

УДК 338.48

Філатов О.С.¹, Зайцева В.М.²

¹ студ. гр. ГФм-213, НУ «Запорізька політехніка», Запоріжжя

ОРГАНІЗАЦІЯ ПОДОРОЖЕЙ І ПЕРЕВЕЗЕНЬ ТУРИСТІВ ЗАЛІЗНИЧНИМ ТРАНСПОРТОМ

Процеси в економіці країни на сучасному етапі, зумовлюють необхідність підвищення ефективності забезпечення транспортних економічних зв'язків підприємств у межах України і на зовнішніх ринках. У забезпеченні туристичної галузі України велику роль відіграє залізничний транспорт, що вимагає ефективного функціонування на ринку транспортних послуг. Так, залізничний туризм України поступово втрачає конкурентні позиції на ринку туристичних послуг, оскільки своєчасно не пристосувався до ринкових умов. За останні роки обсяги залізничних перевезень туристів суттєво знижуються через зменшення доходів громадян, міграцію населення за кордон, скорочення транзитних перевезень, воєнні дії. Спад обсягів залізничних перевезень туристів негативно впливає на ефективність роботи залізниць [5]. Крім того, причинами зниження ефективності його роботи є збереження низьких соціально-спрямованих тарифів на деякі види туристичних перевезень; відсутність дієвої концепції побудови гнучких тарифів, які б підвищили попит на залізничні перевезення туристів; недосконала організація руху поїздів та економічно не обґрунтована дальність їх курсування. Одночасно з проблемами в Україні розвиток залізничного туризму і пов'язаного з цим напрямом бізнесу мають серйозні перспективи, оскільки в країні є багато рекреаційних та лікувально-оздоровчих ресурсів, а також добре розвинена мережа залізниць, що дає можливість організації різноманітних за формою та змістом залізничних рекреаційних та лікувально-оздоровчих турів.

У процесі дослідження ринку туристичних послуг із перевезення туристів залізничним транспортом виявлено, що: існує скорочений попит на туристичні послуги, рівень якого можна підвищити за рахунок виявлених резервів та впровадження інновацій, перебудови бізнес-процесів; існує нереалізований

попит на перевезення туристів залізничним транспортом, рівень реалізації якого можна було підвищити в минулому часовому періоді; існував нереалізований попит у минулому часовому періоді на перевезення туристів залізничним транспортом (у тому числі на супутні товари та послуги); існує нерегулярний попит щодо перевезення туристів залізничним транспортом, який змінюється залежно від пори року; є потреба здійснювати реінжиніринг бізнес-процесів для кращого розвитку залізничного туризму та підвищення рівня задоволення споживачів, підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств тощо [2].

Під час внутрішнього туризму найбільшу популярність мають автобусні і залізничні перевезення [1]. В довоєнні роки збільшився відсоток туристів, які користуються авіатранспортом, що пов'язано з розвитком таких видів туризму, як шоп-тури і бізнес-тури, де визначальним фактором є швидкість доставки. Залізничний транспорт протягом багатьох років відігравав визначну роль в економічному та політичному житті України. В повоєнних умовах залізнична галузь (та сектор залізничного туризму) потребує докорінної модифікації, тому що економічні показники порівняно із закордонними країнами дуже низькі [4].

Для розвитку залізничного туризму українській залізниці необхідно: кардинально покращити умови переїзду; модернізувати об'єкти інфраструктури залізничних ліній; знизити собівартість та підвищити рентабельність перевезень; розширити спектр пропонованих у поїздах додаткових послуг; підвищити рівень підготовки кадрів та соціального забезпечення працівників галузі залізничного туризму. Основними системними проблемами розвитку залізничного транспорту України на сучасному етапі є: відсутність системи логістики національного рівня; повільне реформування галузі; низький рівень залучення інвестицій та слабкий розвиток приватно-партнерського підходу; технічна та технологічна недосконалість забезпечення процесу перевезень; прогресуючий знос основних засобів; недостатність інвестиційних ресурсів для оновлення основних засобів та інноваційного розвитку; відсутність компенсації у повному обсязі за здійснення соціально необхідних пасажирських перевезень

та збитковість утримання малих ділянок; недосконала політика у сфері організації додаткових послуг [3].

Навіть у період війни постерігається конкуренція серед видів транспорту, оскільки за зазначеними перевагами (час, комфортність, надійність і ціна) види транспорту нерівнозначні: залізничний транспорт дешевший і надійніший, але програє іншим видам у комфортності і витратах часу. У свою чергу, в повоєнних умовах транспортна інфраструктура України вимагає розвитку, будівництва нових залізничних ліній для швидкісного пасажирського руху та автомобільних доріг, модернізації річкового, морського та авіаційного транспорту, суттєвого підвищення якості обслуговування пасажирів на всіх видах транспорту. Поряд із розвитком конкуренції між видами транспорту з урахуванням переваг і недоліків слід продовжувати розвиток процесів інтеграції та взаємодії видів транспорту.

Список використаних джерел:

1. Маркетинг в туризмі : навчальний посібник. / С. М. Цвілий, Т. С. Кукліна, В. М. Зайцева. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. 260 с.
2. Цвілий С. М., Жилко О. В., Зайцева В. М. Територіальний брендинг в контексті інвестиційної привабливості вітчизняної туристичної дестинації. *Інтелект ХХІ*. Київ : НУХТ; Одеса ВД «Гельветика». 2022. № 3. С. 73–77.
3. Цвілий С. М., Кукліна Т. С., Зайцева В. М. Автоматизація управління підприємством в умовах післявоєнного відновлення туристичного бізнесу. *Таврійський науковий вісник*. Вип. 13. Одеса : ВД «Гельветика», 2022. С. 143–149.
4. Zaytseva V. M., Tsviliy S. M., Demko V. S., Klopov I. O., Kovalenko V. I. Internalization of the investment environment in the international tourism industry. *Apuntes del CENES*. Vol. 43. № 78. 2024. Pp. 91–123. DOI: <https://doi.org/10.19053/uptc.01203053.v43.n78.2024.16971>
5. Zaitseva V., Tsviliy S., Gurova D., Korniienko O., Mamotenko D. Postcoronavirus formation of tourist micro-business of the region on the basis of

economic security. *Management, finance, economics: modern problems and ways of their solutions* : collective monograph. Boston: Primedia eLaunch, 2021. P. 169–202.