

пріоритетних функцій, цінність запропонованого підходу полягає в фокусуванні на функціях, оптимізація яких дає найбільший вплив на зростання EVA компанії.

#### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Функционально - стоимостной анализ / Н.Г. Чумаченко, В.М. Дегтяренко, Ю.С.Игумнов. – К.: Вища шк., Головное издательство, 1985 – 223 с.
2. Функционально-стоимостной анализ издержек производства / Под ред. Б.И.Майданчика. – М.: Финансы и статистика, 1985 – 271 с.

3. Сосновский Я.Ш., Ткаченко П.Г. Функционально-стоимостной анализ. – К.: Техніка, 1987 – 47 с.

4. Бриль А.Р. Функционально-стоимостной анализ в экономических расчетах. – Л.: Издательство Ленинградского университета, 1989 – 152 с.

5. Слюсаренко А.В. Теоретико - методические основы оценки затрат при проведении функционально-стоимостного анализа // Вчені записки Кримського інженерно - педагогічного університету. Випуск 12. Економічні науки. Сімферополь: НІЦ КІПУ, 2008. - С.218-221.

6. Велленройтер Х. Функционально-стоимостной анализ в рационализации производства. М.: Экономика, 1984 – 111 с.

*Рецензент д.е.н., професор ХНАМГ Момот Т.В.  
Експерт редакційної колегії к.е.н., доцент УкрДАЗТ Якименко Н.В.*

УДК 338.48:656.2

## РОЗВИТОК ЗАЛІЗНИЧНОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ ТА УТВОРЕННЯ НОВОГО ПІДРОЗДІЛУ З УПРАВЛІННЯ ЗАЛІЗНИЧНИМ ТУРИЗМОМ

*Супонєва В.П., здобувач (УкрДАЗТ)*

*У статті розглянуті питання розвитку залізничного туризму, обґрунтовується необхідність створення туристичних центрів. Запропоновані загальні напрямки та принципи діяльності залізничних туристичних центрів.*

**Постановка проблеми та її зв'язки з науковими чи практичними завданнями.** Сучасна наука розглядає туризм як складну соціально – економічну систему. Туризм – це галузь економіки невиробничої сфери, підприємства та організації якої відповідають потребам туристів в матеріальних та нематеріальних послугах, основна функція якого – забезпечити повноцінним та раціональним відпочинком. Туризм є фундаментальною основою економіки багатьох розвинутих країн світу. В наш час він перетворився в індустрію міжнародного масштабу, яка займає по доходам третє місце серед найкрупніших експортних галузей економіки, поступаючись лише нафтовидобувній промисловості та автомобілебудуванню. Туристичну індустрію можна розглядати як

сукупність готелів та інших об'єктів локалізації відпочиваючих, засобів транспорту, об'єктів громадського харчування, об'єктів та засобів розваг, засобів пізнавального, ділового, оздоровчого, спортивного та іншого призначення. В наслідок значного попиту індустрія туризму розглядається як галузь, якій має бути приділене відповідне місце у сфері економічної діяльності. На жаль, це не є «аксіомою» для України, що має певні конкурентні переваги (географічне розташування, сприятливі кліматичні умови) для організації індустрії туризму. Одна з головних причин існуючого становища – це відсутність науково обґрунтованого статистичного обліку туристичної діяльності. На жаль, навіть економічні показники діяльності туризму «розчиняються» в даних інших галузей народного господарства.

*Аналіз останніх досліджень і публікацій.*

На певному етапі розвитку економіки, коли необхідність в подорожах різко зросла, відповідно з'явилися і виробники таких послуг. Це привело до формування товару особливого типу – туризм. Виникнення туризму як товару потребувало формування відповідної матеріально – технічної бази і кваліфікованих кадрів з обслуговування туристів та цілеспрямованого управління туристичними господарськими суб'єктами. Це

визначило необхідність організаційного відокремлення туризму в самостійну галузь народного господарства, яка відразу стає сферою діяльності не лише країни, а і бізнесових структур.

Туризм безпосередньо приймає активну участь у формуванні національного доходу провідних країн. За даними ВТО (Всесвітньої туристичної організації), по доходам від туризму лідирують США, Іспанія, Франція, Італія та Великобританія [1, 2].

Таблиця 1

Доходи від туризму

Країна	Дохід від туризму, млрд. дол.	Доля від загальносвітового рівня, %
США	64,373	15,21
Іспанія	28,428	6,72
Франція	28,241	6,67
Італія	27,349	6,46
Великобританія	20,415	4,82
Австрія	15,095	3,56
Німеччина	13,168	3,11
Гонконг	11,2	2,65
Китай	10,5	2,48
Швейцарія	9,892	2,34
Загальносвітовий показник	423,116	100

Проте слід нагадати, що туризм почав свій розвиток саме на залізничному транспорті, коли п'ятого червня 1841 р. англійський підприємець Томас Кук організував подорож для 750 чоловік по залізниці на поїзді, де пасажирам було надано комплекс послуг, що включав в себе харчування та розваги духового оркестру.

В нашій країні залізничний туризм активно почав розвиватися в часи Радянського Союзу. Перші подорожі на дальніх туристично – екскурсійних поїздах були організовані Центральною Радою по туризму та екскурсіям сумісно з Міністерством шляхів сполучення ще в 60-х роках. Зміст, форми та види залізничних туристичних поїздок були різноманітні. Найбільш масовими стали подорожі графікових поїздів, які рухалися за регулярним розкладом. Інші форми залізничного туризму представляли собою поїздки на спеціальних туристично – екскурсійних поїздах, призначених лише для туристів.

В 1983 р., існувало більше ніж 1600 туристичних рейсів, послугами яких користувалися 650 тис. чоловік. При цьому тривалість подорожі сягала від одного до 32 днів. Найбільш популярним маршрутом вважалось «Транссоюзное железнодорожное путешествие», яке починалося із Владивостока і проходило через Сибір на Москву, Ленінград, Ригу, Таллін, Вільнюс, Київ, Крим. Користувалися попитом і маршрути по стородавнім російським, українським та кавказьким містам. Крім внутрішньосоюзних подорожей на туристичних

поїздах організувалися поїздки і в зарубіжні країни [3].

Питанням перспективи розвитку залізничного туризму присвячені наукові праці Газкова В.Н., Белозерова В., Добрецова А., Давидова О.Ю., Халіна І.В. [1,5]. Але недослідженими залишаються питання механізму обслуговування туристів на залізничному транспорті як окремому виді туристичної галузі.

**Метою статті** є вивчення перспектив розвитку залізничного туризму, та значення його розвитку в економіці України, обґрунтування утворення окремого підрозділу на залізниці з туристичних перевезень, з метою надання відповідно високого рівня сервісу обслуговування громадян та суттєвого поповнення бюджету Укрзалізниці та країни.

**Виклад основного матеріалу досліджень.** Подорожувати під час довгоочікуваної відпустки, їхати у відрядження чи ділову поїздку є необхідністю для кожної людини. Звичайно, перед всіма існує дилема: придбати квитки на залізничний транспорт чи користуватися іншими видами транспорту (авіа, автотранспорт). На вибір можуть впливати різні критерії, зокрема безпечність, комфортність, сервіс та цінова політика обраного виду транспорту. Особливе становище яке склалося в пасажирському транспорті при не досить стабільному фінансовому положенні в організації та управлінні пасажирськими перевезеннями, є причиною нерационального використання рухомого складу,

неякісного обслуговування пасажирів на вокзалах та поїздах. У результаті Укрзалізниця несе значні економічні втрати. Для виправлення ситуації, що склалася необхідно як найшвидше виправити концепцію маркетингу в управлінні і організації пасажирських перевезень. Головною задачею маркетингу в сфері обслуговування пасажирів є пошук нових видів послуг, зміна системи обслуговування пасажирів, так щоб забезпечувався найбільш вигідний продаж транспортних послуг, з урахуванням попиту [4]. Існуючий зарубіжний досвід говорить про те, що залізничні компанії активно приймають участь в розвитку туризму та успішно ведуть туристичну діяльність. В цьому відношенні цікавий досвід роботи залізничних компаній Німеччини, Швейцарії, Швеції, Іспанії, ЮАР. Так, на залізниці Німеччини при підрозділі з пасажирських перевезень створено відділ подорожей та туризму, котрий реалізує як комплексні туристичні маршрути з розміщенням у власних готелях та екскурсіями на власних автобусах, так і пропонують різні пакети послуг «поїзд+...» при придбанні залізничних квитків. Це свідчить про те, що туристична діяльність залізничних компаній приносить їм стабільні доходи і дозволяє вирішувати існуючі фінансові проблеми.

Слід пам'ятати, що залізничний туристичний маршрут повинен ретельно обиратися з урахуванням інтересів, побажань та попиту конкретних споживачів. При розробці маршруту необхідно відвідати всі об'єкти, які є на шляху туристичного маршруту. Це можуть бути природні та культурні цінності: ліса, озера, гори, пам'ятки архітектури, собори, храми.

Для реалізації залізничних туристичних маршрутів існує декілька варіантів. Наприклад, можливе формування окремих туристично – екскурсійних поїздів. Крім цього можна організувати туристичні маршрути в складі пасажирських поїздів, що слідують за діючим розкладом. Сервісні – центри залізничних вокзалів чи туристичні фірми, які організують такі подорожі, мають придбати необхідну кількість квитків для бажаючих здійснити подорож по залізниці.

Підрозділи підприємств залізничного транспорту, які будуть займатися туристичним та сервісним обслуговуванням, на основі маркетингових досліджень повинні приймати участь у формуванні політики технічного розвитку залізничних станцій, вокзалів та їх інфраструктури, надавати пропозиції щодо зміни технології їх роботи, схем формування розкладу руху пасажирських поїздів, а також постійно вивчати структуру пасажиропотоків та їх потреби, гнучко реагувати на зміни потреб населення в перевезеннях, розробляти нові сучасні комплексні туристичні продукти та послуги, удосконалюючи стиль та форми обслуговування.

На жаль, сьогодні в Україні майже немає спеціалізованого рухомого складу для залізничних подорожей. Тому залізничний туризм є мало – комфортним та економічно малоефективним, що в свою чергу, стримує його розвиток. Для високоякісного обслуговування туристів необхідна модернізація та створення нового спеціалізованого рухомого складу для розвитку дальнього та приміського сполучення. Також мають розроблятися відповідні перспективні схеми і програми розвитку туризму та екскурсійного відпочинку, які повинні бути узгодженими на регіональних та міських рівнях з адміністраціями та різними службами.

Залізничний транспорт України може активно приймати участь і в організації міжнародних туристичних маршрутів для українських громадян, використовуючи можливості галузі в міжнародному сполученні, а також обслуговувати іноземних туристів, які прибувають в Україну, для організації залізничних туристичних внутрішніх маршрутів.

Внутрішній туризм має бути пріоритетним видом туристичної діяльності в Україні. На нього нині приходить 74,3% туристів, що обслуговуються туроператорами. Таким чином в Україні спостерігається позитивна динаміка зростання внутрішнього туризму, що є дуже значущим чинником в розвитку туристичного бізнесу країни. В той же час за кордон виїхало 17,3 млн. українських туристів, а кількість іноземних туристів, що відвідали Україну, збільшилася на 22%, або 4,2 млн. чоловік до 23,14 млн. чоловік. Основний туристичний потік спостерігався з Росії, Польщі, Молдови, Білорусі, Угорщини, Румунії, Словаччини [3].

Необхідно відмітити, що завдяки розвитку індустрії туризму на залізничному транспорті та утворенні залізничних туристичних центрів гостро постає проблема підготовки висококваліфікованих кадрів для їх діяльності. Така підготовка сьогодні ведеться в зарубіжних вищих навчальних закладах галузевих систем освіти по спеціальностям в сфері сервісу та туризму. Відповідна підготовка фахівців є обов'язковою і у ВНЗ залізничного транспорту України.

Щодо головних задач економіки і організації залізничного туризму, то на першому етапі розвитку необхідно об'єднання сервіс – центрів в єдину мережу, які будуть співпрацювати з туристичними фірмами та агентствами. Зв'язок між ними дозволить формувати різноманітні туристичні продукти по формулі «поїзд+...», «поїзд+готель», «поїзд+вистава», «поїзд+футбольний матч», «поїзд+експозиція», «поїзд+кінофестиваль» і т.і. Залізничний транспорт в цьому випадку має певні переваги, оскільки в кожному туристичному продукті присутня основна частина – саме

перевезення. [5]

Для подальшого розвитку залізничного туризму необхідне утворення підрозділу, який буде надавати повний комплекс послуг по організації залізничних подорожей. Це позбавить клієнта від необхідності заключення договорів з декількома організаціями з питань: оренди вагонів, розробки маршруту слідування, надання харчування та інших послуг. Рішенням зазначених проблем по дорученню замовника будуть займатися співробітники туристичного центру.

**Висновки.** Створення єдиного органу управління залізничним туризмом, в обов'язки якого будуть входити всі питання з організації туристичних перевезень, дозволить змінити рівень залізничних туристичних перевезень, підвищити якість обслуговування та розширити спектр послуг, що надані пасажирів, створити додаткові робочі місця. Такий крок стане серйозною заявкою на підвищення конкурентоспроможності транспортного підприємства і галузі залізничних

перевезень в цілому.

#### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. О.Ю. Давидова, І.В. Халіна. Дослідження факторів, що впливають на туристичний попит в Україні. // Комунальне господарство міст. Науково – технічний збірник. Випуск 71. Київ «Техніка», 2006. – С. 372 – 376.
2. Экономическое содержание туризма <http://rnt.com.ua>
3. Железнодорожный туризм: проблемы и перспективы развития <http://za-granica.ru>
4. Позднякова Л.А. Социально – экономическая модель развития предприятия (на примере железнодорожного транспорта). – Х.: Бизнес Информ, 1998. – 186с.
5. Газков В.Н. Железнодорожный туризм: проблемы и перспективы развития // Железнодорожный транспорт, 2006. - № 9. – С. 6 – 7.

*Рецензент д.е.н., професор УкрДАЗТ Дейнека А.Г.  
Експерт редакційної колегії к.е.н., доцент УкрДАЗТ Якименко Н.В.*

УДК 656.078

## МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ РІЗНИХ ВИДІВ ТРАНСПОРТУ

*Уткина Ю. М., асистент (УкрДАЗТ)*

*У статті розглянуто механізм формування конкурентних переваг різних видів транспорту. Визначено стратегічні та поточні конкурентні переваги залізничного та автомобільного транспорту.*

**Постановка проблеми та її зв'язок з науковими чи практичними завданнями.** Для України розвиток транспортної системи має ключове значення. За умови реформування економіки України, широкого її включення до системи світових господарських зв'язків необхідно буде вирішувати складні проблеми адаптації транспортного комплексу держави до роботи в умовах ринкових відносин та забезпечення зростаючих вимог до якості й ефективності транспортних послуг.

В епоху глобалізації і міжнародної інтеграції внаслідок об'єктивності тенденцій поглиблення конкуренції все більшого значення для комерціалізації

успіху кожної організації набуває її конкурентоспроможність. Сьогодні конкурентоспроможність виступає універсальною вимогою, що висувається відкритою господарюючою системою до будь-якого національного економічного суб'єкта. Бути конкурентоспроможним означає забезпечувати споживчі, якісні та цінові характеристики товарів та послуг на світовому рівні незалежно від того, де вони будуть реалізовані – на внутрішньому чи зовнішньому ринку.

Створення економічних і соціальних умов для стабільного і безконфліктного розвитку суспільства визначає необхідність економічного регулювання взаємодії залізничного й автомобільного видів транс-