно-приватного партнерства під час реалізації регіональних інвестиційних програм // Державне управління та місцеве самоврядування. – 2015. – № 3. – С. 179–189.

82. Продати не можна залишити: що робити зі стратегічними держактивами. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2017/09/6/628742/> (Accessed: 17.11.2020)

83. Кабмін планує передати в концесію на 20 років Київ-Пасажирський і ще 6 залізничних вокзалів. URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/economic/638613.html> (Accessed: 17.11.2020)

84. Закон України «Про концесії». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/997-14> (Accessed: 17.11.2020)

85. Закон України «Про концесію». Електронний ресурс. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/155-20> (Accessed: 17.11.2020)

86. Карась О. С. Розвиток транспортної інфраструктури України в умовах активізації міжнародного туризму : автореф. дис. ... канд. екон. наук. –Тернопіль, 2013. – 24 с.

87. Котельникова В. Е. Управление развитием услуг транспортной инфраструктуры туризма : дис. ... канд. экон. наук. – Москва, 2014. – 181 с.

Список рисунків

Рисунок 2.1. Структура інвентарного пасажирського парку за типами вагонів у 2018 р.	41
Рисунок 2.2. Структура інвентарного пасажирського парку за типами вагонів у 2019 р.	41
Рисунок 2.3. Основні причини неефективної роботи пасажирського господарства Укрзалізниці	42
Рисунок 2.4. Розподіл угод державно-приватного партнерства в Україні за станом виконання на 1 січня 2019 р.	43
Рисунок 2.5. Динаміка кількості угод державно-приватного партнерства в Україні за 2012–2018 рр.	48
Рисунок 2.6. Розподіл угод державно-приватного партнерства в Україні за галузевою спрямованістю станом на 1 січня 2019 р.	49
Рисунок 3.1. Позиції України у світових рейтингах у період 2014-2019 рр.	54
Рисунок 3.2. Динаміка індексу інвестиційної привабливості	56
Рисунок 3.3. Визначення сфери залізничного туризму.	61
Рисунок 3.4. Варіанти моделей організації туристичних компаній, що будуть займатися залізничним туризмом	64
Рисунок 3.5. Засади побудови сфери залізничного туризму в Україні	84

Список таблиць

Таблиця І. Класифікація видів і форм туризму за різними ознаками	11
Таблиця ІІ. Переваги та недоліки застосування концесії	16
Таблиця ІІІ. Потреба в інвентарному парку пасажирських вагонів за період до 2025 року	37
Таблиця ІV. Об'ємні показники по пасажирських перевезеннях по Укрзалізниці за 2017- 2019 рр.	38
Таблиця V. Фінансово-економічні показники по пасажирському господарству за 2017- 2019 рр.	39
Таблиця VI. Загальний та інвентарний парк вагонів за 12 місяців 2018року	40
Таблиця VII. Сума іноземних інвестицій в Україну та з України за період з 2002 по 2019 рр.	56

Аннотация.

Формирование сферы железнодорожного туризма в Украине с учетом опыта Европейских стран

В дипломной работе проанализировано место железнодорожного туризма в структуре пассажирских перевозок железнодорожным транспортом. При этом особое внимание уделено анализу развития туристической сферы как в Украине, так и в странах СНГ и Европы. Рассмотрена структура управления туристическими перевозками с помощью железнодорожного транспорта с учетом разных собственников транспортной инфраструктуры. Выявлены основные причины монопольного положения АО «Укрзалізниця» на рынке пассажирских перевозок. Предложено три варианта структур управления туристическими потоками на железнодорожном транспорте операторами разной формы собственности. Выявлены факторы, влияющие на развитие туризма.

Ключевые слова: туризм, железнодорожный туризм, пассажирские перевозки, железнодорожный транспорт, структура управления

Abstract.

The formation of the sphere of railway tourism in Ukraine based on the experience of European countries.

The author analyzed the place of railway tourism in the structure of passenger transportation by rail. At the same time, special attention is paid to the analysis of the development of the tourism sector both in Ukraine, and in the CIS countries and Europe. The structure of the management of tourist traffic using rail transport is considered taking into account the different owners of transport infrastructure. The main reasons for the monopolistic position of JSC "Ukrzaliznytsia" in the passenger transportation market are identified. Three variants of tourist flow management structures for rail transport by operators of various ownership forms are proposed. The factors affecting the development of tourism are identified.

Keywords: tourism, railway tourism, passenger transportation, railway transport, management structure