

ТУРИЗМ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ЗАЛІЗНИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА



Дніпро – 2020

**Міністерство освіти і науки України
Дніпровський національний університет залізничного
транспорту імені академіка В. Лазаряна**

Туризм як стратегічний напрям розвитку залізничного підприємства

Монографія

Дніпро
Журфонд
2020

Авторський колектив:

О. М. Гненний (розд. 5), Л. В. Марценюк (розд. 1, 2, 3, 4), Т. Ю. Чаркіна (розд. 4, 7), О. В. Орловська (розд. 6), В. М. Проценко (розд. 8).

За загальною редакцією Л. В. Марценюк

Рецензенти:

*д-р екон. наук, доц. О. В. Бєрвєно
д-р екон. наук, проф. О. В. Каховська
д-р екон. наук. О. В. Мельников*

Рекомендовано до друку рішенням вченої ради
Дніпровського національного університету
залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна
(протокол № 10 від 02.07.2020 року)

Колектив авторів

T68 Туризм як стратегічний напрям розвитку залізничного підприємств:
монографія / О. М. Гненний, Л. В. Марценюк, Т. Ю. Чаркіна, О. В.
Орловська, В. М. Проценко; за заг. ред. Л. В. Марценюк; Дніпров. нац. ун-т
залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна. – Дніпро: Журфонд, 2020. – 188 с.
ISBN 978-966-934-268-3

Монографія присвячена проблемі підвищення ефективності роботи та конкурентоспроможності пасажирського господарства залізничного транспорту України в умовах економічної кризи.

Авторами запропоновано стратегію інноваційного розвитку пасажирських компаній, яка задля залучення коштів потенційних вітчизняних та іноземних інвесторів передбачає організацію залізничного туризму. Це дозволить не тільки розвинути внутрішній туризм в Україні, а й отримати додаткові фінансові ресурси на оновлення пасажирського рухомого складу, інфраструктури залізниць, а також об'єктів туристичного значення.

Для наукових працівників, економістів, спеціалістів АТ «Укрзалізниця», викладачів, аспірантів, магістрів і студентів вищих закладів освіти транспортної галузі.

Іл. 27. Табл. 12. Бібліогр.: 194 назви.

ISBN 978-966-934-268-3

© О. М. Гненний, Л. В. Марценюк,
Т. Ю. Чаркіна, О. В. Орловська,
В. М. Проценко, 2020
© Дніпров. нац. ун-т залізн. трансп. ім.
акад. В. Лазаряна, 2020

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
1. СТРАТЕГІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПАСАЖИРСЬКИХ КОМПАНІЙ ШЛЯХОМ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТУРИЗМУ	7
2. НАУКОВО-МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОПТИМІЗАЦІЇ ПРОЦЕСІВ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПАСАЖИРСЬКИХ КОМПАНІЙ ПРИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТУРИЗМУ	16
3. ВИЗНАЧЕННЯ РАЦІОНАЛЬНИХ ЗОН ВИКОРИСТАННЯ РІЗНИХ ВИДІВ ТРАНСПОРТУ ПРИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ	30
4. ОРГАНІЗАЦІЯ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТУРИЗМУ ЯК НАПРЯМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЗАЛІЗНИЧНИХ КОМПАНІЙ	36
5. ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙ В РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ЗАЛІЗНИЧНИМ ТРАНСПОРТОМ	85
6. ШЛЯХИ АКТИВІЗАЦІЇ ПАСАЖИРСЬКИХ ЗАЛІЗНИЧНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ УКРАЇНИ В УМОВАХ МАКРОЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ	98
7. ОРГАНІЗАЦІЯ ХАБІВ ЯК ОДИН ІЗ ЕЛЕМЕНТІВ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	117
8. ПРАВОВІ ОСНОВИ ТУРИСТИЧНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ	129
8.1. Основні нормативно-правові документи, що регулюють туристичну діяльність в Україні та в країнах Європейського Союзу	129
8.2. Міжнародний досвід в сфері регулювання туристичної діяльності	140
8.3. Імплементация Директив Європейського Союзу, що регулюють туристичну діяльність, в українське законодавство	153
ВИСНОВКИ	163
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	168

ВСТУП

Процес інтеграції та уніфікації в контексті глобалізаційних змін сприяє стрімкому розвитку інформаційних технологій, а це принципово змінює статус та вплив інноваційних економічних знань на збереження та відтворення цивілізаційних засад суспільства. Розвиток економіки в цілому та пасажирських компаній залізничного транспорту зокрема визначається темпами розбудови креативної економіки, вмінням ефективно використовувати можливості наукового інноваційного потенціалу.

Серед найголовніших завдань сьогодення є створення інноваційних систем розвитку компаній, які відповідатимуть вимогам і викликам часу. Зазначені завдання актуалізуються з огляду на активну участь вітчизняних компаній у загальноцивілізаційних процесах, що вимагають поглибленого осмислення власної ідентичності, з метою знаходження свого унікального місця в умовах швидкого розвитку інновацій сучасної інтелектуальної платформи [197].

У цьому аспекті саме інноваційний розвиток компаній є критеріальним виміром щодо оцінки її спроможності відповідати запитам епохи. Ситуація ускладнюється тим, що в сучасних умовах формується новий економічний вектор розвитку, який базується на феномені глобального монетаризму та втіленні знань у реальні креативні інноваційні проекти. Тому актуальною проблемою є формування інноваційного розвитку компаній у локалізаційному та глобалізаційному вимірах, що має відкритий характер моделювання процесів соціоекономічної динаміки [195].

На сьогодні структурні перетворення в українській економіці мають великий вплив на діяльність залізничних компаній, суттєво змінюючи механізми управління процесами їхнього функціонування й об'єктивно спонукаючи ці компанії в умовах сучасного ринку до пошуку нових креативних інструментів інноваційного розвитку з метою забезпечення стратегічних конкурентних переваг [201].

Стратегія розвитку залізничних компаній, крім будівництва нових залізничних ліній і модернізації інфраструктури, передбачає також розробку нових видів рухомого складу, підвищення якості перевізних послуг, їх ефективності й безпеки. Тому перед АТ «УЗ» постало важливе завдання – підвищення ефективності роботи пасажирського господарства за рахунок: збільшення обсягів перевезень, оптимізації руху пасажирських поїздів, збільшення кількості денних поїздів і організації залізничних туристичних подорожей, що дозволить знизити його збитковість [195].

Ефективне функціонування пасажирської компанії, виконання стратегічних та тактичних завдань можливе лише за умови активізації її інноваційного розвитку. Таким чином, актуалізується проблема розробки теоретико-методологічного підґрунтя та формування науково-практичних засад інноваційного розвитку пасажирських компаній [201].

Необхідність впровадження залізничного туризму вказана в таких ключових документах, як: «Концепція Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року», а також 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» [202].

Таким чином, в умовах глобалізаційних змін економіки, що впливають на інноваційний розвиток пасажирських компаній, необхідно продукувати креативні методи та форми їх розвитку, і одним із таких стратегічних економічно доцільних напрямків є організація залізничного туризму [195].

Проблеми інноваційної діяльності на залізничному транспорті досліджують вітчизняні та закордонні вчені, зокрема, В. Л. Дикань, В. О. Зубенко, О. Г. Кірдіна, І. Л. Назаренко, Ю. М. Уткіна, Є. М. Сич, В. П. Льчук, О. Г. Дейнека, О. М. Синікова, Т. І. Дем'яненко, Л. Л. Калініченко, Г. В. Озерська, Н. В. Якименко, М. В. Корінь, І. М. Аксьонов, Ю. С. Бараш, О. В. Бєрвено, Т. Ю. Чаркіна, О. О. Матусевич, О. М. Гудков, Ю. В. Єлагін, М. В. Макаренко, О. В. Пилипенко, О. В. Познякова, О. Р. Приймук, В. В. Прохорова, В. І. Творонович, Л. О. Українська, О. І. Зоріна, С. О. Крищенко та інші вчені. Але ці питання потребують більш системного та поглибленого вивчення [195].

Хоча питання інноваційного розвитку підприємств різних галузей розглядало багато науковців, питання щодо організації залізничного туризму, на нашу думку, є недостатньо висвітленими та потребують більш глибокого вивчення.

Усе вищевикладене зумовило вибір теми монографії, визначило спектр і зміст завдань дослідження.

Тематика монографії відповідає пріоритетним напрямкам реалізації науково-дослідних програм національного та галузевого значення, які виконувалися Дніпровським національним університетом залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна на замовлення Міністерства освіти і науки України, зокрема «Розвиток туристичних перевезень залізничним транспортом в Україні».

Методичною базою даного дослідження є системний підхід, а також результати фундаментальних і прикладних наукових досліджень.

Монографія складається з восьми розділів. У *першому розділі* авторами запропоновано удосконалену стратегію інноваційного розвитку пасажирських компаній шляхом організації залізничного туризму. У *другому розділі* авторами розроблено методичний підхід, що допоможе оптимізувати процеси інноваційного розвитку пасажирських компаній, зокрема при організації залізничного туризму. В *третьому розділі* визначено раціональні зони використання різних видів транспорту при організації туристичних перевезень, зроблено акцент на перевагах залізничного транспорту. В *четвертому розділі* запропоновано організацію залізничного туризму як напряму забезпечення інноваційного розвитку залізничних компаній. В *п'ятому розділі* надо рекомендації щодо оцінки економічної ефективності інвестицій в розвиток туристичних перевезень залізничним транспортом. В *шостому розділі* запропоновані напрямки активізації пасажирських залізничних перевезень України в умовах макроекономічної нестабільності, серед яких – організація ХАБів як один із елементів розвитку туризму в Україні (*сьомий розділ*). У *восьмому розділі* виокремленні правові основи туристичних перевезень.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що використання концептуальних положень, науково-методичних і практичних рекомендацій, розроблених авторами монографії, сприятиме підвищенню рівня інноваційного розвитку пасажирських компаній за рахунок використання залізничного туризму по широких та вузьких коліях в Україні.

Отже, у монографії зроблено спробу ознайомити наукову громадськість та широке коло працівників залізничного транспорту з найбільш важливими науковими результатами дослідження інноваційного розвитку компаній, що організовуватимуть туристичні подорожі залізничним транспортом.

1. СТРАТЕГІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПАСАЖИРСЬКИХ КОМПАНІЙ ШЛЯХОМ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТУРИЗМУ

У сучасних умовах господарювання керівництво пасажирських компаній повинно постійно продукувати управлінські рішення щодо інноваційного розвитку з урахуванням зростаючої нестабільної ситуації зовнішнього середовища, постійної «боротьби» з конкурентами та з урахуванням змін внутрішнього середовища, шляхом формування сукупності перспективних планів і завдань, які необхідно виконати для досягнення поставлених цілей [196].

На основі цього розроблено стратегію інноваційного розвитку пасажирських компаній (рис. 1.1), сутність якої полягає у формуванні комплексу впорядкованих регулюючих аналітичних і управлінських заходів, спрямованих на генерування декомпенсаційних регуляторів зменшення або усунення наслідків негативного впливу дестабілізуючих факторів зовнішнього оточення та внутрішнього середовища діяльності пасажирських компаній за результатами визначення рівня сприйняття інноваційності пасажирськими компаніями [196].

Це зумовлює необхідність визначення соціально-економічних передумов розвитку залізничного туризму та дозволяє перманентно оцінювати інноваційну активність пасажирських компаній у часі та просторі на різних стадіях життєвого циклу компаній та адаптувати сучасні інноваційні розробки туристичної галузі з метою розвитку залізничного туризму [196].

Розроблена стратегія інноваційного розвитку пасажирських компаній шляхом організації залізничного туризму складається з таких етапів: підготовчо-організаційного; змістовного; контрольно-реалізаційного [196].

Сутність підготовчо-організаційного етапу полягає у визначенні основних орієнтирів інноваційного розвитку пасажирських компаній шляхом організації залізничного туризму з урахуванням технічного стану, ресурсних можливостей, економічних показників та обов'язкової оцінки соціальної складової. Визначення стратегічних рівнів інноваційного розвитку пасажирських компаній шляхом організації залізничного туризму повинно визначати рівень розвитку, а саме: високий; середній; кризовий та низький [196].

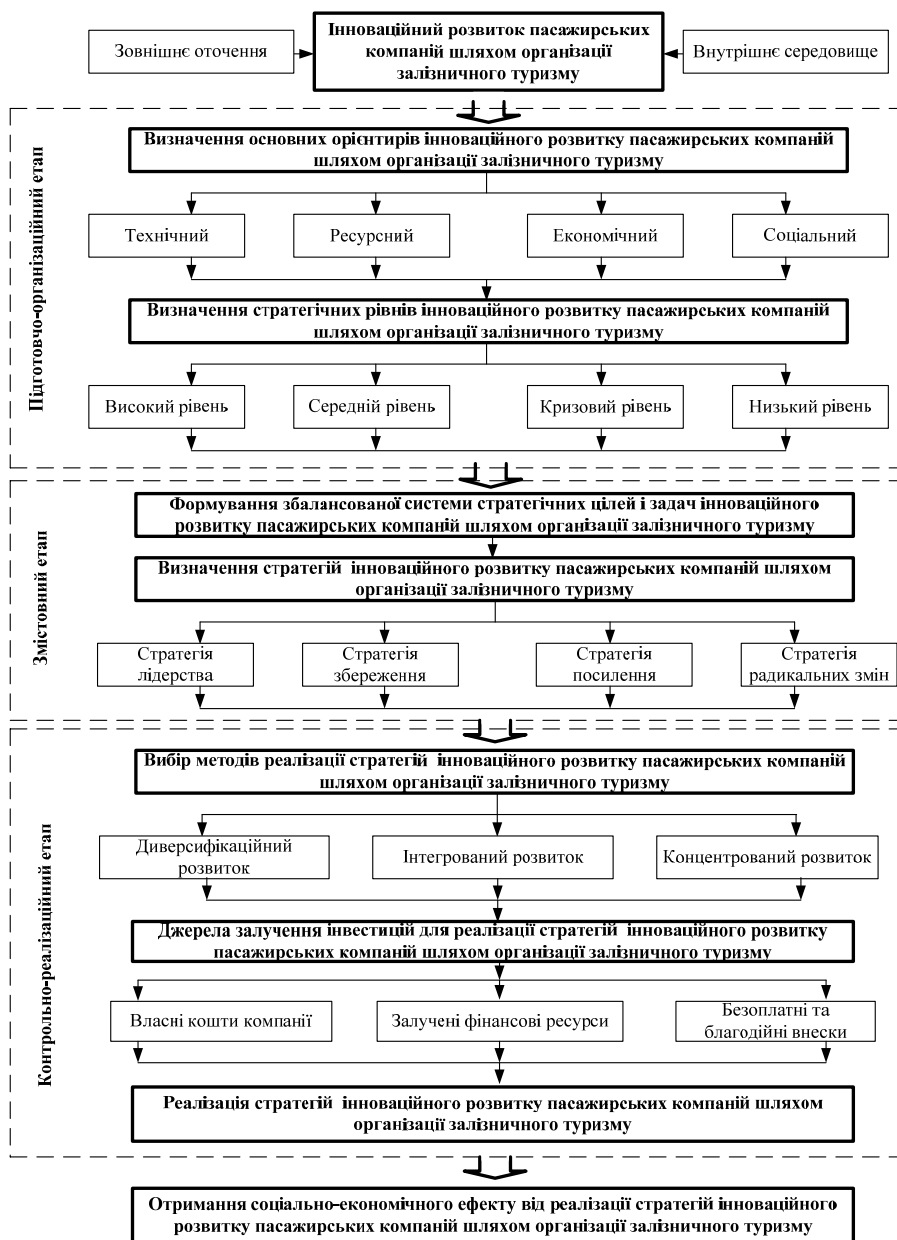


Рис. 1.1. Стратегія інноваційного розвитку пасажирських компаній шляхом організації залізничного туризму

Змістовний етап полягає у формуванні збалансованої системи стратегічних цілей і задач інноваційного розвитку пасажирських компаній шляхом організації залізничного туризму та визначенні стратегій інноваційного розвитку пасажирських компаній шляхом організації залізничного туризму, а саме:

стратегія лідерства яка є важливим захистом від впливу конкурентних сил включає в себе оцінку сил конкурентів, оцінку сили покупців, оцінку сили постачальників, оцінку сили потенційних учасників ринку низькі витрати діючого підприємства є серйозним бар'єром для входження в галузь;

стратегія збереження конкурентних позицій, стану ринку, матеріального стану, рівня життя населення тощо;

стратегія посилення включає в себе розробку заходів щодо посилення конкурентних позицій на ринку шляхом інноваційного розвитку пасажирських компаній, організація залізничного туризму, як одного з пріоритетних напрямів, задоволення потреб споживачів тощо, дана стратегія вимагає великих маркетингових зусиль;

стратегія радикальних змін полягає в розробці довгострокових заходів які пов'язані з координальними структурними перетвореннями. Ця стратегія формується тоді, коли пасажирська компанія не змінює галузь, але проводиться її розділення або об'єднання з іншою аналогічною компанією [196].

Контрольно-реалізаційний етап полягає у виборі методів та реалізація стратегій інноваційного розвитку пасажирських компаній шляхом організації залізничного туризму:

диверсифікаційний розвиток діяльності пасажирських компаній, пов'язаний із збільшенням діапазону видів та розширення нових сфер діяльності, розширенням асортименту послуг тощо;

інтегрований розвиток пасажирських компаній полягає у зменшенні невизначеності у постачанні і збуті; поліпшенні можливостей впровадження інновацій; зниження витрат та ін.;

концентрований (інтенсивний) розвиток пасажирських компаній полягає у подальшому розвитку компанії, що забезпечується за рахунок поліпшення діяльності в рамках освоєного ринку функціонування [196].

Реалізація стратегії інноваційного розвитку пасажирських компаній шляхом організації залізничного туризму потребує залучення інвестицій. Джерелами інвестування можуть виступати власні кошти компанії, залучені фінансові ресурси та безоплатні чи благодійні внески [196].

Пасажирські компанії повинні мати добре обґрунтовану стратегію інноваційного розвитку, сутність якої полягає у формуванні заходів щодо адаптування до передбачених та непередбачених обставин.

Тенденції сучасного розвитку економічної ситуації характеризуються високим динамізмом, активізацією структурних зрушень та загостренням конкурентної боротьби. Процеси у зовнішньому середовищі набувають ознак комплексності, взаємодоповнюваності та взаємопричинності.

Отже, усі ці факти зумовлюють необхідність наукового пошуку креативних механізмів і методів стратегічного інноваційного розвитку пасажирських компаній шляхом організації залізничного туризму, основою якого є інноваційність компаній, що передбачає врахування впливу і взаємозв'язку між факторами внутрішнього та зовнішнього середовища й обов'язково задовольняти попит споживачів.

Парадигма інноваційного розвитку компаній. Зважаючи на позитивний досвід інших країн, в Україні потрібно докласти зусилля для розвитку внутрішнього туризму. Це дозволить відновити інфраструктуру, пов'язану з рекреаційними зонами та історичними й культурними пам'ятками, підвищити інтерес для пізнання культури, а отже, збагатить духовний світ населення.

Виявлено, що в Україні є значний потенціал для розвитку залізничного туризму, проте його форми є маловідомими для вітчизняних туристів, тому до нього сформоване або інертне, або негативне ставлення. Залучення додаткового пасажиропотоку можливе шляхом кардинального поліпшення умов проїзду, розширення спектру послуг та розробки доступних тарифів [196].

Авторами підрозділу монографії проаналізовано багато досліджень, які стосуються організації туристичної діяльності й залізничного туризму зокрема. Цей вид туризму майже зник на теренах України, і необхідні нові принципові підходи до його розвитку.

За часів існування Радянського Союзу на залізничному транспорті пасажирським туристичним перевезенням приділялася значна увага. Але вони були організовані тільки широкою залізничною колією. Туристичні поїзди в основному не мали спеціального рухомого складу, а формувалися із звичайних купейних вагонів з додаванням кількох вагонів-ресторанів [198; 204].

Крім того, кожного літа організовувалися піонерські табори на колесах, які мали зупинки на березі моря або в інших місцях відпочинку. Управління туристичними пасажирськими перевезеннями виконували пасажирські служби окремих залізниць. Вони надавали для перевезення рухомий склад, забезпечували заправку вагонів водою на

час подорожі, організовували технічний супровід та поточний ремонт рухомого складу, встановлювали необхідне обладнання на місцях стоянки туристичних поїздів і організовували харчування туристів у місцевих вокзальних ресторанах. Сервіс був невисокий, але й ціни на подорожі були доступні [196; 204].

Сьогодні АТ «УЗ» майже не займається туристичною діяльністю, оскільки в нього не вистачає пасажирських вагонів необхідної якості. Крім того, організація залізничного туризму потребує зараз підвищеного комфорту, якісного харчування, більшої швидкості, спеціального рухомого складу, оснащеного вакуумними або біотуалетами, системами кондиціювання повітря, мережами Інтернет, телебачення та ін. [196].

Після суттєвого зменшення обсягів пасажирських перевезень перед залізничним транспортом постало важливе завдання відновити туристичні перевезення як ефективний фактор зниження збитковості пасажирського господарства й створити максимальний комфорт у рухомому складі для залучення туристів різного достатку.

Побудова будь-якої стратегії складається з трьох основних завдань (рис. 1.2):

1. Визначення сфери діяльності та формування стратегічного бачення.
2. Постановка стратегічних цілей та завдань для їх досягнення.
3. Розробка стратегії для досягнення кінцевих цілей і результатів діяльності [204].



Рис. 1.2. Структурно-логічна схема визначення мети та цілей розвитку залізничного туризму

Стратегія розвитку залізничного туризму має дві основні цілі:

1. Якісне забезпечення громадян України та інших країн туристичними послугами.

2. Супутній розвиток пасажирських залізничних перевезень.

Після побудови структурно-логічної схеми визначення мети та цілей розвитку залізничного туризму логічною є побудова структурно-логічної схеми вибору інноваційного розвитку пасажирських компаній шляхом розвитку залізничного туризму (рис. 1.3).

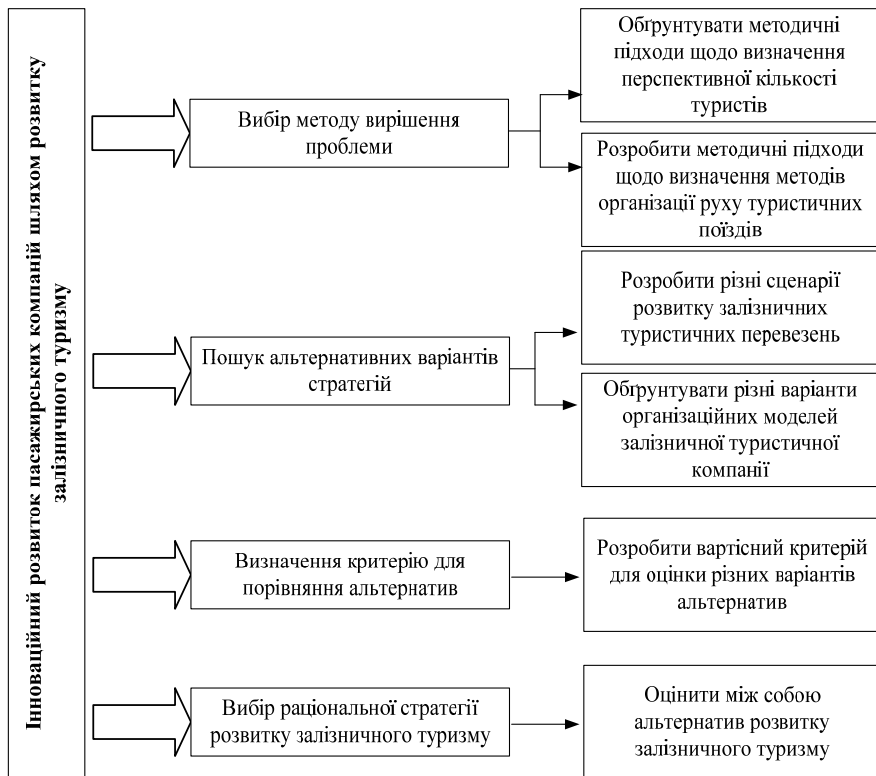


Рис. 1.3. Структурно-логічна схема вибору інноваційного розвитку пасажирських компаній шляхом розвитку залізничного туризму

Крім доходу від виконання функції перевезень, АТ «УЗ» може отримати такі додаткові доходи: від організації туристичних екскурсій; трансферних перевезень туристів; надання готельних послуг; надання послуг з харчування; організації дозвілля туристів у вагонах.

З огляду на сказане вище місія залізничних компаній, що будуть займатися залізничним туризмом (у тому числі АТ «УЗ»), – це надання громадянам України та інших держав якісних туристичних послуг, до яких слід віднести залізничні перевезення, готельне та ресторанне обслуговування, організацію екскурсійного обслуговування, дозвілля та трансферних перевезень, а також забезпечення трансферних перевезень туристів для інших туристичних операторів та туристичних агентів залізничним транспортом [196].

Відповідно до вказаної місії основними цілями залізничних компаній є:

- забезпечення комфортних умов під час перевезення туристів сучасним рухомим складом у супроводі провідників, стюардів, технічного персоналу, поїзного гіда;
- організація харчування туристів під час подорожі у вагонах-ресторанах або вагонах-барах;
- організація ночівлі туристів у комфортних купе під час подорожі;
- організація дозвілля туристів під час подорожі у вагонах-ігротеках (дискотека);
- організація екскурсій до туристичних об'єктів;
- організація харчування туристів у ресторанах, кав'ярнях, колибах та інших місцевих закладах харчування;
- організація ночівлі в готелях, апартаментах, туристичних базах та інших місцях, якщо екскурсія до туристичних об'єктів цього потребує;
- організація трансферних перевезень для доставки туристів на оглядові екскурсії за допомогою екскурсійних автобусів, автомобілів, водних та повітряних видів транспорту;
- організація рекламних компаній для підвищення попиту на залізничний туризм;
- організація трансферних перевезень груп туристів залізничним транспортом для подорожей, які організовані іншими туристичними операторами та туристичними агентами [8; 204].

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

віднесено до монопольного сектору, якщо Укрзалізниця буде займатися тільки перевезенням туристів, або до конкурентного сектору, якщо на базі Укрзалізниці буде утворене управління, яке займатиметься всім комплексом туристичних послуг [8; 204].

Можливий ще варіант організації туристичних компаній, який передбачає утворення самостійних юридичних осіб, які будуть орендувати в АТ «УЗ» нитки графіка та у власному рухомому складі виконувати туристичні залізничні перевезення [203; 204].

АТ «УЗ» має на меті залучення коштів від залізничного туризму, використання залізничної інфраструктури туристичними компаніями, ремонту та обслуговування їх рухомого складу, а також додаткових надходжень від допоміжної туристичної діяльності. Туристичні компанії бажають отримати дохід від використання нового виду відпочинку – залізничного туризму в рухомому складі нового покоління, що дозволяє виконувати не тільки трансферні перевезення, оглядові екскурсії, а й організовувати ночівлю в комфортабельних пасажирських вагонах [198].

Проблему розвитку залізничного туризму в Україні слід вирішувати за допомогою системного, діагностичного та оптимізаційних підходів, що дозволить закласти основи комплексного дослідження інноваційного розвитку залізничного туризму [198].

Розробка стратегії залізничного туризму передбачає використання процесу стратегічного управління та двох основних функцій менеджменту – планування та організації, для чого слід застосовувати економічні та управлінські методи дослідження [8; 204].

Раціональну діяльність туристичних компаній слід будувати на принципах економічної рівноваги, що означає такий «...стан економічної системи, за якого пропорції в народному господарстві забезпечують оптимальну узгодженість мети економічного розвитку і наявних ресурсів, попиту і пропозиції, товарних і грошових потоків, нагромадження і споживання, заощадження і нагромадження та інших елементів і показників системи, а в кінцевому підсумку – відсутність економічних криз...» [1, с. 440].

В основу розробленої авторами парадигми інноваційного розвитку компаній (рис. 1.4) було покладено теоретично-методологічне підґрунтя інноваційного розвитку компаній, що базуються: на відібраних теоріях представників економічних шкіл про конкретні методи й прийоми науково-емпіричного пізнання, які є основою компоненту інноваційної діяльності; на дослідженні взаємозумовленості, взаємозв'язку й залежності систем знань та систем діяльності; дослідженні структури, логічної організації, методів і засобів раціонально-рефлексивної

свідомості та спрямовані на формування системно-логічних результатів, якими визначено складність, багатогранність і міждисциплінарний статус проблеми інноваційного розвитку компаній, що зумовлює необхідність її вивчення в системі координат, утворених різними рівнями методології науки, та формує пріоритети парадигми розвитку [203; 204].

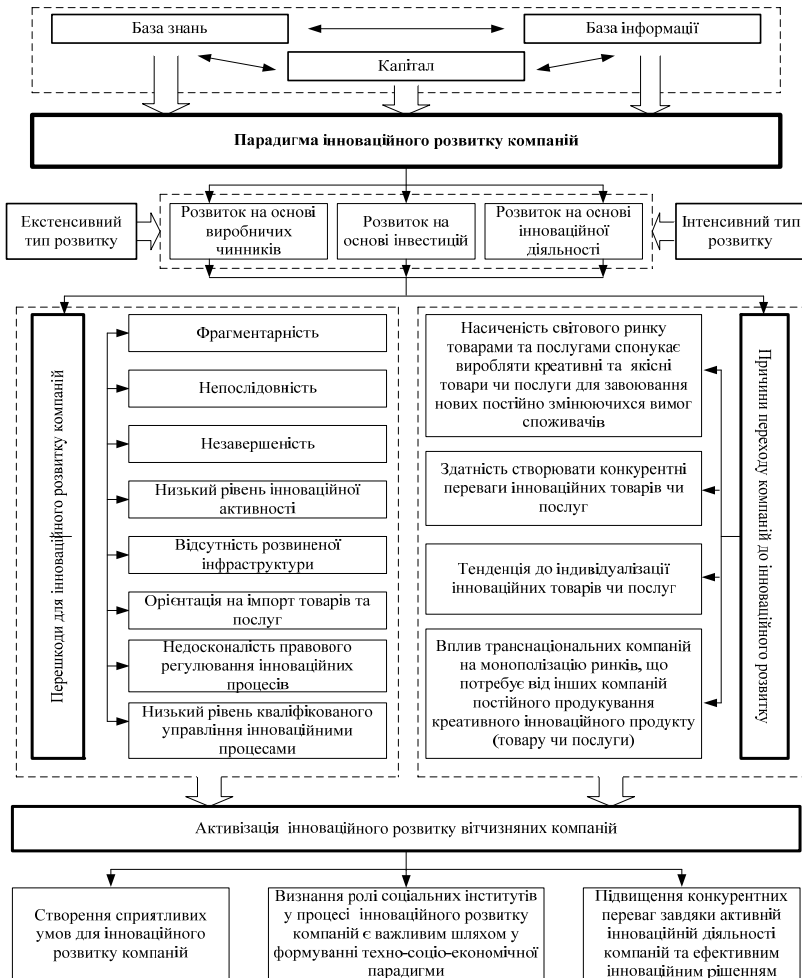


Рис. 1.4. Парадигма інноваційного розвитку компаній

2. НАУКОВО-МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОПТИМІЗАЦІЇ ПРОЦЕСІВ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПАСАЖИРСЬКИХ КОМПАНІЙ ПРИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТУРИЗМУ

Виходячи з методик визначення загального часу туристичних подорожей вузькими коліями, авторами розроблено науково-практичний підхід до організації залізничного туризму, який додатково враховує можливість тимчасової висадки й посадки туристів на проміжних станціях для отримання послуг за квитком з відкритою датою (рис. 2.1) [2; 3].

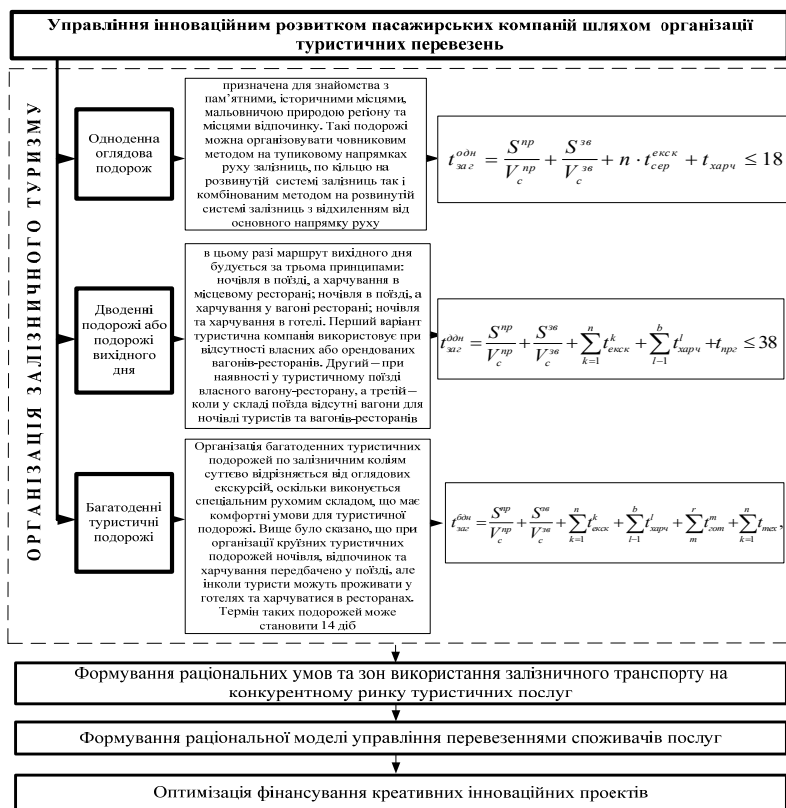


Рис. 2.1. Науково-практичний підхід до організації залізничного туризму, виходячи з методик визначення загального часу туристичних подорожей

Науково-методичний підхід до планування процесів інноваційного розвитку. До інновацій у залізничному туризмі слід відносити ті нововведення, які сприятимуть: відновленню й розвитку духовних та фізичних сил туристів; впровадженню креативних змін залізничного турпродукту; підвищенню ефективності функціонування інфраструктури залізничного туризму; збільшенню результативності управління стійким функціонуванням і розвитком залізничного туризму; підвищенню ефективності процесів формування, позиціонування та споживання залізничних туристичних послуг; прогресивним змінам у наданні послуг; поліпшенню іміджу й зростанню конкурентоспроможності пасажирських залізничних компаній [199].

До основних принципів формування організаційно-економічного забезпечення інноваційного розвитку залізничних пасажирських компаній можна віднести: принцип науковості, системності, відповідності інновацій потребам туристів, позитивного результату, відповідності інноваційної діяльності та її результатів рівню розвитку суспільства, принцип зв'язності, безпеки, а також іманентності інвестиційних процесів [201].

Науково-методичний підхід до оптимізації процесів інноваційного розвитку пасажирських компаній при організації залізничного туризму (рис. 2.2), який ґрунтується на використанні опису, пояснення, прогнозування вибору між двома або більшою кількістю фрагментарних величин за допомогою емпіричного аналізу дискретного оптимального планування для визначення альтернативних ефективних маршрутів. Це забезпечує максимум критерію чистої приведеної вартості при встановленій системі вимог до діяльності туристичних операторів та дозволяє визначити всі фактори, які впливають на індивідуальне рішення щодо вибору їх детермінантів і залежать від часткових припущень та специфікацій для обліку неспостережних факторів, пов'язаних з вибором альтернатив та визначенням оптимальних альтернативних маршрутів залізничного туризму [9; 10].

Організація туристичних перевезень вузькими коліями України має суттєві відмінності від туристичних перевезень широкими коліями та вузькими коліями інших країн, оскільки ширина вузькоколійного пасажирського вагона в Україні при колії 750 мм не дозволяє забезпечити повний комфорт у цих поїздах. На відміну від українського, закордонний вузькоколійний рухомий склад має більшу ширину кузова, що дозволяє створювати в таких вагонах комфортні умови, а інколи й розташовувати окремі ізольовані купе. Саме через малу ширину кузова пасажирського вагона в Україні «вузькоколійки» раніше не використовувалися для туристичних перевезень [8].

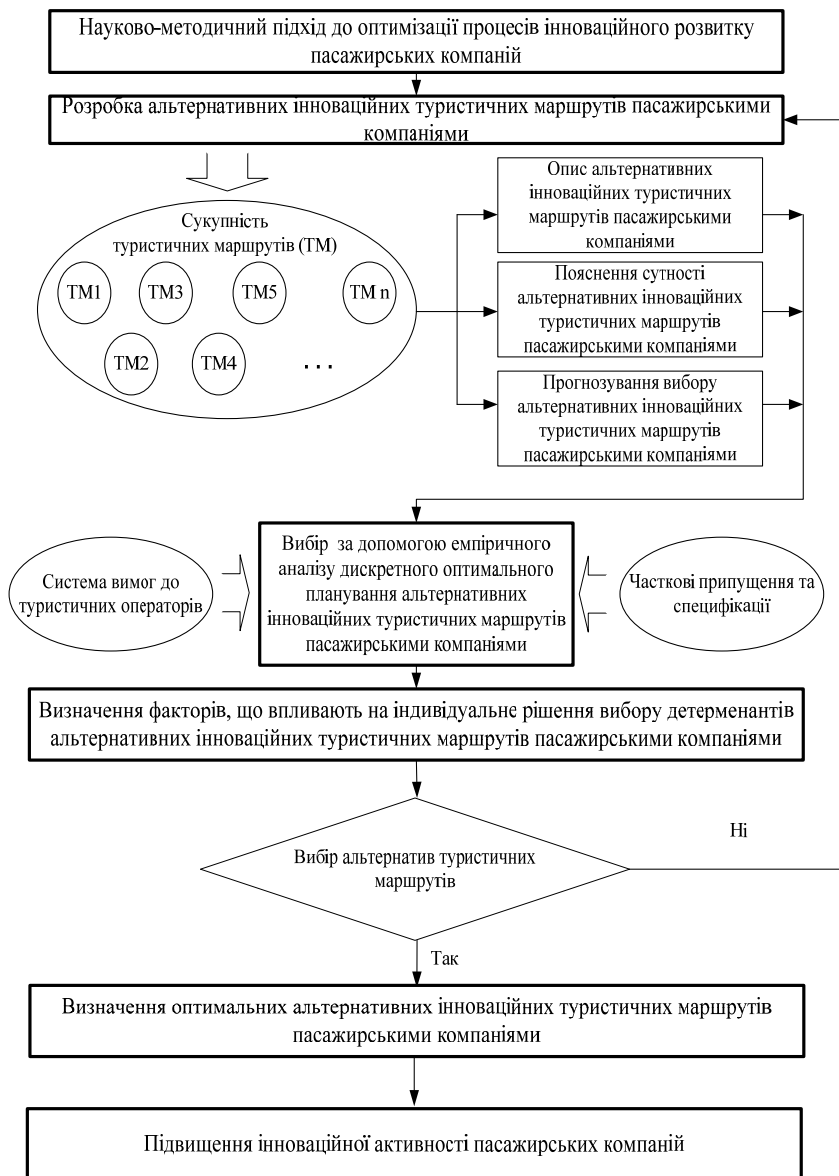


Рис. 2.2. Науково-методичний підхід до оптимізації процесів інноваційного розвитку пасажирських компаній

Вказані обмеження значно впливають на технологічний процес реалізації послуг залізничного туризму, організацію ночівлі туристів у місцевих готелях, харчування в ресторанах, кав'ярнях, колибах та загальний час перевезень. Саме ці обмеження є платформою для впровадження інновацій при проектуванні сучасного рухомого складу, які б сприяли створенню комфортних умов для туристів з різним достатком, а саме: вагони першого, другого класів та купейні; вагони-буфети та вагони-ресторани; вагони-салони; спеціальний вагон для живлення туристичних вагонів електричною енергією [201].

Механізм управління сферою залізничного туризму розглядається як сукупність базових послідовно реалізованих установок, науково-методичних засад регулювання виробничо-споживчих процесів та забезпечення ефективної діяльності підприємств, що займаються залізничним туризмом.

Цей механізм побудовано на основі розробок д-ра економ. наук В. П. Гудкової [1] для соціально-економічних механізмів зрівноваження сфери пасажироперевезень, які було сформовано на основі квазісервісного підходу, що увібрав елементи концепцій сервісної та соціально орієнтованої економіки. Саме в комерційному секторі сфери залізничного туризму, тобто за відсутності спеціального державного коригування, діють відомі ринкові механізми.

На думку Б. А. Райзберга, Л. Ш. Лозовського і Е. Б. Стародубцевої, це сукупність інструментів регулювання ринкових процесів і відносин, серед яких попит, пропозиція, ціни, податки й конкуренція [4].

Стохастичне збалансування попиту і пропозиції шляхом коливання цін, що прямують до рівноваги – таким чином визначає ринковий механізм Т. О. Тультаєв [5].

В соціальному секторі сфери залізничного туризму застосовуються механізми суспільної опіки. Вони поширюються тільки на залізничні перевезення туристів (трансферні перевезення) [205].

У широкому сенсі механізми державного регулювання є сукупністю форм і методів цілеспрямованого впливу державних установ і організацій на розвиток виробництва для його стабілізації та пристосування до змінних умов (за визначенням Мочерного С. В. [6]) або є впливом держави на економічні об'єкти і процеси з метою впорядкування дій економічних суб'єктів, забезпечення дотримання законів, державних і суспільних інтересів (за Б. А. Райзбергом, Л. Ш. Лозовським і Е. Б. Стародубцевою [4]).

У сфері залізничного туризму застосовується переважно бюджетний механізм. Однак цей механізм є реалізацією результатів попереднього первинного механізму, який В. П. Гудкова [1] називає квазісуспільним:

«...При цьому слід розуміти, що квазісуспільний механізм полягає у досягненні стану рівноваги суспільних потреб з пропозицією транспортних послуг у результаті надання суцільних і (або) виняткових державних преференцій і (або) введення державних санкцій. Та на відміну від ринкового механізму не може припускати неформальні ознаки побудови – вимагає чіткого, прозорого та уніфікованого порядку встановлення розміру й меж реалізації складових» [8].

Для того, щоб отримати прибуток і досягти інших цілей, компанія надає послуги для задоволення зовнішнього попиту. При цьому елементи потенціалу компанії взаємодіють з об'єктами. Інформаційні, матеріальні та номінальні блага – об'єкти, з якими виконують різні дії, являють собою елементи входу та виходу. Залізнична туристична компанія, як будь-яке підприємство, не зможе якісно працювати без визначення основних цілей, конкретних завдань, компетентного персоналу, сучасних технологій, досконалої організаційної структури управління та наявності необхідних коштів, без яких неможливо запустити механізм надання необхідних послуг. У той же час компанія не зможе працювати без клієнтів, що своїми внесками утворюють її дохід; інвесторів, акціонерів, кредиторів, що вкладають в компанію свої фінанси, та постачальників трудових ресурсів, матеріалів, технологій, запасних частин, різних видів енергії [8].

Далі слід докладніше дослідити внутрішню організаційну структуру незалежної компанії (рис. 2.3), що надає повний комплекс послуг із залізничного туризму, а саме: ночівлю, ресторанне обслуговування в сучасному комфортабельному рухомому складі, за необхідності – відпочинок у готелях, харчування у ресторанах, екскурсійне обслуговування та ін.

При цьому компанія мусить враховувати законодавство України, робити платежі й обов'язкові внески до бюджетів та інших організацій, установлювати ділові стосунки з АТ «Українська залізниця» і враховувати негативний вплив конкурентів, якими є інші туристичні, автомобільні компанії, місцеві туристичні агенції, екскурсійні бюро, готелі, ресторани, що розташовані в зоні роботи залізничної компанії [205].

Зараз в Україні лише акціонерне товариство «Українська залізниця» займається залізничним туризмом. Але за відсутності реальних замовлень на такі послуги (крім трансферних перевезень) у Департаменті пасажирських перевезень далекого сполучення немає спеціальної структури, яка займається питаннями туризму [8].

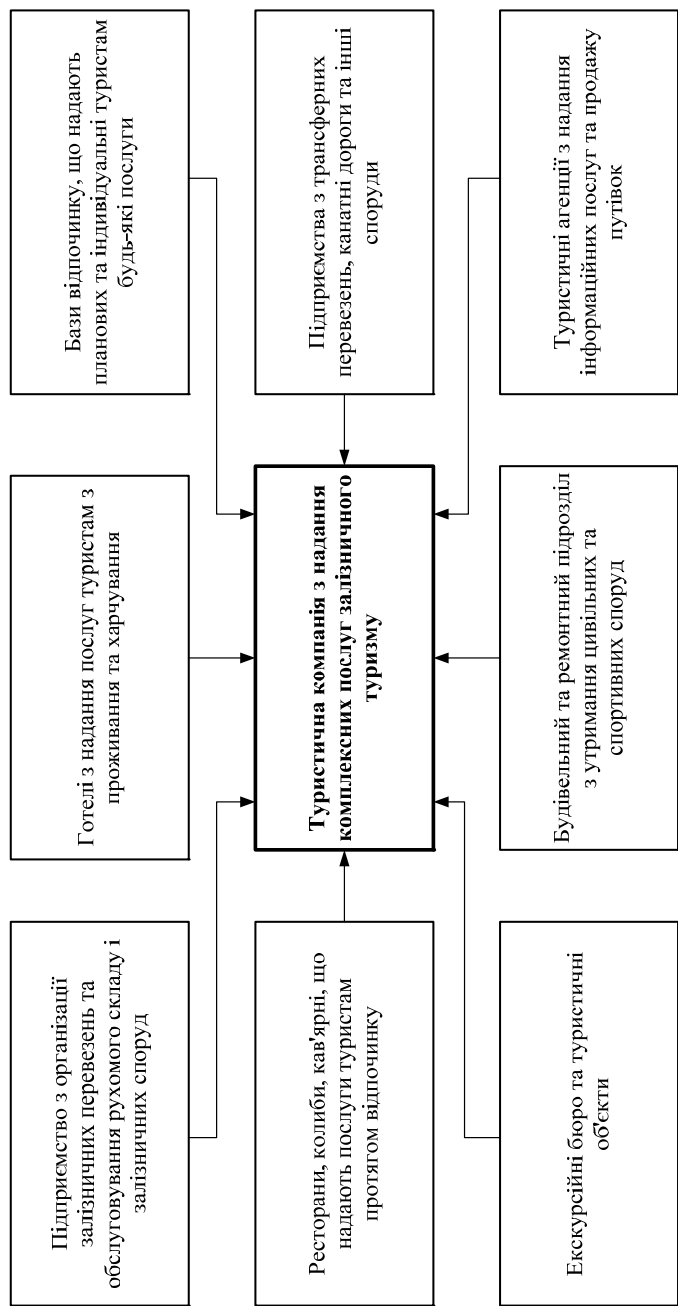


Рис. 2.3. Схема взаємодії незалежної компанії, що надає послуги залізничного туризму, зі сторонніми організаціями

Розв'язання вказаних питань потребує додаткового штатного контингенту, тому частину цих непрофільних робіт АТ «УЗ» може передати окремим приватним структурам на договірних умовах.

За умови стабільного попиту на залізничний туризм можна в складі АТ «УЗ» організувати дочірнє підприємство, яке на умовах господарського розрахунку буде вести цей вид бізнесу.

Нижче побудовано порівняльну таблицю, у якій систематизовано переваги (рис. 2.4) та недоліки залізничного та автомобільного туризму (табл. 2.1).

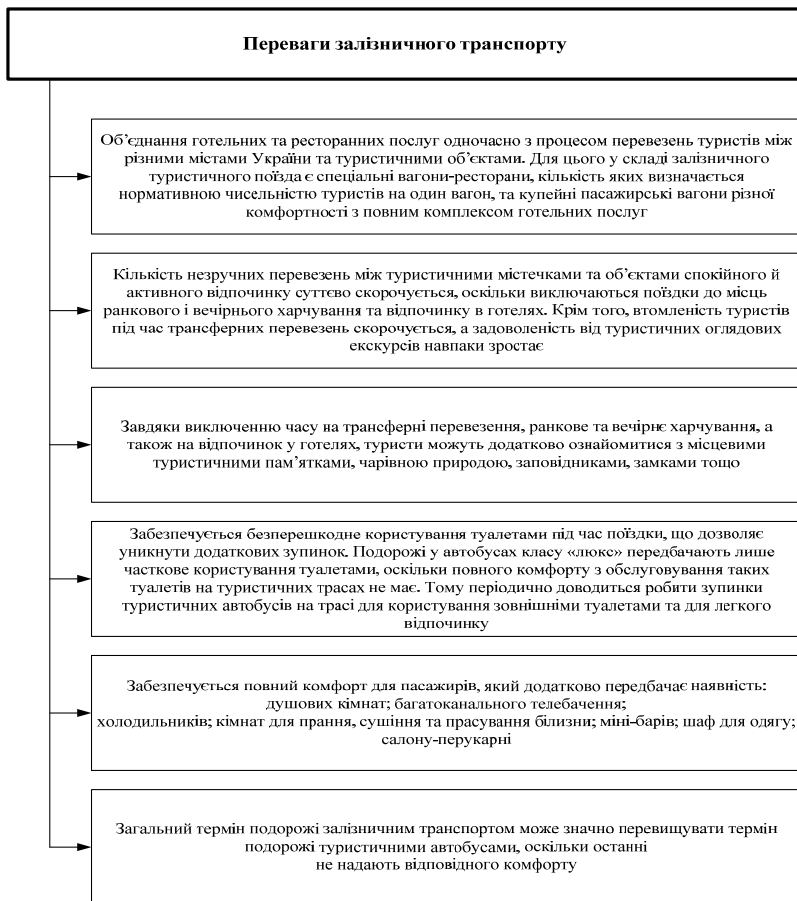


Рис. 2.4. Переваги залізничного туризму

При цьому потрібно підбити підсумок, що незважаючи на більшу мобільність автомобільного транспорту, залізниця має більше переваг при організації туристичних перевезень, адже в поїзді є можливість організувати сон та забезпечити харчування туристів упродовж подорожі прямо в пасажирському рухомому складі. Крім того, залізничний транспорт безпечніший за автомобільний та майже не залежить від погодних умов.

Таблиця 2.1

Фактори, що впливають на переваги або недоліки залізничного та автомобільного туризму

Фактор	Відмітка про належність фактору:	
	до переваг	до недоліків
Об'єднання готельних та ресторанних послуг одночасно з процесом перевезень туристів	+	—
Кількість незручних перевезень	+	—
Можливість додатково ознайомитися з місцевими туристичними пам'ятками	+	—
Обслуговування туалетами	+	—
Забезпечення повного комфорту для своїх клієнтів	+	—
Термін подорожі	+	—
Можливість виконання туристичних подорожей в будь-якому районі	—	+
Сфера туристичних послуг	—	+
Безперешкодне курсування територіями європейських країн	—	+
Низька середня швидкість руху до 110 км/год	—	—
Перевезення відбуваються лише у межах материків	—	—
Екологічність туристичних перевезень	+	—
Термін туристичної подорожі	+	—

Аналізуючи наведені вище фактори, можна рекомендувати ефективні сфери використання залізничного та автомобільного туризму (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

**Рекомендовані сфери використання туристичних перевезень
залізничним та автомобільним транспортом**

Вид туристичної подорожі	Рекомендований вид транспорту	Примітка
Одноденний оглядовий туризм:		
територією країни	Автомобільний	Туристичні автобуси
вузькими коліями	Залізничний	Спеціальний рухомий склад
Дводенний туризм вихідного дня:		
територією країни	Автомобільний	Туристичні автобуси
вузькими залізничними коліями	Залізничний	Спеціальний рухомий склад для вузьких колій
Короткостроковий туризм до 7 діб:		
територією країни	Автомобільний та залізничний	Автобуси вищого класу. Спеціальний новий залізничний рухомий склад
вузькими залізничними коліями	Залізничний	Спеціальний рухомий склад для вузьких колій
Довгостроковий туризм до 14 діб:		
територією країни	Автомобільний та залізничний	Автобуси вищого класу. Спеціальний новий залізничний рухомий склад
територією європейських країн	Автомобільний	Автобуси вищого класу
Круїзний туризм до 28 діб:		
з повним комфортом	Залізничний	Спеціальний новий рухомий склад, що включає повний набір вагонів
з частковим комфортом	Залізничний та автомобільний	Спеціальний новий рухомий склад, що включає частковий набір вагонів. Автобуси вищого класу

Одноденні, дводенні та короткострокові подорожі до 7 діб рекомендується організовувати широкими та вузькими коліями територією України, а довгострокові – не тільки територією нашої країни, а й територіями прилеглих країн з урахуванням розвиненості туристичної та транспортної інфраструктури, а також попиту на туристичні подорожі [7].

Наведене порівняння двох видів туристичних перевезень залізничним та автомобільним транспортом вказує на високий потенціал першого за умови, якщо він буде використовувати сучасний

комфортний рухомий склад. Далі необхідно встановити та дослідити основні фактори, які впливають на розвиток туризму в Україні. Вони проявляють себе на різних рівнях макро- та мезооточення туристичних залізничних компаній (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Основні фактори, що впливають на розвиток вузькоколійного залізничного туризму

Рівень	Вид факторів зовнішнього середовища	Чинники, що впливають на розвиток залізничного туризму
Макро-рівень	Політичні	Гібридна війна, анексія Криму
	Економічні	Порушення економічних зв'язків з деякими країнами колишнього СРСР суттєво впливають на обсяги перевезень
	Соціально-культурні	Падіння рівня життя мешканців України
	Технологічні	Відсутність концепції щодо розвитку пасажирських перевезень на залізничному транспорті. Промисловість України може виробляти новий рухомий склад, але за відсутності коштів ПАТ «УЗ» заводи простоюють. Інфраструктура залізничного транспорту потребує оновлення
	Екологічні	Залізничний туризм менше забруднює довкілля
Мезо-рівень	Конкуренти	Автомобільний туризм, оскільки він більш мобільний, ніж залізничний, але більш небезпечний, шкідливий та неритмічно працює протягом року
	Покупці туристичних послуг	Наявність попиту на залізничний туризм. Наявність відпочиваючих в місцевих готелях, які приїхали для відпочинку на туристичних об'єктах та місцевих жителів, що будуть користуватися залізницею
	Постачальники	Наявність великої кількості туристичних об'єктів в районі тяжіння до залізниці. Привабливість туристичних маршрутів. Проведення ефективної реклами та цінової політики. Високий рівень туристичного обслуговування, що виконують посередники. Наявність нового сучасного рухомого складу та висока якість перевезень

З таблиці випливає, що найбільш впливовими з них є політичні, оскільки вони як негативно, так і позитивно впливають на розвиток вузькоколіїного залізничного туризму [8].

До негативних наслідків можна віднести значне скорочення кількості вітчизняних та іноземних туристів, до позитивних – відновлення застарілої вузькоколіїної інфраструктури та її використання для туристичних подорожей в регіонах, що розташовані в протилежному боці від бойових дій. Враховуючи останні події, які відбулися в Україні протягом 2014–2016 рр., а саме: гібридна війна, погіршення відносин з Росією, суттєве скорочення доходів мешканців, обсяги туристичних перевезень значно знизилися. Крім того, після анексії Криму відбулися зміни потоків туристичних перевезень. Більшість мешканців країни почали проводити відпочинок у регіонах Західної України, що спонукає до підвищення попиту на туристичні подорожі вузькими коліями Закарпаття. До цього слід додати певний інтерес вітчизняних та закордонних бізнесменів щодо розвитку туристичної інфраструктури Закарпатського регіону [8].

Економічні фактори з одного боку негативно впливають на обсяги залізничних перевезень, відсутність інвестицій на розвиток залізничної інфраструктури та зuboжіння населення України, а з другого боку наявність значних коштів у вітчизняних та закордонних олігархів спонукає вкладати їх у перспективні інноваційні проекти. Попит на туристичні перевезення вузькими залізничними коліями значно підвищиться за наявності сучасного комфортного рухомого складу [200].

На мезорівні основний негативний вплив на вузькоколіїний залізничний туризм має скорочення покупців туристичних послуг, які віддають перевагу виїзному туризму у країни, що мають морські курорти. Але питома вага туристів у західному регіоні України за часи АТО поступово зростає, а впровадження залізничних подорожей по вузьких коліях дозволить захопити свою нішу на ринку туристичних послуг. Основні фактори, які безпосередньо впливають на діяльність підприємств, що займаються залізничним туризмом вузькими коліями, наведено на рис 2.5 [200].

У роботі [8] наведено методичний підхід до вирішення задачі розвитку туристичного потенціалу регіону на основі створення та використання моделей оптимального формування інфраструктури залізничного туризму. При цьому обґрунтована актуальність питань використання залізниць як важливого компонента туристичного потенціалу.

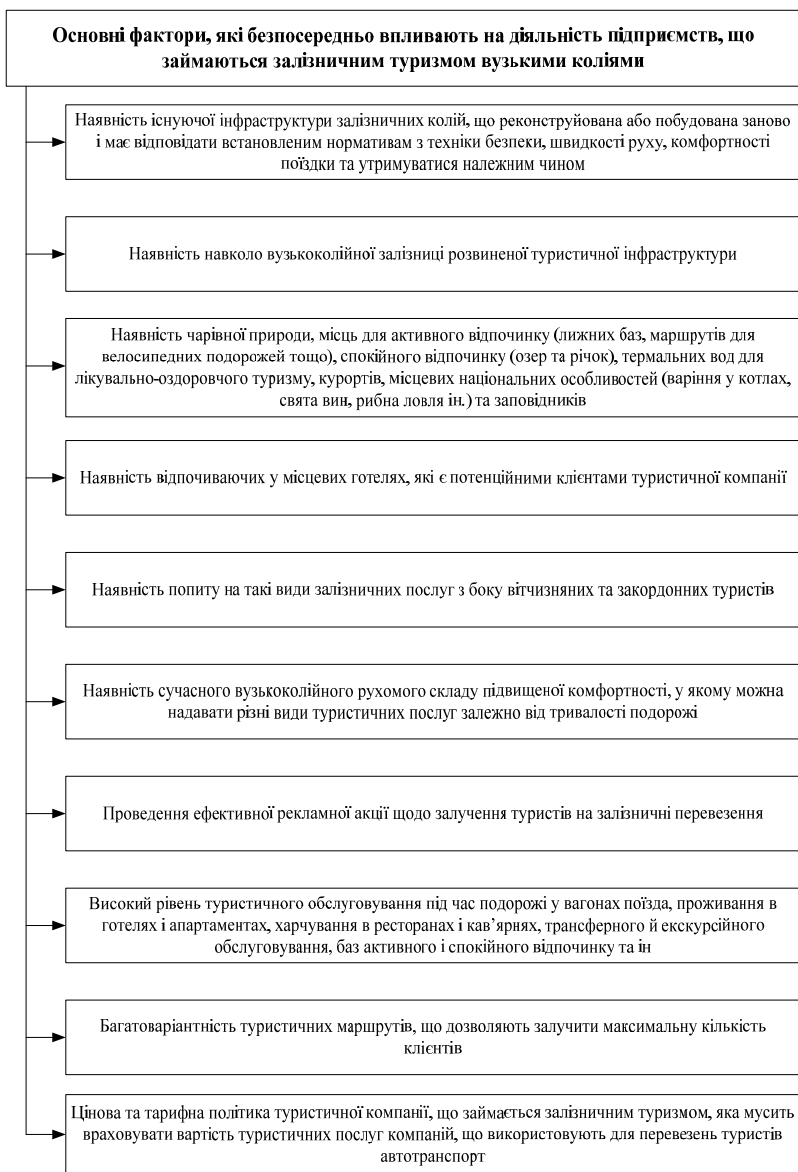


Рис. 2.5. Фактори, що впливають на діяльність підприємств, що займаються залізничним туризмом вузькими коліями

Авторами виконана розробка та розвиток комплексу математичних моделей, призначених для оптимального інвестування процесів створення та використання інфраструктури залізничного туризму. В цілому розроблені моделі враховують різноманітні фактори планування. Особливостями цих моделей є облік довгостроковості періоду реалізації інфраструктурних проєктів, наявність багатьох зацікавлених учасників проєкту, які можуть мати неспівпадаючі інтереси, наявність численних факторів невизначеності, пов'язані з вибором величин розрахункових параметрів тощо. Результати реалізації цих моделей планування складаються в завданні черговості введення туристичних залізничних маршрутів, виходячи з існуючої та запроєктованої інфраструктури, наявності рухомого складу тощо, яка забезпечує максимум очікуваних доходів кожного учасника від туристичної діяльності за встановлений період [9; 10].

Запропоновано науково-практичний підхід до планування та прогнозування рівня інноваційного розвитку пасажирських компаній, який базується на використанні сучасних методів економіко-математичного моделювання та наукового інструментарію оцінки впливу екзогенних та ендогенних імперативів на діяльність туристичних операторів та агентів з урахуванням умов ризиків та кооперації (рис. 2.6).

Авторами розроблено економіко-математичні моделі планування розвитку сфери залізничного туризму, які визначають оптимальні рішення відповідно до варіантів В1–В5. При цьому для кожного з цих варіантів визначаються описи окремих маршрутів, кожний із яких представляється в моделі окремою бінарною змінною. Встановлюються допустимі значення змінних та допустимі області значень виробничих та економічних показників, розрахованих для конкретного набору змінних величин. У змістовному сенсі завдання оптимального планування полягає у визначенні таких значень змінних, які задовольняють обмеження моделі й забезпечують максимальну оцінку показника рентабельності (або деякого іншого економічного показника ефективності туристичної діяльності) [9; 10].

Перша економіко-математична модель дозволяє зробити оптимальний вибір множини туристичних маршрутів із встановленого набору на заданому полігоні вузькоколійної залізниці, які забезпечують максимальну рентабельність операторів при виконанні заданих умов здійснення туристичної діяльності. Пропонована методика базується на принципі незалежності функціонування окремих туристичних маршрутів та адитивності функцій оцінки показників діяльності операторів. Урахування можливих ризиків на етапі формування множини найбільш рентабельних туристичних маршрутів забезпечується шляхом застосування двоетапних моделей вибору та планування [9].

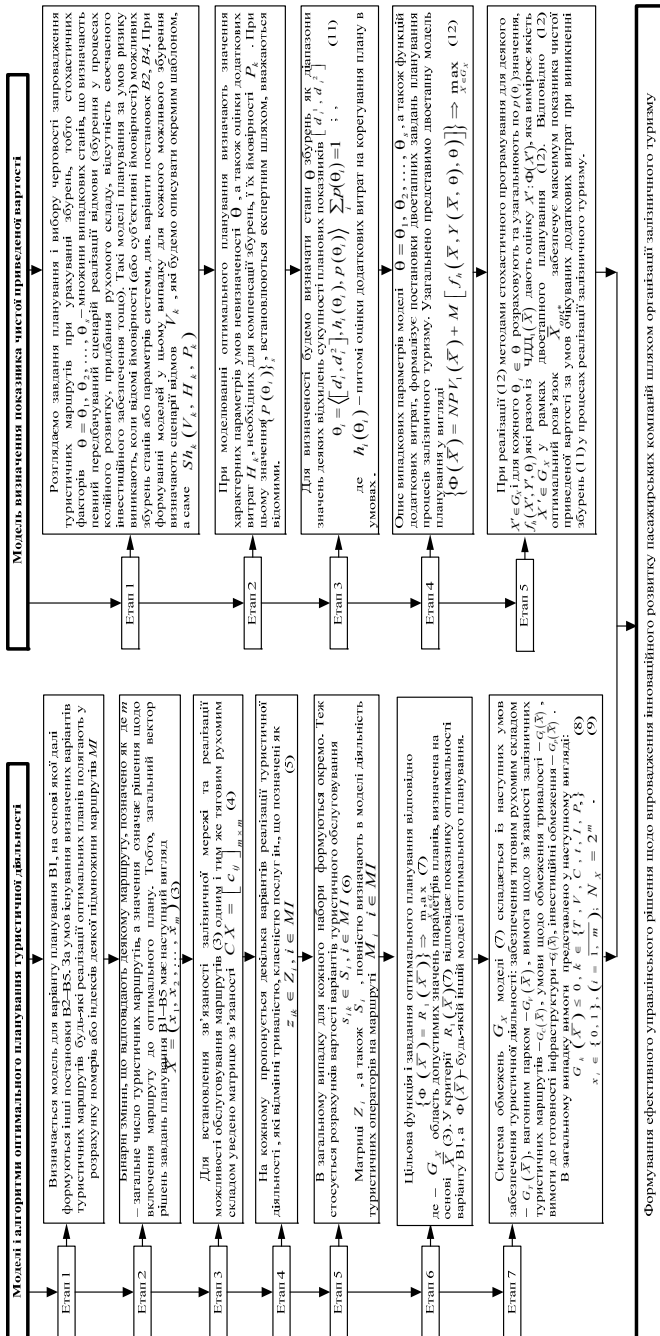


Рис. 2.6. Науково-практичний підхід до планування та прогнозування рівня інноваційного розвитку пасажирських компаній

3. ВИЗНАЧЕННЯ РАЦІОНАЛЬНИХ ЗОН ВИКОРИСТАННЯ РІЗНИХ ВИДІВ ТРАНСПОРТУ ПРИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

Зараз в Україні існує багато варіантів класифікацій туристичної діяльності за різними ознаками.

Спочатку слід розглянути ті з них, які офіційно використовуються в Україні [8].

1. За видами суб'єктів туристичної діяльності: туристичні оператори, туристичні агенти; суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність.

2. За послугами сторонніх організацій, які надаються при виробництві туристичного продукту: з розміщення і проживання (готелі, апартаменти; приватний сектор); з транспортного обслуговування (залізничний транспорт; повітряний та водний транспорт; міський транспорт; екскурсійні автобуси; оренда); харчування; з медичного страхування; з екскурсійного обслуговування (без транспортних послуг); з візового обслуговування; за послугами культурно-освітнього, культурно-дозвільного характеру, організацій культури; за іншими послугами, що використовуються при виробництві туристичного продукту.

3. За статусом реєстрації: юридичні особи; фізичні особи-підприємці.

4. За міграцією через кордон: в'їзд іноземних громадян в Україну – за країнами, з яких вони прибули; виїзд громадян України за кордон – за країнами, до яких вони виїжджали [11].

Провідні наукові видання та фахівці додатково класифікують туристичну діяльність за видом подорожі залежно від мети поїздки (рис. 3.1).

У роботі Моран О. І. [12] удосконалено класифікацію видів туризму за метою подорожі, автор доповнив її інформаційно-навчальним видом туризму, що, на думку автора, дає можливість виявити особливості та визначити відмінності у підходах до його розвитку.



Рис. 3.1. Класифікація туристичних подорожей залежно від їх мети

На наш погляд, підходи до розвитку туризму повинні бути універсальними для будь-якого виду туризму, адже процес використання різноманітних заходів щодо розвитку різних видів туризму є досить трудомістким та може бути неефективним у сучасних умовах. Є й інші класифікації видів туризму залежно від різних ознак (табл. 3.1).

Класифікація видів і форм туризму за різними ознаками

Класифікація	Ознака
За цілями діяльності	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, міжсезон, несезон
За спрямованістю туристичних потоків	Внутрішній, виїзний, в'їзний
За віком	Зрілий, молодіжний, дитячий, змішаний
За тривалістю	Одноденний, багатоденний, транзитний
За масштабом охоплення	Внутрішньорегіональний, міжрегіональний, кругосвітний
За ступенем мобільності	Пересувний, стаціонарний, змішаний
За економічним принципом	Елітний, комерційний, соціальний, заохочувальний
За формою організації	Плановий, спонтаний

Виходячи із загальноприйнятої класифікації видів туризму та враховуючи специфіку залізничних перевезень, А. О. Дергоусовою [13] було запропоновано таку класифікацію видів залізничного туризму:

- за часом: одноденний (екскурсійний); короткочасний (2–3 дні); багатоденний (від 3 днів);
- за територіальною належністю: міжнародний; у рамках країни; у рамках однієї залізниці;
- за сезонністю: сезонний; міжсезоння;
- за цілями: пізнавальний; лікувально-оздоровчий; професійно-навчальний;
- за типом побудови маршруту: лінійні або прямі; радіальні або стаціонарні; кільцеві;

- за використанням видів транспорту: залізничним транспортом; поєднання з іншими видами транспорту – автомобільним, водним, повітряним;
- за ступенем забезпеченості транспортною інфраструктурою: власний рухомий склад; орендований рухомий склад інших операторів;
- за повнотою туристичного обслуговування: комплексне обслуговування залізничним транспортом; партнерське співробітництво; обслуговування іншими операторами;
- за ступенем концентрації пасажирів: подорож туристичним поїздом; подорож у туристичному вагоні за розкладом пасажирського поїзда;
- за власністю доходних надходжень: повна власність; власність інших операторів;
- за циклічністю: випадковий; сезонний; періодичний; постійний [8].

Ця класифікація є досить важливою, оскільки в Україні це перша спроба структурувати залізничні туристичні подорожі. Але вона потребує, на наш погляд, подальшого удосконалення за такими напрямками:

- класифікацію слід розширити з урахуванням курсування поїздів окремо широкою та вузькою коліями, а також трансферних перевезень;
- маршрути туристичних поїздів не слід обмежувати окремою залізницею, оскільки зараз АТ «УЗ» є окремою юридичною особою, а залізниці перейменовано у регіональні філії. До того ж туристичний маршрут поїзда ніяк не залежить від структури управління залізничним транспортом;
- скорочено перелік цілей, за якими формуються туристичні маршрути.

Для оптимального вирішення питання організації туристичної діяльності з використанням різних видів транспорту (табл. 3.2) слід чітко визначити зони їх раціонального застосування [11].

Таблиця 3.2

Класифікація туристичних подорожей різними видами транспорту

Вид основного транспорту	Підвид основного туризму	Призначення даного виду туристичних перевезень	Де відбувається відпочинок вночі	Термін подорожі
Залізничний	1	2	3	4
	Круїзний	Для подорожі в межах материка в комфортному рухомому складі	У поїзді та готелях	До 14 діб
	Трансферні перевезення	Для короткочасних перевезень	У готелях	—
	Оглядовий	Для оглядових поїздок	У готелях	Залежно від маршруту
	Вузькими коліями	Існуючими вузькими коліями	У готелях	До 14 діб
Автомобільний	Материковий	Використовується для туристичних подорожей у межах України та в інші країни Європи	У готелях	До 14 діб, інколи більше
	Трансферні перевезення	Використовується для поїздок у готелі, аеропорти та вокзали		До 4 год, інколи більше
	Оглядовий	Використовується для поїздок на екскурсії, у магазини, до місць відпочинку та ін.	У готелях	Залежно від маршруту
	Самодіяльний	Використовується для поїздок власними або орендованими видами транспорту	У готелях та кемпінгах	За власним бажанням

Кінець таблиці 3.2

1	2	3	4	5
Морський	Круїзний	Використовується для туристичних подорожей у межах земної кулі	На кораблі та в готелях	До 180 діб
	Оглядовий	Використовується для поїздки на екскурсії, до місць відпочинку	У готелях	Залежно від маршруту
Річковий	Круїзний	Використовується для туристичних подорожей у межах басейнів великих та середніх річок різних країн світу	На кораблі та в готелях	До 14 діб, інколи більше
	Оглядовий	Використовується для поїздки на екскурсії, міста відпочинку та ін.	У готелях	Залежно від маршруту
Авіаційний	Чартерний	Використовується тільки для доставки туристів до місць відпочинку на різні континенти	У літаку	До 11 год, можливі пересадки
	Оглядовий	Використовується для проведення оглядових екскурсій малою авіацією та на повітряних кулях	У готелях	Залежно від маршруту

4. ОРГАНІЗАЦІЯ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТУРИЗМУ ЯК НАПРЯМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЗАЛІЗНИЧНИХ КОМПАНІЙ

Залізничні туристичні перевезення користуються великим попитом у туристів майже в усіх країнах світу.

У роботі Камушкова О. С. [14] визначено, що туристична сфера як складова економічного комплексу країни характеризується такими властивостями й функціями: має свою індустрію виробництва та надання послуг туристам; створює туристичні послуги, формує турпродукт і здійснює їх реалізацію; формує ринок туристичних послуг різного рівня комплексності; є мультиплікатором зростання національного доходу, валового внутрішнього (національного) продукту, зайнятості населення, розвитку місцевої інфраструктури й підвищення рівня життя населення; є сферою, у якій дешево створюються робочі місця та забезпечується високий рівень ефективності й швидка окупність інвестицій; є ефективним засобом охорони навколишнього середовища та історико-культурної спадщини людства, що є матеріальною основою ресурсного потенціалу туризму, який утворює специфічну сферу діяльності; сумісна практично з усіма сферами, галузями й видами діяльності людини; має переваги в інтеграційних і глобалізаційних процесах, що відбуваються у світовому просторі [8].

Однією з найсуттєвіших тенденцій світового розвитку другої половини ХХ – початку ХХІ ст. стало глобальне розширення сфери туризму, яка характеризується тимчасовим і добровільним переміщенням масових людських потоків у інше географічне, природне та соціокультурне середовище з метою здійснення подорожі, підкреслює вчений Слободенюк Є. В. у роботі [15]. Автор наголошує на значущості туризму як особливого соціокультурного феномена, який включає процес розширення горизонтів свідомості та «життєвого світу» соціального суб'єкта.

Є. А. Подольська зазначає, що зміст будь-якого поняття виявляється внаслідок вивчення особливостей прояву основних функцій категорії, які визначають об'єкт або явище як форму буття, рід знання й результат мислення [16, с. 5].

Отже, у випадку ідентифікації сфери залізничного туризму зміст цього поняття впливає із його основних функцій (здійснення переміщень залізничним транспортом, трансферних перевезень туристів

до туристичних об'єктів, туристичного обслуговування, організації харчування та проживання туристів) і з розуміння сутності та накопичення знань про особливості її побудови (функціональну, організаційну й ресурсну складові), а саме є наслідком:

- по-перше, сприйняття поняття «сфера залізничного туризму» як відомого (його розуміння). Шляхом аналогій і дедукції, аналізу та синтезу, порівняння й класифікації, узагальнення та абстрагування окремих складових, застосування інших методів наукового пізнання формується загальне уявлення про туристичне обслуговування [17];

- по-друге, накопичення інформації про сферу залізничного туризму (знання про неї). Знання про туристичне обслуговування населення мають переважно емпіричне походження й формуються шляхом систематизації матеріалів практичної діяльності та здійснення теоретичних узагальнень, але в будь-якому випадку є наслідком накопичення результатів мислення;

- по-третє, створення й відчуття результатів функціонування сфери залізничного туризму. Сфера туристичного обслуговування існує незалежно від свідомості окремої особистості у формі предметної цілісності, створеної людьми у процесі та для забезпечення життєдіяльності суспільства (рис. 4.1) [8].

Зміст терміна «сфера залізничного туризму» формується із сутності двох понять, пов'язаних та об'єднаних у загальному розумінні. Термін «сфера», як зазначається у словнику іншомовних слів, застосовується в трьох випадках: по-перше, коли позначає поверхню кулі, тобто сукупність точок, рівновіддалених від центральної точки; по-друге, якщо окреслює межі поширення чого-небудь; по-третє, визначає коло осіб, об'єднаних спільністю соціального становища або занять [18, с. 871]. В економіці сфера відповідає певному виду діяльності [4, с. 414].

Як сфера економічної діяльності туризм, з одного боку, визначається попитом і споживанням відвідувачів, а з іншого – належить до товарів і послуг, які виробляються з метою задоволення цього попиту. Отже, туризм охоплює широкий діапазон видів діяльності, зокрема міжнародний і внутрішній транспорт, розміщення, громадське харчування, розваги, послуги туроператорів і турагентів та ін. [19].

Поняття «залізничний туризм» охоплює всі процеси туристичного обслуговування людей з використанням залізничного транспорту (як трансфер для переміщення туристів до туристичних об'єктів або як готель на колесах протягом всієї подорожі) та ідентифікується в сукупності галузевих категорій завдяки розумінню сутності системоутворюючого компонента – змісту терміна «турист», тобто особи, що здійснює туристичну подорож з використанням залізничного транспорту [8].

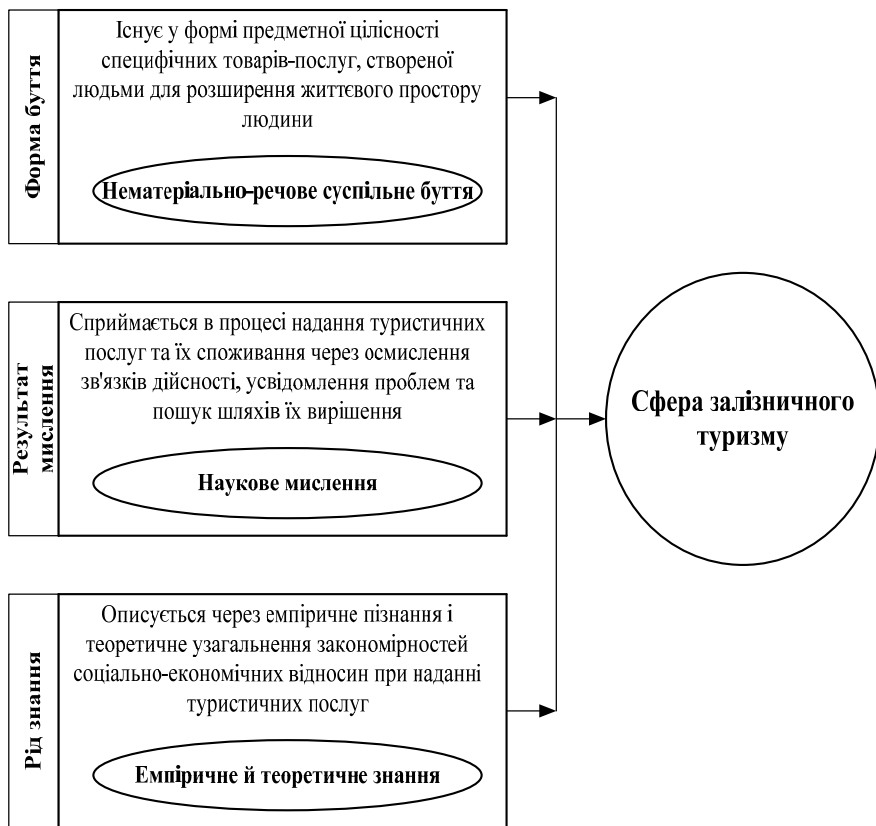


Рис. 4.1. Сфера залізничного туризму як економічна категорія

Однак, перш ніж дати визначення поняттю сфери залізничного туризму, треба встановити її місце в колі наукових інтересів. Тут доцільно використати дослідження, які були виконані В. П. Гудковою в роботі [1].

Відповідно до її досліджень можна зробити висновок, що сфера залізничного туризму, безумовно, має вагомe значення для економічних суб'єктів, індивідів, спільнот, держави, посідає важливе місце в суспільному середовищі й відіграє значну соціально-економічну роль. Взагалі, коли головним учасником відносин є людина, в особистому чи спільному розумінні її інтересів, питання задоволення споживчих вимог соціуму природно стають часткою суспільних досліджень. Сфера залізничного туризму існує в межах економічної системи для забезпечення вимог соціальної системи. У соціальній системі, як вказано у філософському енциклопедичному словнику, під час впорядкованої та складно організованої

взаємодії індивідів і спільнот, об'єднаних різноманітними зв'язками, специфічно соціальними за своєю природою [1], виникає потреба в підтримці відносин, прискоренні досягнення домовленостей, загальному комунікаційному забезпеченні, яка на фізичному рівні втілюється в наданні туристичних послуг.

Для надання послуг залізничного туризму й відповідного туристичного обслуговування людей діють різноманітні суб'єкти господарювання, які використовують специфічні техніко-технологічні ресурси, працю професійно підготовлених робітників, мають відмінний від інших галузей механізм ціно- та тарифоутворення, обліку, стимулювання та мотивації споживання, територіально розосереджений характер роботи, що у своєму загальному сприйнятті є необхідною, невід'ємною, обов'язковою та особливою часткою економічної системи як сукупності всіх видів економічної діяльності людей, яка спрямована на виробництво, розподіл, обмін і споживання товарів і послуг [20, с. 198]. Сфера залізничного туризму, враховуючи важливе значення соціального та комерційного напрямку для суспільства, зумовлює посилення процесів соціалізації або комерціалізації відносин (рис. 4.2).

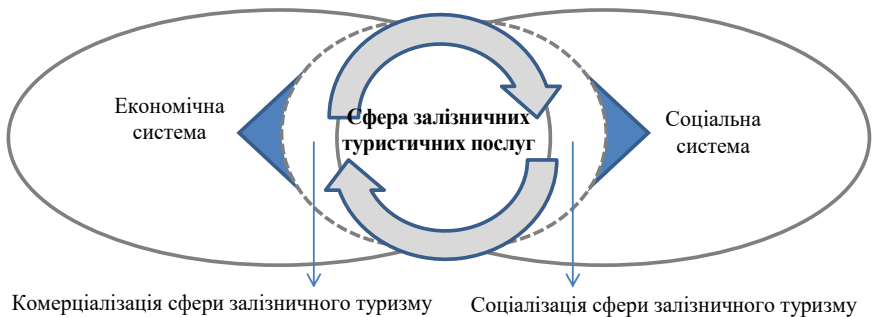


Рис. 4.2. Сфера залізничного туризму в соціально-економічному середовищі.

Джерело: [19]

Належність залізничного туризму до сфери обслуговування визначається характером кінцевого продукту, а саме тим, що він виявляє корисний ефект у процесі створення й набуває властивостей товарів–послуг згідно з відомими ознаками (рис. 4.3) [1]. Корисний ефект для споживача – саме цим характеризується туристична діяльність будь-якого підприємства, що має на меті надання транспортних та туристичних послуг. Туристичні та транспортні послуги неможливо накопичити, їх споживання відбувається одночасно у часі й просторі. Серед додаткових переваг сфери залізничного туризму – відтворення робочої сили й підвищенні ефективності виробництва.

Узагальнюючи вищенаведене, можна стверджувати, що сфера залізничного туризму – це сукупність соціально-економічних відносин, пов'язаних із переміщенням туристів з індивідуальною або із суспільно необхідною метою для їх подальшої подорожі іншими видами транспорту (залізничний трансфер) або надання їм у спеціальних пасажирських вагонах необхідного сервісу під час туристичної поїздки та повного спектру послуг з проживання в готелях, харчування у кав'ярнях і ресторанах, проведення екскурсій та інших видів трансферу [8].

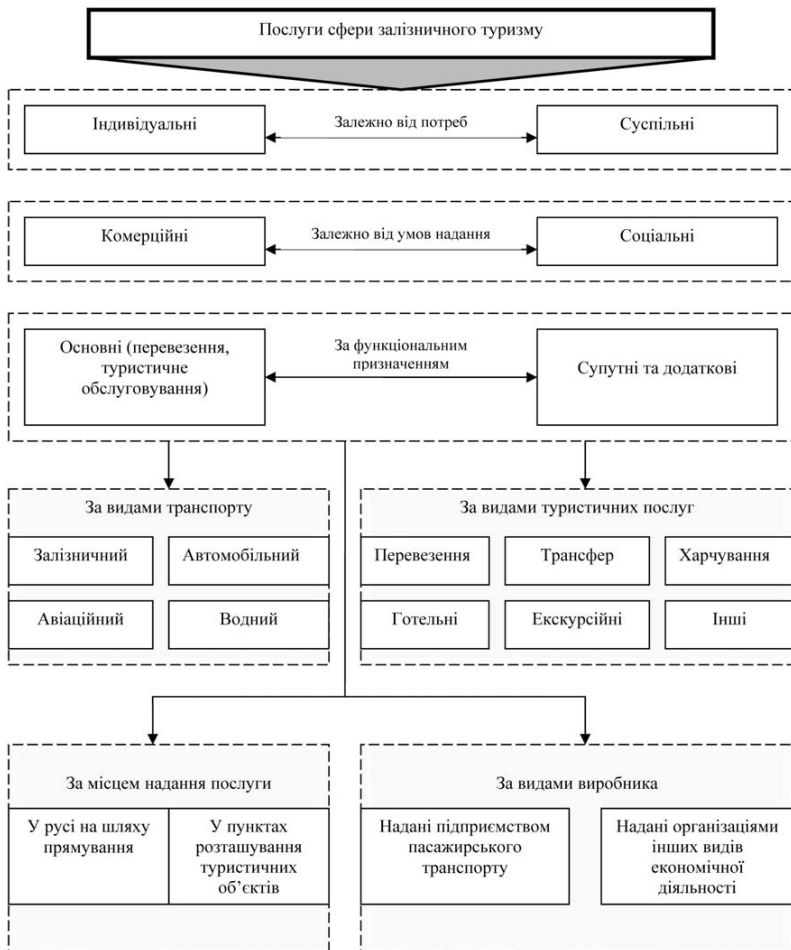


Рис. 4.3. Класифікація послуг сфери залізничного туризму.
Джерело: [1]

Сфера перевезень пасажирів за функцією перевезення поділяється на індивідуальні та суспільні потреби. Послуги сфери залізничного туризму можуть бути комерційними або соціальними, тобто пільговими. Крім того, коли йде мова про сферу залізничного туризму, потрібно розрізняти послуги транспортного та туристичного обслуговування, а також супутні послуги [8].

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

Наприклад, у [21] у системі транспортного забезпечення туризму про-понується розрізняти такі послуги, що надаються туристам під час подорожі:

- туристичні перевезення, що входять до основного комплексу туристичних послуг, які включаються в тур: доставка туристів від місця їх постійного мешкання до місця призначення та назад.

Наприклад, існують такі форми організації туристичних подорожей, за яких турист спочатку подорожує з пункту *A* в пункт *B* залізницею, а потім повертається в пункт *A* літаком;

- трансфер – надання транспортних засобів для забезпечення зустрічей–проводів туристів. На наш погляд, це визначення є не зовсім коректним. Трансферні перевезення мають значно ширше призначення. При туристичних перевезеннях є завжди один основний вид транспорту і декілька допоміжних, які доставляють групи туристів від основного транспорту до готелів, туристичних об'єктів, місць харчування, вокзалів, аеропортів та місць відстою туристичного поїзда. Для залізничного туризму основним видом транспорту є туристичний поїзд, а трансферні перевезення можуть виконувати автобуси, рейкомобілі, потяги, літаки, гелікоптери, річкові або морські пароплави.

З огляду на сказане дістало подальшого розвитку термінологічне поняття «трансферні перевезення» – це вид транспортної діяльності, який має на меті перевезення туристів від будь-якого основного виду транспорту до місць проведення планового відпочинку (екскурсії, готелі, заклади спокійного та активного відпочинку, ресторани, магазини та ін.) у прямому та зворотному напрямку й виконується туристичними та малими автобусами, рейкомобілями, звичайними автомобілями, малою авіацією, катерами та моторними човнами [22];

- транспортне обслуговування програмних заходів туру – це екскурсійне обслуговування, виїзд на програмні заходи, відвідування околиць. На наш погляд, цей термін значно ширший, оскільки додатково включає обслуговування туристів у рухомому складі будь-

якого транспортного засобу (туристичний поїзд, автобус, морське судно, річковий теплохід, літак та ін.), доставку туристів до туристичних об'єктів у трансфері з одночасним проведенням екскурсійного обслуговування.

Транспортна подорож [23, с. 46] – це подорож організованої групи туристів або туристів-індивідуалів за розробленим маршрутом з використанням певного виду транспорту.

Транспортні подорожі – це подорожі організованих груп туристів при наявності путівок (ваучерів) за розробленими маршрутами з використанням різних транспортних засобів [19].

Термін «транспортні подорожі» у [25, с. 55] – це подорожі за плановими туристичними маршрутами з використанням транспортних засобів: авіації, залізничного й автотранспорту, морських і річкових суден.

Туризм (за визначенням, прийнятим в українському законодавстві) [24] – це тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає.

Термін «туризм» у [25, с. 75] подано як надзвичайно багатогранне явище сучасного життя. Для одних це походи, наметові табори, подолання вершин, пісні біля вогнища; для інших – нові країни та враження, відпочинок або пригоди; для третіх – професія, бізнес. Тому туризм можна визначити як сферу діяльності людей, пов'язану з подорожами та мандрівками, що виконує функції політичного, економічного й культурного характеру.

Усі функції проявляються як на рівні особистості, так і на рівні суспільства в цілому.

Туризм – сукупність явищ і взаємовідносин, що виникають при взаємодії туристів, постачальників, місцевих органів влади та місцевого населення в процесі туристичної діяльності. Подорожі, туризм – це комплекс споріднених сфер бізнесу. Найбільш близькою до туризму професією є поширення турів, тобто робота туристичних агентств. Безпосередньо залучені до туризму авіакомпанії, компанії з прокату машин, залізниці, автобуси, готелі й ресторани. До суміжних видів бізнесу також можна віднести фінансові структури, які фінансують розвиток сфери обслуговування та ін. [23; 25].

З погляду Бобарикіної О. М. [26], туризм – це активний відпочинок, що впливає на зміцнення здоров'я, фізичного розвитку людини, пов'язаний із пересуванням за межі постійного місця проживання. Як економічна категорія, туризм розуміється як діяльність, що має важливе значення в підвищенні рівня зайнятості населення,

збільшенні податкових надходжень у бюджети різних рівнів, збільшенні доходів туристичних і суміжних підприємств та населення туристичних регіонів.

У роботі Молнар О. С. [27] туризм визначено як подорож, що передбачає досягнення визначених цілей. Цілі в цьому випадку є багатовекторними: активний відпочинок, участь у ділових, наукових та культурних зустрічах, спортивний, оздоровчий, виховний, релігійний, екологічний, історичний, літературно-художній, навчальний, пов'язаний із задоволенням спеціалізованих інтересів тощо.

Туризм – тимчасове подорожування людини за межі місця проживання з метою пізнання, відпочинку, оздоровлення або з іншою метою, яка не передбачає зайняття оплачуваною діяльністю в місці чи країні тимчасового перебування, шляхом вільного обрання форм і напрямків пересування, вважає Опанасюк Н. А. [28].

Туризм являє собою систему відносин і явищ, які є результатом використання людиною свого вільного часу і пов'язані з її переміщенням між місцем постійного проживання і місцем проведення дозвілля [29].

Туризм – сфера діяльності людей, пов'язана з подорожами та мандрівками, що виконує низку функцій політичного, економічного й культурного характеру. Усі функції проявляються як на рівні особистості, так і на рівні суспільства в цілому [30].

У роботі Апілат О. В. [31] визначена сутність та зміст індустрії туризму як комплексної системи, що забезпечує задоволення потреб під час тимчасового перебування людей у мандрівці. Серед основних критеріїв якості комплексної туристичної послуги автор виділяє такі: туристично-екскурсійне обслуговування, інформаційне забезпечення, додаткові послуги, готельні послуги, послуги харчування, транспортні перевезення.

На наш погляд, на якість туристичної послуги значною мірою впливає економічна складова, яку автор не включив у перелік.

На думку Прочан А. О. [32], туристична послуга являє собою дію суб'єктів туристичної діяльності, спрямованих на задоволення потреб туристів стосовно їх вибору та складу туристичного продукту відповідно до мети подорожі, та послуги суб'єктам туристичної галузі щодо розміщення, харчування, транспортного та іншого обслуговування.

В авторефераті Бойко М. Г. [33] також наголошено на якості туристичних продуктів, пропонується розширити функції туризму субфункцією «формування і задоволення споживчих потреб». При цьому автор пропонує формувати туристичну активність через

привабливість країни, але, на жаль, у роботі визначено, що, незважаючи на досить високий туристичний потенціал (майже 4 бали із семи) України на фоні інших країн, туристичний імідж нашої країни дуже низький – лише 113 рейтингова позиція серед 133 країн внаслідок багатьох факторів, серед яких: незадовільний стан транспортної та туристичної інфраструктури, недосконале законодавство у сфері туризму, відсутність дійових механізмів із залучення інвестицій та інші.

Окремо автор наголошує, що найбільший вплив на формування споживчої цінності туристичного продукту мають показники: «гарантування безпеки подорожі» та «комплексність туристичного продукту», які є домінуючими для задоволення споживчих очікувань сучасного туриста. Вважаємо, що в цьому контексті саме туризм залізничним транспортом може, по-перше, гарантувати безпеку подорожі туристам порівняно з іншими видами транспорту, по-друге, упродовж залізничної подорожі турист отримує комплексний туристичний продукт, у який одночасно входять і перевезення, і екскурсія, і ночівля, і харчування.

У роботі М. М. Біль [34] поняття «туризм як об'єкт державного управління» автор пропонує трактувати як сферу життєдіяльності людини, пов'язану з перебуванням за межами постійного проживання, як правило, не із соціальними цілями, а також суб'єктів підприємницької діяльності, що забезпечують цей процес за рахунок реалізації туристичного продукту. Для просування туристичного продукту на конкретній території автор пропонує створити туристичний паспорт регіону із зазначенням основних наявних характеристик. У перелік наявних характеристик регіону, на наш погляд, задля залучення більшого пасажиропотоку туристів, доцільно включити і заплановане розширення позитивних характеристик туристичного регіону.

У роботі Шимкової В. Є. [35] «туристичний сервіс» визначено як сукупність туристичних послуг, що забезпечується численними послідовними взаємопов'язаними процесами, спрямованими на обслуговування туристів під час їхніх подорожей за відповідними маршрутами, і виступає у формі задоволення персоналізованого попиту туристів. Ми згодні з авторкою, яка наголошує, що тільки плідна взаємодія всіх інфраструктурних елементів різних рівнів (мікро-, мезо- та макро-) управління туристичним бізнесом зможе позитивно вплинути на розвиток туризму в Україні. Існує ще багато трактувань поняття «туризм». Для наочності їх порівняння подамо визначення туризму різними авторами у вигляді табл. 4.1.

Визначення поняття «туризм» з позиції різних науковців

Визначення	Джерело
Тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання з оздоровчою, пізнавальною, професійно-діловою та іншою метою без здійснення оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін	[24]
Загальне поняття для всіх форм тимчасового виїзду людей з місця постійного проживання з оздоровчою метою або з метою задоволення пізнавальних інтересів у вільний час чи з професійно-діловою метою без зайняття оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування	[36]
Особлива форма переміщення людей; вид мандрівки; перебування за межами постійного місця проживання; форми розумового та фізичного виховання; популярна форма організації відпочинку; галузь господарства	[37]
Різновид рекреації, активного відпочинку, «...під час якого відновлення працездатності поєднується з оздоровчими, пізнавальними, спортивними та культурно-розважальними цілями»	[38]
Велика економічна система з різноманітними зв'язками між окремими елементами в рамках як народного господарства окремої країни, так і зв'язків національної економіки зі світовим господарством у цілому	[39]
Суспільно-організована економічна діяльність, спрямована на виробництво товарів і послуг для задоволення потреб людей, які знаходяться за межами постійного місця проживання	[40]

Узагальнивши подану в табл. 4.1 інформацію, можна визначити поняття «туризм» як відпочинок під час перебування за межами постійного місця проживання.

Залізничний туризм, вважають науковці Зорін В. І. та Квартальнов В. А. [37, с. 216], це подорож, що здійснюється залізницею на спеціалізованому залізничному транспортному засобі фізичними особами з тривалістю від 24 год до 1 року або менше 24 год, але з ночівлею, у цілях, не пов'язаних з оплачуваною діяльністю.

Тут, на нашу думку, також є неточності. Залізнична подорож не може тривати 1 рік, оскільки попередні дослідження показали, що навіть у Росії, де є дуже тривалі комфортні залізничні маршрути, поїздка не може мати тривалість більше 30–45 діб.

Залізничний туризм (круїз) – спеціалізований вид туризму, де пересування туристів відбувається на залізничному складі (поїзді) за заздалегідь запланованим маршрутом, із зупинками по шляху проходження для проведення екскурсій. Залізничні круїзи передбачають використання спеціально обладнаних туристично-екскурсійних поїздів як засобу розміщення підвищеної комфортності. При здійсненні залізничного круїзу поїзд використовується не тільки як транспортний засіб, але і як пересувний готель. Подорож залізницею включає в себе всі необхідні елементи для життєзабезпечення туристів під час подорожі (проживання, харчування, транспорт), не вдаючись до додаткових атрибутів інфраструктури [41].

Залізничний туризм – подорож, яка здійснюється по залізниці на спеціалізованому залізничному транспортному засобі фізичними особами тривалістю від 24 год до одного року, або менше 24 год, але з ночівлею, в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових, релігійних та інших цілях, не пов'язана з оплачуваною діяльністю [42, с. 69].

Залізничний туризм – це 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 перебування туристів у інших поїздах, вважає науковець з Узбекистану Ходжасва Н. А. [43].

Інше термінологічне поняття залізничного туризму наведено в роботі [13]: залізничний туризм – це подорож, що здійснюється залізницею на спеціалізованому залізничному транспортному складі фізичними особами в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових і інших цілях, не пов'язаних з оплачуваною діяльністю й за визначеним маршрутом, коли переміщення між місцями туристичної значущості поєднується із відпочинком туристів у поїзді та із забезпеченням основних побутових послуг у ньому.

Таке трактування терміна «залізничний туризм» науковця Дергоусової А. О. не враховує надання туристичних послуг поза залізничним поїздом (готелями, апартаментами, ресторанами, кав'ярнями та іншими об'єктами туристичної інфраструктури) і звужено тільки залізничними перевезеннями.

З огляду на вказане вище автори пропонують удосконалене термінологічне поняття «залізничний туризм» – це вид економічної діяльності, який пов'язаний з наданням комплексу туристичних послуг з перевезення туристів у сучасних поїздах зі спеціалізованими вагонами (готелями, ресторанами, буфетами, салонами та ін.) на визначений термін

поїздки широкою та вузькою колією в поєднанні з іншими послугами, які надаються юридичними та фізичними особами, що займаються туристичним обслуговуванням (туроператори; турагенти; суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність; автоперевізники; ресторани; кав'ярні; готелі, апартаменти та ін.). Запропоноване поняття відрізняється від існуючих зняттям часових обмежень тривалості подорожі та врахуванням туристичних послуг, що надаються пасажирам як у поїзді, так і поза ним [8].

Можна визначити дві основні складові організації залізничного туризму в Україні – це перевезення туристів та надання туристичних послуг під час подорожі. Першу діяльність повинні виконувати пасажирські залізничні компанії будь-якої форми власності, другу – туристичні оператори або агенти.

Але перевезення туристів зараз, в основному, виконує АТ «УЗ» у невеликих обсягах як трансферні перевезення до туристичних об'єктів або інших видів трансферу (аеропорти, морські, річкові та автовокзали). Надання туристичних послуг зараз виконують туристичні компанії різної форми власності, обсяги яких суттєво залежать від соціально-економічного становища, політичних факторів та наявності гібридної війни в Україні.

Ринок залізничних туристичних послуг буде формуватися за двома напрямками. Перший передбачає переключення частини клієнтів з автомобільного туризму на залізничний транспорт, оскільки нові сучасні вагони більш надійні, безпечні, комфортні й не потребують проживання в готелях. Другий – це використання існуючих та нових вузьких колій в основному у важкодоступних районах Закарпаття та Західної України для залучення додаткових вітчизняних та закордонних туристів [197].

У Господарському кодексі України зараз відсутнє поняття пасажирської компанії, але де-факто пасажирська компанія протягом року вже існує у АТ «Українська залізниця» і має певні функції. Зараз можна виділити три види пасажирських компаній залежно від швидкості руху поїздів та зон курсування [197].

Швидкісна компанія організує перевезення пасажирів у спеціальному рухомому складі (в основному розподіленої тяги) зі швидкостями до 140–160 км/год за умови терміну поїздки не більше ніж 8 год. Збільшення цього терміну дебатється [197].

Приміська пасажирська компанія займається перевезеннями пасажирів у міській, приміській, регіональних та міжрегіональних зонах (на кілька суміжних областей), переважно у моторвагонному рухомому складі та вагонах локомотивної тяги (після капітального ремонту).

Термін поїздки обмежений комфортними умовами подорожі, але не перевищує 5 год [197].

Пасажи́рська компанія займається перевезеннями пасажирів у вагонах локомотивної тяги зі швидкостями до 100–130 км/год на всій території України та за кордоном у відкритих, купейних та спальних вагонах [197].

Для поліпшення роботи пасажирського господарства у 2017 р. була остаточно сформована нова схема управління пасажирськими перевезеннями Укрзалізниці, яка передбачала суттєве зменшення кількості працівників Департаменту пасажирських перевезень, утворення окремої пасажирської компанії на рівні Укрзалізниці з філіями на кожній залізниці та одночасною ліквідацією пасажирських служб [197].

До цієї компанії було включено усю пасажирську залізничну інфраструктуру, що існувала на залізницях і брала участь у пасажирських перевезеннях, крім швидкісних та приміських (вокзали, пасажирські вагонні депо та дільниці, бази обслуговування пасажирів, пральні та інше) [197].

Ця нова пасажирська компанія об'єднала в собі такі функції:
вокзальний сервіс;

утримання, експлуатація та технічне обслуговування рухомого складу (вагони локомотивної тяги, що не входять до сфери управління швидкісної та приміської компанії);

логістика пасажирських перевезень, що об'єднує обслуговування пасажирських перевезень (організація пасажирських перевезень частково);

поточний, капітальний та капітально-відновлювальний ремонт пасажирських вагонів локомотивної тяги;

утримання пасажирської залізничної інфраструктури;

участь в укладанні угод на розробку та поставку нових видів рухомого складу [197].

Необхідно юридично узаконити поняття пасажирської залізничної компанії. Для цього пропонується таке визначення [44; 45; 46]:

Пасажи́рська залізни́чна компа́нія – це структурне об'єднання, що входить до складу АТ «Українська залізниця» або працює самостійно як незалежна юридична особа, з метою якісної організації пасажирських перевезень у власному або орендованому рухомому складі та виконання таких функцій: вокзальний сервіс, утримання, експлуатація та технічне обслуговування рухомого складу, логістика пасажирських перевезень, поточний та капітальний ремонт пасажирських вагонів, утримання пасажирської залізничної інфраструктури. Набір виконавчих функцій

для приватних самостійних компаній може коливатися залежно від договірних відносин з АТ «УЗ» [197].

Наведений вище розподіл зон курсування поїздів спонукає до зміни структури парку пасажирських вагонів. Перспективний розвиток пасажирських перевезень потребує зміни кількісної та якісної структури вказаних парків. В Україні вкрай необхідні швидкісні перевезення, які поступово будуть замінювати певну частину пасажирського парку локомотивної тяги на швидкісні поїзди (корейського, чеського та вітчизняного виробництва). У цьому разі кількість вагонів третьої групи буде поступово зменшуватися та якісно поліпшуватися [197].

Але відсутність коштів на розвиток пасажирських перевезень буде вимагати від АТ «УЗ» змінювати підхід до інноваційного розвитку пасажирських компаній. Скорочення кількості поїздів локомотивної тяги у кожному з них потребує реконструкції приписного парку вагонів залежно від терміну експлуатації та нормативного строку служби рухомого складу. Для цього надлишковий реконструйований рухомий склад потрібно використовувати за іншим напрямком, наприклад для організації туристичних перевезень. Цей вид залізничного туризму – вимога часу, оскільки є додатковим джерелом для отримання прибутку. Але він потребує не тільки реконструкції 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 [197].

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 [197].

Проблемою розвитку та удосконалення організації туристичної індустрії в Україні займалося досить багато науковців, а питанням залізничного туризму присвячена невелика кількість наукових праць. Тому дослідження в цьому напрямку є дуже актуальними, адже перевезення є невід'ємною частиною туристичної подорожі, а саме залізничний транспорт є найбільш зручним засобом пересування [47].

Серед усіх наукових праць у цьому напрямку слід виділити комплексну роботу А. О. Дергоусової [13], яка лівову частку своїх досліджень зосередила саме на залізничному туризмі. Враховуючи

хронічну збитковість пасажирських перевезень, вважає автор, нова стратегія розвитку залізничного транспорту повинна базуватися на поєднанні основних та додаткових послуг пасажирського господарства.

У сучасних ринкових умовах господарювання варто розділити перевезення на дві категорії: 1) перевезення населення як фактор забезпечення виконання соціальної функції транспорту; 2) перевезення комерційного характеру з метою забезпечення задоволення потреб споживачів (перевезення преміум-класу) [13].

Таким чином, оскільки перевезення другого виду не належать до основної послуги залізничного транспорту, а базуються на ній, їх можна віднести до комплексних комерційних послуг (ККП) – послуг несоціального характеру, які є поєднанням основної послуги – перевезень, та послуг, що надаються у поїзді та на станціях на комерційній основі. ККП можна класифікувати таким чином [13]: перевезення нестандартними вагонами; перевезення за індивідуальним графіком та маршрутом: індивідуальні та групові; залізничний туризм; інші перевезення комерційного характеру.

Отже, у своїй роботі А. О. Дергоусова [13] обґрунтовує надання нової послуги пасажирам – залізничної подорожі. Крім того, автор багато уваги приділила класифікації видів туризму, серед яких окремо виділено залізничний туризм. На думку автора, поняття «залізничний туризм» має враховувати галузеві відмінності від існуючих видів організації туристичних подорожей, умови та економічну пріоритетність, що дає можливість визначити галузеві особливості й напрямки формування стратегії розвитку залізничного туризму. Також автором запропоновано методичний підхід до визначення доцільності організації та конкурентоспроможності залізничних подорожей за різними напрямками, що базується на визначенні й використанні коефіцієнтів насиченості напрямку, привабливості туру та ефективної туристичної вартості та дає можливість організації більш конкурентоспроможних залізничних подорожей порівняно з іншими видами транспорту [8].

Також А. О. Дергоусова в роботі [13, с. 63] зазначає: «При впровадженні залізничного туризму немає необхідності в спорудженні нових шляхів та будівництві нових вагонів, оскільки є можливість використання існуючих залізничних колій та рухомого складу».

Автор в результаті аналізу обсягів пасажирських перевезень в Україні приходить до висновку, що через спад обсягів перевезень в розпорядженні «Укрзалізниці» залишається вільний рухомий склад, за допомогою якого можливо було б організовувати залізничні подорожі.

Це твердження А. О. Дергоусової є досить спірним, оскільки зараз в Україні суттєвий дефіцит купейних вагонів і, головне, ці вагони зовсім не пристосовані до сучасних туристичних подорожей, тому що не мають необхідного комфорту (зручних купе готельного типу, вакуумних туалетів, систем кондиціонування повітря, душових кімнат та ін.).

Новий рухомий склад, який потрібний для туристичних подорожей, коштує близько 1 млн грн і не може бути придбаний АТ «УЗ».

Є. І. Балака та Г. О. Сіваконева [48] пропонують впровадити розвиток залізничного туризму на основі кластеризації. Вони вважають, що розвиток залізничного туризму в Україні неможливий без диверсифікації діяльності залізничного транспорту в суміжний сегмент господарювання – туризм. Авторами запропоновано провести диверсифікацію за рахунок створення транспортно-туристичного кластеру, який очолить Міністерство інфраструктури. При цьому автори пропонують провести диверсифікацію пасажирського господарства за три етапи: спочатку визначити учасників кластеру, потім об'єднати асоціативні товариства в акціонерні товариства і на заключному етапі створити холдингову компанію. Ці пропозиції автори запропонували до реального реформування залізничного транспорту України, яке зараз передбачає розвиток залізничного туризму, але немає реальних коштів для закупівлі сучасного рухомого складу [8].

О. Г. Дейнека [49] теж наполягає на диверсифікації залізничного транспорту. Зокрема, у сфері пасажирських перевезень задля отримання прибутку автор пропонує розширити коло послуг на вокзалах та станціях. Він звертає увагу на те, що досі в Україні немає достатнього практичного та теоретичного досвіду для успішної диверсифікації підприємств залізничного транспорту, і пропонує спочатку визначити стратегічну мету діяльності залізничного транспорту, а потім розробити критерії диверсифікації, спираючись на позитивний досвід закордонних компаній.

Ми вважаємо, що головне, чого не вистачає нашій державі у контексті розвитку внутрішнього та в'їзного туризму, і зокрема залізничного туризму, – це відсутність вільних коштів на оновлення або закупівлю сучасного рухомого складу та низький ступінь довіри інвесторів у зв'язку із нестабільним політико-економічним станом у країні та недосконалою законодавчою базою [8].

В. Я. Городський [50] дав визначення поняття туризму як виду активного відпочинку, який здійснюється, головним чином, у період відпустки з метою оздоровлення та пізнання краю, при цьому туристом

керують два основних фактори – оздоровчий та пізнавальний. Автор виділив два види туризму – активний та транспортно-пізнавальний. Також він запропонував таку класифікацію туризму: за кількістю учасників (індивідуальний, груповий), за ступенем організованості (плановий, самодіяльний), за віком учасників (дитячий, молодіжний, змішаний), за складом учасників (міжнародний, внутрішній), за сезоном (літній, зимовий, цілорічний), за тривалістю (довгостроковий, короткостроковий).

Також можна навести авторську класифікацію екскурсій: за змістом (оглядові, тематичні), за складом учасників (дорослі, діти, місцеві, приїжджі, групові, індивідуальні), за місцем проведення (міські, приміські, музейні, виробничі, комплексні), за засобом пересування (піші, з використанням транспортних засобів), за формою проведення (тематичні, культурно-масові, оздоровчі). Крім того, В. Я. Городський дав визначення поняття «трасування туристичних маршрутів» як їхнє планування, а також назвав туристичні поїзди «турбазами на колесах». До того ж автор [50] наполягає, що при плануванні нових туристичних маршрутів залізницею потрібно враховувати густоту залізничної мережі, скласти перелік основних пасажирських станцій у зонах тяжіння до туристичних об'єктів, а також розрахувати економічну ефективність будівництва нових залізничних колій та пасажирських станцій у зоні туристичних об'єктів [8].

М. І. Арутюнян [51] вважає, що потенційний турист має дуже низький ступінь прихильності до конкретних маршрутів, а ще нижчий – до виробників туристичних послуг. Основними факторами, що впливають на попит у туризмі, на думку автора, є: купівельна спроможність, демографічна структура, соціальні й культурні чинники, вартість, інтенсивність, маркетинг, суб'єктивні мотивації.

О. В. Гончарук [52] також класифікував фактори, що впливають на економічну ефективність транспортно-технологічних систем. Як основні він виділив такі: технічні, технологічні, економічні, організаційні, комерційно-правові. До того ж автор запропонував підсумкові показники економічної ефективності транспортно-технологічних систем (обсяг перевезень, доходи, прибуток, рентабельність, собівартість) та детальні (виріток на одну особу виробничого персоналу, продуктивність праці, фондівіддача, фондомісткість, термін окупності капітальних вкладень, ефективність використання палива та електроенергії, ефективність якості продукції).

Автори В. Г. Кузнєцов, П. О. Пшінько, І. В. Кліменко, А. В. Гуменюк, С. М. Загоруйко у своїй науковій роботі [53] визначили перспективи розвитку залізничного туризму України на

вузькоколіїних лініях Закарпаття. Зокрема, робочою групою було зроблено аналіз технічного стану Боржавської вузькоколіїної залізниці для реалізації проекту відновлення ефективного функціонування гірських залізниць із шириною колії 750 мм в Карпатському регіоні з подальшою можливістю їх приєднання до розгалуженої міжнародної туристичної мережі. У рамках виїзних оглядів експертною групою встановлено, що об'єкти колійного господарства, пасажирської інфраструктури, рухомого складу та допоміжних виробництв, задіяних у функціонуванні вузькоколіїної залізниці, перебувають в занедбаному стані та потребують значних оновлень і капітального ремонту. Але маршрути проходження пасажирських поїздів залишаються придатними для участі в проекті розвитку залізничного туризму України [8].

Група вчених з Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту на замовлення Закарпатської ОДА у 2015–2016 рр. у рамках бюджетної науково-дослідної роботи виконала попередню розробку нової вузькоколіїної залізниці на Закарпатті для перевезення туристів [54], яка дозволить суттєво підвищити туристичний потенціал цього регіону. Ця робота знайшла підтримку профільного комітету Верховної Ради, який запропонував винести питання про розвиток залізничного туризму на парламентські слухання [55].

Н. О. Алешугіна [56], аналізуючи транспортну інфраструктуру, зробила висновок, що транспортна складова туристичного потенціалу України в сучасних умовах сприяє його зміцненню лише в тому сенсі, що система транспортних мереж має яскраво виражений транзитний характер. Отже, велика кількість територій, забезпечених різноманітними рекреаційними ресурсами, має транспортну доступність для туристів та екскурсантів. Щодо стану транспортної інфраструктури, то для того, щоб вона сприяла ефективному використанню та нарощуванню туристичного потенціалу, необхідне удосконалення усіх її складових як у кількісному, так і, особливо, в якісному плані. Крім того, активне залучення різних видів транспорту до туристичного обслуговування дозволить ефективно розвивати різноманітні сфери та види туристичного бізнесу, диверсифікувати спектр туристичних послуг [8].

Є. А. Котляров [57] дав визначення поняття «територіально-рекреаційного комплексу» (країни, регіону, району) як сполучення рекреаційних закладів та відповідних підприємств інфраструктури, які об'єднані тісними виробничими та економічними зв'язками, а також сумісним використанням географічного положення, виробничих та економічних ресурсів території, що займає комплекс. Їх створення зумовлено виробничими та соціально-економічними факторами (серед основних – фінансове забезпечення). Також автор запропонував

визначення таксономічної системи територіально-рекреаційного комплексу як комплексу взаємопов'язаних між собою територіально-рекреаційних комплексів. При цьому він виділив п'ять стадій формування територіально-рекреаційних комплексів: піонерська, групова, формування супутніх галузей, реконструктивна, комплексна структура.

Для активізації туристичної діяльності на регіональному ринку науковцем Моран О. І. [58] запропоновано створити кластер екскурсійного обслуговування, у складі якого рекомендує створення чотирьох секторів: виробництва туристичних продуктів, сервісного, допоміжного та забезпечення життєдіяльності туристичного кластера.

Мальською М. П. [59; 60] зроблено поділ туристичної системи послуг на чинники попиту (зростання доходів, зростання рівня урбанізації, зростання масиву вільного часу) та чинники пропозиції (розвиток транспортної інфраструктури, сервісна інтеграція, зростання поінформованості). Погоджуємося з автором, який наголошує, що перспективний розвиток туризму повинен ґрунтуватися на трьох складових: інвестиціях, інноваціях та інформаційних комунікаціях.

Татаринцева А. С. [61] звертає увагу на налагодження партнерських відносин, перехід від конфронтації до консолідації в їхній роботі. Автором розроблено «Куб ефективності партнерства» для вибору партнера шляхом здійснення комплексної оцінки його доцільності порівняно з іншими потенційними партнерами (оцінюються показники фінансові, економічні, виробничі, управління, маркетингові, ділової активності).

Р. Г. Коробйова [62] 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.

Вважаємо, що не тільки приватні інвестори, а й держава в особі АТ «УЗ» повинна вкладати кошти в оновлення інфраструктури, щоб надалі мати право на отримання доходів від використання інфраструктури та рухомого складу залізниць сторонніми організаціями [8].

В. Є. Хаустова, Є. Ф. Горбатова [63] відзначають, що туристичні об'єкти все ще залишаються незатребуваними через низький рівень розвитку інфраструктури туристичних послуг, а інфраструктура не відновлюється через незацікавленість інвесторів, адже держава жодним чином не стимулює їх. Серед напрямків покращення ситуації на українському ринку туристичних послуг автори пропонують: відновлення інфраструктури, розвиток соціальних туристичних

програм, удосконалення інформаційної політики, реконструкцію туристичних об'єктів та інші.

І. В. Новіцька [64] вважає розвиток туристичних маршрутів одним з ефективних перспективних напрямків діяльності залізниць України. 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 [65] вважають, що оцінку варіантів створення залізничних туристичних маршрутів можливо провести за допомогою такої групи критеріїв:

- експлуатаційні (відповідність планових та фактичних параметрів, надійність, віддача),

- економічні (вартість будівництва, витрати на дослідження, економічна ефективність експлуатації),

- технічний успіх (технічна можливість, розвиток – вірогідність подальших корегувань, чутливість – ступінь зміни вихідних параметрів при зміні вхідних) [8].

На думку М. М. Чеховської [66], потрібно звернути увагу на різницю між поняттями «ефект» (виробничий результат, що на залізничному транспорті пов'язаний із зниженням собівартості перевезень, розмірами прибутку, підвищенням обсягу пасажирських та вантажних перевезень, швидкості руху, продуктивності вагонів і локомотивів, покращенням якості й надійності) та «ефективність» (відношення технічних, економічних, експлуатаційних витрат до розміру витрат, що зумовили отримання зазначеного ефекту).

Досягнути ефективності в діяльності підприємств залізничного транспорту можна за рахунок двох груп заходів: нове будівництво залізниць, оновлення рухомого складу та заходи, пов'язані із удосконаленням та модернізацією технічних засобів, застосуванням сучасних процесів. Автор вважає, що на діяльність підприємств залізничного транспорту впливають політичні, економічні, соціальні та технологічні фактори [8].

Слід сказати, що ці положення автора мають скоріше декларативний характер, ніж науковий.

Н. В. Козубова [67] вказує на те, що Україна не повною мірою використовує свій туристичний потенціал. Внутрішній ринок туристичних послуг, на її думку, має високий потенціал щодо пропозиції рекреаційних послуг, тож формування попиту повинно здійснюватися за рахунок імпортозаміщення послуг виїзного туризму, що є важливим завданням реалізації державного регулювання туризму.

Н. І. Остап'юк [68] на основі виконаного аналізу підходів до дефініції «туризм» виділив низку чинників, що мають безпосередній вплив і змінюють сприйняття туризму, а саме: якість життя, суспільство, освіта й інформація, економіка, захист навколишнього середовища, навантаження на навколишнє середовище, політика. Ринок послуг туристичної галузі автор вважає «чутливим» та констатує, що для споживачів туристичного продукту визначальними є такі чинники впливу: економічні, політичні, природні, кліматичні, історичні, культурні, екологічні, хвороби та епідемії, природні катаклізми та катастрофи, злочинність, безпека.

Науковцем проаналізовано доцільність використання просторової моделі розвитку туристичної галузі, яка передбачає факторний розподіл і визначає зони дії та впливу факторів. При цьому він поділяє їх на три групи:

1) фактори локалізації – атракційні фактори (природно-географічні, історичні, культурні, архітектурні, екологічні тощо), вони визначають фактичну рекреаційну придатність території;

2) фактори вибірковості – селективні (соціально-економічні, матеріально-технічні, політичні, екологічні), саме від них залежить склад туристичної групи та тривалість відпочинку;

3) фактори реалізації (демографічні, попиту, екологічні) – завдяки їм інтерес до участі в туризмі, сконцентрований у зонах прояву селективних факторів, спрямовується в райони, у яких є для цього всі сприятливі умови [68].

Є. В. Козловський [69] вважає, що розвиток туризму в Україні перебуває лише на початковій стадії. Збільшення потоків внутрішнього та в'їзного туризму уповільнюється через низку негативних факторів, серед яких: недостатній розвиток туристичної інфраструктури; недосконалість нормативно-правової бази; економічна та політична нестабільність у країні; обмеженість пропонованих послуг; недосконалість реклами.

Автор констатує, що більшість існуючих визначень туризму мають вузькоспеціалізований характер, вони не охоплюють предмет у цілому та не розкривають внутрішній зміст туризму. На думку автора, 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 [8].

За висновками В. О. Полюги [70], обліку повинні підлягати всі відвідувачі, які використовують комплексний туристичний продукт (тур) або окремі рекреаційно-туристичні послуги.

Запропоновано трактувати туризм як галузь сучасної національної і регіональної економіки; сферу соціально-економічної політики держави та її регіонів; технологію реалізації рекреаційних потреб і запитів; сферу реалізації прав і потреб громадян на відпочинок, пересування, оздоровлення.

Л. М. Шульгіною [71] запропоновано розподілити споживачів-туристів на групи залежно від їхнього матеріального статку, рівня освіти та відповідно здатності та бажання подорожувати:

1. Перший сегмент, найбільш матеріально забезпечений, – це споживачі, які можуть дозволити собі будь-який престижний туристичний продукт.

2. До другого сегменту потрапили молоді особи, любителі активного відпочинку, які відрізняються від інших високим рівнем освіти та достатньою матеріальною забезпеченістю, що надає їм можливість обирати майже будь-який тур на свій вибір.

3. До третьої групи належать туристи, які надають перевагу пізнавальному відпочинку. Це середньозабезпечені сімейні туристи, які подорожують один раз на рік у період щорічної відпустки й поєднують відпочинок із пізнавальними подорожами.

4. Четверта група – це особи, які не займають високих посад та відповідно не відрізняються високими статками та віддають перевагу недорогому, усамітненому відпочинку.

5. Остання група туристів відрізняється найнижчим рівнем освіти його представників і найменшим рівнем їх матеріального забезпечення. Саме тому ці споживачі схильні організовувати свій відпочинок самостійно.

Вчений Борщ В. М. [72] теж поділяє споживачів транспортних послуг на чотири групи залежно від їхнього доходу:

в першу групу він відносить осіб з відносно невеликим рівнем доходу, яка є дуже чутлива до вартості послуг та дуже вимоглива щодо їхньої якості, до другої – особи з доходом вище за середній, які вимогливі до якості не тільки транспортних послуг, а й до рівня сервісу, до третьої – осіб з високим рівнем доходу, які цінують експлуатаційні характеристики транспортного засобу, надійність, безпеку, швидкість, високий сервіс, до четвертої – споживачі різних вікових категорій з різним рівнем доходу, для яких транспортні послуги є основою функціонування, а отже, вони вимагають завищені вимоги.

На думку автора, задля підвищення ефективності функціонування залізничного транспорту потрібно ацентувати увагу на підвищенні якості та впровадженні інновацій.

Крім оцінювання споживачів, не менш важливо оцінити територію, яка планується для організації туристичної діяльності. У цьому контексті О. В. Музиченко-Козловська [73] дала визначення туристичної привабливості території з урахуванням економічної сутності. Автор вважає, що «туристично-приваблива територія» – це територія, що має потенціал туристичних ресурсів, сучасну розвинену матеріально-технічну базу туризму, доступну і достатню для туриста інформацію про неї, яка б відповідала потребам туристів і забезпечувала досягнення максимального соціально-економічного ефекту від розвитку в її межах туристичної індустрії. Автор вважає, що на привабливість території, з позиції туристів, впливають такі чинники: географічне розташування; матеріально-технічна база туризму; маркетингова політика; навколишнє середовище; загальний імідж регіону.

Вважаємо, що в більшості випадків формування в туриста думки щодо привабливості тієї чи іншої території залежить, у першу чергу, від організатора туристичного маршруту. А отже, при плануванні залізничних екскурсій потрібно врахувати всі нюанси задля приваблення потенційних клієнтів – якість та кількість послуг, що надаються в потязі та поза ним, кількість об'єктів історико-культурного значення та оптимальну ув'язку залізничного та інших видів транспорту.

З. В. Хатікова [74] назвала процес створення протягом тривалого часу в уявленні різних груп аудиторії іміджу узагальненої характеристики туристичного підприємства, який в кінцевому результаті формує у свідомості потенційних туристів їхнє емоційне ставлення до цього туристичного підприємства, «імідж-білдингом туристичного підприємства». А саме поняття «імідж підприємства сфери туризму» автор трактує як «створений у свідомості аудиторії позитивний образ туристичного підприємства, який сприяє позитивному ставленню до туристичного підприємства у довгостроковій перспективі та забезпечує тим самим міцні конкурентні позиції та економічні вигоди».

Запропоновано авторське трактування і поняття «управління іміджем підприємства сфери туризму» – як процес узгодженого здійснення послідовних дій щодо формування необхідного підприємству іміджу на основі поставлених завдань, маркетингових комунікацій, швидкого реагування на можливі зміни, який спрямований на розвиток туристичного підприємства в довгостроковій перспективі.

Також автором визначено специфіку управління іміджем на підприємствах сфери туризму. У роботі [74] надано ключові фактори, які можуть впливати на рівень ефективності управління іміджем туристичних підприємств, а саме: фінансова надійність, популярність, фірмовий стиль, корпоративний дух, професіоналізм обслуговуючого персоналу, комплекс маркетингових комунікацій, наявність додаткових послуг, територіальне місцезнаходження, якість наданих послуг, попередній досвід спілкування туриста з підприємством.

Безумовно, над створенням іміджу туристичної кампанії, яка буде здійснювати туристичні залізничні подорожі, потрібно багато й ретельно працювати. Для формування позитивної думки в споживачів послуг, а саме туристів, потрібна систематична робота з боку професіоналів. Ймовірно, це може бути відділ маркетингу, який працюватиме в складі туристичної кампанії.

В. О. Стойка [75] зробив висновок, що успішний розвиток туристичної галузі взагалі неможливий без активного впливу держави на умови її функціонування, в Україні ж на сьогодні управління інвестиціями ґрунтується на розподілі повноважень між загальнодержавними та регіональними рівнями державного управління, тому воно має доповнюватися координацією діяльності громадських організацій та активною співпрацею з потенційними інвесторами, у тому числі іноземними. Для забезпечення належного фінансування державою, стимулювання розвитку в'їзного та внутрішнього туризму автор пропонує створення системи регіональних туристичних комплексів, тобто сконцентрованих на території регіону об'єднання підприємств і структур туристичної індустрії та суміжних галузей, які взаємодіють між собою при створенні комплексного туристичного продукту регіону.

Автор пропонує трактувати поняття «туристичні інвестиції» як всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, у результаті чого отримують прибуток та економічне зростання в масштабах суспільства або досягається соціальний позитивний ефект. Також автор пропонує розрізняти за об'єктами вкладення реальні, фінансові, інноваційні, інтелектуальні та освітні інвестиції.

Ідея створення туристичних регіональних комплексів є раціональною, але можуть виникати труднощі при кооперації підприємств, суміжних з туризмом галузей, приватної та державної форми власності в контексті розподілу майбутньої вигоди. Керівники різних підприємств можуть просто не знайти спільну мову, не бажаючи поступитися своїми інтересами заради загальної ідеї та інше.

Н. М. Гоблик-Маркович [76] акцентує увагу на розвитку туризму прикордонного регіону та пропонує маркетинговий проект, в основі якого лежить принцип збалансованості соціально-економічного розвитку прикордонних територій, системного підходу та маркетингу туристичної сфери в регіоні.

При цьому, наполягає автор, потрібно враховувати й збереження навколишнього середовища, і оптимальне використання природних ресурсів, і забезпечення зростання конкурентоспроможності туристичного продукту прикордонного регіону з майбутнім його просуванням на зовнішньому та внутрішньому туристичних ринках.

Автором запропоновано новий термін «туристичний кластер прикордонної території», тобто добровільне об'єднання туристичних підприємств галузі на прикордонній території, державних органів влади та органів місцевого самоврядування, освітніх, наукових та фінансових установ з метою підвищення конкурентоспроможності туристичного регіонального продукту та відповідно покращення показників соціально-економічного зростання регіону, при визначенні якого враховано зміну парадигми формування регіональної конкурентоспроможності туристичного продукту через комплексне використання туристичних ресурсів прикордонного регіону, що дозволило запропонувати нові підходи до їх моніторингу, оцінки та реалізації [76].

Як ми вказували раніше, при створенні так званих «туристичних кластерів прикордонної території» можливе перехрещення інтересів різних бізнес-структур, і як наслідок, відмова від співпраці. А отже, потрібна така організаційна структура управління туристичними перевезеннями, яка б задовольнила вимоги всіх учасників процесу надання туристичних послуг.

А. В. Мокляк [77] серед слабких сторін українського сектора туризму вказує такі: відсутність позитивного образу України як країни туристичних подорожей; низький рівень безпеки; низький стандарт фондів розміщення, нестача дво- і тризіркових готелів європейського стандарту, недостатній розвиток інфраструктури та загальнодоступної рекреаційної бази; слабка транспортна доступність; порівняно висока вартість перебування при низькому рівні послуг; слабе знання населенням іноземних мов; недостатність реклами українських туристичних ресурсів у Європі та у світі.

Найважливіші стратегічні цілі, що стоять перед українським туризмом, на думку автора, це: пристосування українських норм та законів до стандартів країн Західної Європи; збільшення транспортної доступності та поліпшення забезпечення послугами телефонного

зв'язку; розширення реклами українського туристичного продукту на закордонних ринках; покращення безпеки туристів та подорожуючих; діяльність, спрямована на охорону туристично привабливих територій; заходи із залучення іноземних інвестицій в туристичне господарство України; реструктуризація організаційних форм власності тієї частини соціальної та спеціальної бази, яка може надавати послуги на туристичному ринку; організація наукових досліджень та підтримка освіти в галузі туризму згідно з потребами ринку, з урахуванням міжнародного досвіду [77].

Колесник О. О. [78] вважає ринок туристичних послуг найбільш комплексним поняттям, яке відображає сукупність економічних відносин між туристами, туристичними підприємствами й іншими суб'єктами господарювання з приводу виробництва, реалізації та споживання туристичних продуктів і послуг та руху грошей, що відбиває інтереси суб'єктів ринкових відносин у межах певного регіону. Автор наполягає, що задля успішного функціонування в Україні сфери туристичних послуг необхідно створити систему статистичного моніторингу.

Вважаємо, що крім конкретних пам'яток історичного, культурного, лікувального або іншого призначення та рівня сервісу на вибір маршруту туриста впливає вартість подорожі. Особливо це суттєво для потенційних туристів з невеликим доходом. У цьому контексті хотілося б підкреслити, що при порівнянні задоволення туристів більше задоволення від однієї і тієї самої екскурсії або подорожі отримує той, хто заплатив менше, адже чим більше заплатив турист, тим більші його очікування в плані задоволень та сервісу, а сподівання заможного туриста, на жаль, не завжди виправдовуються.

Науковці з Таїланду А. А. Нінопакун та К. А. Ампават вважають, що основні компоненти, які впливають на вибір потенційного туриста подорожувати конкретним маршрутом, це пам'ятки, або, як автори їх ще називають, «фактори тяжіння» (море, водоспад, музей тощо), які приваблюють туристів, а також розваги та зручності. Автори прийшли до такого висновку на підставі масштабного опитування туристів, які прибувають до їхньої країни [79].

Автори [80] із Індії Аканша Тяги, Раїб Лохан Дар, Джоті Шарма впевнені, що одним із головних компонентів високого сервісу туристичної діяльності є безпека туристів, а конкретніше – якісна робота поліцейських, їхня ефективна взаємодія з туристами. Зауважуємо, що в Україні поліція нового формату запрацювала лише влітку 2015 р. та поки що патрульні наряди є не в кожному місті нашої країни, а отже, говорити про безпеку туристів поки зарано. Якщо вести

мову про туристичні поїзди, то було б доречно включити до складу бригади поїзда також охоронців.

Вчені з Канади Ані Лі, Джефрі Вол та Джексон Ковац [81] пропонують для розвитку туризму впроваджувати гастрономічний туризм: влаштовувати фестивалі їжі, форуми кулінарів, майстер-класи з приготування місцевих страв для приїжджих. Вони вважають, що їжа – це засіб життя і що мешканці кожної місцевості мають свої смаки, які цікаві для туристів. У Канаді навіть успішно працює кулінарний туристичний альянс, який поєднує регіональні підприємства, що організовують заходи, пов'язані із харчовою промисловістю. Цікаво, що автори статті акцентують увагу на тому, що більш успішними є ті туристичні організації, які проводять активну рекламну кампанію у відомих соціальних мережах.

Автори Мінг Мінг Су та Джефрі Вол [82] проаналізували ситуацію із відвідуванням Тибету до та після відкриття залізничної колії сполученням Киншай-Тибет (за 48 год поїзд долає 1 142 км). Кількість відвідувачів що-річно збільшується, адже за словами респондентів – опитаних науковцями туристів – вони обрали подорож однією з найбільш високогірних залізниць світу (4 тис. км над рівнем моря) до Тибету з таких причин: можливість огляду пейзажів із вагона впродовж подорожі, доступна вартість квитка, новизна відчуттів, очікування нових послуг у поїзді, безпека та зручність.

У роботі науковця з Узбекистану [43] надано класифікацію транспортних послуг на залізничному транспорті, які спрямовані на підвищення їхньої якості, а саме: безпосередньо послуга – перевезення, послуги, які надаються туристам впродовж подорожі, та послуги, що надаються на вокзалах. Автор вказує на те, що з боку керівництва Узбекистану здійснюється всебічна підтримка розвитку залізничного туризму, наприклад, у Законі «Про туризм» окреслені правові відносини учасників транспортно-туристичного ринку. Ходжаєва Н. А., аналізуючи статистичні дані, зазначає, що внутрішній туризм в Узбекистані успішно розвивається, обсяг туристичного потоку з року в рік зростає. Залізничний туризм на території її країни реалізується такими видами послуг з обслуговування: туристичних поїздів інших країн, які курсують по Великому шовковому шляху; туристів, які прибули до міст Узбекистану авіатранспортом; туристів, що курсують при переїзді з одного міста в інше на території країни. Автор констатує, що поки що частка туристів, перевезених залізничним транспортом, є дуже малою в загальному обсязі туристів, що відвідали Узбекистан. Сьогодні на швидкісних напрямках ВАТ «Узжелдорпас» запустила в курсування поїзди «Регістон», «Шарк», «Насаф» та «Афросіаб», за

допомогою яких туристи можуть ознайомитися лише з одним туристичним центром Узбекистану. Автор пропонує в період значних туристичних потоків до Узбекистану (квітень, травень, вересень та жовтень) організацію трьох залізничних туристичних маршрутів: Ташкент–Джизак–Самарканд–Карші–итаб; Ташкент–Самарканд–Навої–Бухара–Карші–Термез; Ташкент–Самарканд–Навої–Хіва–Нукус, із курсуванням на них до 12 туристичних поїздів щорічно. Планується, що таким чином можна буде перевести більше двох тисяч туристів за рік. Вартість однієї путівки автор розраховувала в розмірі 40 дол. Тривалість маршруту – сім днів.

Автор провела анкетування пасажирів, що направлялися маршрутом Ташкент–Бухара–Ташкент стосовно якості туристично-екскурсійних послуг, та було виявлено, що послуги на залізничному транспорті в більшості випадків оцінені туристами як послуги незадовільної якості. Задля підвищення рівня послуг автор пропонує створення єдиного органу управління туристичними перевезеннями на залізничному транспорті.

Вчені з Іспанії Хуан Карлос Гарсія-Паломарез, Явер Гутирез та Кармен Мінгез вважають, що інформаційні потоки, які отримують потенційні туристи із мережі Інтернет, є одним із основних поштовхів подорожувати в ту чи іншу місцевість [83]. Вони проаналізували інформацію про вісім найпопулярніших у Європі місць за рівнем відвідування: Лондон, Мадрид, Афіни, Барселона, Берлін, Рим, Париж та Роттердам. Вони виявили, що в соціальних мережах розміщено сотні тисяч фото цих місць. Корисною, на їхню думку, є інформація у вигляді фото та повного опису місця розташування пам'яток історико-культурного значення, фото готелів, ресторанів, казино, парків та інших місць відпочинку. Безумовно, знаючи повну інформацію про конкретну місцевість, турист може заздалегідь запланувати свій маршрут, забронювати готель і навіть купити квитки для проїзду в місцевому транспорті. Цікаво, що згідно зі статистичними даними, місцеві мешканці розмістили втричі більше фотографій свого рідного міста, аніж туристи.

Туризм як один із важливих сегментів національної економіки здійснює вагомий вплив на її ключові галузі, з'єднують ланкою між якими є інформація, підкреслено у роботі Мельниченко С. В. [84]. Туристична діяльність, на відміну від інших видів економічної діяльності, вважається інформаційно насиченою, а тому найбільший соціально-економічний ефект від якої досягається шляхом впровадження різноманітних інформаційних технологій. Встановлено, що розвиток туристичного бізнесу стає неможливим без впровадження

сучасних інформаційних технологій. У результаті визначено та охарактеризовано види інформаційних технологій у туризмі, а саме: глобальні розподільчі системи; бронювання та резервування; електронні інформаційні системи; інформаційні системи менеджменту; мобільні системи зв'язку; послуги глобальної комп'ютерної мережі.

В Україні проблема туристичних перевезень дуже загострилася після 1991 р., оскільки суттєво скоротилися кошти на оновлення рухомого складу та на розвиток туристичної інфраструктури. Незважаючи на велику кількість наукових праць з теорії та практики розвитку пасажирських залізничних перевезень, проблема розвитку залізничного туризму є недостатньо висвітленою й вимагає подальшого вдосконалення. Поза увагою залишилися питання використання для туристичних подорожей існуючих вузькоколіїних залізниць, їх реконструкції та побудови нових ділянок. Жодної науково-дослідної роботи, яка б комплексно вирішувала проблему розвитку залізничного туризму з використанням широких та вузьких колій, за цей період не було виконано.

Нагальною проблемою сучасного суспільства є збереження природних і енергетичних ресурсів для майбутніх поколінь. Її розв'язання можливе лише з переходом до сталого розвитку, що передбачає збалансоване використання існуючих ресурсів та зменшення залежності від тих видів енергії, які негативно впливають на потепління клімату [85]. Для туристичної галузі це рівномірність у використанні існуючих історико-культурних ресурсів та задоволенні потреб споживачів туристичних послуг з можливістю впровадження конкретних рекреаційних заходів.

Інтегруюче поняття сталого розвитку було затверджене в 1992 р. представниками понад 180 країн світу на конференції в Ріо-де-Жанейро. Пізніше у 2002 р. в Йоханесбурзі було затверджено Концепцію сталого розвитку, де запропоновано поєднання трьох складових гармонійного розвитку суспільства: економічної, соціальної та природоохоронної. Впровадження нових технологій, розвиток зелених технологій, екологічної інфраструктури та модернізація виробництва підвищують ефективність споживання ресурсів [86]. Основними положеннями концепції передбачено:

- зменшення кількості сировинних підприємств, розширення виробництв із повним технологічним циклом, що сприятиме зменшенню відходів;

- модернізація підприємств на основі провідних світових досягнень, впровадження ресурсо- та енергозберігаючих технологій, використання природних джерел енергії;

– спрямування зусиль підприємствами малого та середнього бізнесу на виробництво сільськогосподарської продукції, розвиток сучасних електронних цифрових технологій, впровадження енергозберігаючих технологій, а також розвиток туристичної та рекреаційної сфер.

Реалізація вказаних положень неможлива без розвитку залізничного транспорту. У просуванні нових напрямків залізницям слід орієнтуватися на впровадження інновацій; «розумне зростання» без виснаження ресурсів задля отримання надприбутків; стимулювання економіки з високим рівнем зайнятості, що сприятиме соціальній та територіальній згуртованості населення.

Розвиток залізничного транспорту в Україні має свої особливості. Незважаючи на акціонування в жовтні 2015 р., у галузі пасажирських перевезень суттєвих зрушень не відбулося. Організаційна структура лише частково реформована, закупівля нового рухомого складу відбувається дуже повільно. Недостатнє бюджетне фінансування програм модернізації й будівництва об'єктів інфраструктури разом з незначними приватними інвестиціями призвели до значного зносу основних засобів.

Рівень зносу пасажирського рухомого складу українських залізниць сягає майже 90 %, а достатніх коштів на придбання нових поїздів ані в національному бюджеті, ані в АТ «Українська залізниця» немає. У найближчому майбутньому потрібно поліпшити якість наявних і збудувати нові об'єкти транспортної інфраструктури для потреб економічного розвитку й підвищення якості життя громадян. Для цього слід збільшити фінансування розвитку інфраструктури, що перебуває в державній власності; створити привабливі умови для залучення приватних інвестицій; удосконалити структуру управління на залізничному транспорті [8].

Процес успішної інтеграції залізниць України в систему континентальних транспортних сполучень і нарощування потенціалу пасажирських перевезень у цій сфері безпосередньо залежить як від інвестицій у розвиток залізничної інфраструктури й рухомого складу, так і від організаційних заходів. Таким чином, пріоритетом повинно стати не лише придбання необхідної кількості одиниць рухомого складу переважно нового покоління, що відповідає європейським технічним нормам щодо залізничного транспорту, а й надання можливості приватним компаніям вийти на ринок перевезень (надати необхідні ліцензії, доступ до залізничних колій та мереж тощо). Умови оплати за використання інфраструктури мають бути однаковими для всіх перевізників, включаючи й АТ «УЗ» [8].

Після забезпечення рівного доступу до інфраструктури приватних підприємств зможуть зацікавити не тільки вантажні, а й пасажирські перевезення [87; 88]. Залізницю можна використовувати не тільки як перевізника пасажирів з пункту А в пункт Б. Задля підвищення конкурентоспроможності залізничного транспорту у сфері пасажирських перевезень пропонується впровадити залізничний туризм, який сприятиме покращенню іміджу українських залізниць, оновленню рухомого складу, розширенню спектру послуг, зростанню рівня сервісу, а також при розумній організації суттєво поповнить бюджети всіх рівнів.

Серед важливих напрямів державної політики в галузі туризму можна виділити такі [87; 88]: раціональне використання вільного часу громадянами; оптимальне використання рекреаційних та туристичних ресурсів; захист прав та інтересів держави в туристичній галузі; створення економічних умов, які дадуть поштовх до розвитку туризму в Україні, залучення інвестицій у розвиток туризму; визначення порядку управління державною власністю в галузі туризму; створення рівних можливостей на ринку туристичних послуг для суб'єктів підприємництва незалежно від форм власності; гарантування безпеки перебування туристів у країні; плідна співпраця з іноземними партнерами. На жаль, більшість пунктів із перелічених вище поки що залишаються на папері, адже вільних коштів на розвиток туристичної індустрії, створення гідного туристичного продукту, наукові розробки тощо в цій галузі держава не має. Тому залучити інвесторів та надати їм преференції – одне з головних завдань.

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 [89]. Автор підкреслює, що туристична галузь України, маючи потужний туристично-рекреаційний потенціал, розвивалася без урахування особливостей її функціонування, глибокого проникнення в суть проблем та за відсутності цілеспрямованої, комплексної туристичної політики держави й відпрацьованих механізмів управління. Це призвело до переорієнтації туризму на виїзний, руйнування системи соціального туризму, важливих складових інфраструктури галузі.

У роботі [90] обґрунтовано доцільність виокремлення такої складової сталого розвитку як «стале рекреаційно-туристичне природокористування» та надано визначення цього поняття. Отже, це – організований, ієрархічно керований процес коеволюційного розвитку природного рекреаційно-туристичного потенціалу та суспільства, мета

якого забезпечити здорове продуктивне життя і відпочинок в гармонії із природою нинішньому та майбутнім поколінням на основі охорони і збагачення специфічної культурної і природної спадщини рекреаційно-туристичних територій.

«Суттєвим чинником регулювання процесу перетворень в сфері рекреаційно-туристичного природокористування в умовах функціонування ринку, – наголошує автор, – є рівень розвитку його інфраструктури». Вважаємо, що саме залізничний транспорт здійснює найменш руйнівну силу на навколишнє середовище, а отже, залізничний туризм має найбільші переваги для розвитку туристичних маршрутів порівняно з іншими видами транспорту.

Інший вчений [91] пропонує такі методичні підходи до вибору виду стратегічного управління в туризмі: за формами туризму – стратегічне управління міжнародним та внутрішнім туризмом; за способом проведення – стратегічне управління плановим туризмом, самовільним туризмом, соціальним туризмом; за типом туристичної діяльності – стратегічне управління щодо організації паушальних турпослуг, індивідуальних турів, ділового та політичного туризму.

На наш погляд, поняття «діловий туризм» взагалі не кореспондує із визначенням поняття туризму у Законі України, де сказано: «туризм не пов'язаний із оплачуваною діяльністю», а в реальності діловий туризм зазвичай оплачується, тому пропонуємо не включати цей тип поїздки до загальновідомих типів туризму.

За видами туризму автор [91] пропонує застосовувати стратегічне управління екскурсійно-пізнавальним туризмом, спортивним, зеленим туризмом, аматорським туризмом на економічній основі, релігійним туризмом, винно-дегустаційним, оздоровчо-пізнавальним туризмом, туризмом «вихідного дня».

На наш погляд, цей перелік можна доповнити ще декількома видами туризму, серед яких: екстремальний, подієвий, комунікаційний, освітній.

Також автор виділяє такі функції туризму: соціальну, економічну, політичну, гуманітарну і духовну та екологічну. На наш погляд, цей перелік можна ще значно розширити.

Автор Гечебаєв М. Ю. [92] акцентує увагу на проблемах функціонування сучасної економічної системи туристичного транспорту в Росії, серед яких: низька якість послуг, неконкурентоспроможність туристських перевезень, відсутність єдиного інформаційного простору туристичної інформації, застаріла транспортна та туристична інфраструктура, відсутність інтеграції учасників туристичного ринку. Подібні проблеми є і в Україні. Для

ефективного управління туристськими перевезеннями науковець пропонує створення організаційної структури управління логістичною системою для виконання відповідних функцій. На думку автора, це може бути регіональна спілка некомерційного характеру організацій туризму і транспорту, основна мета якої – координування діяльності її членів, захист їхніх прав та інше. В Україні існує декілька подібних спілок та асоціацій, але їхня діяльність внаслідок недосконалої законодавчої бази, скрутної економічної ситуації в країні та інших суб'єктивних та об'єктивних факторів поки що є не дуже ефективною для кінцевого споживача – туриста.

Передати повноваження регіонам пропонується і в роботі Н. В. Короленко [93], де запропоновано створення регіональних туристичних центрів, діяльність яких буде спрямована на розробку інтегрованих маркетингових комунікацій.

Створити туристично-інформаційну асоціацію пропонує К. А. Панасюк [266], яка головним завданням цієї структури вважає захист малих туристичних підприємств, здійснення інформаційної політики та вплив на великі підприємства – туроператорів, що, врешті-решт, дозволить зменшити ризики діяльності та покращити якість обслуговування. Тобто, автори намагаються запропонувати організаційні структури регіонального рівня, які б координували роботу туристичних підприємств у правовому полі.

У роботі О. А. Караєвської [94] велику увагу приділено туризму як фактору сталого розвитку суспільства, зокрема, обґрунтовано потребу співпраці України та ЄС у сфері туризму як важливого чинника європейського напрямку зовнішньої політики України та залучення її до спільного туристичного простору; окреслено перспективи розвитку політики ЄС у сфері туризму, яка є важливим інструментом досягнення основних цілей Європейського Союзу щодо сталого розвитку. Автор вказує, що туризм є одним із пунктів Національних програм приготування до членства в Європейському Союзі. Безумовно, на наш погляд, усі окреслені напрямки є архіважливими і для України задля розвитку туристичного продукту європейської якості.

Грицьку-Андрієш Ю. П. [95] теж підкреслює, що для забезпечення сталого розвитку туристичної сфери та поглиблення відносин між Україною і ЄС необхідне підвищення якості національних пропозицій до рівня міжнародних стандартів і розширення ринкової присутності.

Для сталого розвитку туристичної сфери в дослідженні Камушкова О. С. [96] розроблено такі заходи:

- 1) формування конкурентоспроможного туристичного продукту;
- 2) розвиток туристичної інфраструктури;

3) інтеграція регіональних туристичних пропозицій та продуктів;
4) розвиток діяльності суб'єктів туристичної діяльності;
5) розвиток провідних видів туризму;
6) гармонізація розвитку туризму зі традиціями місцевого населення;

- 7) розроблення схеми розвитку туристичних територій України;
8) здійснення туристичного районування території України;
9) удосконалення системи управління туристичним простором;
10) упровадження плати за використання туристичних ресурсів;
11) покращення туристичної доступності регіонів;
12) формування інформаційного простору сфери туризму;
13) створення єдиної системи маркетингу у сфері туризму.

Основним механізмом реалізації цих заходів може стати нормативно-правове, інституціональне, наукове, методичне, кадрове та фінансове забезпечення.

Загорулькін О. М. [96] при проведенні оцінки і вибору варіантів ефективної інноваційної стратегії підприємств пропонує використовувати індекси сталості для врахування характеристик впливу чинників зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства (межі змін від мінус 1 до плюс 1), яка базується на співвідношенні кінцевих результатів і витрат з подальшим їх порівнянням з нормативними і плановими величинами. Автор визначає інноваційну діяльність підприємств як систему організаційно-економічних методів і форм управління створенням і реалізацією нової туристичної послуги, технології або принципово нового інноваційного туристичного продукту з метою підвищення ефективності господарювання підприємства для задоволення потреб конкретних споживачів. Цікавою, на наш погляд, є пропозиція автора щодо розробки паспортів інноваційних проєктів, що дозволить сформувати банк даних про потенційних інвесторів, а також визначити можливі ризики за проєктом.

Корисне порівняння сталого та традиційного туризму наводить Новіков В. С. (табл. 4.2).

Науковець К. А. Разумовський [99] пропонує визначати стратегічний потенціал залізниці або транспортної компанії наступним алгоритмом дій: нормування та розрахунок рівнів функціональних складових стратегічного потенціалу залізниці методом відстаней, аналіз отриманих результатів, розрахунок впливу діагностичних індикаторів, визначення індексу синергічного впливу, визначення потенціалу залізниці для реалізації стратегічних цілей.

Основні відмінності сталого туризму від масового. Джерело: [98]

Фактори порівняння	Сталий туризм	Масовий (традиційний) туризм
Залучення туристів	Обсяги надання туристичних послуг узгоджуються з соціально-економічними, екологічними можливостями території, які і визначають характер туристської діяльності	Туристська діяльність орієнтована на постійне збільшення туристичних потоків. Обсяги надання туристичних послуг обмежуються лише розміром матеріально-технічної бази
Поведінка туристів	Відвідувачі під час свого перебування слідують певній моделі поведінки відповідно до культури відвідуючої території. Поведінка відвідувачів не завдає шкоди природним ресурсам, традиціям і звичаям місцевого населення	Відвідувачі приносять свій спосіб життя і поведінки на територію відпочинку
Ставлення до природи	Для відвідувачів важлива сама цінність існування природних об'єктів, а не їх споживча цінність	Домінує споживацьке ставлення відвідувачів до природних об'єктів. Природні об'єкти оцінюються виходячи з їх корисності для людини
Відносини відвідувачів і місцевого населення	Доброзичливі, шанобливі стосунки, метою яких є пізнання нової культури	Формальні відносини. Відвідувачі вважають себе господарями, яких повинні обслуговувати

У роботі Карась О. С. [100] запропоновано механізм державно-приватного партнерства – концесію для реалізації інвестиційних інтересів держави в транспортній галузі. Сферами його застосування мають бути: реконструкція та розширення мережі транспортних шляхів; розвиток сучасної інфраструктури, її сервісу та підвищення якості перевезень; участь у процесі транскордонної співпраці на регіональному рівні; інтеграція України в міжнародну транспортну систему.

У дисертації Максимова В. В. [101] наведено авторське поняття терміну «державно-приватне партнерство» як юридично оформлена система взаємовідносин сторін-партнерів, яка спрямована на сумісну реалізацію інвестиційних проєктів, яка базується на справедливому розподілі відповідальності, необхідних організаційних, фінансових, виробничих та інших ризиків та надає гарантію сторонам в отриманні позитивного результату. Автор пропонує таку частку участі держави та приватного інвестора: 80 % – держава, 20 % – приватний інвестор від загального обсягу капіталовкладень в будівництво транспортної інфраструктури. Ми не впевнені, що у бюджеті нашої держави є вільні кошти в такому обсязі на будівництво транспортних об'єктів, скоріше, співвідношення повинно бути обернене.

Науковець Каверин О. В. [102] відзначає, що після виділення пасажирських перевезень в окремі структури збитковість від пасажирських перевезень вже покривається не за рахунок вантажних, а за рахунок державного бюджету. Автор, проаналізувавши ситуацію, що склалася у його країні, доходить висновку, що питання взаємодії ВАТ «Федеральна пасажирська компанія» з іншими учасниками перевізного процесу та власниками інфраструктури та рухомого складу є найменш опрацьованим та потребує подальшого вивчення та розвитку на державному рівні у правовому полі. Каверин О. В. визначив основні ризики, які можуть загрожувати учасникам бізнесу, пов'язаному із пасажирськими перевезеннями, а саме: встановлення тарифів, які не забезпечують економічно обґрунтовані результати діяльності; відхилення фактичного попиту на перевезення від запланованого рівня; перехід споживачів залізничних послуг на інші види транспорту; зниження конкурентоспроможності залізничних перевезень у зв'язку із низьким рівнем сервісу; зниження загального рівня іміджу залізниць. До цього переліку, на наш погляд, доцільно було б додати ризики, пов'язані із недосконалістю українського законодавства стосовно учасників перевізного процесу, можливим ще більшим зниженням доходів домогосподарств, що буде виключати можливість вільних коштів мешканців України на подорожі, у тому числі й залізничним транспортом; здешевленням турів в інші країни, які можуть бути більш привабливими для українців, ніж подорожувати своєю країною; суттєвим збільшенням рівня інфляції, і, як наслідок, зниження інвестиційної можливості потенційних інвесторів залізниць – концесіонерів та багато інших ризиків.

У роботі Меркулової М. Є. [103] проаналізовано світовий досвід організації державно-приватного партнерства, та доведено, що ця взаємодія є досить ефективною для галузей, які не підлягають приватизації. Автор пропонує вивчати функції державно-приватного

партнерства з урахуванням ефектів, яке воно приносить суспільству та економіці.

Серед недоліків цієї форми взаємодії автор додає ще й несприйняття такого партнерства суспільством. Ми не згодні погоджуватися з цією тезою, адже для споживача, наприклад, туристичних послуг, взагалі не має значення хто є власником туристичної та транспортної інфраструктури, для споживача важлива безпека подорожі та висока якість послуг.

Науковці у роботах [104; 105; 106] підкреслюють, що розвиток державно-приватного партнерства є однією із найважливіших умов підвищення інвестиційної активності регіонів. На думку авторів, державно-приватне партнерство – це інституційний механізм об'єднання ресурсів держави та приватного бізнесу з метою розробки, планування, фінансування, будівництва та експлуатації об'єктів соціальної та виробничої інфраструктури в регіональних економіках.

Автором [105] запропоновано методику рейтингування проектів державно-приватного партнерства, яка дозволить приймати оптимальні управлінські рішення щодо доцільності їхньої розробки та реалізації. Ми підтримуємо ідею автора щодо рейтингування проектів та його пропозицію щодо введення у практику інфраструктурних облігацій, які є ефективним інструментом фінансування довгострокових та капіталоемних проектів.

Науковець Перекрєстова Ю. М. [107], аналізуючи статистику туристичних потоків, дійшла до висновку, що в Росії розвинений виїзний туризм, майже не розвинений в'їзний туризм і практично відсутній внутрішній туризм. Відбувається, на думку автора, це головним чином, внаслідок застарілої туристичної та транспортної інфраструктури країни. Задля залучення інвестицій у вказані напрямки автор пропонує перерозподілити права між національним, регіональним та місцевим рівнями управління, а також впроваджувати державно-приватне партнерство.

Залучати кошти інших суб'єктів господарювання пропонує і Борщ В. М. [72] на засадах фанрайзингу (залученні грошових засобів та інших ресурсів, які підприємство не в змозі забезпечити самостійно та які є необхідними для реалізації конкретного проекту).

Романов С. А. [108] акцентує увагу на нерозвиненості внутрішнього туризму в Росії внаслідок низької якості туристичних послуг та високих цін на туристичні продукти. Автор обґрунтовує необхідність та взаємовигідність державно-приватного партнерства у сфері транспортно-туристського обслуговування. Автор інтерпретує поняття «послуга туристського перевезення» як результат сумісної господарської діяльності

туристських фірм та транспортних компаній, який проявляється у перевезенні туриста за заздалегідь запланованим маршрутом на спеціальному туристському транспорті.

Можна зробити висновок, що розвиток залізничного транспорту та сфери туризму й курортів може стати вагомим чинником прискорення економічного зростання, підтримки зайнятості, сприятиме структурній модернізації економіки, наповненню бюджетів усіх рівнів. Досягати поставленої мети потрібно з урахуванням поєднання трьох складових гармонійного сталого розвитку: економічної, соціальної та природоохоронної.

З метою досягнення високих економічних показників пасажирським компаніям необхідно розробляти, продукувати та впроваджувати креативні інноваційні заходи для підвищення рівня розвитку шляхом організації залізничного туризму, що є важливою частиною корпоративної відповідальності.

Тому авторами доведено, що необхідно постійно досліджувати, аналізувати й розвивати ініціативи інноваційного напрямку, які створюють імідж компанії та є основою збереження й оптимізації діяльності компанії для формування соціального-економічного й фінансового потенціалу. Для продукування дій щодо вирішення проблем і визначення перспектив інноваційного розвитку, відновлення стратегічних напрямів трансформації в роботі розроблено концепцію інноваційного розвитку пасажирської компанії, яка формує змістовне представлення її властивостей, характеристик, класифікаційних ознак за типами та ситуаціями в конкретній предметній галузі, визначає систему складових за функціональними ознаками, властивості її елементів і причинно-наслідкові зв'язки [8].

Концепція складається з: описового блоку (містить принципи створення, функції та специфічні властивості системи забезпечення інноваційного розвитку пасажирської залізничної компанії); блоку функціональних підсистем (інформаційного, маркетингового, інтелектуального, фінансового, аналітичного забезпечення; оцінки та мінімізації ризиків; керуюча підсистема); блоку інноваційного процесу (виділено два види інноваційного процесу – які виконуються власними силами та силами зовнішніх організацій, з урахуванням етапів прийняття рішень).

Механізми інноваційного розвитку. Економічна ефективність – це «... досягнення найбільших результатів за найменших витрат живої та уречевленої праці. Е. Е. – конкретна форма вияву закону економії часу. Їх зв'язок здійснюється через зростання продуктивності праці. Її підвищення означає зростання ефективності сукупної праці, збільшення ефективності

всього виробництва, зумовленої насамперед прогресом продуктивних сил» [6; 20].

У цьому контексті економічна ефективність залізничних туристичних перевезень – це підвищення прибутковості та рентабельності пасажирських перевезень у далекому сполученні за рахунок збільшення обсягів перевезень та зменшення величини питомих витрат на ці перевезення [109].

Авторами розглянута проблема підвищення економічної ефективності пасажирських залізничних перевезень за рахунок організації туристичних перевезень широкими коліями. Ця проблема вже вирішувалася в Україні ще за часів СРСР, але без необхідного економічного обґрунтування, оскільки раніше не існувало комплексної методики, яка б враховувала основні чинники залізничного туризму.

Кілька років тому частково ця проблема була вирішена у роботі [13], але ще багато питань залишилося поза увагою. В умовах суттєвої збитковості пасажирських перевезень, відсутності державних субсидій та власних коштів, АТ «УЗ», як і попередня структура – «Укрзалізниця», не може собі дозволити виділяти кошти на закупівлю спеціального рухомого складу для туристичних перевезень та реконструкцію залізничної інфраструктури.

Досі невирішеними залишилися питання інвестування залізничних перевезень приватними туристичними компаніями та окремими особами, як вітчизняними, так і закордонними. До речі, зараз приватні особи виявляють певний інтерес до інвестування розвитку туристичних перевезень у Закарпатському регіоні. І питання приватних інвестицій у розвиток залізничного туризму є домінуючим при розробці концептуального підходу до вирішення цієї проблеми. Залежно від джерела інвестицій можна запропонувати три сценарії розвитку залізничних туристичних перевезень (рис. 4.4) [110].

Сценарій 1. Розвиток туристичних перевезень виконується за кошти АТ «УЗ». Як правило, цей варіант розвитку пов'язаний із закупівлею нового рухомого складу, організацією нових залізничних туристичних маршрутів, забезпеченням ночівлі та харчування в поїздах, ночівлі та харчування в місцевих готелях і ресторанах, трансферних перевезень туристів та проведення екскурсій. 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. Такий варіант розвитку залізничних туристичних перевезень можливий, але зараз АТ «УЗ» вважає його передчасним [8].

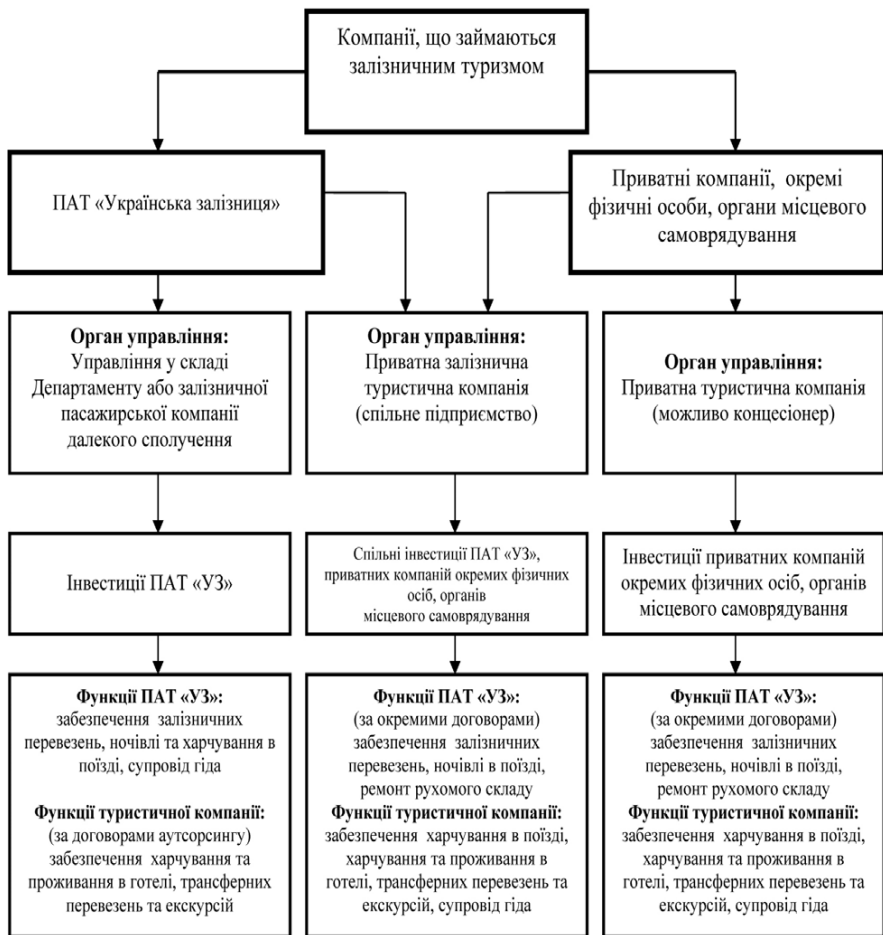


Рис. 4.4. Схема розподілу функцій АТ «УЗ» та туристичної компанії залежно від органу управління та джерела інвестицій

Сценарій 2. Є більш реальним, оскільки АТ «УЗ» лише частково бере участь в інвестуванні туристичних перевезень, а основні інвестиції в цей проект роблять приватні компанії та особи. Цей варіант для АТ «УЗ» більш вигідний, оскільки воно перекладає частину функцій, які пов'язані із забезпеченням проживання та харчування в місцевих готелях та проведенням екскурсій, а інколи й трансферними перевезеннями на туристичну компанію.

Тобто, цей проект розвитку залізничних туристичних перевезень побудовано на принципах державно-приватного партнерства. Для виконання своїх основних функцій (залізничні перевезення, забезпечення ночівлі та харчування у поїзді) ніяких додаткових організаційних структур у складі Департаменту пасажирських перевезень у далекому сполученні утворювати не потрібно.

Сценарій 3. Найбільш реальний на сьогодні, оскільки ініціатором організації залізничних туристичних перевезень є приватні компанії та окремі особи. Лише вони вкладають кошти в цей проект, а саме: на закупівлю спеціального рухомого складу (туристичні вагони, вагон-буфет, вагон-ресторан, вагон-салон, вагон-ігротека та спеціальні вагони за необхідності).

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.

В таких проектах інколи зацікавлені місцеві органи самоврядування, які можуть своїми інвестиціями підтримати будівництво залізничної лінії і передати земельні ділянки, споруди та колії у концесію приватній компанії для подальшої експлуатації на кілька років. У цьому разі функції АТ «УЗ» – це забезпечення залізничних перевезень та ночівлі в поїзді, а функції туристичної компанії – організація харчування в поїзді, проживання та харчування в місцевих готелях, трансферних перевезень та екскурсій.

Але 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. .

Для поліпшення роботи пасажирського господарства сформована нова схема управління пасажирськими перевезеннями Укрзалізниці (рис. 4.5), яка передбачала суттєве зменшення кількості працівників Департаменту пасажирських перевезень, утворення окремої пасажирської компанії на рівні Укрзалізниці з філіями на кожній залізниці та одночасною ліквідацією пасажирських служб. До цієї компанії було включено всю пасажирську залізничну інфраструктуру, що приймає участь у пасажирських перевезеннях крім швидкісних та приміських.

На рис. 4.5 показано також підпорядкування менеджмента вищого рівня Укрзалізниці одночасно Кабінету Міністрів України та Міністерству інфраструктури, оскільки це питання остаточно не вирішено. Утворення загального фонду фінансування розвитку

пасажирських перевезень запропоновано за принципами Євросоюзу, що зараз можливе для Укрзалізниці.

Поява одночасно трьох самостійних незалежних компаній з перевезення пасажирів (пасажирська, швидкісна та приміська) призвела до чіткого розмежування зон обслуговування цими компаніями. Функції нової пасажирської компанії наочно представлено на рис. 4.6.

Цей розподіл зон курсування поїздів спонукає до зміни структури парку пасажирських вагонів. Перспективний розвиток пасажирських перевезень потребує зміни кількісної та якісної структури вказаних парків. В Україні вкрай необхідні швидкісні перевезення, які поступово будуть замінювати певну частину пасажирського парку локомотивної тяги на швидкісні поїзди (корейського, чеського та вітчизняного виробництва). В цьому разі кількість вагонів третьої групи буде поступово зменшуватися та якісно поліпшуватися. Але відсутність коштів на розвиток пасажирських перевезень буде вимагати від АТ «УЗ» змінювати підхід до інноваційного розвитку пасажирських компаній. Скорочення кількості поїздів локомотивної тяги у кожному з них потребує реконструкцію приписного парку вагонів залежно від терміну експлуатації та нормативного строку служби рухомого складу. Для цього надлишковий реконструйований рухомий склад потрібно використовувати за іншим напрямком, наприклад, для організації туристичних перевезень. Цей вид залізничного туризму – вимога часу, оскільки є додатковим джерелом для отримання прибутку [8; 195; 197].

В останні роки АТ «Укрзалізниця» не має достатньо коштів для придбання нового пасажирського рухомого складу для виконання прибуткових туристичних перевезень. В той же час надлишкові пасажирські вагони локомотивної тяги, які є у вагонних депо у зв'язку з падінням обсягів перевезень та відслужили свій термін – 28 років, можуть бути переобладнані капітально-відновлювальним ремонтом для комфортного перевезення туристів. Оскільки у АТ «УЗ» зараз не вистачає коштів на закупівлю нового сучасного рухомого складу для туристичних подорожей, його можна придбати за кошти приватних компаній за умови організації державно-приватного партнерства [8; 195; 197].

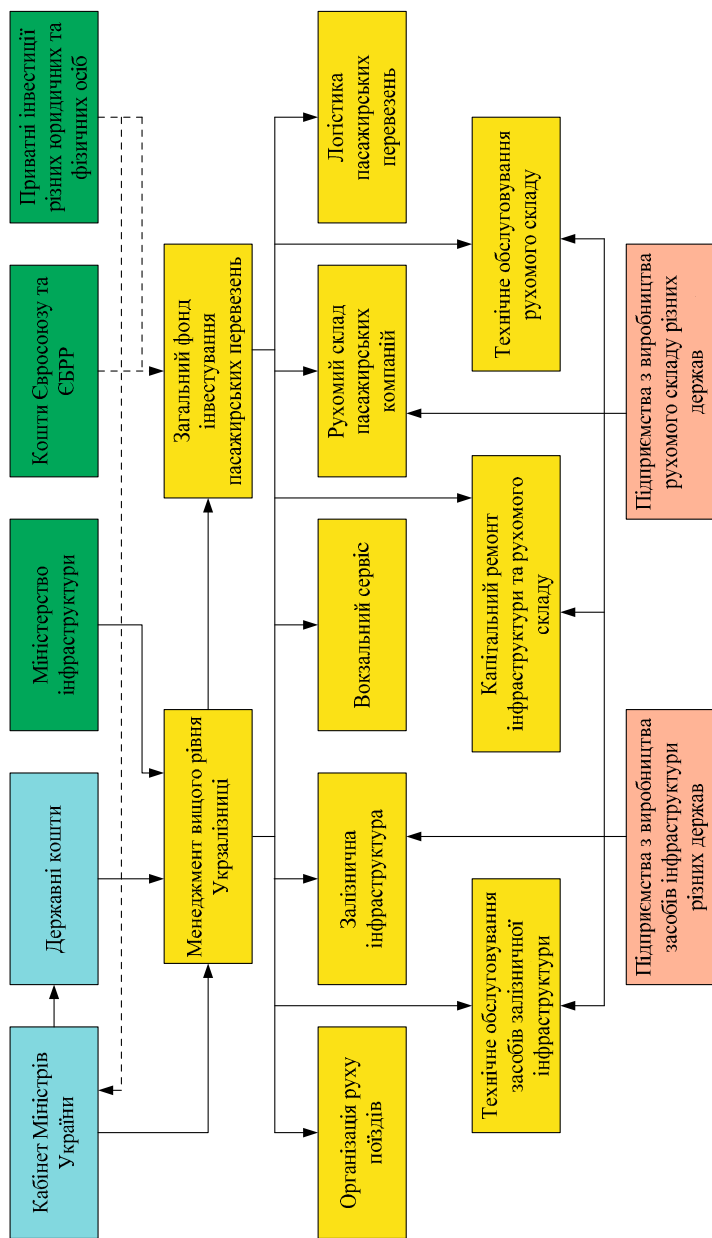


Рис. 4.5. Структурно-логічна схема організації та фінансування пасажирських перевезень. Джерело: [111]

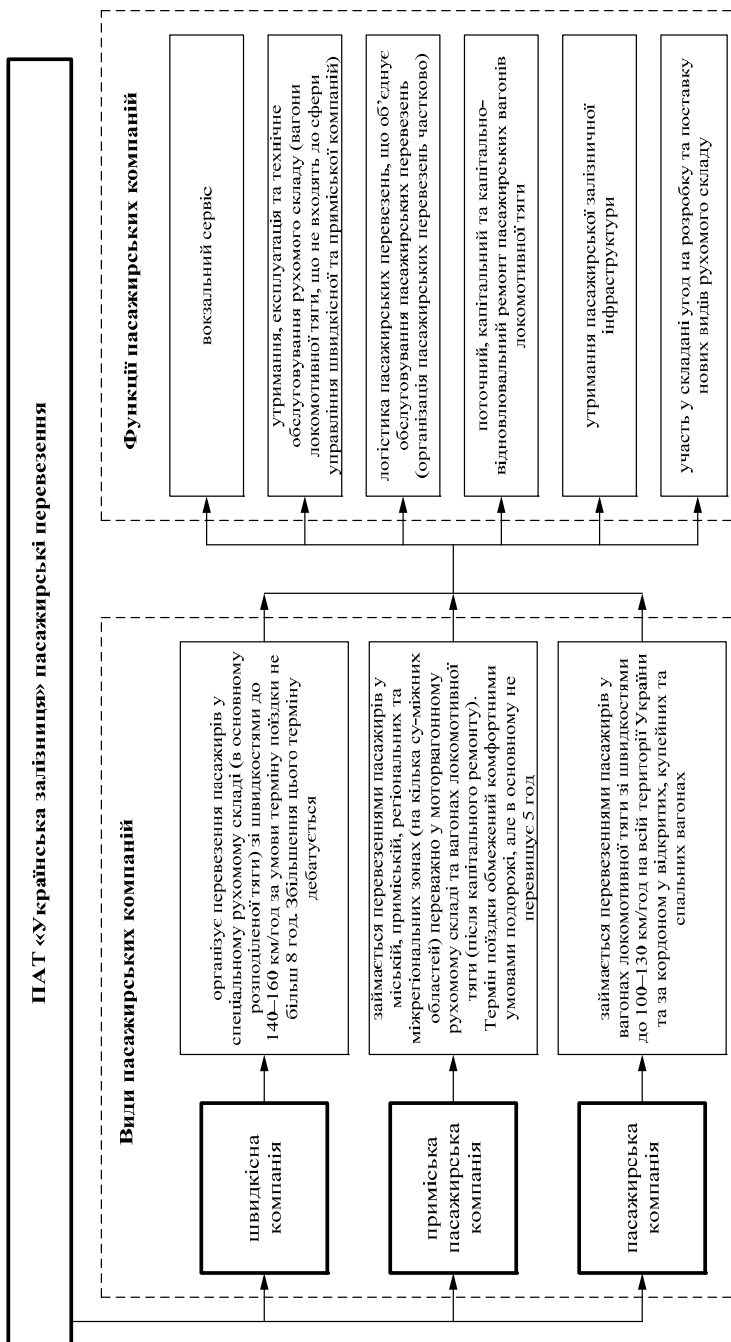


Рис. 4.6. Функції нової пасажирської компанії

Враховуючи сказане, можна запропонувати наступний методичний підхід щодо інноваційного розвитку пасажирських компаній та підвищення їх ефективності функціонування за рахунок надання додаткових послуг туристичним фірмам і агентам:

1. АТ «УЗ» продає за певні кошти надлишкові пасажирські вагони, термін служби яких вичерпано, приватним компаніям та особам.

2. За замовленням власників цих вагонів за окрему плату вагонне депо виконує їм капітально-відновлювальний ремонт для комфортних туристичних перевезень по широким залізничним коліям.

3. АТ «УЗ» за окремими договорами з туристичними операторами або туристичними агентами забезпечує надійну організацію курсування туристичних поїздів.

4. Вагонне депо за окрему плату забезпечує екіпірування туристичного поїзда або окремих вагонів, їх технічне обслуговування, поточні та капітальні види ремонту, а також забезпечує вагони своїми провідниками під час подорожі.

5. Забезпечення туристичних поїздів вагонами-ресторанами може відбуватися за різними схемами: вагони-ресторани передаються за договорами оренди приватній компанії або фізичній особі у відповідному технічному стані; вагони-ресторани за окремими договорами після ремонту та переобладнання продаються приватній компанії або фізичній особі; приватні компанії або фізичні особи можуть закупляти нові вагони-ресторани у будь-якого покупця [8; 195; 197].

Усі інші види послуг буде виконувати приватна туристична компанія або туристичний агент. Запропоновані зміни дозволять пасажирській компанії отримати додатковий дохід від виконання таких операцій: капітально-відновлювальний ремонт пасажирських вагонів для потреб залізничного туризму; екіпірування туристичного поїзда; забезпечення туристичних вагонів своїми провідниками під час подорожі; виконання усіх видів ремонтів туристичного рухомого складу за окремими замовленнями туристичної компанії. На підставі цього запропоновано методичний підхід щодо інноваційного розвитку пасажирських компаній та підвищення їх ефективності функціонування за рахунок надання додаткових послуг (рис. 4.7) [8; 195; 197].

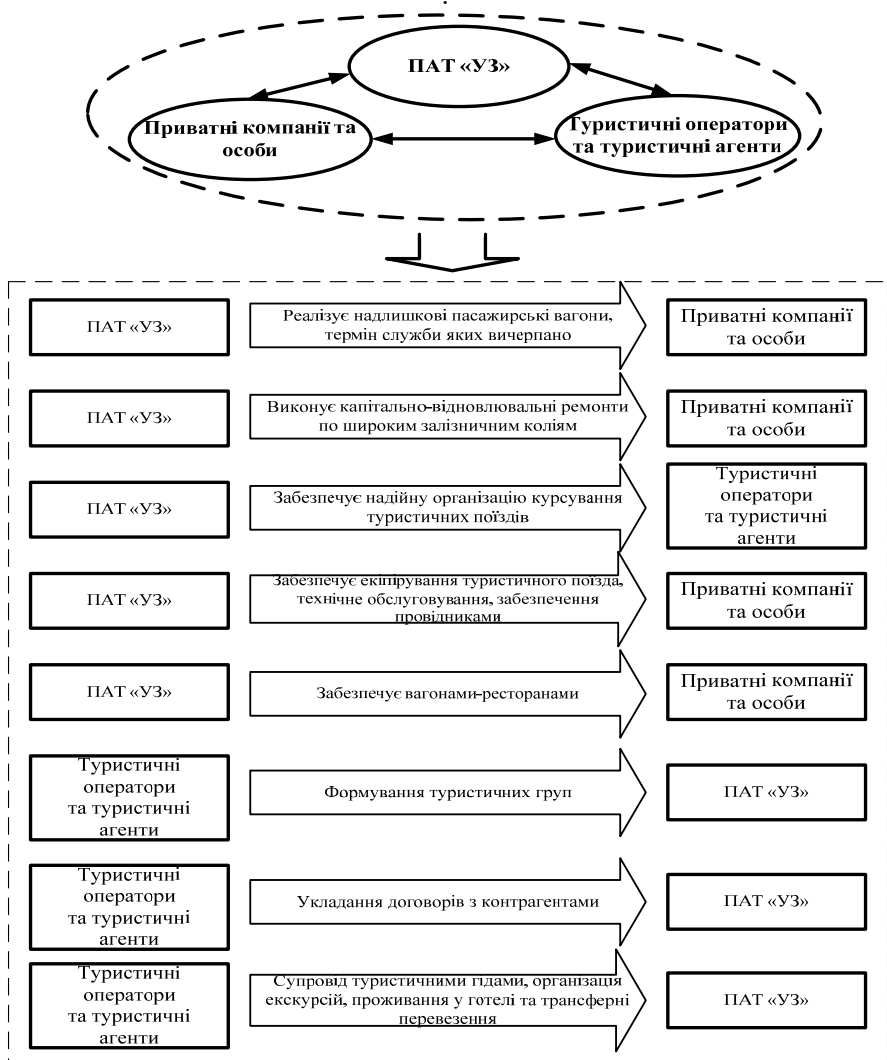


Рис. 4.7. Методичний підхід щодо інноваційного розвитку пасажирських компаній та підвищення їх ефективності функціонування за рахунок надання додаткових послуг туристичним фірмам і агентам

Далі авторами, на підставі вищевказаних досліджень, розроблено механізм інноваційного розвитку пасажирських компаній (рис. 4.8).

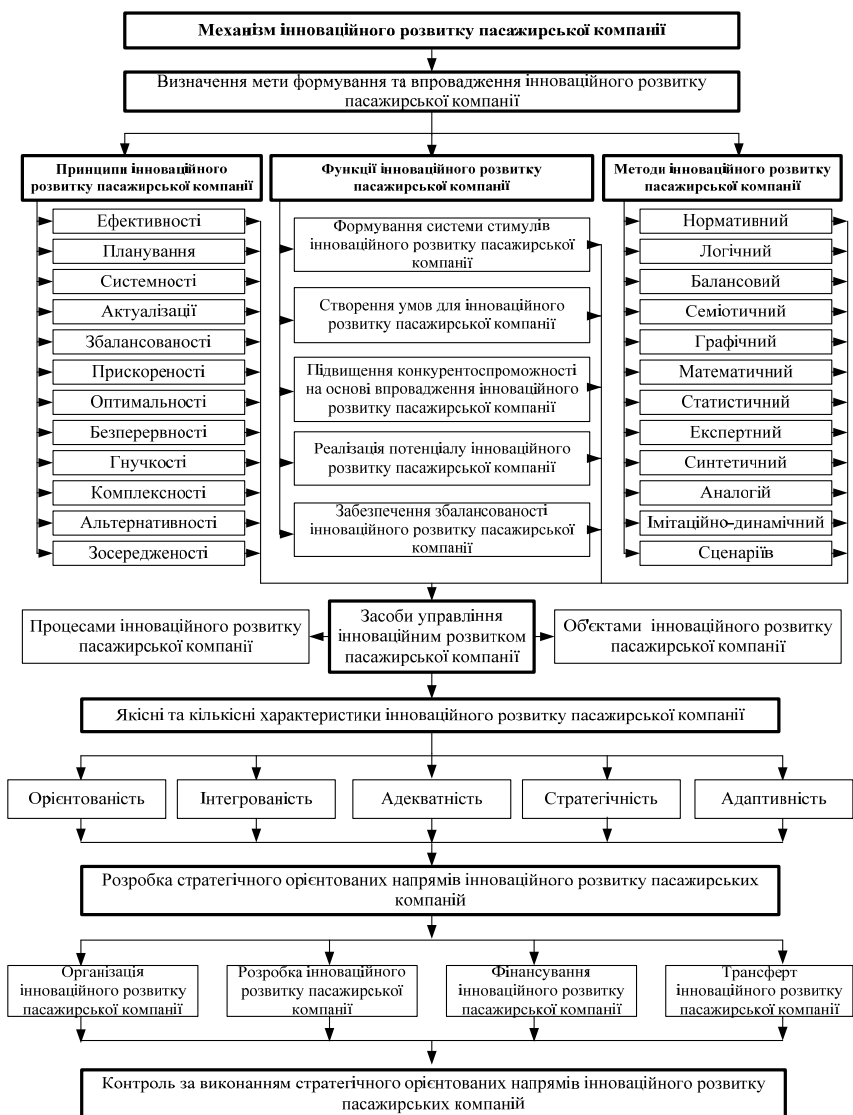


Рис. 4.8. Механізм інноваційного розвитку пасажирських компаній

Сучасний стан діяльності пасажирських компаній потребує постійного їх розвитку, що характеризується переосмисленням традиційних підходів і впровадженням інноваційних методик щодо управління системами на різних рівнях [8].

У розробках науковців основним пріоритетним напрямом розвитку пасажирських компаній було вимірювання ефективності фінансових показників їх діяльності. Сьогодення вимагає від сучасного управління пасажирськими компаніями переосмислення основних факторів розвитку, а саме, продукування креативних управлінських рішень, які спрямовані на адаптування до мінливих умов зовнішнього середовища, постійного попиту на інноваційні види продукції та послуг, завоювання нових ринків та підвищення конкурентоспроможності [196].

Досягнення інноваційного розвитку пасажирських компаній, полягає у системному поєднанні:

соціально-економічних процесів (формування механізму сукупності концептуально взаємопов'язаних інноваційних управлінських рішень, спрямованих постійне врахування політичних, економічних, соціальних, організаційних та інших чинників для проведення соціально-економічної політики в межах чинного законодавства та обов'язково з урахуванням вимог ринку);

мотиваційних процесів (головним фактором, який забезпечує інноваційний розвиток пасажирських компаній, є оптимізація системи мотивації персоналу. Підвищення рівня інноваційного розвитку пасажирських компаній можна отримати орієнтуючись саме на людський фактор, та спрямувати увагу на підвищення ефективності праці);

організаційних процесів (впровадження інформаційних та комунікаційних технологій в діяльність пасажирських компаній послаблює їх інноваційний розвиток, спрямовує на пошук та продукування інноваційних напрямів організаційного, що основою для перебудови своєї діяльності. В сучасних умовах господарювання пріоритетним є задоволення інтересів споживачів, що змушує пасажирські компанії постійно змінювати свій організаційний рівень, спрямований на підвищення рівня сервісу та якості продукції і послуг, формування конкурентоспроможного рівня цін та ін.);

правових процесів (правове регулювання інноваційного розвитку пасажирських компаній є загальною проблемою, це свідчить про необхідність самостійного формування правового забезпечення) [196].

інших процесів інноваційного розвитку пасажирських компаній (сучасні умови популяризують туризм серед населення та зумовлюють визначальну роль та місце інноваційного розвитку пасажирських компаній у забезпеченні їх конкурентоспроможності. Реалізація інноваційного розвитку пасажирських компаній надасть змогу модернізувати транспортну систему та підвищити рівень функціонування; підвищити рівень безпеки; ефективно використовувати потенціал пасажирських компаній).

При формуванні механізму інноваційного розвитку пасажирських компаній необхідно враховувати якісні та кількісні характеристики, а саме: орієнтованість (на попит споживачів та вимог ринків); інтегрованість (взаємозближення та утворення взаємозв'язків); адекватність (відповідність вимогам ринків та споживачів); стратегічність (довгострокове планування інноваційного розвитку пасажирських компаній); адаптивність (пристосування до перманентних змін зовнішнього та внутрішнього середовища) [196].

Розроблений механізм формує цілі, принципи, способи управління об'єктами й процесами, якісні та кількісні характеристики яких забезпечують орієнтованість, інтегрованість, адекватність, стратегічність, адаптивність. Це дозволяє розробити стратегічно орієнтовані напрями розвитку залізничного туризму та забезпечити векторально-оптимальні сценарії функціонування пасажирських компаній.

У системі управління пасажирськими компаніями існують принципи, які використовуються не тільки для підтримки діяльності на відповідному рівні, а й для постійного прогресивного розвитку, насамперед шляхом розробки й реалізації стратегії їх інноваційного розвитку [196].

5. ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙ В РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ЗАЛІЗНИЧНИМ ТРАНСПОРТОМ

Україна займає одне з провідних місць в Європі за рівнем забезпеченості цінними природними та культурними ресурсами. Створення системних і комплексних умов для розвитку туризму та курортів має стати одним з пріоритетів забезпечення сталого розвитку держави в цілому та підвищення якості життя населення [89].

Подолання простору – одне з найважливіших умов туристичної подорожі. Послуги перевезення – постійний компонент у структурі туристичної справи. Тому розвиток туризму і транспорту тісно взаємопов'язані. Значна частина наукових досліджень закордонних та вітчизняних авторів присвячена дослідженню туристичних пасажиропотоків та їх розподілу між видами транспорту. Зокрема відзначається, що основна частка в загальній структурі транспортних послуг у світовому туристичному бізнесі належить повітряному (43,7 %), і автомобільному (41,4 %) транспорту. Частка залізничного транспорту на сьогодні складає близько 7,0 % [11212].

Наразі туристичні залізничні перевезення в світі є окремим видом діяльності. Широко відомі такі туристичні поїзди як «Дунайський експрес» (Туреччина), «Палац на колесах» (Індія), «Sunlander» (Австралія), «The Royal Scotsman» (Великобританія) та ін. Значна частина досліджень присвячена розробці туристичних турів, оцінки їх якості та вартості. В той же час, розвиток туристичних перевезень вимагає значних інвестицій, що вимагає наукового обґрунтування методичних підходів до оцінки їх економічної ефективності [11212].

Населення нашої країни і громадяни інших держав зацікавлені в отриманні туристичних послуг в Україні. При цьому перевезення організованих груп залізницею мають пріоритет перед іншими видами транспортних туристських перевезень завдяки розвинутій інфраструктурі та можливості перевезення великої кількості туристів будь-яких категорій, в тому числі і людей з обмеженими можливостями, на значні відстані із забезпеченням високого рівня комфортності та безпеки подорожування. Залізничні пасажирські перевезення надають високий рівень надійності в порівнянні з повітряним та автомобільним транспортом та забезпечують дотримання графіка пересувань. Суттєвою перевагою залізничного транспорту у порівнянні з автомобільним та

авіаційним є можливість суміщення відпочинку та пересування. Завдяки цьому є значний потенціал для розвитку і зростання популярності залізничного туризму. В той же час в Україні залізничний туризм розвинутий недостатньо і обмежується в основному лише перевезеннями організованих груп людей до місць відпочинку [206].

Метою цієї роботи є розробка методичних підходів до оцінки економічної ефективності інвестицій спрямованих на розвиток туристичних перевезень залізничним транспортом та залізничного туризму.

Для досягнення поставленої мети використовується системний підхід та загальнонаукові і спеціальні методи дослідження: наукової абстракції, аналізу та синтезу, математичної статистики, проектного аналізу, фінансової математики, статистичних випробувань, оцінки економічної ефективності інвестицій, якісного та кількісного оцінювання рівня ризику [89].

Наразі існує досить розвинена методологічна база визначення економічної ефективності інвестиційних проектів [113 – 118]. Проте потребує дослідження та розробки відповідних методичних підходів питання врахування особливостей інвестиційних проектів, спрямованих на розвиток залізничного туризму, при оцінці їх економічної ефективності.

На сьогодні в Україні діють декілька нормативних документів в сфері оцінки економічної ефективності інвестицій. Основними з них є:

- Порядок та критерії оцінки економічної ефективності проектних (інвестиційних) пропозицій та інвестиційних проектів [119].
- Методичні рекомендації з розроблення інвестиційного проекту, для реалізації якого може надаватися державна підтримка [120].
- Методичні рекомендації щодо проведення оцінки економічної і соціальної ефективності виконання державних цільових програм [121].
- Методика проведення державної експертизи інвестиційних проектів [122].
- Методичні рекомендації з розроблення бізнес-плану підприємств [1233].

Порядок та критерії оцінки економічної ефективності проектних (інвестиційних) пропозицій та інвестиційних проектів [119] передбачає, що оцінка економічної ефективності інвестиційного проекту здійснюється за такими критеріями: чиста приведена вартість; внутрішня норма дохідності; дискontований період окупності; індекс прибутковості. При цьому позитивним висновок щодо ефективності

інвестиційного проекту є, якщо чиста приведена вартість є позитивною, внутрішня норма дохідності більша за нормативну ставку дисконту, індекс прибутковості перевищує 1. Використання названих критеріїв економічної ефективності повністю відповідає сучасним принципам, теоретико-методологічним підходам та світовій практиці щодо оцінки ефективності інвестицій. Проте названий документ не містить конкретних методичних підходів, а передбачає, що розрахунок критеріїв економічної ефективності інвестиційної пропозиції, інвестиційного проекту здійснюється з урахуванням Методичних рекомендацій із розроблення інвестиційного проекту, для реалізації якого може надаватися державна підтримка, що затверджуються Мінекономрозвитку [124].

Методичні рекомендації з розроблення інвестиційного проекту, для реалізації якого може надаватися державна підтримка [120] містить (пункт 2.8) методику визначення названих вище показників ефективності інвестицій. При цьому в методичних рекомендаціях не розкивається питання щодо урахування ризиків при оцінці ефективності проекту. Передбачається наведення в проекті окремим розділом інформації про ризики проекту, запобіжні заходи і страхування ризиків у випадках, передбачених законом (пункт 2.10). Передбачається лише якісна характеристика ризиків. Тобто названі Методичні рекомендації не містять кількісних методів оцінки ризиків інвестування та їх врахування при оцінці економічної ефективності інвестиційного проекту [124].

Методичні рекомендації щодо проведення оцінки економічної і соціальної ефективності виконання державних цільових програм [121] серед іншого містять алгоритм розрахунку чотирьох основних показників економічної ефективності, який збігається з методами, приведеними в розглянутих вище Методичних рекомендаціях з розроблення інвестиційного проекту. Також запропоновано використання декількох специфічних показників для інноваційних проектів: додана вартість, коефіцієнт співвідношення інвестицій (приватних та державних), коефіцієнт комерціалізації, коефіцієнт продаж нового продукту [89].

Також Методичні рекомендації, що розглядаються, містять методи оцінки синергетичного економічного ефекту програмної взаємодії, які дозволяють оцінити економічну ефективність програми саме як системи взаємопов'язаних проектів, тобто перейти від оцінки окремих інвестиційних проектів до оцінки ефективності їх комплексної реалізації. Синергетичний ефект програмної взаємодії включає ефекти програмних централізації, концентрації, спеціалізації, кооперації та тиражування проміжних і кінцевих результатів. Названі Методичні

рекомендації містять методичні підходи до визначення кожного з зазначених ефектів. Проте в цих Методичних рекомендаціях також відсутні методичні підходи щодо оцінки рівня ризику та врахування ризику при визначенні економічної ефективності інвестиційного проекту та програми [124].

Методичні рекомендації з розроблення бізнес-плану підприємств [1233] містять методичні підходи щодо прогнозування грошових потоків від діяльності підприємства та визначення показників економічної ефективності інвестицій, які, в цілому збігаючись з Методичні рекомендації з розроблення інвестиційного проекту, є більш докладними. В Методичних рекомендаціях, що розглядаються, також відсутні підходи щодо кількісного оцінювання рівня ризику інвестицій. Проте, на підставі аналізу пункту 2.1.10.3, можна зробити висновок, що основним шляхом врахування ризиків при оцінці економічної ефективності інвестицій вони визначають підвищення ставки дисконтування на премію за ризик, оскільки визначається, що "Ставка дисконту (r) – це норма прибутку, що інвестори звичайно одержують від інвестицій аналогічного змісту й ступеня ризику" [124]. Таким чином, вітчизняні нормативні актив в сфері оцінки економічної ефективності інвестиційних проектів відображають певний методичний інструментарій щодо структури прогнозних грошових потоків, визначення їх складових, розрахунку основних показників економічної ефективності інвестицій з урахуванням чинника часу. Проте замало уваги приділено кількісному оцінюванню ризиків інвестиційного проекту та їх врахуванню при визначенні його економічної ефективності.

На підставі аналізу нормативних документів і літературних джерел з теорії та практики оцінки економічної ефективності інвестицій можна відзначити [89].

Під економічною ефективністю розуміється співвідношення корисного результату, як правило, виміряного у вартісній формі, з витратами на його отримання. Оцінка економічної ефективності проекту ґрунтується на системі показників і критеріїв. Залежно від того, на якому рівні визначаються результати і витрати проекту, розрізняють показники суспільної (рівень економіки в цілому), бюджетної (з точки зору державного, місцевих бюджетів і позабюджетних фондів) і комерційної (з точки зору учасників) ефективності. В цій роботі визначається комерційна економічна ефективність проекту. Остання визначається з точки зору довгострокових фінансових наслідків проекту для його учасників.

При оцінці комерційної ефективності показники економічної ефективності проекту безпосередньо або опосередковано вимірюють дохідність інвестицій за проектом впродовж усього його життєвого циклу (з урахуванням фази використання проектного продукту). З точки зору механізму такого вимірювання виділяють показники динамічної (визначається з урахуванням цінності грошей у часі) та статичної (базуються на визначення середньої дохідності без дисконтування або компаундування) ефективності. В проектному аналізі основним є динамічний показник економічної ефективності.

Динамічні показники економічної ефективності передбачають приведення усіх грошових потоків проекту до єдиного моменту часу. Як правило, це момент старту проекту. В цьому разі застосовується процедура дисконтування, економічний зміст якої полягає у виключенні з майбутніх грошових потоків тих доходів, які можна було б отримати при інвестуванні в поточний момент часу суми капіталу, яка дорівнює поточній вартості, якщо норма доходу буде дорівнювати ставці дисконту. Таким чином, якщо поточна вартість вхідного грошового потоку за проектом буде дорівнювати поточній вартості відтоку, дохідність проекту буде в точності дорівнювати ставці дисконту (оскільки дисконтування – це виключення потенційних доходів альтернативного інвестування і, якщо поточні вартості рівні, для отримання доходу еквівалентного доходу за проектом, необхідно інвестувати ту саму величину капіталу, тобто проект є еквівалентним альтернативі, дохідність якої визначає ставку дисконту). З цього випливає, що всі динамічні показники ефективності порівнюють поточну вартість грошових надходжень і виплат за життєвий цикл проекту, а вимірювання дохідності досягається за рахунок процедури дисконтування. При цьому межею (мірою) ефективності виступає ставка дисконту, яка відбиває дохідність альтернативних варіантів інвестування, завдяки чому реалізується принцип альтернативної вартості ресурсів. Тобто ставка дисконту визначається як мінімальна норма доходу на капітал, яку інвестори вважатимуть достатньою для вкладання капіталу в проект.

Основні динамічні показники економічної ефективності проекту:

1. Чиста приведена вартість (NPV).

Для комерційної ефективності визначається за формулами:

$$NPV = \sum_{t=0}^T \frac{CF_t}{(1+R)^t} - \sum_{t=0}^T \frac{I_t}{(1+R)^t} = \sum_{t=0}^T \frac{NCF_t}{(1+R)^t}, \quad (1)$$

де T – загальна тривалість життєвого циклу проекту (з урахування продукту проекту), років;

CF_t – грошовий потік бруutto проекту за інтервал часу від попереднього значення t до поточного його значення, грн;

I_t – інвестиційний грошовий потік власного капіталу за проектом у відповідному періоді, грн;

NCF_t – чистий грошовий потік проекту за відповідний період, грн.

R – ставка дисконту (річна), частка.

Таким чином, показник NPV порівнює поточні вартості надходжень та виплат як різницю, опосередковано вимірюючи дохідність через дисконтування. Відповідно критерієм ефективності за цим показником є нерівність: $NPV \geq 0$. При цьому нуль – це граничне значення NPV , за якого дохідність проекту в точності дорівнює ставці дисконту (проект за дохідністю еквівалентний альтернативі).

При визначення комерційної ефективності показник "грошовий потік бруutto" є вимірником поточного економічного ефекту (результату) проекту у відповідних періодах. Він відбиває так званий зворотній грошовий потік на інвестований у проект власний капітал. Включає складові доходу на капітал (вимірюється чистим прибутком) та повернення капіталу (вимірюється амортизацією необоротних активів). Тобто грошовий потік бруutto визначається

$$CF = NP + A, \quad (2)$$

де NP – чистий прибуток за відповідний період часу, грн;

A – амортизація, що врахована при визначенні чистого прибутку, грн.

Інвестиційний грошовий потік власного капіталу для кожного періоду визначається:

$$I = CI + \Delta WC - \Delta LD, \quad (3)$$

CI – капітальні вкладення (вкладення капіталу в необоротні активи), грн;

ΔWC – приріст робочого капіталу за період (робочий капітал це різниця між величинами оборотних активів і поточних зобов'язань), грн;

ΔLD – приріст довгострокових зобов'язань, грн.

Чистий грошовий потік, що відбиває різницю між всім надходженнями та виплатами грошових засобів за період, визначається за формулою:

$$NFC = CF - I = NP + A - CI - \Delta WC + \Delta LD. \quad (4)$$

Як правило, тривалість життєвого циклу проекту (з продуктом проекту) досить велика, що суттєво ускладнює прогнозування. Тому з точки зору техніки розрахунку NPV загальну тривалість розбивають на дві частини – період прогнозування, для якого складається детальний прогноз грошових потоків, та постпрогнозний період, поточна вартість грошових потоків якого "згортається" в єдину величину, що має назву "вартість реверсії" або "термінальна вартість". В такому разі формула NPV приймає вигляд:

$$NPV = \sum_{t=0}^{T_{pr}} \frac{NCF_t}{(1+R)^t} + \frac{V_{rev}}{(1+R)^{T_{pr}}}, \quad (5)$$

де T_{pr} – тривалість періоду прогнозування, років;

V_{rev} – вартість реверсії, грн.

Вартість реверсії може бути визначена або як приведена вартість грошових потоків постпрогнозного періоду на момент закінчення періоду прогнозування, або як вартість, за яку проект може бути проданий на момент закінчення періоду прогнозування. При реалізації першого підходу період прогнозування, як правило, обирається таким, щоб грошові потоки постпрогнозного періоду були стабільними і могли бути представлені ануїтетом. У цьому разі вартість реверсії визначається:

$$V_{rev} = NCF_{T_{pr}+1} \cdot \frac{1 - (1+R)^{-(T-T_{pr})}}{R}, \quad (6)$$

Де $NCF_{T_{pr}+1}$ – чистий грошовий потік першого року постпрогнозного періоду, грн.

2. Внутрішня норма доходу (IRR).

Показник IRR вимірює безпосередньо дохідність проекту і являє собою таку ставку дисконту, за якою поточна вартість результатів дорівнює поточній вартості витрат, тобто коли $NPV=0$. Показник IRR визначається вирішенням відносно ставки дисконту рівняння:

$$\sum_{t=0}^T \frac{CF_t}{(1+R_{IRR})^t} = \sum_{t=0}^T \frac{I_t}{(1+R_{IRR})^t}, \quad (7)$$

або

$$\sum_{t=0}^T \frac{NCF_t}{(1+R_{IRR})^t} = 0, \quad (8)$$

де R_{IRR} – внутрішня норма доходу, частка.

Критерієм ефективності за IRR є нерівність: $R_{IRR} \geq R$.

Економічний зміст цього критерію: проект визнається ефективним, якщо норма доходу, яку він може забезпечити, перевищує ставку дисконту, тобто мінімальну прийнятну для інвестора норму доходу при інвестуванні в подібний проект.

3. Дисконтований індекс дохідності (DPI).

Цей показник порівнює поточну вартість результатів з поточною вартістю витрат не як різницю (тобто NPV), а як відношення:

$$DPI = \frac{\sum_{t=0}^T \frac{CF_t}{(1 + R_{IRR})^t}}{\sum_{t=0}^T \frac{I_t}{(1 + R_{IRR})^t}}. \quad (9)$$

Якщо відповідні поточні вартості рівні, тобто коли $NPV=0$, їх відношення дорівнює 1. Тобто критерієм ефективності за DPI є нерівність: $DPI \geq 1$.

4. Динамічний термін окупності (PBP).

Це період часу, впродовж якого накопичена приведена (поточна) вартість проекту стає і далі залишається позитивною. Визначається він співвідношенням

$$\sum_{t=0}^{T_{PBP}} \frac{NCF_t}{(1 + R_{IRR})^t} \geq 0, \quad (10)$$

де T_{PBP} – динамічний термін окупності, років.

Критерієм ефективності за цим показником є: $T_{PBP} \leq T$.

Тобто, динамічний термін окупності повинен бути меншим або дорівнювати загальній тривалості життєвого циклу проекту.

З точки зору врахування інфляційних процесів при оцінці ефективності може дати застосовані дві концепції. Перша – базові ціни, коли фіксується рівень цін на початок проекту або інший базовий період, і всі прогнози виконуються у цьому рівні цін. В цьому випадку дисконтування здійснюється за реальною ставкою дисконту, що відчищена від інфляційної складової. Друга – прогнозні ціни. Враховуються зміни цін майбутньому, дисконтування здійснюється за номінальною ставкою дисконту, що визначається за спостереженнями за фінансовим ринком і не відчищається від інфляційної складової (частина норми доходу що лише компенсує зміну купівельної спроможності грошей через інфляційні процеси) [8; 89].

Оцінка економічної ефективності інвестиційного проекту базується на прогнозі його результатів і витрат на увесь життєвий цикл

інвестицій. Взагалі можна виділити такі етапи оцінки ефективності реального інвестиційного проекту:

1. Визначення тривалості життєвого циклу інвестиційного проекту.

2. Формування множини сценаріїв реалізації інвестиційного проекту, що враховують вплив чинників невизначеності та ризиків.

3. Визначення внутрішньої норми доходу кожного зі сценаріїв реалізації інвестиційного проекту.

4. Проведення кількісної оцінки рівня ризикованості інвестиційного проекту в цілому.

5. Прогноз грошових потоків базового сценарію реалізації інвестиційного проекту, що відповідає математичним сподіванням параметрів проекту, або є найближчим до них.

6. Визначається ставки дисконту для базового сценарію реалізації інвестиційного проекту на підставі зв'язку норми доходу та рівня ризику.

7. Визначення основних показників економічної ефективності інвестиційного проекту за базовим сценарієм та ставкою дисконту, яка враховує ризик, та застосування критеріїв економічної ефективності.

Тривалість життєвого циклу інвестиційного проекту визначається як сумарна тривалість передінвестиційної, інвестиційної та експлуатаційної його стадій.

При формуванні сценаріїв реалізації проекту визначаються прогностичні грошові потоки кожного сценарію та, за наявності необхідної вихідної інформації, ймовірність реалізації кожного сценарію.

Чистий грошовий потік для кожного інтервалу часу з періоду життєвого циклу інвестицій визначається за формулою (4).

Чистий прибуток кожного інтервалу часу може бути визначений за формулою:

$$NP = D - B - A - ПП, \quad (11)$$

де D – поточні доходи інвестиційного проекту;

B – поточні витрати інвестиційного проекту без амортизаційних відрахувань;

A – амортизаційні відрахування;

$ПП$ – податок на прибуток.

Об'єднання формул (4) та (11) дозволяє отримати наступну формулу для визначення чистого грошового потоку:

$$NCF = D - B - ПП - K - \Delta PK + \Delta ДЗ. \quad (12)$$

Прогнозування доходів інвестиційного проекту, пов'язаного з розвитком залізничного туризму, може базуватись на прогнозі обсягів послуг, що надаються споживачам туристичних послуг, та прогнозі цін відповідних послуг. У цьому випадку поточні доходи інвестиційного проекту можуть бути визначені за формулою:

$$D = \sum_{i=1}^n Q_i \cdot P_i, \quad (13)$$

де n – кількість позицій номенклатури послуг;

Q_i – обсяги послуг i -го виду з номенклатури послуг;

P_i – ціна послуг i -го виду з номенклатури послуг.

При прогнозуванні доходів необхідно враховувати, що поточні доходи інвестиційного проекту дорівнюють витратам споживачів туристичних послуг. Тому доходи можуть бути визначені за залежністю:

$$D = G \cdot C \cdot \lambda, \quad (14)$$

де G – загальна кількість людино-днів споживання туристичних послуг в межах інвестиційного проекту за відповідний інтервал часу;

C – середні витрати споживача на туристичні послуги за одну добу;

λ – частка у витратах споживача на послуги, надання яких забезпечує інвестиційний проект.

Для прогнозування поточних витрат може бути використана модель:

$$B = PB + \sum_{i=1}^n Q_i \cdot z_i, \quad (15)$$

де PB – умовно-постійні поточні витрати без амортизаційних відрахувань;

z_i – питомі змінні поточні витрати без амортизаційних відрахувань, пов'язані з наданням i -го виду послуг, у розрахунку на одиницю відповідних послуг (собівартість i -го виду послуг в частині змінних витрат).

При прогнозуванні складових грошових потоків за сценаріями реалізації інвестиційного проекту обов'язково необхідно враховувати взаємозв'язок відповідних показників, у тому числі взаємозалежності інвестиційних витрат та прогнозованої номенклатури і обсягів надання послуг, умовно-постійних витрат і собівартості в частині змінних витрат та інвестиційних витрат, цін на послуги та обсягів надання послуг тощо [8; 89].

Доцільним є застосування для формування сценаріїв реалізації інвестиційного проекту імітаційного моделювання та методу статистичних випробувань. Методичні підходи щодо застосування методу статистичних випробувань для формування сценаріїв реалізації інвестиційного запропоновані, наприклад, у роботах [125; 126].

Внутрішня норма доходу кожного зі сценаріїв визначається шляхом вирішення рівняння:

$$\sum_{t=0}^T \frac{NCF_t}{(1 + R_{IRR})} = 0, \quad (16)$$

де R_{IRR} – внутрішня норма доходу;

NCF_t – чистий грошовий потік відповідного сценарію у t -му інтервалі часу;

T – тривалість життєвого циклу інвестиційного проекту.

У якості кількісного показника рівня ризику інвестиційного проекту може бути використане середньоквадратичне відхилення внутрішньої норми доходу. Якщо відомі ймовірності реалізації сценаріїв, середньоквадратичне відхилення визначається за формулою:

$$\delta_{IRR} = \sqrt{\sum_{i=1}^n (R_{IRR,i} - M_{IRR})^2 \cdot \rho_i}, \quad (17)$$

де δ_{IRR} – середньоквадратичне відхилення внутрішньої норми доходу;

$\delta_{IRR,i}$ – внутрішня норма доходу i -го сценарію;

M_{IRR} – математичне сподівання внутрішньої норми доходу;

ρ_i – ймовірність реалізації i -го сценарію.

При цьому математичне сподівання визначається за формулою:

$$M_{IRR} = \sum_{i=1}^n R_{IRR,i} \cdot \rho_i. \quad (18)$$

Якщо ймовірності реалізації сценаріїв невідомі, у тому числі при використанні для формування сценаріїв методу статистичних випробувань, варіанти сценаріїв розглядаються як статистична вибірка. У цьому випадку середньоквадратичне відхилення визначається як вибіркова оцінка за формулою:

$$\rho_{IRR} = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (R_{IRR,i} - \bar{M}_{IRR})^2}{n - 1}}, \quad (19)$$

де $\bar{M}_{IRR}$ – вибіркова оцінка математичного сподівання.

Вибіркова оцінка математичного сподівання внутрішньої норми доходу на інвестований капітал визначається за формулою:

$$\bar{M}_{IRR} = \frac{\sum_{i=1}^n R_{IRR,i}}{n}. \quad (20)$$

Для визначення ставки дисконту необхідно встановити формальний зв'язок між нормою доходу та рівнем ризику, вираженим як середньоквадратичне відхилення норми доходу. Досить точний методичний підхід до виявлення залежності норми доходу від рівня ризику ґрунтується на ймовірнісній моделі інвестиційного ринку та викладений в роботі [127].

За умови використання базисних цін при прогнозуванні грошових потоків зі складу ставки дисконту виключається інфляційна складова за формулою:

$$R_\rho = \frac{R_H - i}{1 + i}, \quad (21)$$

де R_ρ – реальна ставка дисконту;

R_H – номінальна ставка дисконту;

i – темп інфляції, що прогнозується.

Для оцінки економічної ефективності інвестиційного проекту в цілому формується базовий сценарій, грошові потоки якого визначаються як математичні сподівання грошових потоків за сценаріями. Якщо сценарій з математичних сподівань грошових потоків не забезпечує відображення взаємозв'язку показників, що впливають на грошові потоки, за базовий доцільно обирати сценарій, грошові потоки якого найближчий до математичних сподівань [128]. Чиста приведена вартість інвестиційного проекту визначається за формулою (1). Внутрішня норма доходу інвестиційного проекту в цілому визначається шляхом вирішення рівняння (8). Критеріями ефективності інвестиційного проекту є позитивна величина чистої поточної вартості інвестиційного проекту та величина внутрішньої норми доходу інвестиційного проекту, що більша або дорівнює проектній ставці дисконту, яка враховує рівень ризику інвестиційного проекту.

За результатами дослідження можна зробити такі висновки:

1. Вітчизняні нормативні акти в сфері оцінки економічної ефективності інвестиційних проектів відображають певний методичний інструментарій щодо структури прогнозних грошових потоків, визначення їх складових, розрахунку основних показників економічної ефективності інвестицій з урахуванням чинника часу. Проте замало

уваги приділено кількісному оцінюванню ризиків інвестиційного проекту та їх врахуванню при визначенні його економічної ефективності.

2. Доцільним є врахування рівня ризику шляхом коригування ставки дисконту, для чого в роботі запропоновані відповідні методичні підходи.

3. При прогнозуванні грошових потоків сценаріїв запропоновано враховувати балансування прогнозованих доходів від надання туристичних послуг в межах інвестиційного проекту з прогнозними витратами споживачів відповідних послуг.

4. Кількісна оцінка рівня ризику інвестиційного проекту здійснюється на підставі формування сценаріїв його реалізації за допомогою економіко-статистичних методів. Показником рівня ризику проекту є стандартне відхилення внутрішньої норми доходу за сценаріями.

5. Ставка дисконту інвестиційного проекту визначається на підставі зв'язку вартості капіталу з рівнем ризику, що вимірюється стандартним відхиленням внутрішньої норми доходу.

Таким чином, в роботі розроблені методичні підходи до оцінки економічної ефективності інвестиційних проектів, спрямованих на розвиток залізничного туризму [8; 89].

6. ШЛЯХИ АКТИВІЗАЦІЇ ПАСАЖИРСЬКИХ ЗАЛІЗНИЧНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ УКРАЇНИ В УМОВАХ МАКРОЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Трансформаційні структурні процеси, що відбуваються сьогодні в світі, свідчать про необхідність перегляду існуючих положень організації виробничого процесу з метою планування перспективного розвитку економіки країни з активізацією всіх складових господарського комплексу. Інтеграційна політика транспортної галузі сьогодні спрямована на пошук шляхів адаптації до умов ринку і кардинально нових методів співпраці з країнами Європи, Азії. Укладення прибуткових для нашої країни контрактів розширює географію використання транспортної складової в здійсненні міжнародної діяльності [137]. Забезпечення ефективної діяльності галузі може сприяти у вирішенні ряду стратегічних проблем економіки та підсилити конкурентну боротьбу серед потенційних пасажирів з метою впровадження передових технологій та посилення ролі залізничного транспорту на національному ринку транспортних послуг [137].

Структура та функціонування залізничного транспорту змінюється у відповідності вимогам часу та технологій, а це вимагає сьогодні особливої уваги. Транспортна інфраструктура – це найбільш надійна та важлива з інфраструктур, яка забезпечує виробничі потреби промислового комплексу, а також задовольняє населення у перевезеннях. Транспортна стратегія розвитку системи передбачає для транспорту України провідну позицію на транспортному ринку за умов виконання деяких певних умов [129]. Для цього необхідно адаптувати транспортну систему країни до вимог Європи відносно якості та номенклатури послуг, які пропонуються [137].

Для виконання вимог ЄТС Україна приєдналась до Програми адаптації залізничних мереж до вимог європейської системи, поступово пристосовуючи українські мережі, використовуючи принципи інтероперабельності. Створення ефективної європейської залізничної системи разом з українськими залізницями приведе до значного покращення якості перевезень, збільшення прибутків, що приведе і до покращення економічної ситуації в цілому [137].

Сьогодні несумісність окремих частин мережі Європи та України, ширини колії та відсутності загальних стандартів в галузі проектування самої інфраструктури, принципів управління та системи безпеки руху

гальмує розвиток залізничних пасажирських перевезень. Цей факт знаходить своє відображення у показниках розвитку національної економіки. В свою чергу, національна економіка характеризується нестабільністю показників економічного розвитку держави, що впливає на всі складові господарського комплексу [137].

Політика транспортної галузі сьогодні спрямована на пошук шляхів адаптації до швидкоплинних умов ринку, а також пошуку кардинально нових методів співпраці з країнами Європи, Азії тощо. Укладення прибуткових для нашої країни контрактів дозволяє розширювати географію залізниці, використовуючи транспортну складову в здійсненні міжнародної діяльності.

Процеси, що відбуваються у структурі народного господарства, вимагають приціленої уваги до всіх сфер економічного життя країни, визначення ступеню впливу макропоказників на розвиток систем виробничого комплексу, проведення аналізу на предмет наявності зв'язку між цим структурами, та їх взаємовпливу один на одного. Таким чином, дослідження механізму розвитку національної економіки доцільно починати саме з аналізу макроекономічних показників для з'ясування ступеню залежності складових елементів соціально-економічних структур.

Залізничний транспорт вимагає сьогодні особливої уваги як найбільш надійний і відносно дешевий вид транспорту. Згідно зі Стратегією розвитку національної транспортної системи [129], транспорт України має зайняти провідну позицію на транспортному ринку. Але для цього необхідно адаптувати його до європейських вимог щодо якості та обсягу послуг, які пропонуються, застосовуючи інструментарій інтеперабельності. Дана стратегія дозволить створити ефективну європейську залізничну систему разом з українськими залізницями. Сьогодні несумісність окремих частин мережі Європи та України, ширини колії та відсутність загальних стандартів в галузі проектування самої інфраструктури, принципів управління та системи безпеки руху гальмує розвиток залізничних перевезень [137].

Це знаходить своє відображення у показниках розвитку національної економіки, стан якої характеризують певні макроекономічні показники. Основним показником, що характеризує економіку в цілому, є валовий внутрішній продукт. Між ВВП і добробутом населення існує прямий зв'язок, який визначає ефективність використання матеріально-технічної бази країни, а також характеризує ту частину доходів країни, яка формує статтю доходів громадян і їх купівельну спроможність (рис. 6.1):



Рис. 6.1. Динаміка основних макроекономічних показників економіки України за період 2010-2018рр. Джерело: [130],[134]

Згідно з графіком на рис. 6.1, з 2013 року динаміка показника характеризувалась зниженням рівня ВВП, причиною якого стало різке скорочення виробництва, особливо у Східному регіоні країни. Це пов'язано із втратою не тільки своїх територій, а й великих промислових підприємств, таких як Луганський машинобудівний завод, Стахановський вагонобудівний завод, Луганський хіміко-фармацевтичний завод, металопрокатний завод «Прокатсервіс», Луганський авіаремонтний завод тощо [131].

Ступінь ефективності економічної політики країни можна оцінити за допомогою одного із важливіших показників ефективності - показника ВВП на душу населення, який відображає обсяг споживання суспільних благ на одну особу, корелюючи з обсягом добробуту в країні (рис. 6.2).



Рис. 6.2. Динаміка показника ВВП на душу населення Джерело: [130], [134]

Даний графік свідчить, що показник ВВП поступово зростає, а розрахований нами прогноз на 2 роки підтверджує дану динаміку, але слід зауважити, що купівельна спроможність національної валюти знижується, втрачаючи свою цінність. В таких умовах платоспроможність населення поступово знижується, ціни на харчову продукцію піднімаються, рівень інфляції починає зростати. За таких умов, ріст ВВП на душу населення не буде відчуватись пересічним українцем [137].

Ситуація у світі серед європейських країн виглядає набагато оптимістичнішою, ніж перспективи в Україні. Серед 42 країн Європи Україна у 2019 році зайняла одне з останніх місць за купівельною спроможністю громадян, а на початку 2020 року знизилась ще на 1 пункт. Про це свідчать дані дослідження GfK (Purchasing Power Europe) 2019 [132,136]. Це робота найбільшого інституту з ринкових досліджень в Німеччині GfK Group, яка об'єднує 115 компаній з більшості країн світу. Його робота полягає в розрахунках номінальних показників країн без поправок на інфляцію. Але в Україні такий розрахунок є не досить точним через хвильовий характер інфляційних процесів, при цьому в нашій країні триває збройний конфлікт, який підриває стабільність та економіку країни. З цих причин довіряти економічним висновкам дослідження GfK як сталим показникам недоречно, але вони варті довіри для визначення загальної картини розвитку економіки нашої країни. Вченими даного товариства були проведені розрахунки показників загального ВВП та доходів на душу населення. У Європі беруться дані після сплати податків та обов'язкових платежів і з урахуванням субсидій та інших виплат у євровалюті. Результат невтішний: Україна з року в рік посідає останні місця у цьому рейтингу - купівельна спроможність українців у 2018 році відмічається як одна з найнижчих в Європі і у 8 разів меншою за середньоевропейську. Дані висновки свідчать про те, що рівень купівельної спроможності населення нашої країни є вкрай нездатним до забезпечення населення всім необхідним до життя. Якщо у Європі громадяни заощаджують на витратах додаткових задовольств, то в Україні переважна більшість людей заощаджують на необхідних речах. Це означає, що більша частина потенційних пасажирів транспортної галузі є неплатоспроможні [137].

Стосовно інфляційних процесів, що мали місце в нашій країні після 2013 року, переважно пов'язані з політичною кризою в країні і не могли не позначитись на макроекономічних показниках. (рис. 6.3):

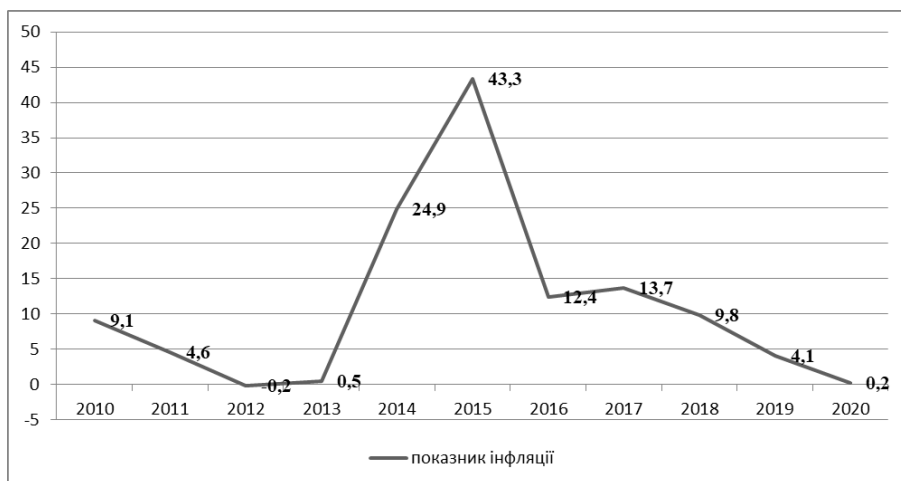


Рис. 6.3. Динаміка показника індексу інфляції в Україні за період 2010 – 2019 рр. з прогнозом на 2020 рік
Джерело: [130],[131],[134]

З кінця 2013 року було відмічено різке знецінення національної валюти, що привело до зuboжіння більшої частини населення. Такі різкі перепади показника індексу інфляції говорять про загрозу для виробничого комплексу, про розрив економічних зв'язків, про відсутність єдиної політичної програми розвитку економіки держави. Цей стан може проявлятися кризовими процесами, а головною помилкою у вирішенні даної проблеми буде штучне утримання національної валюти, що викличе різкий обвал [133].

Процес знецінення національної грошової одиниці, зменшення або припинення державою субсидування виробничого сектора, приведе до скорочення обсягів виробництва, зниження платоспроможності населення, росту рівня безробіття, проявів кризових станів, що є великою соціальною проблемою і може мати серйозні наслідки. Скорочення обсягів виробництва приводить до скорочення робочих місць, втрати заробітку певної частини населення, що викликає порушення відповідності кількості робочих місць та робочої сили. Дана ситуація позбавляє потенційних споживачів купівельної здатності не тільки на продукцію промислового характеру, але й транспортної продукції, споживачі втрачають можливість користуватись послугами транспортних компаній.

В таких непростих умовах, в умовах стагнації національної економіки, необхідно досліджувати та аналізувати ситуацію на транспортному ринку, з проведенням оцінки механізму, за яким функціонує залізничний транспорт.

Природу пасажирських перевезень в нашій країні, які є збитковими, необхідно переглянути за всіма складовими даної структурної одиниці з метою пошуку ефективного та оптимального варіанту покращення ситуації. Основна задача для галузі полягає у тому, щоб вивести пасажирські перевезення на прибутковий рівень. Наприклад, у деяких розвинених країнах пасажирські перевезення розділені на два сегменти: комерційний та соціально значимий [137].

Комерційний сегмент пасажирських перевезень не субсидується з бюджету, а всі витрати покриваються за рахунок своїх прибутків. Саме цей механізм мотивує керівництво сектором до пошуку нових оптимальних рішень щодо оцінки, аналізу та синтезу функціонування пасажирського сектора. При цьому, всі ризики, які виникають у роботі сектора, покриваються власним коштом перевізників.

Соціально значимий сегмент отримує субсидії з державного та місцевого бюджетів, при цьому тарифну політику коригує держава з метою забезпечення доступності послуги для всіх верств населення. Такий підхід дає можливість задовольняти не тільки саме населення у перевезеннях на будь-яку відстань, але й розраховувати справедливі, математично обґрунтовані ціни на квиток. Для комерційних перевезень існують ризики втрати частини прибутків. Для запобігання даних негативних наслідків, керівництво регулярно проводить моніторинг категорій пасажирів, дальності поїздки, а також прогнозують економічну ситуацію в країні для розробки планів оперативного та стратегічного характеру [137].

З метою реалізації програм з ефективності та раціоналізації перевезень, необхідним кроком стає потреба у стабілізації ситуації у виробничому сегменті, оскільки результати скорочення обсягів виробництва проявляються у всіх складових народногосподарського комплексу. На фоні небезпечної економічної ситуації, зменшення державної фінансової підтримки ці негаразди унеможливають впровадження інновацій, ефективних програм, знижують ступінь задоволення потенційних клієнтів галузі та можливості розширення спектру транспортних послуг. Така тенденція призводить до зниження результатів роботи складових галузі (табл. 6.1).

Таблиця 6.1

Показники роботи залізничного транспорту за період 2014-2018 рр.

Роки	Пасажиро- обіг, тис.пас-км	Обсяг переве- зених пасажирів залізнич- ною, тис.пас.	Вантажо- обіг, млн.ткм	Обсяг переве- зень вантажів, млн.т	Доходи від переве- зень вантажів, тис.грн	Доходи від переве- зень пасажирів, тис.грн
2014	35623,5	389,1	209634,3	386276,5	5 997 799	5 254 805
2015	35425,6	389,8	194321,6	349994,8	49 099 196	5 997 799
2016	36954,0	389,5	187215,6	343433,5	54 460 057	6 720 345
2017	28043,4	165,0	191914,1	339550,5	60 112 590	7 318 542
2018	26580,7	145,4	170445,9	322342,1	67 519 803	8 468 724

*Примітка: складено авторами на основі джерела [2]

Згідно таблиці, відмічається скорочення обсягу перевезення пасажирів за період 2014-2018 рр. майже на 26%, обсяг перевезень вантажів також скоротився майже на 17%. При цьому доходи транспортної галузі виросли в середньому на 13%, що пояснюється підвищенням вартості проїзду пасажирів та тарифів на перевезення вантажів.

Але дана «позитивна» динаміка не є ефективною та сталою, оскільки статті доходів залізниці не сформовані на основі впровадження новітніх технологій, покращення сервісного обслуговування клієнтів, покращення логістичного забезпечення або інших заходів. Вони формуються за рахунок збільшених витрат споживачів на транспортні послуги. Також за рахунок попиту на послуги транспорту, що є нестійким фактором: в умовах конкурентної боротьби залізничний транспорт може позбутись своїх пасажирів, якщо використання залізниці стане або дорого, або з'явиться альтернатива така, як основний конкурент залізниці – автомобільний транспорт. До того ж національний ринок послуг відмічається активізацією автомобільного й повітряного транспорту. Залізничний транспорт втрачає свого пасажирів через низку проблем, які терміново необхідно вирішувати [137].

З метою пошуку нових шляхів «агітації» пасажирів, а також підвищення попиту на залізничні транспортні послуги, враховуючи

нестабільну економічну та політичну ситуацію в країні, першим кроком має стати процес вивчення смаків споживачів, їх потреб та переваг. Дане дослідження проводиться за допомогою маркетингового інструментарію. Тому запровадження на залізничному транспорті нових підходів до планування та управління, таких як маркетингово-логістичний підхід, проведення реформування організаційної структури галузі дозволяють не тільки дати оцінку послугам залізничного транспорту з більш сучасної точки зору, а й проаналізувати роботу організації маркетингово-логістичного сервісу при взаємодії з потенційними клієнтами [137].

Сьогодні в світі вченими, при аналізі економічних процесів, залучаються сучасні підходи та методи маркетингового інструментарію з метою підвищення ефективності роботи підприємств. Для цього використовують бенчмаркінг у роботі будь-якого підприємства або галузі. Бенчмаркінг являє собою процес порівняння результатів праці своєї організації з результатами іншої аналогічної організації. Цей підхід дозволяє проводити пошук покращення тих параметрів у роботі, які брались за порівняння [134; 143].

За еталонний приклад береться та організація, яка показує високий рівень ефективності у роботі, ріст доходів, раціональність у залученні персоналу, впровадженні новітніх технологій у діяльності.

Застосування в галузі основних положень та принципів бенчмаркінгу дасть можливість успішно підбирати персонал для виконання завдань, розподіляти навантаження на нього, деталізувати процеси та спонукати до зацікавленості в працівників у результатах, що є важливим у керівництві державною галуззю. Використання принципів бенчмаркінгу буде сприяти прийняттю вираженому управлінському рішення при плануванні стратегій розвитку галузі [137].

Однією з важливих особливостей бенчмаркінгу є те, що він дозволяє поглянути на роботу галузі «зі сторони», а це є ефективним для розуміння правильності прийняття рішень. Таким чином, в умовах нестабільності економіки країни, впровадження принципів бенчмаркінгу буде доречним.

Залізнична галузь потребує сьогодні активної перебудови свого підходу до діяльності. Перш за все це відмова від «радянської моделі» експлуатації. Це стосується розподілу доходів залізниці та раціональності їх використання. З цієї метою доцільно залучати принципи реінженірингу – одного із визнаних загальноприйнятих революційних способів покращення стану організації [134].

Даний підхід дозволяє приділяти більшу увагу саме результативності запроваджених проєктів та програм з метою покращення експлуатаційних характеристик залізничної галузі. Він дозволяє аналізувати прийняті рішення, переосмислювати їх доцільність, оцінювати запроваджені програми з перспективного розвитку, акцентуючи увагу на якість та витрати галузі. Тобто, можна радикально перепроєктувати ведення діяльності з метою отримання раціонального та ефективного бізнесу. Він поєднує у собі як принципово нові методи функціонування, так і перевірені часом [137].

Реінжиніринг залізничної галузі з технологічної сторони повинен розглядати більш ефективне використання матеріально-технічних ресурсів під час виробничого процесу, також застосовуються новітні технології. Саме реінжиніринг дає можливість до використання більш досконалих засобів виробництва. Але від організацій він не вимагає революційних зрушень. Реінжиніринг звертає увагу на принцип організації виробничого процесу, де відправною точкою аналізу є виділені бізнес-процеси, які поступово покращуються, забезпечуючи кардинальне та докорінне покращення ситуації. Він поєднує всі структурні підрозділи в єдиний цілісний механізм, у якому відбувається зміна способу впорядкування шляхом здійснення переходу від ієрархії бюрократичної організації господарської діяльності галузі до горизонтальних, мережевих та інших структур, у яких закладені і інші принципи узгодження та зв'язку елементів у цілісні комплекси. Такі зміни приведуть до кардинально - радикального процесу змін в компанії і посприяють підвищенню загальної ефективності, а розподіл суспільних ресурсів більш досконалим та раціональним [137].

В результаті впровадження принципів реінжинірингу стає можливим процес переформатування транспортного ринку пасажирських залізничних перевезень шляхом знищення монополії держави на пасажирські перевезення, що дає можливість до створення приватних компаній. Населення країни отримає можливість самим обирати формат перевезень та перевізника. Це буде спонукати перевізників вести конкурентну боротьбу за пасажирів, встановлювати адекватні ринкові ціни на проїзд, підвищувати сервісне обслуговування до європейського рівня [137].

Залізничний транспорт переживає сьогодні складні часи. Відсутність потрібного фінансування, нелогічність розподілу прибутків, незадовільний стан рухомого складу, підвищення вартості проїзду – всі ці негаразди позбавляють залізницю шансів ефективного функціонування на транспортному ринку.

Нами проведено SWOT – аналіз залізничної галузі, який є системою інтегрального аналізу, основним зміст якої проявляється у дослідженні сильних і слабких сторін галузі в площині окремих внутрішніх чинників, а також позитивного чи негативного впливу окремих зовнішніх чинників, які зумовлюють розвиток галузі [134; 136] (табл. 6.2) [137].

Даний аналіз дозволяє зробити висновок, що залізнична галузь має всі незаперечні переваги над іншими видами транспорту до збільшення свого сегменту на ринку транспортних послуг, згідно Стратегії розвитку залізничної галузі. З метою досягнення такого стану у розвитку галузі необхідно робити наголос на посиленні сильних сторін, а також мінімізувати загрози за допомогою можливостей транспорту [137].

Таблиця 6.2

SWOT – аналіз переваг і недоліків залізничної галузі України

Внутрішнє середовище	Сильні сторони (внутрішній потенціал)	Слабкі сторони (внутрішні недоліки)
	Вигідне геополітичне положення	Високий ступінь зношення основного фонду залізниці
	Високий ступінь розгалуженості залізничних шляхів	Повільне введення швидкісного руху в Україні через застарілі колії
	Застосування передових досягнень у розвитку транспорту	Недостатнє фінансування зі сторони держави соціальних проектів
	Наявність чіткої нормативної правової бази в сфері організації обслуговування населення	Недостатність виробничих потужностей для виробництва пасажирських вагонів
Зовнішнє середовище	Зовнішні можливості	Існуючі загрози
	Розширення ринку транспортних послуг	Підвищення конкуренції на ринку послуг
	Реформування залізниці та її структуризація	Невідповідність програм розвитку галузі загальнодержавним програмам

Зовнішнє середовище	Зовнішні можливості	Існуючі загрози
	Оперативне реагування на зміни в попиті на послуги	Дія економічних ризиків в умовах кризових ситуацій на галузь
	Оновлення рухомого складу на конкурсній основі	Недосконала тарифна політика галузі
	Підвищення сервісного обслуговування пасажирів	Низький рівень доходів галузі через зниження платоспроможності населення
	Збільшення швидкостей	Поява нових альтернативних маршрутів територіями інших країн, орієнтованих на транзитні перевезення
	Створення транспортних ХАБів із залученням інших видів транспорту	Бюрократія при оформленні перевізних документів

*Примітка: складено авторами за джерелами: [134], [136], [137], [139]

Для виявлення зовнішніх аспектів впливу на залізничний транспорт, пропонується проведення PEST-аналізу, як одного з маркетингових інструментів з метою довготривалого стратегічного планування. Він заснований на оцінці всіх елементів у роботі галузі, шляхом відбору залишають тільки ті варіанти, які можуть суттєво вплинути на галузь (табл. 6.3).

Під час проведення даного аналізу важливим є врахування явища дуалізму кожної з приведених категорій. Необхідно зауважити, що зазначені фактори можуть здійснювати як позитивний вплив на групу підприємств, так і негативний. Особливої уваги вимагають ризикові ситуації, що можуть виникати під час роботи пасажирського транспорту, які знаходяться у залежності від економічної ситуації (табл. 6.4).

Аналіз таблиці основних ризиків, які спричинені макроекономічною нестабільністю, невідповідністю доходів потенційних пасажирів і тарифною політикою галузі, підвищення тарифів за проїзд, який не відповідає формулі «ціна-якість», викликає незадоволення у більшості пасажирів. Галузь починає втрачати свій пасажирів, які віддають перевагу іншим видам транспорту.

Таблиця 6.3

**Фактори зовнішнього впливу на розвиток системи
залізничного транспорту**

<u>Політичні фактори</u> Політична стабільність у суспільстві, вплив якої, здійснюється на суто економічні показники розвитку країни, а саме: стабілізація національної валюти, зростання середніх величин доходу та споживання, у тому числі і транспортних послуг, удосконалення законодавчої бази щодо регулювання тарифів на транспортні послуги.	<u>Економічні фактори</u> Зменшення грошових доходів населення, що перешкоджає збільшенню витрат на всі види товарів і послуг, у тому числі і транспортні послуги; економічна криза в країні; податкова політика, яка може як активізувати, так і сповільнити економічну активність господарюючих суб'єктів; вплив інфляційних процесів
<u>Соціальні фактори</u> Програми з підвищення рівня добробуту населення, його соціальної захищеності, приведе до підвищення попиту на транспортні послуги, модернізацію транспортної галузі та інфраструктури.	<u>Технологічні фактори</u> Цифровізація галузі та розвиток інформаційних технологій сприятимуть більш оперативно вирішувати проблеми, пов'язані із управлінням транспортом та транспортною інфраструктурою.

*Примітка: складено авторами на основі джерел: [136], [139], [140], [142], [143]

Має місце факт зниження обсягів перевезень пасажирів у міжнародному сполученні, що викликано змінами у логістиці перевезень, проблемами з комбінування різних видів транспорту між собою, транспортною політикою країн ЄС, внутрішньою політичною ситуацією, низьким рівнем платоспроможності населення. Це змушує пасажирів шукати інші варіанти подорожей, обираючи автомобільний чи повітряний вид транспорту, що різко зменшує кількість користувачів залізницею. Ситуація на транспортному ринку вимагає від галузі активізації плану дій з осмисленням кожного етапу управління [137].

Аналіз основних ринкових ризиків пасажирських перевезень на залізничному транспорті

Характер ризику	Прояв ризику	Шляхи зниження впливу ризиків на транспортну галузь
1. Падіння обсягів внутрішніх перевезень пасажирів по країні	Постійне та необґрунтоване зростання тарифів на пасажирські перевезення, погана якість послуг та сервісного обслуговування, висока ціна послуги, що не відповідає рівню середнього доходу населення, ризикова політика щодо соціального забезпечення громадян, зниження транспортної активності через падіння рівня життя громадян.	Приведення цін на послуги транспорту до її вартості на внутрішньому ринку з урахуванням еластичності попиту і сервісу, регулярне регулювання рівня цін відповідно до рівня життя громадян, підвищення якості послуг та стану пасажирських вагонів, запровадження цифрових технологій при удосконаленні сервісного обслуговування.
2. Зниження рівня обсягів перевезень пасажирів у міжнародному сполученні	Зростання тарифів на перевезення пасажирів, зміни у зовнішній політиці країни, зміни митних процедур, цін на проїзні абонементи, оформлення віз та дозволів на провезення багажу, перегляд або доповнення до діючих правил перетину кордонів.	Використання маркетингових підходів в сфері тарифної політики, а також спеціальних тарифів або вільних тарифів на проїзд в поїздах міжнародного сполучення, впровадження нових, в тому числі, цифрових технологій і сучасного обладнання для проведення митного контролю в місцях пропуску пасажирів.

Характер ризику	Прояв ризику	Шляхи зниження впливу ризиків на транспортну галузь
3. Зміна попиту пасажирів на певний вид транспорту, зростання попиту на альтернативні транспортні засоби	Потенційні пасажирів, віддають перевагу іншим, більш вигідним видам транспорту: морському або повітряному, особливо при міжнародних перевезеннях, вибираючи найбільш вигідний. Так само переважає у виборі автомобільний транспорт.	Впровадження нових стратегій по утриманню потенційних клієнтів і залучення нових, поліпшення сервісного обслуговування і пропозиція пакетних послуг при міжнародних пасажирських перевезеннях, придбання принципово нового рухомого складу, використання вагонів пасажирських спальних для міжнародного сполучення габариту RIC- моделі в поїздах далекого прямування, оптимізація розкладу руху поїздів, включаючи їх прискорення.

*Примітка: складено авторами за джерелами: [137], [139], [140]

В умовах розвитку ринкових відносин, необхідним етапом є своєчасне планування інформаційного обслуговування, розробка та прийняття відповідних управлінських рішень, адаптованих до зовнішніх умов функціонування, проведення аналізу ринкової кон'юнктури, робота над удосконаленням системи управління галуззю. Значних проблем завдало падіння обсягів перевезень, що значно погіршили стан виробничо-технічної бази галузі. Особливо негативно це відобразиться на міжнародних перевезеннях, адже на ринку міжнародних перевезень відбувається жорстка конкурентна боротьба. В його основу закладені принципи організаційно-економічного механізму управління залізничною діяльністю, в основу якого покладено систему фінансово-економічних та організаційно-правових показників. Саме такий підхід дає можливість до формування пасажирської діяльності залізничних перевезень та може посприяти досягненню очікуваних економічних результатів [137].

Організаційно-економічний механізм діяльності галузі за основними критеріями буде мати вигляд (рис. 6.4)



Рис. 6.4. Схема організаційно-економічного механізму залізничної галузі

Даний механізм передбачає основні стратегічні орієнтири у роботі галузі з метою покращення своїх виробничо-фінансових показників шляхом поділу структури галузі на підсистеми. Але даний механізм може бути визначальним для розподілу матеріально-грошових ресурсів, планування та прогнозування роботи галузі тощо [137].

Стратегія удосконалення залізничних перевезень передбачає проведення досліджень на предмет формування організаційно-економічного механізму управління пасажирським залізничним транспортом, як складової його господарського механізму залізничної галуззі. Такий підхід представляє собою систему організаційних та економічних методів забезпечення взаємодії організаційних, виробничих, фінансово-економічних процесів на всіх рівнях управління, що сприяє збільшенню конкурентних переваг та ефективності діяльності підприємства в цілому [140].

До основних функцій такого механізму удосконалення можна віднести оперативне прийняття і виконання поставлених завдань, формування управлінських рішень, розробку принципів стратегічного планування та контроль за їх виконанням, запровадження удосконалених соціально-економічних методів регулювання діяльності пасажирського сектора тощо (рис. 6.5). Важливою функцією механізму виступає реалізація процесу розробки, прийняття і виконання управлінських рішень, спрямованих на досягнення поставленої мети підприємства. Даний підхід слід розглядати як важливий чинник при плануванні та прогнозування роботи залізниці. У процесі функціонування така система повинна бути готова до постійного коригування плану ефективної роботи з урахуванням змін зовнішнього

середовища. Крім цього, цей механізм розробляється з метою скорочення терміну адаптації галузі до нових сучасних методів управління, які будуть особливо доцільними саме для сфери пасажирських перевезень. Соціальна сторона механізму полягає у роз'ясненні та конкретизації поставлених завдань для кожного працівника з метою його повного розуміння своїх функцій [137].

Для успішного виконання поставлених завдань необхідним кроком буде забезпечення інформаційної бази галузі достовірною інформацією, а для цього необхідним етапом буде постійний збір фактичних даних роботи. Можна констатувати, що базовою складовою організаційно-економічного механізму пасажирських перевезень повинна бути система достовірної інформації. Це потрібно для коригування самої роботи служби [137].

До завдань, які повинен виконувати власне організаційно-економічний механізм управління можна віднести:

- забезпечення ефективної взаємодії всіх підрозділів пасажирської служби, особливо після проведення масштабної реорганізації,
- ефективне використання наявних трудових ресурсів з метою підвищення їх продуктивності та раціональності використання,
- створення на залізничному транспорті сприятливих умов та можливостей для виконання позапланових заходів,
- за допомогою знань основ економічної мотивації, проводити заохочувальні заходи для потенційних клієнтів,
- постійно удосконалювати методики прийняття управлінських рішень в сфері пасажирських перевезень для їх подальшого аналізу;

Для успішного впровадження плану Стратегії розвитку залізничного транспорту важливо проаналізувати всі складові пасажирського сектора перевезень та умови їх ефективної роботи. Такий аналіз дає можливість до глибокого осмислення дій, виявлення проблем, координування дій на усунення негараздів та передбачення наслідків для галузі [137].

Даний механізм слід розглядати як важливий чинник формування та планування процесу управління пасажирськими залізничними перевезеннями.

Дієвість даного механізму удосконалення обумовлюється злагодженою роботою всіх його складових елементів, результатом якої буде виступати фінансовий результат галузі. Кожен підпункт механізму удосконалення сформовано із чинників, які або безпосередньо або частково впливають на роботу пасажирського транспорту [137].



Рис. 6.5. Організаційно-економічний механізм удосконалення пасажирських перевезень залізницею

Організаційно-економічний механізм – це складна система взаємопов’язаних етапів розвитку об’єкта при урахуванні можливих чинників впливу, які, при безвідповідальному керівництві, можуть у своїй сукупності стати рушійною силою для сфери пасажирських перевезень. Він покликаний для раціонального розуміння всіх виробничо-соціальних відносин, які його формують. Ці відносини направлені на організацію взаємодії українських та європейських виробників, які пов’язані між собою процесами ресурсного та матеріально-технічного забезпечення виробничого процесу,

Кожен елемент може чинити позитивний або негативний вплив на результат діяльності галузі. Тільки за рахунок регуляторів самої системи можливо змінити внутрішній та зовнішній клімат транспортної політики держави. Саме з цих причин, з метою формування раціонального пасажирського ринку перевезень, необхідно проводити систематичний аналіз кожної ланки механізму з метою визначення слабких та сильних ланцюгів, а також їх впливу на загальну картину функціонування галузі. Даний механізм слід розглядати як певну систему скоординованих економічних елементів (правил, положень, методів, інструментарію, законів, закономірностей), які відображають певні специфічні особливості діяльності галузі та їх взаємозв'язків, а також механізм управління даними елементами, що здатні забезпечити високий рівень ефективності та логістичної доцільності прийнятих управлінських рішень в середовищі, у якому функціонує галузь [137].

Аналіз таблиці ризиків залізничної галузі доводить, що практично всі проблеми транспорту пов'язані із економічною ситуацією в країні. Ці ризики проявляються вкрай негативно на потенційних клієнтах залізниці. Підвищення тарифів за проїзд, який не відповідає формулі «ціна-якість», викликає незадоволення у більшості пасажирів, падіння рівня платоспроможності громадян відображається на падінні доходів залізниці. Відмічається також зниження обсягів перевезень пасажирів у міжнародному сполученні, що викликано змінами у тарифній політиці та політичній сфері, нестабільністю доходів населення. Це змушує потенційних пасажирів шукати альтернативні варіанти подорожей, обираючи автомобільний чи повітряний вид транспорту.

Для рішення такої складної ситуації, що склалась із пасажирським сектором залізниці на ринку транспортних послуг, можна застосувати маркетингову теорію «4 p-s» [143], що ґрунтується на чотирьох основних параметрах, які є визначальними для товарів і послуг: послуга, ціна, просування послуги на ринку та місце розташування ринку. Даний підхід дозволяє дати оцінку своїм діям і проаналізувати їх доцільність. Співвідношення ціни та якості послуги є першочерговими для прийняття рішення споживачем, а для успішного функціонування транспорту необхідно проводити пошук каналів просування послуг транспортному ринку за допомогою, наприклад, вдалого рекламного ходу, системи знижок, бонусів тощо [137].

Отже, на нашу думку, залізничний транспорт має всі можливості до ефективного функціонування та опанування більшого сегменту на ринку транспортних послуг, але існують ряд серйозних проблем і загроз. З огляду на те, що в умовах нестабільності політичної ситуації країни, виникає небезпека прояву ситуацій, що можуть негативно

впливати на успішну діяльність підприємств і галузей народногосподарського комплексу. Загроза полягає в тому, що сьогодні для економічного комплексу має істотний вплив відсутність необхідного державного фінансування для мінімізації ризикових ситуацій, запобігання проявів наслідків макроекономічної нестабільності, відсутність механізму контролю за ефективністю використання власних та залучених коштів галузі.

Одним із кроків виходу із даної ситуації, крім названих вище, може стати підвищення попиту на пасажирські перевезення шляхом створення єдиної мережі високошвидкісних магістралей (ВСМ). Для підвищення престижу залізниці, а також для зручності пасажирів, необхідно створити додаткове сервісне обслуговування на основі цифрових технологій, за рахунок оптимізації графіку руху поїздів, зменшити час простоїв на проміжних та технічних станціях тощо [137].

З метою підвищення якості пасажирських перевезень пропонується залучати при аналізі динаміки даного показника маркетингово-логістичний інструментарій. Це дозволить проводити аналіз поетапно, структуровано за елементами послуг, а також надати можливість якісної оцінки діям та різним підходам зі сторони держави та керівництва галузі з метою покращення надання послуг. Крім цього, в умовах ринкової економіки рушійною силою є конкуренція, отже необхідно створювати конкурентний транспортний ринок пасажирських перевезень. Запропоновано організаційно-економічний механізм пасажирських перевезень, який розглядає проблеми даного сектора з основних проблемних аспектів.

7. ОРГАНІЗАЦІЯ ХАБІВ ЯК ОДИН ІЗ ЕЛЕМЕНТІВ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Для того щоб вивести залізничний транспорт на новий потрібний конкурентоспроможний рівень, та приблизити його за швидкістю, якістю перевезень та наданих послуг до європейського рівня, менеджменту Укрзалізниці потрібно зробити ще велику кількість кроків, та прийняти не один десяток вдалих управлінських рішень.

У списку цих рішень обов'язково повинні бути напрямки, які частково буде враховувати попередні дослідження деяких науковців, наприклад:

1. Проведення маркетингових досліджень з метою визначення перспективної кількості пасажирів для захоплення додаткових ніш на ринку пасажирських транспортних послуг за умови впровадження нових інноваційних технологій [162].

2. Вирішення проблеми побудови нової організаційної структури для управління пасажирськими перевезеннями в усіх видах сполучень [46; 138].

3. Впровадження в Україні високошвидкісного руху пасажирських поїздів зі швидкостями від 250 до 450 км/год. [191].

4. Збільшення доходів від перевезень в тому числі за рахунок залізничного туризму [192].

5. Зменшення витрат за рахунок оптимізації організації руху пасажирських поїздів в усіх видах сполучень (далекому, міжрегіональному, регіональному, приміському та швидкісному) [193].

6. Вирішення проблеми пошуку нових джерел фінансування пасажирських перевезень.

7. Обґрунтування нових економічних тарифів для підвищення ефективності пасажирських перевезень.

8. Вирішення проблеми оптимальної структури парку пасажирських вагонів, яка б враховувала перспективні потреби пасажирів (швидкість руху, комфортність, якість обслуговування) в умовах обмежених інвестицій [194].

9. Підвищення ефективності пасажирських перевезень за рахунок одночасного впровадження усіх вищевказаних заходів, що дозволить отримати максимальний ефект.

Для захоплення додаткових ніш на ринку пасажирських транспортних послуг нам дуже потрібно створити ХАБи.

В Інтернеті та літературі є кілька визначень терміну ХАБ. Хаб (англ. *hub*, буквально – ступиця колеса, центр) – в общем смысле, узел какой-то сети. В авіації (англ. часто *gateway* – шлюз) – вузловий аеропорт, досить великий пересадочний і перевантажувальний транспортний вузол з необхідним набором сервісів, що має добре географічне розташування. На транспорті – пересадочний, перевантажувальний вузол. На автомобілях підвищеної прохідності – муфта вільного ходу переднього, що підключається, моста. Бувають ручними й автоматичними. У комп'ютерній техніці і мережах – мережевий концентратор (наприклад, USB-концентратор). У файлообмінній мережі Direct Connect хабами називають сервери мережі. У Фідонеті хабом називають магістральний вузол, через який проводиться передача пошти. В енергетиці хаб – спеціалізований розподільний центр, що розділяє один маршрут на два і більше. Хаби (Habs) – прізвисько команди NHL Монреаль Канадієнс. Але нас цікавить транспортне поняття ХАБ. У вікіпедії сказано, це – транспортний вузол, в якому сходяться транспортні потоки [207; 208].

Спочатку цей термін використовували для великих аеропортів, де відбувалася пересадка пасажирів з одного напрямку руху до іншого. Потім термін «ХАБ» стали використовувати для будь-яких транспортних пересадочних вузлів. З огляду на сказане можна організовувати залізничні ХАБи для зручної подорожі пасажирів в Україні.

Багато закордонних вчених та декілька українських в своїх публікаціях робили акцент на позитивному досвіді організації ХАБів в інших країнах [144-161].

Як позитивний приклад можна навести Міжнародний аеропорт Хартсфілд-Джексон Атланта, який розташований в 11 км на південь від центрального ділового району Атланти, Джорджія, США. Є найбільш завантаженим у світі аеропортом по пасажирському трафіку і по злетам-посадкам. В аеропорту 196 виходів. Велика частина рейсів – внутрішні в різні аеропорти США з пересадкою або на рейси в менші міста Південних штатів США.

Міжнародний аеропорт Хартсфілд-Джексон обслуговує міжнародні рейси в Північну Америку, Південну Америку, Центральну Америку, Європу, Азію, Африку. В якості міжнародних воріт США Хартсфілд-Джексон займає сьоме місце. Перше належить Міжнародному аеропорту імені Джона Кеннеді в Нью-Йорку. Проте, кількість міжнародних рейсів у аеропорту постійно збільшується.

Всього послугами аеропорту щорічно користуються близько 5 млн міжнародних пасажирів. Аеропорт розташований частково в межах

міста Коледж Парк, який знаходиться на південь від Атланти, однак більша його частина розташована на територіях округів Фултон і Клейтон, що не входять до складу населених пунктів; також територія аеропорту лежить на землях міст Атланта, Іст Пойнт і Хейпвіль. Потрапити в аеропорт можна за допомогою транспортної системи MARTA.

Потім такі пересадкові центри почали будувати на залізничному транспорті. Як приклад можна навести транспортний ХАБ «Сколково» (рис. 7.1), що розташований в Росії [172; 207; 209].



Рис. 7.1. Загальний вид транспортного ХАБа «Сколково»

Транспортний вузол на Мінському шосе повинен став однією із зупинок швидкісних поїздів між Москвою і Одинцово.

Швидкісні поїзди – одна з головних надій одинцовців, які щодня знаходяться в транспортному капкані. Пробки на дорогах, реконструкції залізничних платформ і переповнені електрички роблять дорогу на роботу для більшості жителів міста справжнім випробуванням.

Будівництво транспортного ХАБу Сколково завершилося в кінці 2019 року. Об'єкти, що входять в Мультиmodalний транспортний кластер, побудовані одночасно. Там розташовано зупинно-пересадочну станцію, 400-метровий пішохідний перехід через Мінське шосе і офісний центр. Будівництво обійдеться в 170 мільйонів доларів. Паралельно компанія ВАТ «РЖД» укладає третій і четвертий головні шляхи, а також зводить залізничні платформи [209].

Час пересування між Сколково і Білоруським вокзалом складає близько 23 хвилин. Поблизу залізниці побудували вежу, що складається з 21 поверху, де розмістилися виключно офіси і магазини [209].

Мультиmodalний кластер «Сколково» об'єднав кілька видів транспорту. Поблизу станції організовано розворотний майданчик для

автобусів і наземного паркування на 200 машин. На наступних етапах розвитку цієї зони передбачено створення до 1200 машино-місць.

Відкриті наземні пакувальні простори будуть організовані на смузі шириною 50 метрів і довжиною близько кілометра [172].

Публікації про організацію ХАБів є, в основному, у закордонній літературі [144–161]. В Україні це питання досліджується лише на наукових конференціях та в апараті АТ Укрзалізниці [162–164]. Але це питання потребує подальшого дослідження, оскільки у великих містах вже давно сформована транспортна інфраструктура, яка «зажата» міськими будівлями.

Деякі роки поспіль на конференціях Укрзалізниці постає питання про організацію транспортних пасажирських ХАБів в Україні, але при цьому кожний фахівець розуміє це питання по-різному. Зараз навіть визначено кілька залізничних вузлів, де будуть організовані пасажирські ХАБи: Київ, Харків, Дніпро, Львів та Одеса. Вважаємо, що спочатку потрібно визначитися з функціями, які будуть виконувати ХАБи та удосконалити їх за рахунок оптимізації графіку руху поїздів, скорочення терміну поїздки та надання максимального комфорту для пасажирів.

Для рішення даного питання було застосовано системний підхід, який дозволить визначити обсяг необхідних функцій, які мусять виконувати залізничний віртуальний ХАБ.

Зараз в Україні залізничні вокзали – майбутні ХАБи виконують такі функції (рис. 7.2): пересадка пасажирів з одного напрямку руху на інший – це основна функція. Зараз її Укрзалізниця виконує, але вона не зовсім оптимізована і потребує удосконалення; пересадка пасажирів з пасажирських перевезень у дальньому сполученні на швидкісні та приміські поїзди та в зворотному русі. Така функція зараз також виконується, але конче потрібна додаткова ув'язка графіків руху вказаних поїздів, що потребує зменшення загального терміну руху пасажирів; пересадка пасажирів із залізничних поїздів на усі можливі види місцевого транспорту (метро, трамвай, тролейбус, автобус) для перевезення їх до дому або до інших місцевих вокзалів. Така функція зараз виконується місцевими органами влади.

Якщо дослідити закордонний досвід, то можна визначити додаткові функції залізничних ХАБів (див. рис. 7.2): надання торгівельно-розважальних та інформаційних послуг для організації зручних умов перебування пасажирів в очікуванні наступних видів транспорту; організація трансферних перевезень пасажирів для їх подальшої подорожі іншими видами транспорту (автобусами, літаками, річковими та морськими пароплавами та ін.); організація трансферних

перевезень багажу пасажирів для їх подальшої подорожі іншими видами транспорту (автобусами, літаками, річковими та морськими пароплавами та ін.); надання пасажирів послуг з подорожі різними видами транспорту за єдиним квитком [161].

Можна ще збільшити перелік функцій та послуг, що можуть бути надані залізничними ХАБами, але спочатку їх потрібно економічно обґрунтувати.

Найголовніша функція ХАБів – це оптимізація графіку руху між собою пасажирських поїздів різних видів сполучення для скорочення терміну перебування пасажирів на залізничних вокзалах в очікуванні інших поїздів та пересадочних трансферів.

Як розуміти оптимізацію графіку руху пасажирських поїздів? Приміські поїзди мусять прибувати на залізничний вокзал (ХАБ) завчасно до прибуття пасажирського або швидкісного поїзда з урахуванням терміну їх запізнення. В цьому разі можна впровадити на залізницях для зручності пасажирів єдиний квиток, що дозволить їм подорожувати одночасно двома видами поїздів. Всі ці заходи дозволять пасажиром скоротити загальний термін подорожі лише на залізниці.

Є багато випадків, коли пасажир подорожує складним маршрутом, наприклад, з маленького містечка Дніпропетровської області приміським поїздом до Дніпра, а потім швидкісним поїздом до Києва, далі автобусом до аеропорту Бориспіль, а звідки літаком на відпочинок у будь-яку країну. Такий складний маршрут подорожі вимагає від пасажирів багато зусиль, а наявність дітей та валіз створюють багато проблем.

Якщо впровадити додаткові функції на вокзалі Дніпро, а саме ув'язку графіку руху приміського поїзду зі швидкісним та організувати подорож за єдиним квитком, що включить також вартість автомобільного трансферу до аеропорту Бориспіль, то це значно скоротить термін подорожі пасажирів і підвищить якість їх обслуговування.

До речі, зараз в Україні деякі туристичні компанії використовують трансферні перевезення для доставки туристів з окремих міст до основних видів транспорту (аеропортів, залізничних, річкових та морських вокзалів). Ціна такого трансферу входить до вартості путівки. З огляду на сказане вище, можна включити організацію трансферних перевезень пасажирів для їх подальшої подорожі іншими видами транспорту (автобусами, літаками, річковими та морськими пароплавами та ін.) до основних функцій залізничного ХАБа.

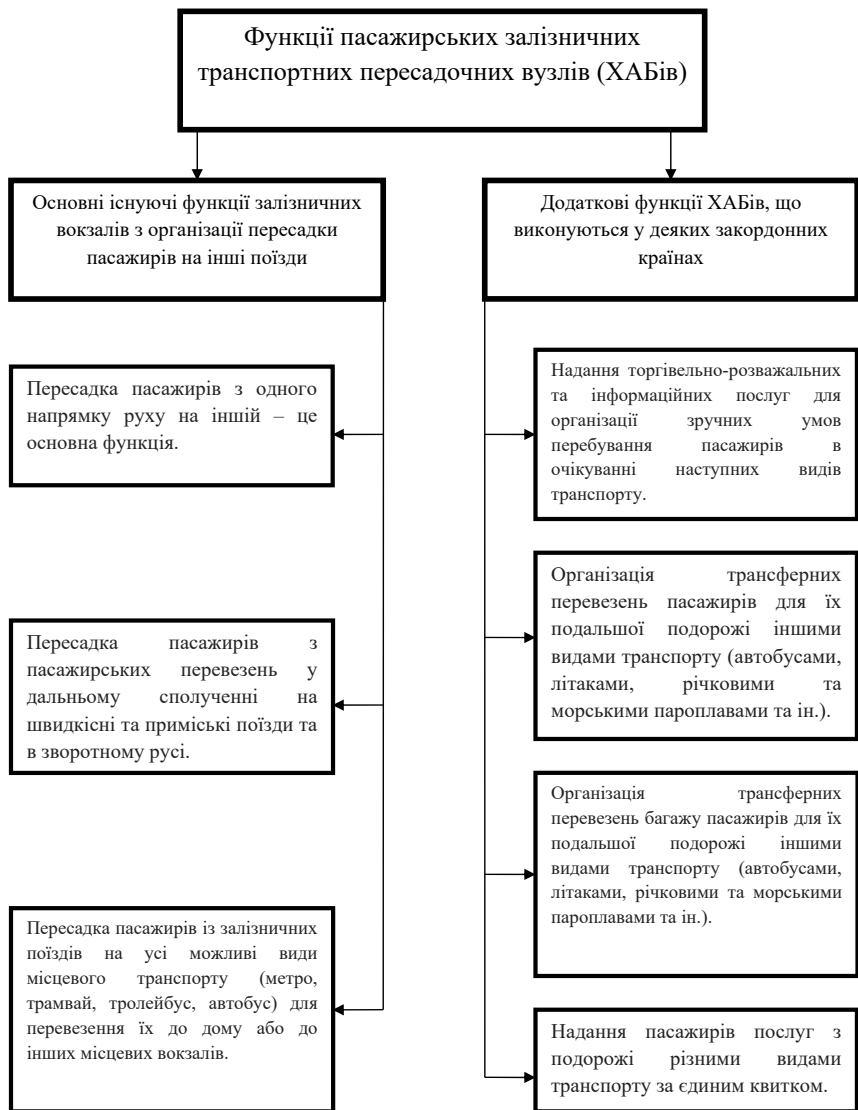


Рис. 7.2. Можливі функції пасажирських залізничних транспортних пересадочних вузлів (ХАБів).

Джерело: розробка Чаркіної Т. Ю.

Залізничні ХАБи можуть також використати додатково послугу, яку зараз використовують аеропорти України з організації трансферних перевезень багажу пасажирів для їх подальшої подорожі іншими видами транспорту (автобусами, літаками, річковими, морськими пароплавами та ін.). Це дозволить пасажирам мати з собою тільки необхідні речі, та проводити вільний час перед подальшою поїздкою на свій власний розсуд. Для цього на залізничних вокзалах доцільно надавати торгівельно-розважальні послуги.

Можна навести приклад як в Угорщині використовують функції ХАБів на залізничному пересадочному вузлі Кишпешт (Будапешт). Вокзал обслуговує перевезення пасажирів у далекому, швидкісному та приміському сполученні. Поряд через наземний перехід знаходиться автовокзал, метро, трамвай, стоянка таксі та великий торгівельно-розважальний центр. Все це разом представляє собою компактний та дуже зручний ХАБ.

Значну частину свого життя людина подорожує різними видами транспорту для виконання завдань відрядження, проведення перемов з партнерами, постачальниками, потенційними клієнтами, для туристичних подорожей, відпочинку, проведення наукових досліджень та культурних заходів. Але дістатися мети подорожі одним видом транспорту вдається не одразу. Залізничний транспорт, навіть в одній країні, на одному континенті, заздалегідь потребує пересадки пасажирів з одного поїзда на інший. Інколи потрібно, щоб дістати мети, подорожувати послідовно кількома видами транспорту.

Так було раніш, але для підвищення комфорту перевезень та суттєвого скорочення терміну поїздки стали будувати у великих містах різних країн пересадкові пасажирські центри, мета яких – ув'язати розклад руху літаків, поїздів, та інших видів транспорту між собою та створити усі можливі комфортні умови для пасажирів (готелі, кімнати відпочинку, ресторани, кафе, магазини, місця розваги та ін.), що очікують подальшої подорожі.

Транспортно-пересадочний вузол – вузловий елемент планувальної структури міста транспортно-громадського призначення, в якому здійснюється пересадка пасажирів між різними видами міського пасажирського та зовнішнього транспорту або між різними лініями одного виду транспорту, а також попутне обслуговування пасажирів об'єктами соціальної інфраструктури. Транспортно-пересадочний вузол може включати: посадочні термінали, парковки, стоянки таксі і т.п. Посадковий термінал транспортно-пересадочного вузла – спеціально створена одна або кілька споруд в транспортно-пересадочному вузлі, призначені для оптимізації пішохідних потоків пасажирів, що

здійснюють пересадку, з можливістю відвідування ними об'єктів обслуговування, або минають їх.

Вперше в Україні поставлене комплексне завдання щодо організації пасажирських залізничних пересадочних центрів, сформульоване удосконалене термінологічне значення *залізничного транспортного ХАБу*, з одночасною роботою трансферних перевезень, що дозволить суттєво скоротити термін подорожі та комфортність поїздки.

Для рішення даного питання застосовано системний підхід, який дозволить визначити його удосконалене термінологічне значення – залізничний транспортний пересадочний центр ХАБ, для чого вони споруджуються, місця їх утворення, основні функції та обсяг наданих послуг.

Умови утворення транспортних пасажирських ХАБів. Для будівництва залізничних транспортних ХАБів необхідні такі умови [173]:

1. Наявність на даній залізничній станції великої кількості поїздів різних напрямків та категорій з яких пасажирів пересідають для подальшої подорожі на інші поїзди та види транспорту;

2. Транспортний залізничний ХАБ мусить поєднувати усі види загального та міського види транспорту. Якщо забезпечення транспортних залізничних ХАБів міськими видами транспорту (метро, трамвай, автобус, тролейбус, таксі та ін.) цілком реально, то стягнути в одне місце аеропорти, автовокзали, морські та річкові вокзали майже неможливо. Для цього можна запропонувати трансферні перевезення, які будуть працювати в одному зв'язку зі вказаними вище вокзалами, а вартість послуг яких мусить включатися у єдиний транспортний квиток.

3. Існуючі в Україні великі залізничні вокзали не можна вважати ХАБАми, оскільки існуюча технологія перевезення пасажирів не передбачає ув'язку розкладу руху приміських, пасажирських та швидкісних поїздів з іншими видами загального транспорту, організацію трансферних перевезень та використання єдиного квитка. Наприклад, звичайний залізничний вокзал у великому місті Києві, якій має поруч усі види міського транспорту та автобуси, що перевозять пасажирів у аеропорти Бориспіль, Жуляни, автовокзали та річковий вокзал, не можна вважати ХАБом, оскільки розклад руху пасажирських поїздів не ув'язано з іншими видами загального транспорту, відсутня організація трансферних перевезень пасажирів та багажу. Відсутні поруч у необхідній кількості комфортні готелі, зали очікування ресторани, кафе, магазини, місця для розваг та зручні переходи до місцевих видів транспорту.

4. Бажання керівництва міста на проведення нового будівництва та реконструкції привокзальної території. А для цього потрібно тільки у Києві побудувати горизонтальні ескалатори для переміщення пасажирів на метро та трамваї, криті стоянки для трансферних автобусів, таксі і тролейбусів, поєднані з вокзалом конкорсом, ескалатором та організувати постійний рух сучасного електропоїзда до аеропорту Бориспіль. Одночасно потрібно вирішити адресну доставку багажу пасажирів на інші види загального транспорту. Слід сказати, що місцеві види транспорту входять до прерогативи місцевих органів влади, але виконуються в ув'язці з Укрзалізницею.

З огляду на сказане вище, можна запропонувати удосконалене термінологічне значення залізничного транспортного ХАБу – *це великий залізничний транспортний пересадочний центр для організації зручної поїздки пасажирів та їх багажу, що подорожують кількома видами транспорту, рух яких ув'язано одним загальним графіком руху за єдиним квитком, який включає вартість усіх видів послуг й надає при цьому повний комфорт пасажирам у період очікування подальшої поїздки.*

Сфера роботи залізничного пересадочного центру існує в межах економічної системи для забезпечення вимог соціальної системи. Для надання послуг залізничного ХАБа й попутного обслуговування пасажирів об'єктами соціальної інфраструктури діють різноманітні суб'єкти господарювання, які використовують специфічні техніко-технологічні ресурси, працю професійно підготовлених робітників, мають відмінний від інших галузей механізм ціно- та тарифоутворення, обліку, стимулювання та мотивації споживання, територіально розосереджений характер роботи, що у своєму загальному сприйнятті є необхідною, невід'ємною, обов'язковою та особливою часткою економічної системи як сукупності всіх видів економічної діяльності людей, яка спрямована на виробництво, розподіл, обмін і споживання товарів і послуг.

Але основна мета утворення ХАБів – це скорочення терміну подорожі пасажирів та надання їм комфортних умов.

Узагальнюючи вищенаведене, можна стверджувати, що *сфера залізничного ХАБа – це сукупність соціально-економічних відносин, пов'язаних із переміщенням пасажирів різними видами транспорту та трансферу, а також їх попутне обслуговування об'єктами соціальної інфраструктури для надання повного спектру послуг під час всієї подорожі* [173].

Із сказаного випливає, що залізничний пересадочний центр не може існувати без трансферних перевезень, загального графіку руху та великої кількості пасажирів. Інакше не може бути, оскільки між

залізничним пересадочним центром та аеропортами, річковими та морськими вокзалами майже завжди є певна відстань, яку бажають вчасно подолати багато пасажирів і подорожувати далі (рис. 7.3, 7.4).

Але основна мета утворення ХАБів – це скорочення терміну подорожі пасажирів та надання їм комфортних умов, та взаємодія залізничного ХАБу з іншими видами транспорту.

Уявіть собі, що ви дуже занята ділова людина, яка хоче заздалегідь спланувати свій відпочинок та розрахувати свій час та гроші, які можете витратити на поїздку або відпустку. А для ділової людини нічого нема більше цінного, ніж час та гроші. І за свої гроші та виділений час, вона хоче отримати максимум задоволення, а не головний біль, наприклад, як не запізнитись на літак, як краще дістатись до нього, чим краще доїхати до потягу, скільки часу потрібно перебувати на вокзалі, або аеропорті та чим зайнятись у вільний час, якщо його багато, а у тебе ще двох маленьких діточок, яких теж потрібно чимось зайняти. Чим та як краще харчуватися в дорозі, щоб було корисно, а не отримати отруєння.

А ще гірше, якщо ти людина похилого віку або людина з інвалідністю. Для таких пасажирів Укрзалізниця поки не має достатньо ані вагонів, ані місць знаходження на вокзалі, не кажучи вже про місця з'їзду та підйому для інвалідних колясок.

А ще коли на вулиці холодна або погана погода, пасажиру потрібно переїжджати з одного кінця міста в інший, бігти на маршрутку чи інший вид транспорту, і все це при нестачі часу або при наявності маленької дитини та великого багажу. Усе це викликає роздратування, погане самопочуття, фізичне навантаження, а найголовніше – незадоволеність подорожжю.

З такою проблемою стикається дуже велика кількість пасажирів та туристів, які перебувають у подорожах та командировках, і на даний час це глобальне питання, не вирішене. Тому, якщо залізничний ХАБ та усі інші види транспорту (автобуси, літаки, річковий, морський, міський та ін.) будуть пов'язані між собою, що зробить поїздку зручною, комфортною з меншим терміном подорожі пасажирів та за єдиним квитком, який буде ще й більш дешевшим, от цього споживачі послуг значно виграють.

Тому такі залізничні транспортні пересадочні центри потрібно створити у великих містах, де є велика кількість населення, розвинена інфраструктура, а також наявна велика кількість пасажирів та туристів, де відбувається пересадка пасажирів з одного напрямку руху до іншого. Це, наприклад, такі міста як: Київ, Харків, Дніпро, Львів та Одеса.

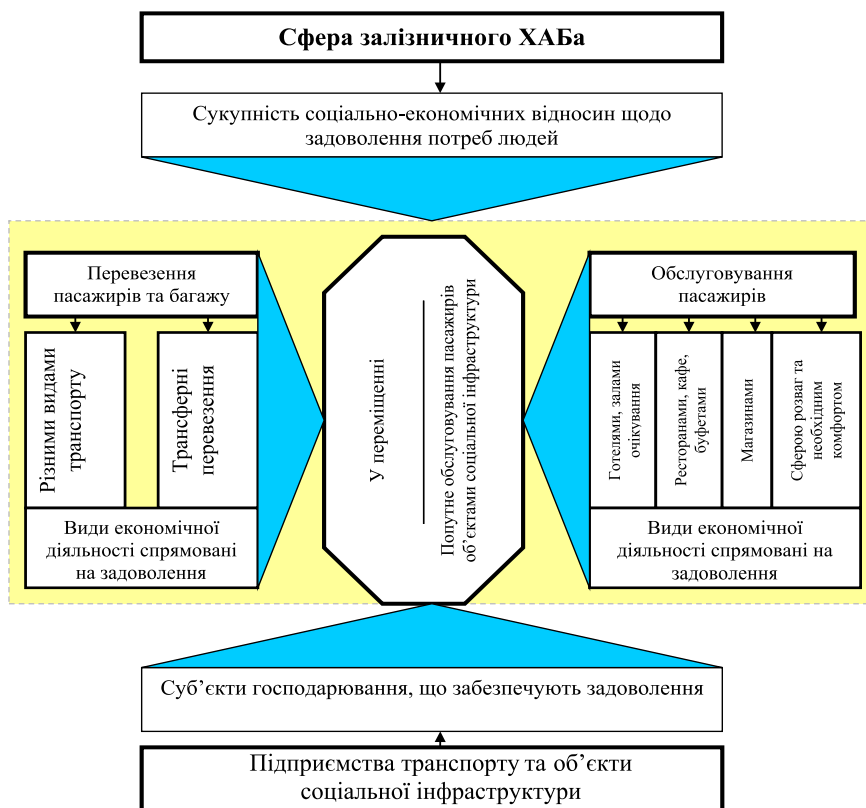


Рис. 7.3. Сфера взаємодії основного залізничного ХАБа з іншими видами транспорту. Джерело: розробка Чаркіної Т. Ю.

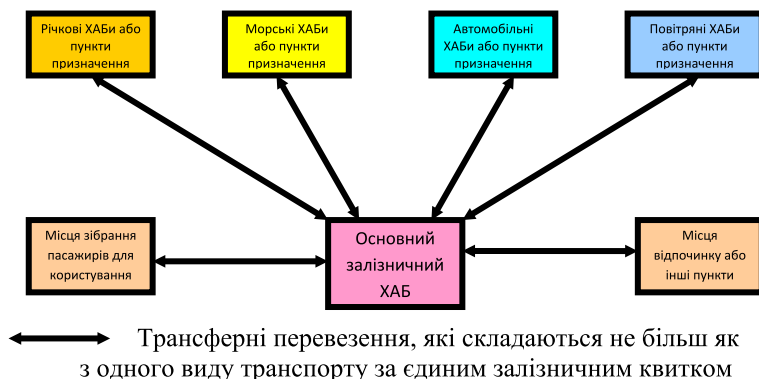


Рис. 7.4. Сфера взаємодії основного залізничного ХАБа з іншими видами транспорту. Джерело: розробка Чаркіної Т. Ю.

На основі проведених вище досліджень можна зробити такі висновки [173]:

1. Організація на базі великих залізничних вокзалів України ХАБів доцільно та необхідна, оскільки це дозволить скоротити загальний час подорожі пасажирів і значно підвищити якість їх обслуговування. Одночасно це дозволить підвищити ефективність використання залізничного транспорту та отримати додаткові прибутки від надання нових послуг.

2. У кожному місті слід враховувати існуючі особливості побудови транспортної інфраструктури та підходити індивідуально до організації ХАБів, і використовувати лише деякі можливі з запропонованих функцій.

3. Реалізація нових функцій транспортних пересадочних вузлів дозволить керівництву АТ «Укрзалізниця» створити для пасажирів додаткові зручності та комфорт за рахунок оптимізації графіку руху поїздів, зменшення терміну подорожі, надання додаткових трансферних перевезень пасажирів і багажу та торгівельно-розважальних послуг.

8. ПРАВОВІ ОСНОВИ ТУРИСТИЧНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

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

Туризм стає сьогодні однією з пріоритетних сфер у світовій економіці, що спричиняє як розвиток окремих галузей, так і соціально-економічне піднесення цілих країн. Він дозволяє без особливих витрат держави розвивати малий і середній бізнес, створювати нові робочі місця, залучати кошти й інвестиції, розвивати інфраструктуру.

Туризм в Україні, в першу чергу, регулюється Законом «Про туризм», який чітко окреслює всі напрями туристичної діяльності [24].

Стосовно вітчизняного регулювання питань індустрії туризму зазначимо, що в Державній цільовій програмі розвитку туризму та курортів до 2022 року (№638-р від 01.08.2013 р.) наголошувалося на необхідності підвищити рівень конкурентоспроможності вітчизняної туристичної індустрії на міжнародному туристичному ринку, забезпеченні якості національного туристичного продукту, вирішенні питання належного пристосування природних територій, об'єктів культурної спадщини для відвідування туристами, забезпечення їх відповідного інфраструктурного облаштування й інформаційного забезпечення [174]. На жаль, виконання цієї програми було припинено на підставі Постанови Кабінету Міністрів (№71 від 05.03.2014) [175; 189; 210; 211].

В Стратегії розвитку туризму та курортів до 2026 року чітко визначено 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 [176]. Розроблено дорожню карту за напрямками: «Безпека туристів», «Нормативно-правова база сфери туризму та курортів», «Розвиток туристичної інфраструктури»,

«Розвиток людських ресурсів» та «Маркетингова політика розвитку туризму та курортів України» [189].

Діяльність Європейського Співтовариства в сфері туризму здійснюється протягом декількох десятиків років. 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 [177]

Регулювання європейським правом сфери туризму в своєму розвитку пройшло кілька етапів. Уже в 60-70-ті 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. Спільнота визначило ряд заходів в сфері туризму: спрощення візових формальностей, підвищення безпеки туристів, захист їх від недобросовісної реклами, гармонізація податкової політики, взаємне визнання рівня кваліфікації і дипломів спеціалістів в галузі туризму, поділ відпускних періодів для зняття навантаження на туриндустрію в «високий» сезон, а також регіональний розвиток туризму. Однак нормативне забезпечення туризму в рамках Співтовариства явно не відповідало потребам туристської діяльності. Існували проблеми координації регулювання туризму з іншими політиками ЄЕС: захисту прав туристів як споживачів, вплив масового туризму на екологію, правила надання туристичних послуг і т. д.

У галузі туризму ЄС видає значну кількість актів. Серед прийнятих документів кількісно переважають акти «м'якого права» ЄС, які не носять юридично обов'язкового характеру (Р. А. Колодкин, С. В. Черниченко).

У розвитку компетенції Європейського Співтовариства / Союзу можна виявити чотири етапи.

Перший етап охоплює період з 1957 року по 1982 рік. Він почався з ухвалення Договору про заснування ЄЕС 1957 року. Договір не надавав Співтовариства повноважень в галузі туризму, але врегулював питання формування Спільного внутрішнього ринку (свобода здійснення підприємництва, надання послуг, оподаткування тощо). Заходи Співтовариства в цей час рідко зачіпали дану сферу відносин, лише окремі документи ЄЕС побічно регламентували туризм.

Другий етап включає період з 1982 року по 1992 рік. Початок цього етапу було покладено Комісією, яка 1 червня 1982 прийняла «Повідомлення про основні керівні принципи політики в сфері туризму». Єврокомісія аналізувала заходи в рамках різних політик

і нормативні акти Співтовариства, як інструмент для здійснення «політик» Товариства. Отже, незважаючи на відсутність будь-якої згадки про туризм в установчому договорі про ЄЕС, діяльність Товариства в цій сфері була досить активною. Вона ґрунтувалася на повноваженнях, наданих Комісії статтею 235 Римського договору. Був прийнятий ряд спеціальних актів, які діють до сих пір (наприклад, Рішення Ради 86/664 / ЕЕС про порядок взаємодії та консультацій в сфері туризму).

Третій етап охоплює період з 1992 по 1999 роки. Він 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». Разом з тим, мета залишилася недостигнутою: Амстердамський договір 1997 роки так і не включив положення про туризм в установчі документи ЄС.

Четвертий етап починається з моменту набуття чинності Амстердамського договору (1999 рік) і триває по теперішній час. Регулювання туризму в ЄС здійснюється в рамках інших напрямків діяльності ЄС. Внаслідок цього інститути ЄС мають недостатню компетенцію для ефективного регулювання туризму в ЄС. Туризм залишається в області «координуючих» заходів Європейського Співтовариства.

Сьогодні регулювання туризму європейським правом ґрунтується на трьох елементах «Лісабонської стратегії» ЄС: підвищення конкурентоспроможності, сталий розвиток і інтереси туристів. ЄС в цій галузі має лише компетенцію щодо прийняття координуючих заходів (стаття 3 (1) У Договору про Європейське Співтовариство), а, значить, може тільки розробляти програми, рекомендувати стандарти.

Лісабонський договір 2007 року не закріпив за ЄС спеціальної компетенції в сфері туризму. Згідно статті 6 (d) Договору про функціонування Європейського Союзу, ЄС в сфері туризму здійснює координуючі та додаткові заходи. Таким чином, компетенція ЄС в сфері туризму залишиться на існуючому рівні.

Міжнародні договори у галузі туризму, вчена Н.А. Соколова [178] пропонує класифікувати на: багатосторонні міжнародні договори у сфері туризму й подорожей (наприклад, Шенгенські угоди Європейського союзу «Про єдиний візовий і туристичний простір») та двосторонні договори в туризмі, то слід відзначити, що Манільська декларація зі світового туризму, прийнята всесвітньою конференцією з туризму (Філіппіни, 1980 р.), 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. У резолюції особливо підкреслюється наполеглива необхідність включення національного і міжнародного туризму в програми навчання для всіх вікових груп населення, підкреслюючи таким чином нові принципи і концепції туризму [211].

Зміст Гаазької декларації з туризму, прийнятої Міжпарламентською конференцією з туризму (Нідерланди, 1989 р.) зводиться до закріплення 10 основних принципів, яких необхідно дотримуватися всім учасникам взаємовідносин у галузі туризму. Кожен принцип має засадничу тезу, а також рекомендації щодо його реалізації. Тож, розглянемо їх детальніше:

- *перший* - містить визначення туризму, під яким розуміються не тільки всі вільні переміщення людей, а й сфера послуг, створена для задоволення потреб, які виникають у результаті цих переміщень; відзначається значення туризму для життя людини й суспільства;

- *другий* - присвячений соціально-економічній складовій, а саме: туризм розглядається як ефективний засіб сприяння соціально-економічного зростання всіх країн; умовою цього є прийнятний рівень самозабезпечення туристичної сфери, за якого країна не повинна витрачати більше, ніж вона сподівається отримати від туризму;

- *третій принцип* закріплює необхідність охорони навколишнього природного середовища та інших туристичних ресурсів;

- *четвертий* - містить визначення іноземного туриста;

- *п'ятий* - наголошує на можливості розумного обмеження прав людини на відпочинок і вільний час лише у випадках, передбачених законом;

- *шостий принцип* присвячений питанням спрощення туристичних формальностей;

- *сьомий і восьмий принципи* окреслюють взаємопов'язані проблеми безпеки в туризмі та загрози тероризму;

- *дев'ятий* - визначає, що якість туристичних послуг залежить від рівня освіти не тільки фахівців у сфері туризму, а й суспільства в цілому;

- *десятий принцип* висловлює основні складові взаємодії між туризмом і публічними властями, що визначаються проведенням адекватної національної політики й міжнародного співробітництва [211].

Глобальний етичний кодекс туризму, прийнятий у Сантьяго (Чилі, 1999 р.) на 13 сесії Генеральної асамблеї ЮНВТО (міжнародна міждержавна організація в галузі туризму) 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; якщо туризм практикується з духовним розкріпаченням, він стає унікальним чинником самоосвіти, терпимості й пізнання законних відмінностей між народами, культурами та їх розмаїттям [179].

У 2001 р. на чотирнадцятій сесії Генеральної Асамблеї ВТО в Сеулі (Республіка Корея) та Осаці (Японія) було прийнято Сеульську декларацію «Мир і туризм» та Осацьку «Декларацію Тисячоліття». Ці документи підтвердили гасла Асамблеї: «До нового туризму - мир, стабільність і технологія» та «Туризм - інструмент миру і діалогу між цивілізаціями» і лідери туризму з державного а приватного секторів зі всього світу визнали, що знайомство з різними культурами і традиціями за допомогою туризму є важливим чинником забезпечення миру й міжнародного взаєморозуміння, а також зауважили на необхідності стимулювати та підтримувати освіту й професійну підготовку в галузі інформаційних технологій і електронного бізнесу для туристичних підприємств [211].

Потрібно зауважити, що в Європейському союзі не існує офіційного інституту, що займається окремо питаннями розвитку туризму в країнах-учасниках. Ця функція покладена на вищий орган виконавчої влади Європейського союзу – Європейську комісію. Європейська комісія через діяльність своїх структурних фондів здійснює діяльність з розвитку туризму в країнах ЄС. Структурні фонди Європейського союзу є найбільшим джерелом інвестування в індустрію туризму найменш розвинених європейських регіонів, до яких належить група країн Центральної та Східної Європи (ЦСЕ). До основних структурних фондів Європейського союзу надають активну допомогу в розвитку туризму слід віднести наступні: Європейський фонд регіонального розвитку; Європейський соціальний фонд; Європейський фонд управління сільським господарством; Європейська комісія подорожей; Європейський інвестиційний банк та ін.

Європейський фонд регіонального розвитку фінансує проекти з розвитку інфраструктури, вкладає інвестиції в створення нових робочих місць і реалізацію проектів розвитку окремих територій, надає фінансову допомогу малим підприємствам. Його діяльність охоплює багато сфер: транспорт, комунікаційні технології, дослідження та інновації, соціальну інфраструктуру, професійну підготовку, структурний перепрофілювання економіки міст та сільської місцевості тощо [180].

У реалізації політики зайнятості населення в туристській сфері важливу роль відіграє Європейський соціальний фонд. Він фінансує проекти, спрямовані на підвищення кваліфікації та перепідготовку кадрів, з метою зростання продуктивності праці. В рамках діяльності цього фонду здійснюється також стимулювання діяльності малих туристських підприємств в країнах Європейського союзу [181, с. 21].

Європейський фонд управління сільським господарством фінансує заходи з розвитку сільської місцевості та здійснює допомогу населенню, зайнятому в натуральному виробництві, в тому числі сприяє розвитку агро- і екотуризму [181, с. 39].

Також слід зазначити таку некомерційну організацію, як Європейська комісія подорожей. Членами даної організації є 39 національних туристських організацій країн Європи. Основна роль Європейської комісії подорожей полягає в розвитку туризму як в окремих регіонах континенту, так і у всій Європі [211].

Основними законодавчими актами, що регулюють питання європейської політики в галузі туризму, є:

- резолюція конференції «Майбутнє європейського туризму», прийнята в травні 2002 р. в Брюсселі;

- Лісабонська стратегія в області розвитку туризму і збільшення зайнятості (лютий 2005 року);

- прикінцеві положення Конференції зі сталого розвитку європейського туризму і оновленню туристської політики (квітень 2005 року, Брюссель);

- доповідь Групи сталого розвитку туризму (2006 р., Брюссель);

- прикінцеві положення Конференції міністрів туризму, що проводилася в Потсдамі в травні 2007 р.;

- Порядок з питань сталого розвитку та конкурентоспроможності європейського туризму, прийнята Європейською комісією в жовтні 2007 р. на Європейському туристському форумі в Алгарве, Португалія [181, с. 41].

Всі перераховані вище документи не мають прямої юридичної сили в країнах-учасниках, а грають координуючу роль в процесі розвитку туризму в країнах ЄС. Таким чином, можна впевнено заявити, що ЄС, активно координуючи туристську діяльність, не втручається в національну політику кожної з країн-учасниць, залишаючи останнім повну свободу дій в процесі створення і просування своїх національних туристичних продуктів на міжнародний ринок туристських товарів і послуг [211].

Туристична політика Європейського союзу націлена на координацію розвитку туризму країн-учасниць. Союз визначає основні

принципи вирішення проблем для забезпечення рівня зростання туризму в цих країнах:

- захист туристів і їх вільного пересування, яке включає в себе: спрощення поліцейського і митного контролю на кордонах; підвищення безпеки туристів і захист їх від недобросовісної реклами; гармонізація політики страхування туристів; інформування про їх соціальних правах;
- гармонізація правил діяльності в індустрії туризму: гармонізації податкової політики в різних країнах ЄС; взаємного визнання рівня кваліфікації і дипломів професійної підготовки;
- регіональний розвиток туризму з метою його просування в менш розвинені регіони союзу, які мають туристський потенціал.

Туристський успіх країн-учасниць ЄС на міжнародному туристичному ринку можна пояснити не стільки успішною політикою на загальноєвропейському рівні, скільки грамотною політикою країн-учасниць в області розвитку і просування, національних турпродуктів на місцевому рівні. У більшості країн-учасниць ЄС, за рідкісним винятком, є практика створення національних туристичних адміністрацій, які займаються просуванням туристичного продукту на міжнародному ринку [182].

Основні права туристів також закріплені Директивою ЄС 2015/2302 «Про пакетні тури та пов'язані з ними туристичні послуги», згідно з якою: туристи отримують всю істотну інформацію про пакетні тури до укладання договору про реалізацію пакетного туру; завжди є щонайменше один оператор, який відповідає за належне надання всіх туристських послуг, включених до договору; туристам надається номер телефону екстреного зв'язку, за яким вони можуть зв'язатися з організатором або турагентом; туристи можуть передати пакетний тур іншій особі з попереднім повідомленням; ціна пакету послуг може бути збільшена тільки в тому випадку, якщо підвищуються конкретні витрати (наприклад, ціни на паливо) і якщо це прямо передбачено в договорі, і в будь-якому випадку, не пізніше ніж за 20 днів до початку пакетного туру; туристи можуть розірвати договір без виплати збору за розірвання і отримати повне повернення всіх сплачених сум, якщо будь-який з істотних умов пакетного туру, за винятком ціни, було значно змінено; туристи можуть розірвати договір без виплати збору за його розірвання до початку пакетного туру в разі надзвичайних обставин; туристи також мають право на компенсацію збитків у випадках, коли туристські послуги не були надані або були надані неналежним чином [212].

Починаючи з 1 липня 2018 року, всі мандрівники в Європі зможуть скористатися новою європейською Директивою «Про подорожі по турпакета і комбінованих туристичні послуги» [183].

Директива розширює сферу застосування для подорожей по турпакета, включаючи нові форми укладання контрактів і усунення різночитань і прогалин в законодавстві. У той же час він включає в себе новий вид поїздок: пов'язані туристичні послуги, встановлення відмінностей між цим договірним методом і комбінованими поїздками. Таким чином, підвищується рівень захисту європейських споживачів і користувачів та конкурентоспроможність підприємств

Нова європейська Директива не поширюється: на житлові приміщення (включаючи проживання для довгострокових мовних курсів), фінансове страхування, таке як страхування подорожей, а також поїздки, які іноді пропонують некомерційні організації для обмеженої групи мандрівників (наприклад, поїздки, організовані клубами для їх членів) [212].

Згідно із цією Директивою, у туристів з'явилися наступні права:

1. Права щодо зміна ціни і компенсацій у зв'язку з цією обставиною: у зв'язку зі зміною ціни організатор пакета може збільшити ціну поїздки, тільки якщо це право зарезервовано в контракті і тільки якщо збільшення відповідає певним причин, таким як зміна ціни палива або інших джерел енергії, рівню податків, зборів або застосовних обмінних курсів (тобто з об'єктивних причин).

Про збільшення ціни туроператор зобов'язаний повідомити мандрівникові «зрозумілим чином» не пізніше, ніж за 20 календарних днів до початку поїздки. При цьому, якщо збільшення ціни перевищує 8% від ціни пакету, мандрівник може протягом розумного періоду часу, зазначеного організатором, прийняти запропоновану зміну або розірвати договір без сплати штрафу.

Якщо організатор або роздрібний торговець за договором залишає за собою право збільшити ціну, мандрівник також матиме рівноцінне право на її зменшення при зниженні відповідних цін (наприклад, якщо туроператор вказує, що ціна може бути підвищена в зв'язку з ростом курсу, то і покупець матиме право знизити ціну в зв'язку з падінням курсу).

2. Права мандрівника за іншими умовами договору:

За винятком зміни ціни, зазначеної в попередньому розділі, організатор не може в односторонньому порядку змінювати умови договору до початку поїздки, якщо зміна є незначною, а організатор або продавець, інформує про це мандрівника в ясному, зрозумілому вигляді і з зазначенням зрозумілих постійних форм контакту.

Споживач може передати право поїздки іншій особі, з повідомленням компанії не менше ніж за 7 календарних днів до початку поїздки.

Можливі відшкодування і платежі на користь мандрівника проводяться протягом періоду, що не перевищує 14 календарних днів після розірвання договору.

Мандрівник має період в 14 календарних днів для здійснення свого права на вилучення без необхідності доводити це право у випадках, коли він уклав угоду за межами комерційної установи.

У разі надзвичайної ситуації мандрівник має право: одержувати адекватну інформацію про служби охорони здоров'я, місцевих органах влади і консульської допомоги, отримувати допомогу у встановленні дистанційного зв'язку і пошуку альтернативних формул для поїздок. І, якщо поїздка по поверненню не може бути проведена через неминучих і надзвичайних обставин, мандрівник має право на 3 ночі проживання за рахунок організатора [212].

Крім того, Директива чітко вказує, що:

1. Якщо надаються послуги не відповідають контракту, компанія повинна запропонувати еквівалентні альтернативні формули.

2. Термін позовної давності по цих претензіях становить не менше 2 років.

3. Організатори повинні будуть забезпечити гарантію виконання зобов'язань, що випливають з надання їх послуг, і особливо відшкодування авансових платежів та репатріації пасажирів в разі своєї «неспроможності за контрактом».

Окремо поговоримо про таке право туриста як таймер. Відповідно до п.1(а) ст. 1 Директиви 2008/122/ЄС «Про захист прав споживачів у зв'язку з деякими аспектами таймшеру, довгострокових відпусток, перепродажу та обміну прав» [184]. Договір таймшеру – угода тривалістю не менше року, в якій покупець, на власний вибір, набуває право використання однієї або більше ночівлі протягом одного або більше періоду користування. Така правова конструкція є не зовсім типовою для вітчизняного законодавства.

На сучасному етапі функціонують таймер-клуби, які надають можливість своїм учасникам використовувати об'єкти нерухомості по всьому світу, включаючи як курорти (напр. побережжя Гоа, гірськолижні курорти в Альпах), історичні центри (Прага, Відень) так і нерухомість в бізнес-столицях (Лондон, Токіо). Тобто особа отримує можливість використовувати нерухомість не лише для відпочинку, а й для інших цілей. Договором, як правило, передбачається один з двох

основних типів відображення права – тижні (фіксовані і нефіксовані) і бали [189].

Відносини таймшеру не врегульовані українським законодавством. Вітчизняний Закон України «Про туризм» не містить визначень чи категорій, у яких розкривалося б поняття туризму. По суті, таймшер вітчизняним законодавством не вважається туризмом, а отже, не підлягає під ліцензування діяльності турагентів. Такий підхід не наносить значної шкоди незначним довірчим відносинам, коли фізичні особи використовують один об'єкт за власними домовленостями і є його співвласниками, але у випадку виникнення конфліктів, адекватне застосування судового захисту неможливе. Щодо існування таймшеру як туристичної індустрії, то в Україні це, по суті, неможливо. Це означає: (а) в Україні відсутня можливість створення юридичної особи-туроператора, яка могла б забезпечити баланс прав покупця і продавця; (б) іноземні туроператори не можуть в свою мережу включати об'єкти нерухомості, що розміщені на території України.

Таким чином, пріоритетом проведеної Європейським союзом політики в галузі туризму є поліпшення соціальних умов та зайнятості населення. З цією метою ведеться робота щодо зниження фактора сезонності в туризмі, що дозволить забезпечити населення постійними робочими місцями і поліпшити можливості використання туристської інфраструктури [185].

Ратифікація Угоди про асоціацію між Україною та ЄС поряд з безвізовим режимом стала першим кроком на шляху до незворотного процесу існування України в спільному з ЄС економічному та правовому просторі, адже, як закріплено в самій Угоді про асоціацію - вона залишає відкритим майбутній розвиток відносин Україна - ЄС. За таких умов необхідність розвитку туристичної галузі України стає одним з пріоритетних напрямків держави [212].

Відповідно до Глави 16 Розділу V Угоди про асоціацію між Україною та ЄС співпраця у галузі туризму здійснюється задля підвищення конкурентоспроможної туристичної галузі. Співпраця у сфері туризму базується на трьох основних принципах: повага самобутності та інтересів місцевих громад, особливо у сільській місцевості; важливість культурної спадщини; чітка взаємодія між туризмом та захистом навколишнього середовища. Співпраця у сфері туризму зосереджується на таких напрямках: обмін інформацією, найкращими практиками тощо; встановлення стратегічного партнерства між державними, приватними та суспільними інтересами з метою забезпечення сталого розвитку туризму; просування та розвитку туристичних продуктів і ринків, інфраструктури, людських ресурсів

та інституційних структур; розвиток та імплементація ефективних політик і стратегій, зокрема відповідних правових, адміністративних та фінансових аспектів; навчання спеціалістів з туризму; розвиток і сприяння туризму на основі місцевих громад.

Безумовно, Україна має вагомі об'єктивні передумови, щоб увійти до найрозвиненіших у туристичному відношенні країн світу. Розвитку туристичної діяльності значною мірою сприяє географічне розташування України – держави, яка знаходиться в центрі Євразійського континенту, має сприятливий клімат, володіє унікальними історичними і природними ландшафтами. Водночас подальший розвиток туристичної галузі гальмується через наступні недоліки правового регулювання: недосконалість законодавчої та нормативно-правової бази в галузі туризму та захисту прав туристів; недостатній рівень розвитку туристичної інфраструктури та її відображення в законодавстві; відсутність правової регламентації якості послуг засобів розміщення, які відповідають міжнародним стандартам та сертифікаційним вимогам; недовідання правового регулювання щодо забезпеченості професійними кадрами в галузі туризму [189].

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: удосконалення, доповнення та уточнення термінологічно-понятійного апарату у сфері туризму відповідно до загальноприйнятих міжнародних дефініцій, зокрема з урахуванням класифікації Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО); визначення існуючих видів туризму в залежності від напрямку туристичних потоків, способу організації туру, категорій осіб, які здійснюють туристичні подорожі, їх віку, джерел фінансування подорожі, цілей, способів пересування та інших ознак; запровадження обов'язкового страхування цивільної відповідальності туроператорів та турагентів перед туристами з метою захисту прав та законних інтересів споживачів туристичних послуг; регламентування загальних засад роботи саморегулюючих організацій у сфері туризму; встановлення механізму створення та забезпечення діяльності державного та місцевих фондів розвитку туризму; врегулювання діяльності фахівців туристичного супроводу в Україні шляхом створення Реєстру фахівців туристичного супроводу [188].

З 1 червня 2017 року у сфері туризму набули чинності три національні стандарти України, гармонізованих з міжнародними та європейськими нормативними документами, а саме: стандарт ISO 17679:2016 Tourism and related services – Wellness spa – Service

requirements (Туризм і пов'язані з ним послуги – Велнес Спа - Потреби в послугах); стандарт ISO 17049:2013 Accessible design – Application of braille on signage, equipment and appliances (Доступний дизайн - Застосування шрифту Брайля на вказівках, обладнанні та приладах); стандарт ISO 23599:2012 Assistive products for blind and vision-impaired persons – Tactile walking surface indicators (Засоби допомоги для сліпих і слабоворих людей - показники тактильної поверхні).

8.2. Міжнародний досвід в сфері регулювання туристичної діяльності

У Європейському Союзі в червні 1990 р була прийнята Директива ЄС по утриманню туристичних послуг і турпродукту в цілому. Для захисту прав споживачів в Директиві ЄС приведені до єдиного змістом тексти контрактів між турфірмою і туристом-споживачем, обговорені умови, взаємні права, обов'язки і гарантії.

Так, в *Австрійській Республіці* туристична галузь курується Федеральним Міністерством економіки, науки і досліджень. Рекламу туристичних можливостей держави здійснює Австрійський національний туристичний офіс, який має свої представництва в 26 країнах світу. Основними особливостями державного регулювання в Австрійській Республіці є: відсутність федерального законодавства для туристичної галузі та, як наслідок, вирівнювання рівнів економічного розвитку регіонів, розвиток малого і середнього підприємництва, зниження рівня безробіття, розвиток відсталих сільськогосподарських територій та ін.; підпорядкованість туристичної галузі загальному регіональному та федеральному законодавству, а також загальноєвропейським і світовим нормам, їх високий ступінь гармонізації; наявність ефективного інституту фінансових гарантій на випадок банкрутства компанії; широкий асортимент надаваних федеральними та регіональними органами влади податкових знижок і пільг; фінансова підтримка державою підприємств туристичної галузі в рамках різних програм і спеціально розроблених планів; підтримка кадрового забезпечення туризму; фінансування діяльності ряду науково-дослідних інститутів, що займаються проблемами туризму [188].

Види допомоги держави туристичному сектору: субсидії для реалізації туристичних проектів; пільгові позики туристичним фірмам;

державне поручительство щодо позик і субсидій, наданих комерційними банками на розвиток туризму.

Основним нормативно-правовим актом, що регулює дану сферу правовідносин, є Федеральний закон Австрійської Республіки щодо захисту прав споживачів. Законом передбачені наступні випадки відповідальності туроператорів і турагентів перед туристами [188]:

1. У разі, якщо перед узгодженою датою відправлення відбувається скасування або розірвання туристичного договору з будь-якої причини, крім провини мандрівника, останній може вимагати від туроператора повернення повної вартості виробленої оплати або надання рівного за ціною і умовами будь-якого іншого подорожі або туру.

2. У разі, коли надання мандрівникові туру, рівного по вартості оплаченого раніше, неможливо, організатор зобов'язаний виплатити вартісну різницю клієнту. Якщо туроператор надає тур за більшою ціною, ніж оплачений клієнтом раніше, то все зверхвитрат туркомпанія бере на себе.

3. Крім того, мандрівник має право на відшкодування збитків за невиконання договору, якщо:

- була проведена скасування туру через неможливість набору мінімальної кількості клієнтів туроператором;
- була проведена скасування туру через форс-мажорних обставин, тобто у зв'язку з аномальними або непередбачуваними обставинами.

4. Якщо після дати вильоту значна частина контрактних послуг не може бути надана, організатор зобов'язаний зробити все, щоб подорож клієнта могло бути продовжено без додаткової оплати.

5. Організатор несе відповідальність за зворотній доставці мандрівника в місце відправлення або будь-яке інше місце, узгоджене обома сторонами.

6. Організатор зобов'язаний виплатити клієнту компенсацію за невиконання або неналежне виконання договору.

7. Мандрівники також мають право на певну компенсацію за очікування кращого відпочинку. При оцінці цієї претензії повинні бути прийняті до уваги тяжкість і тривалість ефекту розчарування, ступінь винності, обумовлена мета поїздки і ціна подорожі.

Основним нормативно-правовим актом, що регулює відповідальність туроператорів і турагентів перед туристами в *Бельгії*, є Закон від 16 лютого 1994 «Про контракт з туроператором і турагентом» (далі - Закон). Відповідно до ст. 9 Закону, реалізація туристичного продукту здійснюється на підставі договору про надання туристичних послуг, що укладається в письмовій формі між туристом

і туроператором. Туроператор або турагент повинен відповідно до Закону від 14 липня 1991 року «Про захист прав споживачів» надати туристу бланк замовлення поїздки. Договір про надання туристичних послуг вступить в силу з того моменту, як турист отримає письмове підтвердження бронювання поїздки [188].

Згідно ст. 10 Закону договір про надання туристичних послуг повинен, в тому числі, містити інформацію про умови його розірвання, про способи і терміни, протягом яких турист має право подати скаргу на невиконання або неналежне виконання зобов'язань за договором, про умови страхування відповідальності туроператора за невиконання своїх зобов'язань, в тому числі через банкрутство. На підставі ст. 17, 27 Закону туроператор і турагент несуть відповідальність за належне виконання всіх умов укладеного договору. Крім того, на підставі ст. 37 Закону туроператор і турагент повинні також застрахувати свою професійну відповідальність перед туристами. На виконання даної статті в Бельгії 1 лютого 1995 року був прийнято королівське постанову «Про умови страхування професійної відповідальності туроператорів і турагентів перед туристами».

Що стосується захисту прав туристів, то в Бельгії з ініціативи організацій із захисту прав споживачів та організацій у сфері туристичної діяльності в грудні 1983 року була створена спеціальна Комісія зі спорів у сфері туристичної діяльності (La Commission de Litiges Voyages). Комісія офіційно визнана Міністерством економіки і Міністерством юстиції Бельгії.

З метою захисту прав споживачів при наданні туристичних послуг *болгарське законодавство* (Закон про туризм) передбачає обов'язкову державну реєстрацію туроператорів і турагентів. Умовою реєстрації є подання низки документів. Одним з документів є договір страхування відповідальності за заподіяну шкоду внаслідок неможливості оплачувати послуги своїх контрагентів.

Відповідно до Закону про туризм і Наказом про умови і порядок обов'язкового страхування, що покриває відповідальність туроператора, договір страхування підлягає переукладанню на щорічній основі.

Закон про туризм передбачає подання договору страхування в Міністерство туризму Болгарії протягом 7 днів після реєстрації. При порушенні даної вимоги стягується штраф у розмірі 1000 болгарських левів.

Туроператори і турагенти повинні на вимогу споживача надати йому документ, що підтверджує наявність дійсного договору страхування, а також сплату страхової премії. Туроператор повинен негайно, в крайньому випадку, протягом одного дня, повідомити

організацію, з якою у нього укладено договір страхування, про які стали йому відомі обставини, які можуть призвести до настання страхового випадку, про своїх контрагентів і споживачів своїх послуг. У копії туроператор направляє дану інформацію в Міністерство туризму Болгарії. Законодавство Болгарії передбачає адміністративні покарання туроператорів і турагентів у вигляді штрафів за порушення при здійсненні туристичної діяльності. Середній розмір штрафу становить від 500 до 2000 болгарських левів. Найбільший штраф передбачений за надання туристичних послуг без передбаченої законом реєстрації: від 5000 до 10000 болгарських левів, за повторне порушення – від 15000 до 30000 болгарських левів.

Додаткова відповідальність туроператорів і турагентів перед туристами в разі припинення діяльності через неможливість виконання зобов'язань або банкрутства болгарським законодавством не передбачена. Болгарське законодавство не передбачає діяльність фондів захисту прав туристів. Однак до органів, уповноважених на здійснення контролю за дотриманням законодавства в області туристичної діяльності, відноситься Комісія із захисту прав споживачів.

У *Великобританії* туроператори і турагенти є учасниками різних туристичних асоціацій (некомерційних організацій), найбільша з яких - Асоціація британських туристичних агентств (Association of British Travel Agents, ABTA), яка була заснована в 1950 році 22 провідними туристичними компаніями Великобританії. В даний час членами ABTA є понад 1200 туристичних компаній, у яких є понад 5000 офісів продажів путівок і чий щорічний оборот становить понад 25 млрд фунтів стерлінгів. Близько 90% комплексних турів в Великобританії, які передбачають авіа-переліт і проживання в готелі, або оренду автомашини (Package tours), продається компаніями-учасниками ABTA.

Можливі фінансові втрати клієнтів, які купують автобусні, залізничні або морські тури в учасників ABTA, мінімізовані за допомогою внутрішньої схеми фінансового захисту споживачів, яка передбачає, що в разі неможливості виконання зобов'язань, банкрутства турагента або туроператора [187].

Відносно комплексних турів в Великобританії діє державна схема фінансового захисту споживачів під назвою: Ліцензія організаторів авіаподорожей (Air Travel Organisers License, ATOL). Туроператори, які здійснюють продаж комплексних турів, зобов'язані мати у своєму розпорядженні ліцензіями ATOL, що видаються Управлінням цивільної авіації Великобританії (The Civil Aviation Authority, CAA).

При оплаті комплексних турів споживачеві видається сертифікат ATOL в письмовій або в електронній формі, який необхідно зберегти

з метою звернення за фінансовою компенсацією в разі виникнення відповідної необхідності.

Єдиною функцією ATOL є фінансовий захист споживачів, надання їм якого-небудь іншого сприяння в рамках даної схеми, не передбачено.

Діюча нормативно-правова база *Угорщини* в області державного регулювання туристичної діяльності в головних своїх рисах гармонізована з правовими вимогами Європейського Союзу, повноправним членом якого Угорщина є з 1 травня 2004 року. Однак існує ряд специфічних особливостей. Дані питання в тій чи іншій мірі представлені в ряді діючих законів і підзаконних актів Угорщини, основними з яких є: Закон XI від 1991 року «Про органи управління в галузі охорони здоров'я»; Закон CLIV від 1997 року «Про охорону здоров'я»; Закон CLXIV від 2005 року «Про торгівлю»; Закон V від 2013 року «Про цивільному кодексі».

Питання регулювання і ліцензування туристичної діяльності, законотворчість і міжнародне співробітництво в цій галузі, а також розробка і проведення національної стратегії розвитку туризму на території Угорщини входять в компетенцію Міністерства національної економіки. Згідно з Постановою уряду No 213 від 23.12.1996 р. всі туристичні компанії, представлені на території Угорщини, зобов'язані страхувати свою відповідальність перед клієнтами в залежності від роду діяльності та розміру їх річного обороту. Так, наприклад, компанія, що займається чартерними перевезеннями, зобов'язана застрахувати свою відповідальність на суму, що дорівнює 20% від її річного обороту, але не менше 20 млн. форинтів (близько 72 тис. дол. США). При роботі в галузі міжнародного туризму дана сума складе 12% від річного обороту компанії, але не менше 5 млн. Форинтів (близько 18 тис. дол. США); а в сфері внутрішнього туризму - 3%, але не менше 500 тис. форинтів (близько 1,8 тис. дол. США). У разі недотримання цієї вимоги по страхуванню відповідальності компанія ризикує втратити ліцензії.

Основним органом, що об'єднує угорські туристичні організації, є Асоціація угорських туристичних агентів і туроператорів. В даний час членами Асоціації є близько 200 компаній, які обробляють більше 85% загального обороту організованих подорожей [187].

У свою чергу, в Угорщині не існує спеціальний орган, націлений на захист прав туристів. Проте, на території країни діє Угорське відомство по захисту прав споживачів, яке, в тому числі, здійснює і захист порушених прав туристів.

Відповідно до нової Концепції розвитку туризму в Угорщині, розрахованої на до 2024 року, йде робота з узгодження єдиного галузевого закону «Про туризм і ресторанно-готельному бізнесі».

Передбачається, що він визначить функції і завдання як державних, так і муніципальних органів влади, а також режим роботи з організаціями даної сфери. Закон стане основним в області туризму та громадського харчування, сформує структуру підтримки і розвитку індустрії туризму на державному і муніципальному рівнях. Однак в останні роки пріоритетним напрямком в Угорщині став оздоровчий туризм, заснований на наданні медичних послуг (33 проекти отримали 90 млн Євро в якості інвестицій і 53 млн. Євро в рамках програми субсидування).

Основу *німецького* законодавства в області відповідальності організаторів туристичної діяльності перед туристами у випадках припинення їх діяльності внаслідок тимчасової неплатоспроможності або банкрутства складають: а) загальні положення Німецького Цивільного Уложення (далі - ДКУ) про цивільно-правової відповідальності та закону про неспроможність (банкрутство), що застосовуються по відношенню до всіх учасників економічних відносин; б) спеціальні положення ст. 651 «до» ГГУ7, що створюють додатковий механізм захисту інтересів туристів у випадках неплатоспроможності або банкрутства туроператорів.

Наявність додаткового захисного механізму, встановленого ст. 651 «до» ДКУ практично повністю виключає необхідність звернення до загальних норм про відповідальність у взаєминах між туристом і туроператором. Зазначений механізм полягає в наступному. Згідно п. 1 ст. 651 «до» ДКУ німецький туроператор зобов'язаний на випадок своєї потенційної неплатоспроможності або банкрутства забезпечити туристу можливість відшкодування - а) вартості туристичного продукту (повернення сплачених коштів за поїздку, яка не відбулася); б) додаткових витрат на повернення додому через неплатоспроможність або банкрутства туроператора. Збитки та додаткові витрати, що виникли у туриста внаслідок неплатоспроможності або банкрутства туроператора, покриття яких не охоплюються договором страхування, підлягають відшкодуванню з боку туроператора відповідно до загальних положень ДКУ про цивільно-правової відповідальності та закону про неспроможність (банкрутство). Спеціальних окремих фондів захисту інтересів туристів у Німеччині в даний момент не існує. У разі порушення своїх прав турист має право звернутися до відповідної районної чи міської німецьку службу захисту прав споживачів, в Європейський центр захисту споживачів (ECC-Net), або німецький суд. Федеральний союз туристичної індустрії Німеччини і німецький федеральний туристичний союз спільно з Міністерством економіки та енергетики постійно відстежують практику застосування законодавства

в області туристичної діяльності і вносять свої пропозиції щодо його вдосконалення.

У Данії питання врегулювання туристичної діяльності в частині відповідальності туроператорів і турагентів перед туристами у випадках припинення діяльності зобов'язань, банкрутства, функціонування фондів регламентовані Законами № 1192 від 08.12.2009 р «Про гарантійний Фонд туризму» та №472 від 30.06.1993 р «Про пакети туристичних послуг». У зазначених законах імплементовані положення Директиви Ради Європейського економічного співтовариства № 90/314 / ЕЕС від 13 червня 1990 «Про комплексні тура, подорожах і організованому відпочинку» [187].

Відповідно до Закону № 1192, для надання допомоги клієнтам, які уклали договір з зареєстрованим туроператором або турагентом на надання туристичних послуг, створюється Гарантійний Фонд туризму в якості приватного самоврядного інституту. Фонд фінансує і обслуговує секретаріат Комісії зі скарг туристів, створеної і затвердженої відповідно до Закону про захист прав споживачів. Комісія розглядає скарги туристів на якість наданих їм туристичних послуг.

Порядок функціонування та фінансування Комісії встановлює Міністерство підприємництва та економічного зростання Данії.

Основними нормативно-правовими актами, питання туристичної діяльності, в Іспанії є:

1. Регламент Європейської Ради та Парламенту 2006/123 / СЕ від 12 грудня 2006 року про послуги на внутрішньому ринку ЄС.

2. Королівський законодавчий указ 1/2007 від 16 листопада, яким вводиться в дію текст Основного Закону про захист прав споживачів і користувачів, а також інших суміжних законів.

3. Закони про регулювання туристичної діяльності кожного автономного співтовариства Іспанії.

Відповідно до норм зазначених нормативно-правових актів компанія, що надає послуги в сфері туризму, зобов'язана гарантувати свою відповідальність за двома напрямками: перед органами влади автономного співтовариства, де зареєстрований туроператор; перед одержувачами послуг (цивільна відповідальність).

1. У разі припинення діяльності туроператора відповідальність перед адміністрацією автономного співтовариства Іспанії гарантується за допомогою страхування, або сплатою банківської гарантії, яка оновлюється в січні кожного року. В автономному співтоваристві Кастилья і Леон банківська гарантія поновлюється щорічно в місяць, коли вона була спочатку внесена. Сума банківської гарантії розраховується залежно від класу туроператора / турагента: туристичні

агентства (продаж в роздріб) - 60101,21 €; туроператор (продаж оптом) 120202,42 €; обидва види діяльності - 180303,63 €; агентства, зареєстровані на Балеарських і Канарських островах - 60000 €. Дані суми дійсні при функціонуванні до 6 точок продажів. У разі, якщо кількість офісів туроператора / турагентства перевищує 6, то за кожен додатковий офіс додається 12000 € [187].

2. Умови обов'язкового страхування туроператором цивільної відповідальності перед споживачами, зокрема у разі припинення діяльності через неможливість виконання зобов'язань і банкрутства, залежать від умов договору страхування та пропозиції конкретної туристичної компанії. В середньому страхова сума становить 600000 € на кожен блок громадянської відповідальності.

Законодавче регулювання туристичної діяльності в *Італії* пройшло кілька етапів розвитку. Прийнятий в 1983 році Закон № 217/1983 «Рамковий закон про туризм» визначав органи управління туристичним бізнесом в Італії, в тому числі на регіональному рівні, порядок функціонування туристичних компаній, заходи підтримки туристичної галузі в країні. 29 березня 2001 був прийнятий Закон № 135/2001 «Про реформу національного законодавства про туризм». Новий Закон був прийнятий з урахуванням стратегічної ролі туризму для економіки країни, з метою розвитку «депресивних» районів країни, підтримки підприємств малого і середнього бізнесу в даній галузі. Закон визначав цілі діяльності Національної конфедерації по туризму, розвиток місцевої туристичної інфраструктури, створення фондів співфінансування туризму та ін.

Слід зазначити, що Конституція Італії (стаття 117) дозволяє регіонам і автономним провінціям мати своє власне законодавство, в тому числі і в сфері туризму. Декретом Президента країни № 207 від 6 квітня 2006 року для Національного агентства з туризму визначені такі завдання як реалізація стратегії з міжнародного співробітництва в сфері туризму з метою ефективного представлення Італії на зарубіжних ринках, забезпечення взаємодії з органами туризму італійських регіонів, в тому числі, надання їм необхідної інформаційно-консультаційної підтримки. З метою розвитку міжнародного співробітництва в сфері туризму в ряді країн Національне агентство по туризму у своєму розпорядженні відповідний заграппарата.

В даний час діє законодавчий декрет № 79/2011 від 23 травня 2011 р званий в побуті «Кодекс туризму», який регулює питання туріндустрії на державному рівні з метою адаптації Директиви ЄС № 2006/123 / ЄС про послуги на внутрішньому ринку і спрямований на усунення необґрунтованих і неадекватних адміністративних і правових

бар'єрів при установі підприємств в сфері туризму. Кодекс зобов'язує підвищувати рівень надаваних послуг і забезпечувати захист прав клієнтів туріндустрії. Передбачені заходи стимулювання туроператорів в даній області. Додаток No 2 до даного декрету містить правила Директиви ЄС No 2008/22 / ЄС про захист прав споживачів в частині використання апартаментів на умовах тайм-шерінг (time-sharing), довгострокового відпускнуго продукту і перепродажу / обміну контрактів [186].

По-перше, Кодекс містить переважно положення про охорону прав споживачів, базуючись на положеннях Директиви ЄС No 2008/22 / ЄС про пакет подорожей, вихідних і турів.

В Італії є Національний гарантійний фонд споживача туристичних послуг (Fondo Nazionale di Garanzia per il consumatore di pacchetto turistico), створений на підставі статті 51 Кодексу та застосовується у випадках банкрутства або неспроможності продавців або організаторів турмероприятій для відшкодування сплачених сум турпотребітелями. Вирішення питань щодо примусового поверненню туристів з-за кордону у виняткових випадках (повінь, землетрус, масові заворушення) відноситься до сфери компетенції МЗС Італії [187].

Закон *Литовської Республіки* «Про Туризмі» від 19 березня 1998 р. NoVIII-667 визначає принципи організації підприємницької діяльності у сфері туризму, вимоги до надання туристичних послуг та захисту прав туристів, компетенцію державних органів і органів самоврядувань в сфері туризму. Постачальниками послуг з організації подорожей є організатори подорожей. Здійснювати діяльність організатора подорожей може громадянин держави-члена ЄС, інша фізична особа, яка користується наданими йому правовими актами Європейського Союзу правами на свободу пересування в державах-членах, що має право на проживання в Литовській Республіці або засноване в Литовській Республіці юридична особа або її підрозділ, а також підрозділ юридичної особи або іншої організації держави-члена, засноване в Литовській Республіці, що має видане Державним департаментом туризму при Міністерстві господарства (далі - Державний департамент туризму) посвідчення організатора подорожей, яке підтверджує право на здійснення діяльності організатора подорожей. Державний департамент туризму здійснює перевірку того, обчислена зазначена в документі, що підтверджує забезпечення виконання зобов'язань організатора подорожей, сума забезпечення виконання зобов'язань відповідно до вимог законодавства. Порядок забезпечення виконання зобов'язань організатора подорожей

встановлюється Урядом Литовської Республіки або уповноваженим ним органом.

У Нідерландах особливе значення мають типові угоди про надання туристичних послуг, розроблені Нідерландської Асоціацією Турагентів і Туроператорів (ANVR - Algemene Nederlandse Vereniging van Reisbureaus). Діяльність ANVR охоплює широкий спектр питань, якими займаються такі комітети: Імідж і просування, Споживчий сектор, Авіатранспорт, Зайнятість і освіту, Стандартизація, Комітет з розгляду туристичних суперечок.

У разі невдоволення турист зобов'язаний направити туроператору або турагенту письмову претензію не пізніше, ніж через місяць після закінчення туристичної поїздки. Відповідно до статті 21 Типового договору (А), якщо така скарга не буде задоволена туроператором або агентом в розумні терміни, турист має право звернутися до Комітету з туристичним спором ANVR (Travel Disputes Committee) не пізніше, ніж через 12 місяців з дати направлення письмової претензії. Даний Комітет розглядає скарги, отримані тільки від фізичних осіб. Після розгляду спору Комітет виносить рішення, обов'язкове для виконання сторонами угоди. Сторони мають право оскаржити рішення Комітету з туристичним спором в уповноваженому суді. Асоціація ANVR гарантує дотримання рішень Комітету з туристичним спором компаніями, що входять в Асоціацію. Суми гарантії по кожному рішенням Комітету становить 10 000 євро [187].

Відповідно до ч. 2 статті 22 Типового договору (А) ANVR не надає гарантій щодо виконання зобов'язань в наступних випадках: а) рахунки компанії арештовані; б) компанія оголошена банкрутом; с) компанія припинила свою діяльність і виключена зі списку юридичних осіб Торгово-промислової палати Нідерландів. Для турагентів діє аналогічна процедура захисту прав через Комітет по туристичним спорам ANVR. Оскільки всі члени ANVR зобов'язані бути також членами Гарантійного фонду (Travel Refund Guarantee Fund, SGR), SGR несе всі ризики, які можуть виникнути в разі банкрутства, арешту рахунків або припинення діяльності туроператора або турагента. Щорічно SGR гарантує виконання зобов'язань на суму, що перевищує 4,5 млрд. євро.

У Польщі діяльність туроператорів і турагентств регламентується наступними нормативними правовими актами: Директиви ЄС 90/314 / ЄЕС від 13 червня 1990 «Про комплексний туризм, комплексний відпочинок і комплексні тури»; Законом від 2 липня 2004 році «Про свободу економічної діяльності»; Законом від 29 серпня 1997 «Про туристичні послуги»; розпорядженням Міністерства фінансів від 19 квітня 2013 г. «Про мінімальний розмір банківської гарантії або

страховки для організаторів туризму або турагентів»; розпорядженням Міністерства фінансів від 22 квітня 2013 г. «Про страхування клієнтів у зв'язку з діяльністю в області організації туризму і посередництва»; розпорядженнями Міністерства спорту і туризму. У разі банкрутства туристичного агентства часткова відповідальність за повернення туристів в країну лежить на регіональній владі, а саме на воєводі, який є бенефіціантом гарантії або договору страхування за місцем розташування туристичної фірми. На воєводу також покладаються обов'язки представляти клієнтів (туристів) перед банком або страховою фірмою, які частково або повністю оплатили свій відпочинок туроператору / турагенту і не змогли виїхати через призупинення або припинення діяльності.

В даний час в Польщі не існує ніякого фонду захисту прав туристів, а будь-які спори розглядаються судом, в зв'язку з чим вже кілька років поспіль обговорюється питання створення так званого «Туристичного гарантійного фонду» [187].

У Словаччині все фірми-туроператори вносяться до реєстру туроператорів Словацького агентства з туризму. Для здійснення туроператорської діяльності турфірма повинна мати фінансове забезпечення у вигляді страхування відповідальності туроператора. Відповідно до закону «Про підтримку туристичної діяльності (с. 91 / 2010 Z / z / Zakon o dopore cestvneho ruchu) в даний час всі туристичні фірми, які здійснюють діяльність на території Словаччини, зобов'язані страхувати свою відповідальність і повідомляти про це Агентство. Словацьке агентство по туризму здійснює нагляд і контроль за діяльністю туристичних компаній в Словаччині.

У Фінляндії, як і в інших країнах-членах Євросоюзу, в області туризму діють національні норми і нормативні правові акти ЄС (в тому числі, Регламент (ЄС) №261 / 2004 Європейського Парламенту та Ради від 11 лютого 2004 року «Про встановлення загальних правил в області компенсації та сприяння пасажирів у разі відмови в посадці, скасування або тривалої затримки авіарейсу і про скасування Регламенту (ЄС) №295 / 91 »; Директива Ради Європейських Співтовариств від 13 червня 1990 р №90 / 314 / ЄЕС «Про комплексний туризм, комплексний відпочинок і комплексні тури»). Основними національними нормативними правовими актами, що регулюють діяльність турфірм в Фінляндії, є: Закон про комплексних туристичних путівках (1079/1994); Закон про компанії в сфері продажу комплексних туристичних путівок (939/2008); Постанова про туристичної інформації (1085/1994);

Загальні умови надання комплексних туристичних путівок, узгоджені Відомством по конкуренції та захисту прав споживачів Фінляндії та Асоціацією фінських туристичних агентів.

Варто відзначити позитивний фінський досвід, коли туристи на сайті Відомства з питань конкуренції та захисту прав споживачів Фінляндії можуть перевірити надійність туроператорів і турагентів, використовуючи функцію пошуку за реєстром підприємств, що надають комплексні туристичні путівки.

Нормативне правове регулювання туристської діяльності у *Французькій Республіці* здійснюється, в тому числі, відповідно до норм Кодексу туризму. Безпосередньо положення про відповідальність туроператорів і турагентів перед туристами в разі припинення діяльності через неможливість виконання зобов'язань, банкрутства в Кодексі не закріплені. Тим часом з метою захисту прав і законних інтересів споживачів туристичних послуг фізичні та юридичні особи, які здійснюють туристичну діяльність у Французькій Республіці, повинні мати фінансове забезпечення (фінансові гарантії), а також страхувати свою професійну відповідальність, яку професійну придатність (ст. R211-20 Кодексу). Дані положення в повній мірі відповідають статті 7 Директиви Ради 90/314 / ЄЕС від 13 червня 1990 р. про комплексних подорожах, відпочинку і турах (далі - Директива) 16, згідно з якою організатор і / або продавець, що виступають стороною договору, підтверджують наявність «достатніх гарантії, що забезпечують, у разі неплатоспроможності або банкрутства, повернення грошових коштів і репатріацію споживача». Умови про наявність фінансових гарантії і страхування професійної відповідальності забезпечені необхідністю реєстрації фізичних і юридичних осіб, які здійснюють туристичну діяльність, визначеної статтею L211-1 Кодексу, в Реєстрі туроператорів (ст.L211-18 Кодексу). Реєстр ведеться Агентством з туристського розвитку Франції. Французьким законодавством не передбачено створення спеціальних фондів захисту прав туристів [187].

Якщо вести мову про *Швейцарію*, то відповідальність туроператорів і турагентів при зупинці їх діяльності в зв'язку з неможливістю виконання фінансових зобов'язань, а також питання захисту прав споживачів туристичних послуг регулюються в Швейцарії Федеральним законом від 18 червня 1993 року No 944.3 «Про туристичні путівки». Зазначений закон регулює контрактні взаємини між покупцями і продавцями (туроператорами та турагентами) пакетних туристичних путівок.

З 1995 року *Швеція* є повноправним членом Європейського союзу (ЄС) і зобов'язана дотримуватися європейське законодавство. Так, відповідно до Директиви Ради ЄС від 13 червня 1990 р No 90/314 / EEC (англ. Council Directive 90/314 / EEC of 13 June 1990 on package travel, package holidays and package tours, далі - Директива) тур, придбаний у туроператора або турагента, інкорпорованого в ЄС, підпадає під систему гарантій. Відповідно до Директиви у всіх країнах ЄС надаються гарантії в разі банкрутства туроператора для того, щоб споживач послуг міг повернути вартість туру (в разі якщо поїздка ще не відбулася) і повернутися додому з подорожі (в разі знаходження закордоном в момент банкрутства туроператора). Однак для того, щоб ці гарантії були надані, тур повинен бути куплений у туроператора або турагента, зареєстрованого і має офіс в ЄС. У разі якщо тур купується через Інтернет, то не завжди є можливість визначити, в якій країні зареєстрований туроператор, що підвищує ризик неотримання гарантійних виплат у разі банкрутства туроператора [188].

Питаннями інформування та захисту споживачів, в тому числі в разі банкрутства туроператора в ЄС займається Європейський Центр Споживача. Туристичні гарантії також поширюються в Швеції на діяльність туроператорів, інкорпорованих в так званих «Північних країнах» (Данія, Фінляндія, Ісландія та Норвегія).

На національному рівні діяльність з надання туристичних послуг та порядок надання туристичних гарантій регулюється наступними нормативними правовими актами Швеції: Законом Швеції про комплексних туристичних поїздках; Законом Швеції про туристичні гарантії; Постановою про затвердження регламенту діяльності Державного комітету реклаमाції діяльності туристичних агентств.

Відповідно до Закону Швеції про туристичні гарантії кожен, хто займається продажем комплексних туристичних поїздок / послуг, перш ніж почати свою діяльність, зобов'язаний депонувати кошти гарантійного покриття в державному органі Швеції – Камер-колегії [187].

8.3. Імплементация Директив Європейського Союзу, що регулюють туристичну діяльність, в українське законодавство

Відповідно до Глави 16 Розділу V Угоди про асоціацію між Україною та ЄС співпраця у галузі туризму здійснюється задля підвищення конкурентоспроможної туристичної галузі [212; 213].

Співпраця у сфері туризму базується на трьох основних принципах: повага самобутності та інтересів місцевих громад, особливо у сільській місцевості; важливість культурної спадщини; чітка взаємодія між туризмом та захистом навколишнього середовища.

Співпраця у сфері туризму зосереджується на таких напрямках: обмін інформацією, найкращими практиками тощо; встановлення стратегічного партнерства між державними, приватними та суспільними інтересами з метою забезпечення сталого розвитку туризму; просування та розвиток туристичних продуктів і ринків, інфраструктури, людських ресурсів та інституційних структур; розвиток та імплементація ефективних політик і стратегій, зокрема відповідних правових, адміністративних та фінансових аспектів; навчання спеціалістів з туризму; розвиток і сприяння туризму на основі місцевих громад [212; 213].

Для подальшого розвитку галузі внесено комплексні зміни до Закону України «Про туризм», які передбачають: удосконалення, доповнення та уточнення термінологічно-понятійного апарату у сфері туризму відповідно до загальноприйнятих міжнародних дефініцій, зокрема з урахуванням класифікації Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО); визначення існуючих видів туризму в залежності від напрямку туристичних потоків, способу організації туру, категорій осіб, які здійснюють туристичні подорожі, їх віку, джерел фінансування подорожі, цілей, способів пересування та інших ознак; запровадження обов'язкового страхування цивільної відповідальності туроператорів та турагентів перед туристами з метою захисту прав та законних інтересів споживачів туристичних послуг; регламентування загальних засад роботи саморегульованих організацій у сфері туризму; встановлення механізму створення та забезпечення діяльності державного та місцевих фондів розвитку туризму; врегулювання діяльності фахівців туристичного супроводу в Україні шляхом створення Реєстру фахівців туристичного супроводу; визначення порядку встановлення категорій об'єктів туристичної інфраструктури за декларативним принципом та повноважень Мінекономрозвитку з даного питання; визначення

правових засад статистичного обліку у сфері туризму та повноважень причетних органів влади [212; 213].

В оновленому Законі враховано положення Директиви 90/314/ЄЕС від 13 червня 1990 р. «Про організовані туристичні подорожі, відпочинок з повним комплексом послуг та комплексні турне», також передбачено обов'язкове страхування цивільної відповідальності туроператорів щодо відшкодування витрат на повернення туристів до місця постійного проживання.

З 1 червня 2017 року у сфері туризму набули чинності три національні стандарти України, гармонізованих з міжнародними та європейськими нормативними документами, а саме: стандарт ISO 17679:2016 Tourism and related services – Wellness spa – Service requirements (Туризм і пов'язані з ним послуги – Велнес Спа - Потреби в послугах); стандарт ISO 17049:2013 Accessible design - Application of braille on signage, equipment and appliances (Доступний дизайн - Застосування шрифту Брайля на вказівках, обладнанні та приладах); стандарт ISO 23599:2012 Assistive products for blind and vision-impaired persons - Tactile walking surface indicators (Засоби допомоги для сліпих і слабоворих людей - показники тактильної поверхні).

Далі вважаємо за потрібне підняти питання стану адаптації законодавства України та співпраці з ЄС. Так, у 2017 році Кабінет Міністрів України схвалив Стратегію розвитку туризму та курортів до 2026 року [189].

В Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року окреслено, що за оцінкою Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО), внесок туризму до світового валового внутрішнього продукту з урахуванням непрямого ефекту становить 10 відсотків. Загальна кількість робочих місць, що прямо або опосередковано стосуються сфери туризму, становить 11 відсотків. У 2019 році частка міжнародних туристичних прибуттів становила більше мільярда разів [212; 213].

Сфера туризму та курортів стає однією з основних галузей, що впливає на загальний стан і тенденції світової економіки.

Оскільки зазначена сфера пов'язана з діяльністю більш як 50 галузей, її розвиток сприяє підвищенню рівня зайнятості, диверсифікації національної економіки, збереженню і розвитку культурного потенціалу, збереженню екологічно безпечного навколишнього природного середовища, а також підвищує рівень інноваційності національної економіки, сприяє гармонізації відносин між різними країнами і народами. Крім того, туризм є одним із засобів реалізації зовнішньої політики держави.

Україна розташована у центрі Європи та має всі умови для належного розвитку економіки за рахунок туризму, проте суттєво відстає від провідних держав світу за рівнем розвитку туристичної інфраструктури та якості туристичних послуг.

Фінансово-економічна криза, що загострилася останніми роками, події, пов'язані з анексією Автономної Республіки Крим та проведенням антитерористичної операції на території Донецької та Луганської областей, призвели до зменшення в'їзного туристичного потоку, негативно вплинули на структуру туризму та реалізацію туристичних можливостей країни на внутрішньому і зовнішньому туристичному ринку. Фактично вдвічі зменшилася кількість іноземних туристів. Україна втрачає популярність як туристичний напрям, оскільки у потенційних туристів складається враження повномасштабної війни і країна сприймається як "гаряча точка".

Загострення кризових явищ у сфері туризму та курортів свідчить про необхідність удосконалення державної політики у зазначеній сфері, пріоритетів і принципів її реалізації, повноважень і компетенцій суб'єктів туристичної діяльності, впровадження ефективних організаційно-правових, економічних, інформаційних механізмів розвитку сфери туризму та курортів як високорентабельної галузі національної економіки.

Незважаючи на ресурсну забезпеченість та безмежні потенційні туристичні можливості, Україна на даний час не має можливості конкурувати з розвинутими туристичними державами. Для раціонального і ефективного використання туристичних, природних, лікувальних та рекреаційних ресурсів України необхідно сформувати туристично-рекреаційний простір шляхом створення та забезпечення функціонування зон розвитку туризму та курортів і розробити, впровадити та запропонувати споживачеві конкурентоспроможний національний туристичний продукт [212; 213]..

Єдиний шлях розв'язання системних проблем у сфері туризму та курортів - це стратегічно орієнтована державна політика, основним завданням якої є визначення туризму одним з основних пріоритетів держави, впровадження економіко-правових механізмів успішного ведення туристичного бізнесу, інвестиційних механізмів розвитку туристичної інфраструктури, інформаційно-маркетингових заходів з формування туристичного іміджу України.

Підкреслимо, що умовами сталого розвитку сфери туризму та курортів є:

забезпечення координуючої ролі держави в реалізації національної туристичної політики із застосуванням принципів державно-приватного

партнерства, організації наукових досліджень, розвитку людського потенціалу;

концентрація ресурсів держави на пріоритетних завданнях розвитку сфери туризму та курортів;

створення загальнодержавної інформаційної системи у сфері туризму та курортів та її інтеграція до світової інформаційної туристичної мережі;

удосконалення законодавства з питань регулювання суспільних відносин у сфері туризму та курортів;

сприяння розвитку міжрегіонального та міжнародного співробітництва у сфері туризму та курортів;

удосконалення на постійній основі бізнес-клімату та розвиток добросовісної конкуренції;

запровадження інституту саморегульованих організацій у сфері туризму та курортів (створення національної туристичної організації);

розроблення національних стандартів відповідно до міжнародних стандартів;

популяризація нашої держави у світі та просування якісних національних туристичних продуктів у світовому інформаційному просторі;

розвиток туристичних територій [189; 210; 212; 213].

Подолання негативних тенденцій, створення сприятливих умов для розвитку сфери туризму та курортів повинні стати пріоритетними напрямами прискорення економічного та соціального зростання країни.

Основними стратегічними цілями розвитку сфери туризму та курортів з урахуванням сучасного стану і тенденцій розвитку України на період до 2026 року є:

створення конкурентоспроможного національного туристичного продукту на засадах системної маркетингової діяльності, спрямованої на чітке позиціонування різних видів туристичних продуктів, адаптованих до вимог і очікувань споживачів;

забезпечення ефективного і комплексного (економічного, соціального, екологічного та інноваційного) використання наявного туристичного та курортно-рекреаційного потенціалу шляхом розв'язання проблеми рекреаційного природокористування і охорони навколишнього природного середовища та удосконалення територіальної структури сфери туризму та курортів з метою розвитку туристичних територій, брендингу територій;

системне підвищення якості інфраструктури курортів та рекреаційних територій шляхом виконання комплексної програми поетапного вдосконалення матеріально-технічної бази з використанням

можливостей кластерних моделей, державно-приватного партнерства та соціального замовлення;

удосконалення інформаційної інфраструктури рекреаційних та туристичних послуг шляхом створення центрів туристичної інформації та популяризації туристичних продуктів під час провадження ярмаркової, фестивальної та виставкової діяльності;

забезпечення відповідності ціни та якості туристичних продуктів шляхом створення умов для оптимізації організаційно-економічної структури діяльності суб'єктів малого та середнього бізнесу у сфері туризму і розроблення національних стандартів надання туристичних послуг відповідно до міжнародних стандартів;

організація системи якісної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців туристичного супроводу та обслуговування, інших професій сфери туризму та курортів [189; 212; 213].

Основними завданнями Стратегії є:

здійснення комплексу заходів з підтримки розвитку туристичної індустрії, зокрема створення привабливого інвестиційного клімату у сфері туризму та курортів;

забезпечення належного рівня міжгалузевої координації та міжрегіональної кооперації, що сприятиме раціональному використанню туристичних ресурсів і дасть можливість оптимізувати витрати з державного і місцевих бюджетів на здійснення заходів у сфері туризму та курортів;

об'єднання зусиль органів державної влади та органів місцевого самоврядування, представників туристичного бізнесу, інших галузей економіки та інститутів громадянського суспільства для популяризації України у світі і формування іміджу України як країни, привабливої для туризму;

гармонізація національного законодавства з європейським, дотримання цілей і принципів, проголошених стратегічними документами розвитку держави [212; 213].

Стратегія визначає інтегрований підхід до формування і реалізації державної політики у сфері туризму та курортів, який передбачає поєднання таких складових:

галузевої, а саме:

- туристична діяльність (туроператори, турагенти; екскурсійне обслуговування);

- послуги з розміщення (колективне розміщення; індивідуальне розміщення);

- транспорт (повітряний; залізничний; автомобільний; водний: морський та річковий; міський громадський);

- туристичні інформаційні центри;
- музеї та галереї;
- театри, арени, клуби;
- конгрес-холи і конференц-центри;
- заклади громадського харчування;
- спортивні арени;
- торгові центри, магазини, сувенірні лавки;
- IT-компанії;
- страхові компанії;
- медіа-компанії;
- територіальної;

секторальної (створення системи стратегічного планування розвитку видів туризму на основі їх чіткої класифікації та визначення пріоритетних на державному та регіональному рівні), а саме:

- міський туризм;
- екологічний (зелений);
- етнічний;
- сільський;
- культурно-пізнавальний;
- подієвий;
- медичний, лікувально-оздоровчий;
- гастрономічний;
- релігійний;
- гірський, спортивний, велосипедний;
- пригодницький та активний;
- науковий та освітній;
- круїзний та яхтовий;
- шопінг та розважальний туризм;
- інші пріоритетні види туризму [189].

Дорожня карта та напрями реалізації Стратегії

Основними напрямами реалізації Стратегії є:

за напрямом "Безпека туристів"

за напрямом "Нормативно-правова база сфери туризму та курортів"

імплементація законодавства ЄС у сфері туризму та курортів, що забезпечить

за напрямом "Розвиток туристичної інфраструктури"

за напрямом "Розвиток людських ресурсів"

за напрямом "Маркетингова політика розвитку туризму та курортів України"

Для досягнення цілей Стратегії у рамках визначених пріоритетних напрямів необхідно забезпечити ефективну взаємодію правового, організаційного, економічного та фінансового механізмів державного регулювання розвитку сфери туризму та курортів.

Правовий механізм орієнтований на дотримання учасниками процесу реалізації Стратегії принципів конституційності, законності та прозорості. Основними інструментами правового механізму повинні бути нормативно-правові акти органів державної влади та органів місцевого самоврядування.

Організаційний механізм спрямований на забезпечення принципів партнерства та співробітництва органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, представників бізнесових та наукових кіл, громадських організацій. Чітке визначення завдань учасникам реалізації Стратегії дасть змогу розподілити відповідальність за прийняття рішень та їх виконання [189].

Основними складовими організаційного механізму є:

- план заходів з реалізації Стратегії, який дасть змогу із застосуванням установлених показників розвитку провести оцінку досягнення цілей Стратегії шляхом проведення моніторингу та визначення ефективності впливу заходів, що здійснюються на державному, регіональному та місцевому рівні;

- цільові та регіональні програми розвитку сфери туризму та курортів;

- договори, що укладаються, в тому числі на засадах державно-приватного партнерства.

Економічний механізм забезпечує дотримання принципів сталого розвитку територій та утримання високого рівня конкурентоспроможності шляхом: використання інструментів для формування сприятливих умов для залучення інвестицій у туристичну галузь; надання підтримки вітчизняному виробнику туристичної продукції; сприяння фінансовому оздоровленню підприємств туристичної галузі; впровадження сучасних інформаційних та маркетингових технологій.

Фінансовий механізм забезпечує реалізацію принципів прозорості та передбачуваності дій органів державної влади з розподілу коштів державного бюджету, інвестицій, грантів міжнародних організацій, залучення кредитів банків та небанківських установ, коштів недержавних цільових фондів, лізингових компаній.

Фінансове забезпечення реалізації Стратегії здійснюється у межах коштів державного та місцевих бюджетів, суб'єктів туристичної діяльності, коштів міжнародної технічної допомоги, інших міжнародних донорів, фінансових організацій (установ), коштів інвесторів та інших джерел, не заборонених законом. Для оцінки стану розвитку сфери туризму та курортів в Україні та досягнення основних стратегічних цілей, визначених Стратегією, використовуються контрольні показники розвитку, результати державних статистичних спостережень у сфері туризму та курортів, інші дані центральних органів виконавчої влади та індекси міжнародних рейтингів розвитку туристичної галузі [189; 210].

За результатами реалізації Стратегії необхідно досягти таких контрольних показників (табл. 8.1).

Таблиця 8.1

**Контрольні показники розвитку сфери туризму
та курортів в Україні**

Найменування показника розвитку	За роками		
	2015	2022	2026
Кількість іноземних туристів, які в'їжджають до України, млн. осіб	12,9	збільшення у 2 рази	збільшення у 2,5 раза
Кількість суб'єктів туристичної діяльності, тис. одиниць	6,8	збільшення у 3 рази	збільшення у 5 разів
Обсяг надходжень до місцевих бюджетів від сплати туристичного збору, млн. гривень	37,1	збільшення у 5 разів	збільшення у 10 разів
Обсяг надходжень до зведеного бюджету від діяльності суб'єктів туристичної діяльності, млрд. гривень	1,71	збільшення у 5 разів	збільшення у 10 разів
Кількість робочих місць у сфері туризму, тис. осіб	88	збільшення у 3 рази	Збільшення у 5 разів
Кількість внутрішніх туристів, тис. осіб	357	збільшення у 3 рази	збільшення у 5 разів
Кількість екскурсантів, тис. осіб	125,5	збільшення у 2 рази	збільшення у 2,5 раза

Реалізація Стратегії передбачає досягнення таких показників: збільшення витрат туристів під час подорожей в Україні до 80 млрд гривень у 2026 році; збільшення обсягу капітальних інвестицій у сферу туризму та курортів до 6,6 млрд. гривень у 2026 році; забезпечення діяльності інституту саморегулювних організацій у сфері туризму та курортів; функціонування Єдиної туристичної інформаційної системи, що містить інформацію про всі туристичні та рекреаційні ресурси

країни, придатні для використання в туризмі, у тому числі об'єкти культурної спадщини та природно-заповідного фонду; впровадження рекомендованої Всесвітньою туристичною організацією ООН (ЮНВТО) системи сателітного рахунка; заснування десяти туристичних представництв за кордоном; лібералізація візового режиму з десятима країнами світу, що є цільовими туристичними ринками для України [189].

Реалізація Стратегії дасть змогу: підвищити конкурентоспроможність національного та регіональних туристичних продуктів; підвищити якість життя населення шляхом забезпечення економічного зростання, екологічної безпеки, консолідації суспільства, надання доступу до послуг у сфері туризму та курортів; створити нові робочі місця, розширити можливості населення щодо працевлаштування та самозайнятості; створити сучасну туристичну інформаційну інфраструктуру, а також забезпечити поширення інформації про туристичні ресурси України у світовому інформаційному просторі [189].

Стратегічна мета розвитку туризму в Україні полягає у створенні продукту, конкурентоспроможного на світовому ринку, здатного максимально задовольнити туристські потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їх соціально-економічних інтересів при збереженні екологічної рівноваги та історико-культурної спадщини. В результаті поступального розвитку міжнародного співробітництва в сфері туризму, кількість в'їзних туристів, які відвідують Україну, щороку зростає [189].

Україна приділяє велику увагу співпраці з Європейським Союзом з питань визначення та реалізації світової туристичної політики, включення України у перспективні програми фінансової та технічної допомоги, а також інвестиційні проекти ЄС в сфері туризму. Розвиток співробітництва з ЄС відбувається згідно з програмою імплементації Угоди про партнерство та співробітництво між Україною та ЄС в 1994 р, Стратегії інтеграції України до ЄС. Згідно зі статтею № 72 «Туризм» вищезазначеної Угоди: «Сторони розширюють та розвивають співробітництво між ними, яке включає: сприяння туризму; співробітництво між офіційними туристичними організаціями; збільшення потоку інформацій; передача «ноу-хау»; вивчення можливостей спільної діяльності; підготовка персоналу» [190].

Одним з напрямків співпраці з Європейським Союзом у сфері туризму є проект Тасіс «Підтримка місцевого розвитку та туризму Карпатського регіону», який реалізується на території Чернівецької, Івано-Франківської, Львівської та Закарпатської областей.

Проводиться системна робота щодо адаптації туристичного законодавства до відповідних директив і стандартів ЄС. На даний час укладено 8 міжнародних угод про співробітництво в галузі туризму з державами-членами ЄС, зокрема, з Грецією (1996 р), Естонією (у 1994 р), Латвією (2000 р), Польщею (в 1994 м), Словаччиною (2001 р.), Угорщиною (2001 р), Фінляндією (у 2000 р), Литвою, Австрією (2004 р.).

На території України за підтримки ЄС створюються системи туристичних інформаційних центрів, в рамках програм технічної допомоги Twinning Projects. Загальною метою реалізації цього проекту є створення ефективної і дієвої системи розповсюдження інформаційно-рекламних матеріалів через забезпечення функціонування мережі центрів туристичної інформації в регіонах України.

ВИСНОВКИ

Монографія спрямована на вирішення наукової проблеми – розроблення теоретичних і методичних засад інноваційного розвитку пасажирських компаній шляхом організації залізничного туризму.

В сучасних умовах господарювання формується і займає ключове місце новий вектор розвитку компаній – креативний чи інноваційний розвиток компаній, що активно використовує результати творчості, новаторства, підтримки нових ідей, пропозицій, винаходів тощо, в зв'язку з цим, в роботі розкриваються та узагальнюються питання концептуальних та теоретико-методичних підходів щодо формування комплексного інструментарію для реалізації запропонованих напрямів і типів інноваційного розвитку пасажирських компаній. Отримані авторами теоретичні і практичні результати дають підставу для таких висновків.

1. В основу розробленої авторами парадигми інноваційного розвитку компаній було покладені теоретично-методологічне підґрунтя інноваційного розвитку компаній, що базуються: на відібраних теоріях представників економічних шкіл про конкретні методи й прийоми науково-емпіричного пізнання, які є основою компоненту інноваційної діяльності; на дослідженні взаємозумовленості, взаємозв'язку й залежності систем знань та систем діяльності; дослідженні структури, логічної організації, методів і засобів раціонально-рефлексивної свідомості та спрямовані на формування системно-логічних результатів, якими визначено складність, багатогранність і міждисциплінарний статус проблеми інноваційного розвитку компаній, що зумовлює необхідність її вивчення в системі координат, утворених різними рівнями методології науки, та формує пріоритети парадигми розвитку.

Надання повного комплексу туристичних послуг, трансферних перевезень, оглядових екскурсій дозволяє пасажирським компаніям визначити сферу своєї діяльності під час організації залізничного туризму, раціональні умови та зони використання залізничного транспорту на конкурентному ринку туристичних послуг, оптимізувати фінансування креативних інноваційних проєктів.

Авторами запропоновано стратегію інноваційного розвитку пасажирських компаній, яка ґрунтується на комплексі впорядкованих регулюючих аналітичних і управлінських заходів, спрямованих на формування декомпенсаційних регуляторів зменшення або усунення наслідків негативного впливу дестабілізуючих факторів зовнішнього оточення та внутрішнього середовища діяльності пасажирських компаній за результатами визначення рівня сприйняття інноваційності

пасажирськими компаніями. Це дозволяє перманентно оцінювати інноваційну активність пасажирських компаній у часі та просторі на різних стадіях життєвого циклу компаній [196].

2. Авторами виконана розробка та розвиток комплексу математичних моделей, призначених для оптимального інвестування процесів створення та використання інфраструктури залізничного туризму. В цілому розроблені моделі враховують різноманітні фактори планування. Особливостями цих моделей є облік довгостроковості періоду реалізації інфраструктурних проектів, наявність багатьох зацікавлених учасників проекту, які можуть мати неспівпадаючі інтереси, наявність численних факторів невизначеності, пов'язані з вибором величин розрахункових параметрів тощо. Результати реалізації цих моделей планування складаються в завданні черговості введення туристичних залізничних маршрутів, виходячи з існуючої та запроектованої інфраструктури, наявності рухомого складу тощо, яка забезпечує максимум очікуваних доходів кожного учасника від туристичної діяльності за встановлений період.

Запропоновано науково-практичний підхід до планування та прогнозування рівня інноваційного розвитку пасажирських компаній, який базується на використанні сучасних методів економіко-математичного моделювання та наукового інструментарію оцінки впливу екзогенних та ендегенних імперативів на діяльність туристичних операторів та агентів з урахуванням умов ризиків та кооперації.

3. Для оптимального вирішення питання організації туристичної діяльності з використанням різних видів транспорту визначені зони їх раціонального застосування.

4. Досі невирішеними залишилися питання інвестування залізничних перевезень приватними туристичними компаніями та окремими особами, як вітчизняними, так і закордонними. До речі, зараз приватні особи виявляють певний інтерес до інвестування розвитку туристичних перевезень у Закарпатському регіоні. І питання приватних інвестицій у розвиток залізничного туризму є домінуючим при розробці концептуального підходу до вирішення цієї проблеми. Залежно від джерела інвестицій автори запропонували три сценарії розвитку залізничних туристичних перевезень.

5. Запропоновано механізм інноваційного розвитку пасажирських компаній, який побудовано на системному поєднанні соціально-економічних, мотиваційних, організаційних, правових та інших процесів управління, дозволяє розробити стратегічно орієнтовані

напрями розвитку залізничного туризму та забезпечити векторально-оптимальні сценарії функціонування пасажирських компаній [8].

6. Авторами запропоновано методiku оцінювання економічної ефективності інвестицій в розвиток туристичних перевезень залізничним транспортом, при цьому виокремлено, що:

- вітчизняні нормативні акти в сфері оцінки економічної ефективності інвестиційних проєктів відображають певний методичний інструментарій щодо структури прогнозних грошових потоків, визначення їх складових, розрахунку основних показників економічної ефективності інвестицій з урахуванням чинника часу. Проте замало уваги приділено кількісному оцінюванню ризиків інвестиційного проєкту та їх врахуванню при визначенні його економічної ефективності;

- доцільним є врахування рівня ризику шляхом коригування ставки дисконту, для чого в роботі запропоновані відповідні методичні підходи;

- при прогнозуванні грошових потоків сценаріїв запропоновано враховувати балансування прогнозованих доходів від надання туристичних послуг в межах інвестиційного проєкту з прогнозними витратами споживачів відповідних послуг;

- кількісна оцінка рівня ризику інвестиційного проєкту здійснюється на підставі формування сценаріїв його реалізації за допомогою економіко-статистичних методів. Показником рівня ризику проєкту є стандартне відхилення внутрішньої норми доходу за сценаріями;

- ставка дисконту інвестиційного проєкту визначається на підставі зв'язку вартості капіталу з рівнем ризику, що вимірюється стандартним відхиленням внутрішньої норми доходу [89].

7. Залізничний транспорт має всі можливості до ефективного функціонування та опанування більшого сегменту на ринку транспортних послуг, але існують ряд серйозних проблем і загроз. З огляду на те, що в умовах нестабільності політичної ситуації країни, виникає небезпека прояву ситуацій, що можуть негативно впливати на успішну діяльність підприємств і галузей народногосподарського комплексу. Загроза полягає в тому, що сьогодні для економічного комплексу має істотний вплив відсутність необхідного державного фінансування для мінімізації ризикових ситуацій, запобігання проявів наслідків макроекономічної нестабільності, відсутність механізму контролю за ефективністю використання власних та залучених коштів галузі.

Одним із кроків виходу із даної ситуації, крім названих вище, може стати підвищення попиту на пасажирські перевезення шляхом

створення єдиної мережі високошвидкісних магістралей (ВСМ). Для підвищення престижу залізниці, а також для зручності пасажирів, необхідно створити додаткове сервісне обслуговування на основі цифрових технологій, за рахунок оптимізації графіку руху поїздів, зменшити час простоїв на проміжних та технічних станціях тощо.

З метою підвищення якості пасажирських перевезень пропонується залучати при аналізі динаміки даного показника маркетингово-логістичний інструментарій. Це дозволить проводити аналіз поетапно, структуровано за елементами послуг, а також надати можливість якісної оцінки діям та різним підходам зі сторони держави та керівництва галузі з метою покращення надання послуг. Крім цього, в умовах ринкової економіки рушійною силою є конкуренція, отже необхідно створювати конкурентний транспортний ринок пасажирських перевезень. Запропоновано організаційно-економічний механізм пасажирських перевезень, який розглядає проблеми даного сектора з основних проблемних аспектів [134; 137].

8. Автори пропонують створення транспортних ХАБів (*це великий залізничний транспортний пересадочний центр для організації зручної поїздки пасажирів та їх багажу, що подорожують кількома видами транспорту, рух яких ув'язано одним загальним графіком руху за єдиним квитком, який включає вартість усіх видів послуг й надає при цьому повний комфорт пасажирам у період очікування подальшої поїздки*), при цьому наголошують, що:

- організація на базі великих залізничних вокзалів України ХАБів доцільно та необхідна, оскільки це дозволить скоротити загальний час подорожі пасажирів і значно підвищити якість їх обслуговування. Одночасно це дозволить підвищити ефективність використання залізничного транспорту та отримати додаткові прибутки від надання нових послуг;
- у кожному місті слід враховувати існуючі особливості побудови транспортної інфраструктури та підходити індивідуально до організації ХАБів, і використовувати лише деякі можливі з запропонованих функцій;
- реалізація нових функцій транспортних пересадочних вузлів дозволить керівництву АТ «Укрзалізниця» створити для пасажирів додаткові зручності та комфорт за рахунок оптимізації графіку руху поїздів, зменшення терміну подорожі, надання додаткових трансферних перевезень пасажирів і багажу та торгівельно-розважальних послуг [173].

9. Україна має вагомі об'єктивні передумови, щоб увійти до найрозвиненіших у туристичному відношенні країн світу. Розвитку

туристичної діяльності значною мірою сприяє географічне розташування України – держави, яка знаходиться в центрі Євразійського континенту, має сприятливий клімат, володіє унікальними історичними і природними ландшафтами. Водночас подальший розвиток туристичної галузі гальмується через наступні недоліки правового регулювання: недосконалість законодавчої та нормативно-правової бази в галузі туризму та захисту прав туристів; недостатній рівень розвитку туристичної інфраструктури та її відображення в законодавстві; відсутність правової регламентації якості послуг засобів розміщення, які відповідають міжнародним стандартам та сертифікаційним вимогам; недовільне правове регулювання щодо забезпеченості професійними кадрами в галузі туризму [214].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гудкова В. П. Забезпечення ефективної діяльності підприємств пасажирського транспорту в умовах соціально орієнтованої економіки: дис. ... д-ра екон. наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Київ, 2015. 498 с.
2. Марценюк Л. В. Методичний підхід щодо розрахунку тривалості проведення туристичних подорожей по вузьким коліям. *Wspolpraca europejska*. 2016. № 3(10). С. 59–71.
3. Марценюк Л. В. Розробка методичного підходу для економічного обґрунтування протяжності туристичних подорожей по вузьким коліям. *Наукові розробки, передові технології, інновації* [зб. наук. пр. та тез наукових доп. за матеріалами III Міжнародної науково-практ. конф.]. Прага–Будапешт–Київ. Київ : НДІСР, 2016. С. 218–221.
4. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. 4-е изд., перераб. и доп. Москва : ИНРА-М, 2005. 480 с.
5. Тультаев Т. А. Маркетинг услуг : учебник. Москва : ИНФРА-М, 2012.
6. Економічний енциклопедичний словник : у 2 т. / [Мочерний С. В., Ларіна Я. С., Устенко О. А., Юрій С. І.]; за ред. С. В. Мочерного. Львів : Світ, 2005. Т. 1. 616 с.; Т. 2. 568 с.
7. Бараш Ю. С., Гненний О. М., Марценюк Л. В., Чаркіна Т. Ю. Comparison of tourist traffic by railway and automobile transport and methodical approach to determining the costs of such transportatoin. *Технологический аудит и резервы производства*. 2017. № 1/4(33). С. 29–35.
8. Марценюк Л. В. Організація залізничного туризму в Україні: монографія / Дніпропетр. нац. ун-т залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна. Дніпро, 2017. 351 с.
9. Пшінько О. М., Бараш Ю. С., Скалозуб В. В., Марценюк Л. В. Економіко-математична модель формування сфери залізничного туризму в Україні. *Зб. наук. пр. Дніпропетр. нац. ун-ту залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна «Проблеми економіки транспорту»*. 2017. № 13. С. 83–96.
10. Бараш Ю.С., Скалозуб В. В., Марценюк Л. В. Багатоетапна інвестиційна модель розвитку залізничного туризму на Закарпатті. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 14. С. 5–13.

11. Марценюк Л. В. Розробка класифікації туристичних подорожей з використанням різних видів транспорту. *Економіка та держава : міжнародний науково-практ. журн.* 2016. № 4. С. 21–27.
12. Моран О. І. Розвиток туристичного ринку в економічній системі регіону : автореф. дис. ... канд. екон. наук. Львів, 2008. 22 с.
13. Дергоусова А. О. Формування стратегії розвитку залізничного туризму : дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04. – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). Харків : УкрДАЗТ, 2012. 216 с.
14. Камушков О. С. Управління розвитком туристичної сфери України : автореф. дис. ... канд. екон. наук. Запоріжжя, 2010. 25 с.
15. Слободенюк Є. В. Туризм як чинник гуманізації відносин між народами : автореф. дис. ... канд. філософ. наук. Київ, 2003. 19 с.
16. Подольська Е. А. Філософія : підручник. Київ : Фірма «Інкос», Центр навч. літ-ри, 2006. 704 с.
17. Гудкова В. П. Сфера пасажироперевезень як узагальнююча соціально-економічна категорія. *Зб. наук. пр. Держ. економіко-технологічного ун-ту трансп. Сер. «Економіка і управління».* 2012. Вип. 19, ч. 1. С. 20–29.
18. Словник іншомовних слів: 23 000 слів та термінологічних словосполучень / уклад. Л. О. Пустовіт та ін. Київ : Довіра, 2000. 1018 с.
19. Кифяк В. Г. Організація туристичної діяльності в Україні : навч. посіб. Чернівці : Книги-XXI, 2003. 300 с.
20. Економічна енциклопедія: у трьох томах. Т. 1 / редкол.: С. В. Мочерний (відп. ред.) [та ін.]. Київ : Академія; Тернопіль: Акад. народ. госп-ва, 2002. 951 с.
21. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії : навч. посіб. Київ : Атіка, 2006. 264 с.
22. Definition of principles of tourist traffic organization on narrow-gauge railways / В. В. Бобиль, Н. О. Божок, О. М. Гненний, Л. В. Марценюк. *Технологический аудит и резервы производства.* 2017. № 2/5(34). С. 22–30.
23. Квартальнов В. А. Туризм : учебник. Москва : Финансы и статистика, 2002. 320 с.
24. Про туризм : Закон України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>
25. Смирнов І. Г. Логістика туризму : навч. посіб. Київ : Знання, 2009. 444 с.

26. Бобарикіна О. М. Організація маркетингових досліджень туристичного продукту : автореф. дис. ...канд. екон. наук. Сімферополь, 2006. 21 с.

27. Молнар О. С. Управління розвитком туристично-рекреаційного комплексу регіону (на прикладі Закарпатської області) : автореф. дис. ... канд. екон. наук. Ужгород, 2006. 23 с.

28. Опанасюк Н. А. Конституційно–правові основи туризму в Україні : автореф. дис. ... канд. юр. наук. Київ, 2005. 17 с.

29. Любіцева О. О. Методика розробки турів : навч. посіб. Київ : Альтерпрес, 2003. 104 с.

30. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності : підручник / за заг. ред. В. Ф. Орлова. Київ : Грамота, 2006. 264 с.

31. Апілат О. В. Підвищення якості послуг в туризмі : автореф. дис. ... канд. екон. наук. Харків, 2001. 20 с.

32. Прочан А. О. Планування та організація процесу надання туристичних послуг на підприємствах : автореф. дис. ... канд. екон. наук. Київ, 2010. 20 с.

33. Бойко М. Г. Ціннісно орієнтоване управління туристичними підприємствами : автореф. дис. ... д-ра екон. наук. Київ, 2011. 44 с.

34. Біль М. М. Механізм державного управління туристичною галуззю (регіональний аспект) : автореф. дис. ... канд. наук з держ. управління. Львів, 2010. 24 с.

35. Шимкова В. Є. Механізми формування туристських потоків на засадах логістики : автореф. дис. ... канд. екон. наук. Донецьк, 2009. 22 с.

36. Краткий словарь международной туристской терминологии : изд. на рус. языке / [сост.: В. К. Бойченко, Н. Б. Кречетова, М. В. Никольский, Л. Ф. Ходорков]; Международная академия туризма. Главное управление по иностранному туризму при Совете Министров СССР. Монте-Карло, Монако – Москва, 1980. 198 с.

37. Зорин В. И., Квартальнов В. А. Туристический терминологический словарь. Москва : Сов. спорт, 1999. 384 с.

38. Крачило Н. П. Основы туризмовеждения. Киев, 1980. 120 с.

39. Азар В. И. Экономика и организация туризма. Москва, 1972. 184 с.

40. Герасименко В. Г. Основы туристского бизнеса. Одесса, 1997. 160 с.

41. Гордієнко П. Л. Стратегічний аналіз : навчальний посібник. Київ : Алерта, 2006. 404 с.

42. Ильина Е. Н. Организация железнодорожных путешествий: учебно-метод. пособие. Москва : Сов. спорт, 2003. 104 с.

43. Ходжаева Н. А. Развитие системы менеджмента железнодорожного туризма в Узбекистане : автореф. дис. ... канд. экон. наук. Ташкент, 2012. 22 с.

44. Бараш Ю. С., Марценюк Л. В., Чаркіна Т. Ю. Удосконалення понятійно-категоріального апарату теорії залізничного туризму. *Зб. наук. пр. Дніпропетр. нац. ун-ту залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна «Проблеми економіки транспорту»*. 2016. № 12. С. 49–66.

45. Бараш Ю. С. Теоретико-методичний підхід до визначення економічної ефективності туристичних подорожей з використанням вузькоколіїної залізниці. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. № 3(177). С. 127–133.

46. Бараш Ю. С., Марценюк Л. В., Чаркіна Т. Ю. Інноваційний розвиток пасажирських компаній за рахунок обслуговування туристичних перевезень. *Ефективна економіка. Вісн. Дніпропетр. держ. аграрно-економ. ун-ту*. 2017. № 12. Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5928>.

47. Марценюк Л. В. Важливість розвитку залізничного туризму в Україні в сучасних соціально-економічних умовах. *Зб. наук. пр. Дніпропетр. нац. ун-ту залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна «Проблеми економіки транспорту»*. 2015. № 9. С. 84–90.

48. Балака Є. І., Сіваконева Г. О. Організаційний аспект відродження та розвитку залізничного туризму на основі кластеризації. *Технологічний аудит та резерви виробництва*. 2014. № 1/2(15). С. 41–44.

49. Дейнека О. Г. Наукові підходи до диверсифікації підприємств залізничного транспорту. *Вісн. економіки транспорту і промисловості*. 2012. № 38. С. 163–165.

50. Городской В. Я. Методические рекомендации по составлению схем перспективного развития туризма в условиях УССР. Киев, 1983. 100 с.

51. Арутюнян М. І. Розвиток ринку міжнародного туризму в Україні : автореф. дис. ... канд. экон. наук. Київ, 2000. 20 с.

52. Гончарук О. В. Економічна ефективність транспортно-технологічних систем. Москва : Наука, 1991. 128 с.

53. 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.

54. Звіт про науково-дослідну роботу «Розвиток туристичних перевезень залізничним транспортом в Україні». Номер держреєстрації

0115U002424 / Дніпропетр. нац. ун-т залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна. Дніпропетровськ, 2015. 2016.

55. Про Рекомендації парламентських слухань на тему: «Розвиток туристичної індустрії як інструмент економічного розвитку та інвестиційної привабливості України» : Постанова Верховної Ради України від 13.07.2017 № 1460-VIII [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1460-19>

56. Алешугіна Н. О. Транспортна інфраструктура як складова туристичного потенціалу України. *Ефективна економіка. Вісн. Дніпропетр. держ. аграрно-економ. ун-ту*. 2009. № 3. Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=62>

57. Котляров Е. А. География отдыха и туризма. Формирование и развитие территориальных рекреационных комплексов. Москва : Мысль, 1978. 92 с.

58. Моран О. І. Розвиток туристичного ринку в економічній системі регіону : автореф. дис. ... канд. екон. наук. Львів, 2008. 22 с.

59. Мальська М. П., Бордун О. Ю. Планування туристичної діяльності : навч. посіб. / Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. Київ : Знання, 2010. 310 с.

60. Мальська М. П. Формування і розвиток просторових систем послуг (теорія та практика реалізації) : автореф. дис. ... д-ра екон. наук. Львів, 2011. 46 с.

61. Татаринцева А. С. Планування і регулювання партнерських відносин у сфері туризму : автореф. дис. ... канд. екон. наук. Запоріжжя, 2009. 20 с.

62. Коробйова Р. Г. Потенціал розвитку залізничного туризму в Україні. *Зб. наук. пр. ДНУЗТ ім. акад. В. Лазаряна «Транспортні системи і технології»*. 2015. № 20. С. 70–74.

63. Хаустова В. Є., Горбатова Є. Ф. Проблеми розвитку туристичної галузі в Україні. *Проблеми економіки*. 2010. № 2. С. 28–33.

64. Новіцька І. В. Європейський досвід у розвитку залізничного транспорту і туристичної галузі України. *Вісн. економіки транспорту і промисловості*. 2013. № 41. С. 114–117.

65. Бешелев С. Д., Гурвіч Ф. Г. Математично-статистичні методи експертних оцінок. 2-ге вид., перероб. та допов. Москва : Статистика, 1980. 263 с.

66. Чеховська М. М. Механізм організації економічного розвитку залізничного транспорту України : монографія. Київ : Кондор, 2012. 250 с.

67. Козубова Н. В. Оцінка потенціалу внутрішнього ринку туристичних послуг : автореф. дис. ... канд. екон. наук. Харків, 2015. 20 с.
68. Остап'юк Н. І. Державне регулювання розвитку туристичної галузі в Україні : автореф. дис. ... канд. екон. наук. Харків, 2011. 23 с.
69. Козловський Є. Організаційно-правові засади управління туристичною галуззю. *Вісн. НАДУ*. 2005. № 1. С. 400–406.
70. Полюга В. О. Економічні і організаційні важелі регуляторної політики розвитку туризму. Організація управління, планування і регулювання економікою : автореф. дис. ... канд. екон. наук. Ужгород, 2005. 27 с.
71. Шульгіна Л. М. Маркетинг підприємств туристичної галузі : автореф. дис. ... д-ра екон. наук. Київ, 2006. 38 с.
72. Борщ В. Н. Разработка маркетинговой стратегии продвижения транспортных услуг на рынках железнодорожных и авиаперевозок : автореф. дис. ... канд. екон. наук. Волгоград, 2013. 26 с.
73. Музиченко-Козловська О. В. Економічне оцінювання та регулювання туристичної привабливості території : автореф. дис. ... канд. екон. наук. Львів, 2007. 25 с.
74. Хатикова З. В. Підвищення ефективності управління іміджем підприємств сфери туризму : автореф. дис. ... канд. екон. наук. Сімферополь, 2010. 19 с.
75. Стойка В. О. Науково-практичні засади інвестування туристичної галузі : автореф. дис. ... канд. екон. наук. Чернігів, 2011. 22 с.
76. Гоблик-Маркович Н. М. Маркетингове забезпечення розвитку туризму в прикордонному регіоні : автореф. дис. ... канд. екон. наук. Ужгород, 2011. 23 с.
77. Мокляк А. В. Туристські ресурси для потреб іноземного туризму в Україні (в контексті українсько-польських туристичних зв'язків) : автореф. дис. ... канд. геогр. наук. Київ, 2004. 12 с.
78. Колесник О. О. Статистичний аналіз ринку туристичних послуг : автореф. дис. ... канд. екон. наук. Київ, 2011. 23 с.
79. Nilnoppakun A.A, Ampavat, K.A. Integrating Cultural and Nostalgia Tourism to Initiate A Quality Tourism Experiences at Chiangkan, Leuy Province, Thailand. 2nd global conference on business, economics, management and tourism, 30-31 October 2014, Prague, Czech Republic. *Procedia Economics and Finance*. 2015. 23. P. 763–771. Available online at www.sciencedirect.com (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>). doi: 10.1016/S2212-5671(15)00545-6

80. Tyagi Akansha, Dhar Rajib Lochan, Sharma Jyoti. Police culture, tourists and destinations: A study of Uttarakhand, India. *Tourism Management*. 2016. 52. P. 563–573.
81. Lee Anne H. J., Wall Geoffrey, Kovacs Jason F. Creative food clusters and rural development through place branding: Culinary tourism initiatives in Stratford and Muskoka, Ontario, Canada. *Journal of rural studies*. 2015. 39. P. 133–144.
82. Ming Ming Su, Geoffrey Wall The Qinghai –Tibet railway and Tibetan tourism: Travelers' perspectives. *Tourism Management*. 2009. 30 P. 650–659.
83. Juan Carlos García-Palomares, Javier Gutierrez, Carmen Mínguez Identification of tourist hot spots based on social networks: A comparative analysis of European metropolises using photo-sharing services and GIS Applied Geography. 2015. Vol. 63. P. 408–417.
84. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в управлінні суб'єктами туристичної діяльності : автореф. дис. ... д-ра екон. наук. Київ, 2008. 48 с.
85. Миронов Ю. Б. Сутність та чинники сталого розвитку туризму в регіоні. *Науковий вісн. НЛТУ України*. 2013. Вип. 23.11. С. 117–122.
86. Концепція сталого розвитку суспільства [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.novageografia.com/vogels-902-1.html> (дата звернення 17.05.2020).
87. Стратегічний план розвитку залізничного транспорту на період до 2020 року [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://mtu.gov.ua/documents/443.html> (дата звернення 17.05.2020).
88. Стратегія розвитку залізничного транспорту на період до 2020 року [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1555-2009-p> (дата звернення 17.05.2020).
89. Гненний О. М. Методичні підходи до оцінки економічної ефективності інвестицій у розвиток туристичних перевезень залізничним транспортом. *Зб. наук. пр. Дніпропетр. нац. ун-ту залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна «Проблеми економіки транспорту»*. 2015. Вип. 10. С. 7–14.
90. Воробйова О. А. Механізми стимулювання рекреаційно-туристичного природокористування : автореф. дис. ... канд. екон. наук. Одеса, 2007. 21 с.
91. Білецька І. М. Формування економічної моделі стратегічного управління туристичним підприємством : автореф. дис. ... канд. наук з держ. управління. Сімферополь, 2009. 15 с.

92. Гечебаев М. Ю. Управление экономической системой туристского транспорта на основе логистического подхода: автореф. дис. ... канд. экон. наук. Москва, 2010. 24 с.

93. Короленко Н. В. Управління логістикою на туристичних підприємствах : автореф. дис. ... канд. экон. наук. Київ, 2011. 24 с.

94. Краєвська О. А. Концептуальні засади та інституційні механізми політики європейського союзу у сфері туризму : автореф. дис. ... канд. політ. наук. Львів, 2007. 22 с.

95. Грицьку-Андрієш Ю. П. Соціально-економічні особливості та основні напрями розвитку сільського туризму в регіоні : автореф. дис. ... канд. экон. наук. Чернігів, 2011. 16 с.

96. Камушков О. С. Управління розвитком туристичної сфери України : автореф. дис. ... канд. экон. наук. Запоріжжя, 2010. 25 с.

97. Загорулькін О. М. Формування інноваційної стратегії сталого розвитку підприємства: автореф. дис. ... канд. экон. наук. Полтава, 2007. 21 с.

98. Новиков В. С. Инновации в туризме. Москва : ИЦ «Академия», 2007. 208 с.

99. Разумовский К. А. Определение потенциала железной дороги для реализации стратегических целей развития транспортной компании : автореф. дис. ... канд. экон. наук. Москва, 2010. 24 с.

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

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

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

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

104. Каховська О. В., Польська І. Є. Державна політика сприяння залученню іноземних інвестицій в економіку України (на прикладі Дніпропетровської області). 2010. Режим доступу: <http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2010-01/10kovpdo.pdf> (дата звернення 17.05.2020).

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

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

107. Перекрестова Ю. Н. Управление транспортным обеспечением внутреннего и въездного туризма на региональном уровне : дис. ... канд. экон. наук. Москва, 2002. 185 с.

108. Романов С. А. Совершенствование организационно-экономического механизма управления туристскими транспортными услугами : автореф. дис. ... канд. экон. наук. Москва, 2009. 25 с.

109. Бараш Ю. С. Теоретико-методичний підхід до визначення економічної ефективності туристичних подорожей з використанням вузькоколіїної залізниці. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. № 3 (177). С. 127–133.

110. Марценюк Л. В. Розробка сценаріїв розвитку залізничного туризму по широким коліям. *Тези доп. за матеріалами тринадцятої науково-практ. міжнародної конф. «Міжнародна транспортна інфраструктура, індустріальні центри і корпоративна логістика»*, 8–10 черв. 2017 року, Харків. Харків, 2017. С. 271–272.

111. Бараш Ю. С., Марценюк Л. В., Чаркіна Т. Ю. Удосконалення понятійно-категоріального апарату теорії залізничного туризму. *Зб. наук. пр. Дніпропетр. нац. ун-ту заліз. трансп. ім. акад. В. Лазаряна «Проблеми економіки транспорту»*. 2016. № 12. С. 49–66.

112. Все о туризме. Туристическая библиотека [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://tourlib.net/> (дата звернення 17.05.2020).

113. Бланк И. А. Основы инвестиционного менеджмента. Киев : Эльга-Н, 2001. 512 с.

114. Бланк І. О. Інвестиційний менеджмент : підручник. Київ : Лібра, 2006.

115. Дука А. І. Теорія та практика інвестиційної діяльності. Інвестування. Київ : Каравелла, 2007.

116. Ендовицкий Д. А. Практикум по финансово-инвестиционному анализу. Москва, 2006.

117. Методы экономической оценки инвестиционных проектов на транспорте : учеб.-метод. пособие / сост. Ю. Ф. Кулаев. Киев : Транспорт Украины, 2001. 182 с.

118. Правик Ю. М. Інвестиційний менеджмент : навч. посібник. Київ : ЦУЛ, 2008.

119. Порядок та критерії оцінки економічної ефективності

проектних (інвестиційних) пропозицій та інвестиційних проектів, затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 18.07.2012 № 684.

120. Методичні рекомендації з розроблення інвестиційного проекту, для реалізації якого може надаватися державна підтримка, затверджені наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 13.11.2012 № 1279.

121. Методичні рекомендації щодо проведення оцінки економічної і соціальної ефективності виконання державних цільових програм, затверджені наказом Міністерства економіки України від 24.06.2010 № 742.

122. Методика проведення державної експертизи інвестиційних проектів, затверджена наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 13.03.2013 № 243.

123. Методичні рекомендації з розроблення бізнес-плану підприємств, затверджені наказом Міністерства економіки України від 06.09.2006 № 290. Режим доступу: http://meold.kmu.gov.ua/minec/control/uk/publish/printable_article?art_id=147485 (дата звернення 17.05.2020).

124. Гненний О. М., Чернова Н. С. До питання оцінки економічної ефективності інвестиційних програм. *Зб. наук. пр. Дніпропетр. нац. ун-ту залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна «Проблеми економіки транспорту»*. 2914. Вип. 7. С. 37–46.

125. Гненний О. Н. Определение коммерческой эффективности инвестиционных проектов на железнодорожном транспорте с применением метода Монте-Карло. *Вісник ХНУ*. 2001. № 512. С. 17–19.

126. Гненний О. Н. Определение ожидаемого интегрального эффекта инвестиционного проекта с применением метода Монте-Карло. *Вісник ХНУ*. 2002. № 565. С. 61–63.

127. Гненний О. М. Визначення ставки дисконту на базі імовірнісної моделі інвестиційного ринку. *Розвиток економічних методів управління національною економікою та економікою підприємства* : [зб.наук.праць ДонДУУ]. Донецьк : ДонДУУ, 2012. Т. XIII (серія "Економіка"; вип. 239). С. 72–83.

128. Гненний О. М. Методичні підходи до оцінки економічної ефективності інвестицій у розвиток туристичних перевезень залізничним транспортом. *Зб. наук. пр. Дніпропетр. нац. ун-ту залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна «Проблеми економіки транспорту»*. 2015. Вип. 10. С. 7–14.

129. Про схвалення Національної транспортної стратегії України на період до 2030 року. Розпорядження Кабінету Міністрів України від

30 травня 2018 р. № 430-р. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws>(дата звернення 17.05.2020).

130. Статистичний щорічник України за 2018р. Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/01/Arch_ukr_zb.htm (дата звернення 17.05.2020).

131. Українці найбідніші в Європі. Режим доступу: <https://ukr.lb.ua/society/2019/10/23/440411.html> (дата звернення 17.05.2020).

132. Україна опинилась на 138 місці за рівнем життя. Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society.html> (дата звернення 17.05.2020).

133. Полуяктова О. В. Проблеми безробіття в Україні. *Економіка і суспільство*. 2016. Вип. 2.

134. Орловська О. В., Бєлова А. І. Конкурентні переваги залізниці на ринку транспортних послуг України. *Зб. наук. пр. Держ. економіко-технологічного ун-ту. Сер.: «Економіка і управління»*. 2013. Вип. 23–24. С. 103–109.

135. Кава О. Соціально значимий сегмент пасажирських перевезень у розвинених країнах має узгоджену норму прибутку. Режим доступу: <https://info.uz.ua/blogi/sotsialno-znachimiy-segment-pasazhirskikh-perevezen-rozvinenikh-krajin-mae-uzgodzhenu-normu-pributku> (дата звернення 17.05.2020).

136. Українців визнано найбіднішими в Європі. Режим доступу: https://ipress.ua/ru/news/ukrayntsi_pryznani_samimyu_bednimyu_v_evrope_302718.html (дата звернення 17.05.2020).

137. Орловська О. В., Бандурко А. О. Макроекономічний аспект розвитку пасажирських залізничних перевезень в Україні. *Електронне фахове наукове видання «Ефективна економіка»*. 2020. № 2. Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2020/84.pdf

138. Бараш Ю. С. Управління залізничним транспортом країни : монографія. Дніпропетровськ : Вид-во Дніпропетр. нац. ун-ту залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна, 2006. 252 с.

139. Глобальний аналіз базових макроекономічних показників України 2013-2017. Режим доступу: <http://publicaudit.com.ua/reports-on-audit> (дата звернення 17.05.2020).

140. Копитко В. І. Маркетинго-логістичний підхід в організації пасажирських перевезень на залізничному транспорті. Дніпропетровськ : Вид-во Дніпропетр. нац. ун-ту залізн. трансп. ім. ак. В. Лазаряна, 2009.

141. PEST - аналіз: розбираєм детально. Режим доступу: <http://powerbranding.ru/biznes-analiz/pest/#fft> (дата звернення 17.05.2020).

142. Чеховська М. М. Методичні підходи до оцінки ефективності розвитку системи залізничного транспорту України в умовах посилення глобалізації. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2012. № 37. С. 160–165.

143. Филип Котлер. Основы маркетинга. Краткий курс. 2015. 496 с.

144. Naumova V., Samchuk G. Class Library for Simulations of Passenger Transfer Nodes as Elements of the Public Transport System. *10th International Scientific Conference Transbaltica: Transportation Science and Technology. Procedia Engineerin.* 2017. 187. P. 77–81. doi: 10.1016/j.proeng. 2017.04.352

145. Yap M., Luo D., Cats O., Oort N., Hoogendoorn S. Where shall we sync? Clustering passenger flows to identify urban public transport hubs and their key synchronization priorities. *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*. 2019. 98. P. 433–448. <https://doi.org/10.1016/j.trc.2018.12.013>

146. Taherkhani G., Alumur S. Profit maximizing hub location problems. *Omega*. 2019. 86. P. 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.omega.2018.05.016>

147. Bolkovska A., Petuhova J. Simulation-based Public Transport Multi-modal Hub Analysis and Planning. ICTE, 2016, Riga, Latvia *Procedia Computer Science* 2017. 104. P. 530–538. doi: 10.1016/j.procs.2017.01.169

148. Kreutzberger E, Konings R. The challenge of appropriate hub terminal and hub-and-spoke network development for seaports and intermodal rail transport in Europe. *Research in Transportation Business & Management*. 2016. 19. P. 83-96. DOI : <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2016.05.003>.

149. Bartosik M., Wiak S. Multi-annual Program “By Railway to the 21st Century” as Key Factor in the Development of Rail Transport in Poland. *Transportation Research Procedia*. 2016. 14. P. 518-527. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2016.05.107>

150. Rau H., Hynes M., Heisserer B. Transport policy and governance in turbulent times: Evidence from Ireland. *Case Studies on Transport Policy*. 2016. 4. P. 45-56. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.cstp.2015.11.006>

151. Yatskiv I., Budilovich E. A comprehensive analysis of the planned multimodal public transportation HUB. *Transportation Research Procedia*. 2017. 24. P. 50-57. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2017.05.067>.

152. Zhu Y., Hu C., Xu D., Tang J. Research on Optimization for Passenger Streamline of Hub. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 2014. 138. P. 776-782. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.258>.

153. Motraghi A. Rail research projects: Case studies. *Research in Transportation Economics*. 2013. 41. P. 76–83. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.retrec.2012.10.001>

154. Hisham E. Sustainable development criteria set for the transportation hubs of the national association of provinces planning. *Procedia Engineering*. 2011. 21. P. 1042–1055. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2011.11.2110>.

155. Gkiotsalitis K., Cats O. Reliable frequency determination: incorporating information on service uncertainty when setting dispatching headways. *Transp. Res.* 2018. Part C 88. P. 187–207.

156. Gkiotsalitis K., Wu Z., Cats O. A cost-minimization model for bus fleet allocation featuring the tactical generation of short-turning and interlining options. *Transp. Res.* 2019. Part C 98. P. 14–36.

157. Ingvardson J. B., Nielsen O. A., Raveau S., Nielsen B. F. Passenger arrival and waiting time distributions dependent on train service frequency and station characteristics: a smart card data analysis. *Transp. Res.* 2018. Part C 90. P. 292–306.

158. Schakenbos R., La Paix L., Nijenstein S., Geurs K. Valuation of a transfer in a multimodal public transport trips. *Transp. Pol.* 2016. 46. P. 72–81.

159. Varga B., Tettamanti T., Kulcsar B. Optimally combined headway and timetable reliable public transport system. *Transp. Res.* 2018. Part C 92. P. 1–26.

160. Yildirimoglu M., Kim J. Identification of communities in urban mobility networks using multi-layer graphs of network traffic. *Transp. Res.* 2018. Part C 89. P. 254–267.

161. Barash Yu., Bobyl V., Charkina T., Bozhok N., Chornovil O. 2018. Principles of determining the basic functions of railway hubs. *Forum on Innovative Technologies and Management for Sustainability, ITMS'2018, 27-28 Panevėžys, Lithuania*. P. 21–26.

162. Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетинг і логістика в системі менеджменту на залізничному транспорті МІЛ-2015. 29 вересня – 2 жовтня 2015 року, м. Кам'янець-Подільський. ТОВ «Спринт-Сервіс», 2015.

163. Матеріали X ювілейної міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми економіки та управління на залізничному транспорті ЕКУЖТ ЭКУЖТ–2016». Київ, 2016.

164. Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції «маркетинг і логістика в системі менеджменту на залізничному транспорті. 27-29 вересня 2016 року, м. Запоріжжя.

165. http://www.arendator.ru/articles/137108-transportnye_haby_kak_organizovat_prostranstvo_tpu_na_base_vokzalov/ (дата звернення 17.05.2020).
166. http://www.c-p.com.ua/cp/archive/article.php?anum=CP_110_15.
167. <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-formirovaniya-i-razvitiya-aeroportov-habov-v-rossii> (дата звернення 17.05.2020).
168. Стратегия для мультимодальных систем транспортировки. http://xn--b1ae2adf4f.xn--p1ai/directories/incoterms/2356-strategy_multimodal.html (дата звернення 17.05.2020).
169. <https://elibrary.ru/item.asp?id=25147067> (дата звернення 17.05.2020)..
170. https://liter.kz/mobile/ru/articles/show/21558-tranzitno-transportnyi_hab_izmenit_polozhenie_evrazii_v_mire (дата звернення 17.05.2020).
171. Эффективное формирование транспортных хабов в Республике Казахстан. Режим доступа: <https://articlekz.com/article/15354> (дата звернення 17.05.2020).
172. www.odintsovo.info/main/topic.asp?id=651 (дата звернення 17.05.2020).
173. V. Bobyl, T. Charkina, L. Martsenuik, O. Matusevich, A. Kersys. Rail passenger Hubs. Transport means 2019. Sustainability: research and solution. *Proceeding of the 23rd international scientific conference. October 02- 04, 2019*. Palanga, Lithuania. P. 999–1003.
174. Кабінет Міністрів України. Постанова «Деякі питання оптимізації державних цільових програм і національних проєктів, 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/> (дата звернення 17.05.2020).
175. 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> (дата звернення 17.05.2020).
176. http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KR170168.html (дата звернення 17.05.2020).
177. Хамова Ю. А. Публічно-правові аспекти туризму в європейському праві : автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Казань, 2009. 25 с.

178. Соколова Н. А. Международно-правовые аспекты управления в сфере охраны окружающей среды : дис. ... д-ра юрид. наук : 12.00.10. Москва : Моск. гос. юрид. акад. им. О. Е. Кутафина, 2010. 467 с.

179. Глобальный этический кодекс туризма (Сантьяго, 1 октября 1999 г.). URL: http://tourlib.net/metod_tourism/mashkova_dod2.htm (дата звернення 17.05.2020).

180. 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 (дата звернення 17.05.2020)..

181. Бузни А. Н., Мацова А. С. Терминологические трудности в туристике. *Вісник ДІТБ*. 2013. № 17. С. 39.

182. Волков С. К., Попкова Е. Г. Единая политика Европейского союза в области туризма? *Современная экономика: проблемы и решения*. 2010. № 9 (9). С. 8–16. Режим доступа: [Chttp://tourlib.net/statti_tourism/volkov2.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/volkov2.htm) (дата звернення 17.05.2020).

183. <https://catalunya.ru/tutorials/article/3841-s-1-iyulya-2018-vstupila-v-silu-direktiva-es-o-zaschite-puteshestvennika-v-kombinirovannyh-poezdках/>(дата звернення 17.05.2020).

184. 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>. - Date of access: 20.03.2014

185. Леонид Гайдукевич. Туристская политика в расширенном Европейском союзе. *Журнал международного права и международных отношений*. 2008. № 4. С. 38–41.

186. http://infotour.in.ua/mashkova_dod2.htm (дата звернення 17.05.2020).

187. Машкова О. В. Основы туристичного бізнесу. URL: http://infotour.in.ua/mashkova_dod2.htm (дата звернення 17.05.2020).

188. <http://persona-grata.ru/yuridicheskie-uslugi/turbiznes-2018-trebovaniya-zakonodatelstva/analitika-i-kommentarii-ekspertov/mezhdunarodnyj-opyt-v-sfere-regulirovaniya-turoperatorskoj-deyatelnosti> (дата звернення 17.05.2020).

189. Стратегія розвитку туризму та курортів до 2026 року. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/249826501>(дата звернення 17.05.2020).

190. Сіровець С. Ю., Стафійчук В. І. Туризм як напрям співробітництва України з Європейським Союзом. *Матеріали наукової конференції «Молоді науковці – географічній науці»*. 27-28 жовтня, Київ, 2006.

191. Момот А. В. Методичний підхід до визначення раціональних швидкостей руху пасажирських поїздів та раціональних зон їх курсування. *Проблеми економіки транспорту: зб. наук. пр. Дніпропетр. нац. ун-ту заліз. трансп. ім. акад. В. Лазаряна*. 2013. Вип. 5. С. 80–89.

192. Бараш Ю. С., Марценюк Л. В. Визначення економічної ефективності залізничних екскурсій. *Зб. наук. пр. Дніпропетр. нац. ун-ту заліз. трансп. ім. акад. В. Лазаряна «Проблеми економіки транспорту»*. 2016. № 11. С. 7–13.

193. Бараш Ю. С., Матусевич О. О. Методичний підхід щодо визначення оптимальних зон курсування різних видів пасажирських поїздів. *Зб. науково-практ. ст. «Вісник економіки транспорту і промисловості»*. Харків : УкрДАЗТ, 2015. Вип. 50. С. 169–176.

194. Гайдук Н. О., Пшінько О. М. Оновлення рухомого складу як пріоритетний напрямок інвестиційної діяльності «Укрзалізниці». *Вісн. Дніпропетр. нац. ун-ту заліз. трансп. ім. акад. В. Лазаряна*. 2010. № 35. С. 219–223.

195. Марценюк Л. В., Запорожець В. М. Парадигма інноваційного розвитку залізничних компаній. *Економіка та держава*. 2020. № 2. С. 32–38. DOI: 10.32702/2306-6806.2020.2.32

196. Марценюк Л. В., Грабовська Г. В. Стратегія інноваційного розвитку пасажирських компаній. *Економіка та держава*. 2020. № 3. С. 37–41. DOI: 10.32702/2306-6806.2020.3.37

197. Бараш Ю. С., Марценюк Л. В., Чаркіна Т. Ю. Зміни у пасажирських компаній за рахунок обслуговування туристичних перевезень. *Вагонний парк*. 2019. № 8. С. 14–18. <http://eadnurt.diit.edu.ua/bitstream/123456789/11821/1/Barash.pdf>

198. Бараш Ю. С., Марценюк Л. В. Методи організації туристичних перевезень. *Вісник економіки трансп. і промисловості : зб. наук. ст.* 2016. Вип. 1. С. 14–23.

199. Марценюк Л. В. Система забезпечення інноваційного розвитку пасажирської залізничної компанії: сутність, властивості та принципи функціонування, концептуальна модель. *Електронне видання «Ефективна економіка»*. 2018. № 2. Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6133>

200. Марценюк Л. В., Павлусенко О. В. Порівняльна характеристика автомобільного та залізничного туризму. *Економіка та держава*. 2020. № 4. С. 60-67. URL: economy.in.ua/pdf/4_2020/13.pdf

201. Мельник В. О., Марценюк Л. В., Міщенко М. І., Власова О. П. Розробка науково-методичного підходу до планування процесів інноваційного розвитку залізниць. *Електронне фахове видання «Ефективна економіка»*. 2019. № 2, Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6875>

202. Марценюк Л. В. Розробка принципів визначення кількості перевезених пасажирів по залізничним вузьким коліям та доходів від цих перевезень. *Технологический аудит и резервы производства*. 2016. № 4 (30). С. 10–17. file:///C:/Users/%D0%94%D0%BE%D0%BC-1/Downloads/72815-160492-1-PB%20(1).pdf

203. Марценюк Л. В. Методика проведення досліджень при вирішенні проблем розвитку туристичних компаній, що використовують залізничні перевезення. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 6. С. 32–37.

204. Бараш Ю. С., Марценюк Л. В. Методологія проведення дослідження стосовно розробки стратегії залізничного туризму. *The scientific heritage*. 2016. № 7, р. 1. С. 60–67.

205. Бандурко А. О., Марценюк Л. В., Власова О. П. Альтернативні напрями розвитку пасажирських залізничних компаній в Україні. *Електронне фахове видання «Ефективна економіка»*. 2019. № 3. Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3_2019/5.pdf

206. Марценюк Л. В. Методичний підхід щодо розрахунку тривалості проведення туристичних подорожей по вузьким коліям. *Wspolpraca europejska*. 2016. № 3(10). С. 59–71.

207. Русско-английский словарь нормативно-технической терминологии. URL: https://normative_ru_en.academic.ru/206296/%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%E2%80%A6 (дата звернення 17.05.2020).

208. ХАБ. URL: <https://www.turkaramamotoru.com/ru/%D0%A5%D0%B0%D0%B1-389035-translate-uk.html> (дата звернення 17.05.2020).

209. Транспортний хаб «Сколково» відкриють у 2018 році. URL: <https://ua.waykun.com/articles/transportnij-hab-skolkovo-vidkrijut-u-2018-roci.php> (дата звернення 17.05.2020).

210. Туристична політика України. URL: <https://en.ppt-online.org/178058> (дата звернення 17.05.2020).

211. Безкоровайна Л., Літвінова-Головань О. Особливості генези туризму як об'єкта наукового пізнання. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. 2016. №7 (61). С. 47–56. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/bezkorovajna.htm (дата звернення 17.05.2020).

212. Туризм. Основний зміст та зобов'язання України. URL: <https://eu-ua.org/yevrointehratsiia/turyzm> (дата звернення 17.05.2020).

213. Загальна характеристика законодавства Європейського Союзу та України у сфері туризму. https://revolution.allbest.ru/law/00996288_0.html (дата звернення 17.05.2020).

214. Пояснювальна записка до проекту Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» щодо удосконалення понятійного апарату у туристичної галузі. URL: <https://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc34?id=&pf3511=65798&pf35401=481973> (дата звернення 17.05.2020).

Для нотаток

Для нотаток

Наукове видання

Гненний Олег Миколайович

Марценюк Лариса Володимирівна

Чаркіна Тетяна Юріївна

Орловська Олександра Володимирівна

Проценко Віктор Миколайович

Туризм як стратегічний напрям розвитку залізничного підприємства
Монографія
За загальною редакцією Л. В. Марценюк

Комп'ютерна верстка: *Климентюк М. В.*
Зображення на обкладинці: <https://wallpapercave.com>

Підписано до друку 26.11.20 Формат 60× 84 1/16. Папір офсетний.

Друк цифровий. Ум. друк. арк. 10,87. Обл.-вид. арк. 10,98. Тираж 100 пр.
Зам. №2120

Видавництво “Журфонд”
49000, Дніпро, пр. Д. Яворницького, 60.
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
ДК №684 від 21.11.2001 р.

Віддруковано: ПП Вахмістров О.Є,
м. Дніпро, вул. Пісаржевського, буд. 18



Гненний Олег Миколайович – доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри економіки та менеджменту.

Коло наукових інтересів: економіка залізничного транспорту; інвестиційна й інноваційна діяльність підприємств, зокрема залізничного транспорту; основні засоби підприємства: економічна сутність, структура, знос, амортизація; власність і її вплив на ефективність діяльності підприємства, форми та шляхи її реалізації на підприємствах; оцінювання вартості майна; затрати та собівартість продукції; управління виробничо-господарською діяльністю підприємства (менеджмент); стратегічне, тактичне планування, бізнес-планування; фінансовий ринок та його сегментація, інструменти та інфраструктура ринку цінних паперів, портфельне інвестування; хеджування фінансових ризиків; ринок похідних фінансових інструментів.

Марценюк Лариса Володимирівна – доктор економічних наук, доцент кафедри «Економіка та менеджмент».

Коло наукових інтересів: пасажирські перевезення залізничним транспортом, транспортний туризм, залізничний туризм, інноваційний розвиток залізниць.



Чаркіна Тетяна Юріївна – кандидат економічних наук, доцент кафедри «Економіка та менеджмент».

Коло наукових інтересів: пасажирські перевезення, управління змінами, залізничний туризм, інновації залізниць, управління конкурентоспроможністю підприємства.

Орловська Олександра Володимирівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри гуманітарної та соціально-економічної підготовки.

Коло наукових інтересів: залізничні перевезення, розвиток регіональної економіки, залізничний туризм, транскордонна діяльність залізничного транспорту, інтероперабельність та безпека руху, аналіз та управління конкурентоспроможністю на залізничному транспорті, застосування менеджменту та маркетингово-логістичних принципів на залізничному транспорті.



Проценко Віктор Миколайович – полковник МВС у відставці, адвокат.

Коло наукових інтересів: адвокатура; цивільне право і цивільний процес; сімейне право; виконавче провадження, господарське право; господарсько-процесуальне право.

