

УДК 338.48 (477)

*Марценюк Л.В., к.е.н., доцент кафедри економіки та менеджменту,
Дніпропетровський національний університет залізничного транспорту імені академіка
В. Лазаряна, м. Дніпропетровськ*

ВИЗНАЧЕННЯ ОПТИМАЛЬНИХ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ СТРУКТУР УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ ПЕРЕВЕЗЕННЯМИ

*Martsenyuk L. V., Dep. «Economics and Management», Dnipropetrovsk National University
of Railway Transport named after Academician V. Lazaryan, c. Dnipropetrovsk*

Determination of Optimal Organizational Structure of Tourist Traffic

В статті визначено концептуальні напрямки побудови організаційної структури управління туристичними перевезеннями на теренах України та Європи з урахуванням величини компанії, кількості видів транспорту, що задіяна на перевезенні туристів, наявності власності інфраструктури (у тому числі залізничної) та спеціальних видів рухомого складу (поїздів, літаків, автобусів), кількості туристичних поїздок, які планується організувати протягом року, та суміжних туроператорів, що дозволить оптимізувати експлуатаційні витрати компанії.

Відсутність координації між невеликими туристичними компаніями-операторами призводять до зростання цін на туристичні послуги, і як наслідок, падіння попиту на них.

Автор наводить обґрунтування необхідності створення Єдиного центру туристичних послуг, який би координував дію усіх працюючих в Україні туристичних компаній-операторів та сприяв розвитку туристичної галузі.

The article defines conceptual directions of the organizational structure of management of tourist traffic in the territory of Ukraine and Europe, taking into account the value of the company, amount of transport involved in the transportation of tourists, property infrastructure (including rail) and special types of rolling stock (trains, planes, buses), the number of tourist trips that are planned throughout the year and related to tour operators, in order to optimize the operating costs of the company.

Lack of coordination between small tourism companies-operators lead to higher prices for travel services, and as a consequence, the fall in demand.

The author gives the rationale for the creation of a single center of tourism services, which would coordinate the actions of all employees of tourist companies in Ukraine operators and promoted the development of the tourism industry.

Ключові слова: туризм; туристичний потік; туристичний маршрут; туристичний поїзд
Keywords: tourism; tourist flow; tourist route; tourist train

Постановка проблеми

Задля розвитку в Україні однієї з найдохідніших галузей економіки в світі – туристичної – потрібно визначити пріоритетні напрямки розвитку туризму. Одним із ключових питань в цьому контексті є визначення оптимальної структури управління Єдиного центру туристичних послуг – підприємства, яке б координувало дії усіх існуючих на теренах України туристичних компаній-операторів.

Повільний рівень розвитку внутрішнього та в'їзного туризму в Україні зумовлений багатьма факторами, в тому числі недостатньою інформованістю потенційних туристів щодо можливостей подорожувати рідною країною та низьким рівнем платоспроможності населення [2].

Відсутність координації між невеликими туристичними компаніями-операторами призводять до зростання цін на туристичні послуги, і як наслідок, падіння попиту на них [6].

Отже, враховуючи вищезгадану ситуацію, автор вважає, що в сучасних умовах в Україні є необхідність створення Єдиного центру туристичних послуг, який би координував дію усіх працюючих в Україні туристичних компаній-операторів та сприяв розвитку туристичної галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Дослідженню сутності управління підприємствами та розвитку туристичної індустрії приділяли увагу такі вчені, як Ю.С. Бараш, О.М. Гненний, В.Ф. Кифяк, С.В. Мочерний, І.М. Школа та інші автори. Але в їх працях недостатня увага приділена побудові організаційних структур підприємств, які працюють у сфері туристичних послуг, на яких акцентує свою увагу автор.

Мета статті

Метою статті є обґрунтування необхідності створення Єдиного центру туристичних послуг, який би координував дію усіх працюючих в Україні туристичних компаній-операторів та сприяв розвитку туристичної галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження

Згідно з Законом України «Про туризм», учасниками відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності, є юридичні та фізичні особи, які створюють туристичний продукт, надають туристичні послуги (перевезення, тимчасового розміщення, харчування, екскурсійного, курортного, спортивного, розважального та іншого обслуговування) чи здійснюють посередницьку діяльність із надання характерних та супутніх послуг, а також громадяни України, іноземні громадяни та особи без громадянства (туристи, екскурсанти, відвідувачі та інші), в інтересах яких здійснюється туристична діяльність.

Суб'єктами, що здійснюють та/або забезпечують туристичну діяльність (далі – суб'єкти туристичної діяльності), є:

– туристичні оператори – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на тулоператорську діяльність;

– туристичні агенти – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, а також фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту тулоператорів та туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на турагентську діяльність;

– інші суб'єкти підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг;

– гідн-перекладачі, екскурсководи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу – фізичні особи, які проводять діяльність, пов'язану з туристичним супроводом і які в установленому порядку отримали дозвіл на право здійснення туристичного супроводу, крім осіб, які працюють на відповідних посадах підприємств, установ, організацій, яким належать чи які обслуговують об'єкти відвідування;

– фізичні особи, які не є суб'єктами підприємницької діяльності та надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування тощо.

За договором на туристичне обслуговування одна сторона (туроператор, турагент) за встановлену договором плату зобов'язується забезпечити надання за замовленням іншої сторони (туриста) комплексу туристичних послуг (туристичний продукт) [5].

Задля об'єднання зусиль усіх перелічених вище суб'єктів надання туристичних послуг, більш чіткої координації дій щодо узгодження усіх ланок стосовно організації будь-якого туристичного маршруту, в Україні потрібно створити Єдиний центр туристичних послуг, який би виконував функції логістичного центру по якісному наданню туристичних послуг.

Якщо вести мову про його структуру, то спочатку потрібно розібратися в самому понятті «структури». Як загальновідомо, сема наявність системи є однією з головних умов існування будь-якої структури.

Організаційною структурою вважається така структура, що відображає сукупність взаємозв'язків елементів, які функціонують для досягнення поставленої мети.

Структура управління туристським підприємством повинна постійно удосконалюватися відповідно до зовнішніх і внутрішніх умов, що змінюються.

Аналізуючи сучасну наукову літературу, можна виокремити певні види організаційних структур, які можна об'єднати у дві групи (типи): механістичні та органічні.

Механістичні структури характеризуються жорсткою ієрархією влади в компанії, формалізацією правил, централізованим прийняттям рішень. До цього типу належать лінійна, функціональна структури та їхній симбіоз – лінійно-функціональна й дивізійні структури управління.

Органічні (адаптивні) структури мають розмиті межі управління, невелику кількість рівнів управління, характеризуються слабким використанням формальних правил і процедур, децентралізацією прийняття рішень. До них належать матричні, проектні, множинні й тому подібні організації, що вирізняються великою гнучкістю у взаємодії із зовнішнім середовищем [12].

Потрібно пам'ятати, що у рамках структури управління відбувається рух інформації і прийняття управлінських рішень, між учасниками якого розподілені завдання і функції управління, а отже, права і відповідальність за їх виконання. Тому структуру управління можна розглядати як форму розподілу і кооперації управлінської діяльності, в рамках якої відбувається процес управління, спрямований на досягнення поставленої мети.

Елементами управлінської структури є окремі працівники, служби та інші ланки апарату управління, а відносини між ними підтримуються завдяки різного роду зв'язкам. Однорівневими є горизонтальні зв'язки, а зв'язками підпорядкування служать вертикальні зв'язки. Крім того, зв'язки в структурі управління можуть носити лінійний і функціональний характер. Лінійні зв'язки відображають рух управлінських рішень та інформації між керівниками, які повністю відповідають за діяльність організації або її структурних підрозділів. Функціональні зв'язки відображають більш складну організаційну структуру управління й відповідають рухові інформації під час реалізації управлінських рішень та функцій управління у цих структурах.

Таким чином, структура управління включає всі цілі, розподілені між різноманітними ланками, зв'язки між якими забезпечують координацію окремих дій з їх виконання.

Вдало створена структура системи управління (в тому числі і Єдиного центру туристичних послуг), значною мірою буде визначає її ефективність.

Можна зробити висновок, що оптимальна організаційна структура управління буде створена у тому разі, коли вдасться встановити раціональні зв'язки між ланками і рівнями управління, щоб забезпечити надійність та мінімальні витрати на апарат управління.

Розвиток туризму у тій чи іншій країні в багато чому залежить від вдалої організаційної структури управління туристичних компаній, що працюють в цих країнах. Організаційна структура туристичного підприємства – це впорядкована сукупність

взаємопов'язаних елементів, які перебувають між собою в сталих відносинах, що забезпечує їх функціонування і розвиток як єдиного цілого [4].

Недосконалість організаційних туристичних структур відображається на статистичних показниках. В минулому році в Україну прибуло 12,7 млн. іноземних громадян, із них в якості туристів – всього 146 тисяч осіб. Причому лівова частка цих осіб – це громадяни країн СНД, представників інших країн майже не було. Все це свідчить про низький рівень інформованості іноземців щодо можливості якісно та недорого відпочити в Україні, відвідати культурні та історичні місця.

Якщо звернути увагу на статистику виїзду громадян України за кордон, то тут географія теж не дуже широка – лідерами відпочинку серед українців є такі країни, як Туреччина, Єгипет, а також (по документах – туристи, а реально – заробітчани) Росія та Польща.

Внутрішній туризм в Україні поступово «згасає». Так, якщо у 2000-му році в Україні було зареєстровано 1,35 млн. внутрішніх туристів, то в 2014-му в чотири рази менше – трохи більше 300 тис. осіб [8].

Відсутність координації туристичних потоків, слабе залучення населення до внутрішнього туризму позбавляють місцеві бюджети в отриманні вагомих прибутків, окремі місцевості – в розвитку інфраструктури, врешті-решт не створюються додаткові робочі місця... Цей перелік можна продовжувати. Покликом до активних дій на українському просторі можуть стати наступні приклади успішності туристичних світових компаній. Як свідчить статистика, вдало організовані туристичні компанії отримують надприбутки. Наприклад, американська компанія Карлсон Вагонліт заробляє на рік приблизно 28 млн. доларів, а голландська БСД-тревел – майже 21 млн. доларів. Не менш успішні компанії з надання туристичних послуг працюють і в інших країнах. [10]

На частку міжнародного туризму (подорожі та пасажирські перевезення) припадає 30% світового експорту послуг і 6% від загального обсягу експорту товарів і послуг. Туризм як експортна категорія займає четверте місце в світі після експорту палива, хімікатів і продуктів харчування і в той же час – перше місце у багатьох країнах, що розвиваються.

Доходи від міжнародного туризму стрімко зростають. Так, в 2014 році загальна сума експортних надходжень від міжнародного туризму склала 1,5 трильйони дол. США (!).

Доходи від міжнародного туризму зросли в усіх регіонах. У Європі, на яку припадає 41% надходжень від міжнародного туризму в світі, сума надходжень від туризму зросла в абсолютному вираженні на 17 млрд. дол. США і досягла 509 млрд. дол. США. В Азіатсько-Тихоокеанському регіоні (частка 30%) сума надходжень збільшилася на 16 млрд. дол. США, досягнувши 377 млрд. дол. США. В Американському регіоні (частка 22%), сума надходжень збільшилася на 10 млрд. дол. США і досягла 274 млрд. дол. США. На Близькому Сході (частка 3%) сума надходжень від туризму зросла на 4 млрд. дол. США до 49 млрд., і в Африці (частка 4%) приріст дорівнював 1 млрд. дол. США, а загальна сума склала 36 млрд. дол. США.

При цьому Північна Європа, Південна і Середземноморська Європа, Північно-Східна Азія, Океанія, Південна Азія, Країни Карибського басейну, Центральна Америка, Південна Америка і Близький Схід продемонстрували найвищі темпи зростання у відносному вираженні. У всіх цих субрегіонах був зареєстрований приріст надходжень + 5% або більше.

У провідній десятці країн по надходженнях від туризму Китай перемістився з 5-го на 3-є місце після збільшення на 10% його надходжень, які досягли 57 млрд. дол. США в 2014 році. Сполучені Штати Америки (177 млрд. дол. США) та Іспанія (65 млрд. дол. США) зберегли за собою першу і другу позиції. Сполучене Королівство (45 млрд. дол. США) перемістилося нагору на дві позиції на 7-е місце, завдяки довгостроковому ефекту Олімпійських ігор та підвищенню обмінного курсу фунта стерлінгів (сума надходжень, що розраховується в доларах США, зросла). Франція, Макао (Китай) та Італія займають

місця, відповідно, з 4-го по 6-е, і замикають провідну десятку Німеччина, Таїланд і Гонконг (Китай).

Що стосується виїзного туризму, світовий лідер по витратах, Китай, зберіг високі темпи зростання, враховуючи приріст витрат на 28% в 2014 році, що склали в цілому 165 млрд. дол. США. У той же час два інших провідних розвиваються ринку в першій десятці, Російська Федерація (-6%, 5-я за значенням) і Бразилія (+ 2%) зменшили темп. У другій у світі країні за рівнем туристських витрат, Сполучених Штатах Америки, було зареєстровано зростання в 7%. Туристські витрати Сполученого Королівства зросли на 4% і воно перемістилося в рейтингу з 5-го на 4-у позицію. Франція збільшила туристські витрати на 11%, зберігши за собою 6-у позицію, Італія, збільшивши витрати на 6%, піднялася з 9-ї на 8-у позицію. Решта країн, що входять до провідну десятку, - Німеччина (3-а позиція), Канада (7-я позиція) і Австралія (9-а позиція) [13].

І в 2015 році спостерігається тенденція зростання міжнародних туристських прибуттів. Число міжнародних туристів (відвідувачів, що залишаються у країні хоча б на одну ніч), які вчинили подорож в світі в період з січня по серпень 2015 року досягла 810 млн., що на 33 млн. більше в порівнянні з аналогічним періодом 2014 року.

В Азіатсько-Тихоокеанському регіоні зафіксовано зростання числа міжнародних прибуттів з січня по серпень на 4%. Лідером за темпами зростання стала Океанія (+ 7%), за якою слідує Південно-Східна Азія (+ 6%) і Таїланд, де відбувається помітне відновлення туристської активності. Число прибуттів збільшилася на 4% в Південній Азії і на 3% в Північно-Східній Азії, де продовжує демонструвати швидкі темпи зростання Японія.

З січня по серпень 2015 року кількість міжнародних прибуттів в Американський регіон збільшилася на 4%. Зміцнення долара США стимулювало виїзний туризм зі Сполучених Штатів Америки. Найвищі темпи зростання в регіоні були зафіксовані в країнах Карибського басейну та Центральної Америки (+ 7% кожен), головним чином, завдяки ринкам США і Європи. Обсяг міжнародних туристських прибуттів на Близький Схід зріс на 4%.

Обмежені наявні дані по Африці вказують на скорочення числа прибуттів на 5%, при цьому в Північній Африці таке скорочення склало 10%, а в країнах на південь від Сахари - 3%.

Хоча в цілому попит був високим, в певній мірі на туристичні потоки впливали досить сильні коливання валютних курсів. Наприклад, туристські витрати Російської Федерації та Бразилії істотно скоротилися в результаті економічних обмежень, з якими стикаються ці країни, і зниження курсу рубля і реала по відношенню практично до всіх інших валют. Що стосується традиційних виїзних ринків розвинених економік, є дані про високий рівень попиту в Сполучених Штатах Америки (+ 9%) та Сполученому Королівстві (+ 5%), які демонструють силу їхніх економік і валют [13].

На жаль, Україна поки що не може похвалитися на світовій арені своїми обсягами надходжень від туристичної діяльності. Якість та кількість послуг, що надаються туристам дуже обмежені, інфраструктура занедбана, соціально-економічна ситуація в країні теж не дуже сприяє можливостям громадян подорожувати. А отже, є широке коло питань, яким повинні зайнятися науковці з різних галузей задля підтримки економіки держави в контексті розвитку туристичної галузі [11].

Висновки

Будь-яка велика організаційна структура управління підприємством, що має філії або структурні підрозділи в різних регіонах країни, може бути побудована лише за дивізійною схемою. Необхідною умовою для побудови цієї моделі є наявність в ній філій або структурних підрозділів, які мають інженерну службу, виробництво, бухгалтерію та збут, а також одноосібне керівництво всіма вказаними службами, крім функціональних (бухгалтерії).

З огляду на сказане організаційна структура туристичної залізничної компанії, повинна бути побудована за дивізійною схемою. При цьому доцільніше використовувати модель, побудовану за продуктовою схемою, а не за регіональною. Під продуктом слід розуміти певний вид надання послуг.

Запропонована організаційна структура Єдиного центру управління туризмом дозволить координувати роботу малих та середніх туроператорів, узгоджувати графіки туристичних маршрутів з компаніями-представниками усіх видів транспорту. Крім того, популяризація туризму в Україні дозволить підвищити імідж країни на міжнародній арені, що дозволить залучити додаткові пасажиропотоки не тільки у внутрішньому, а й у в'їзному туризмі [7].

Витрати туристичної залізничної компанії будуть складатися з витрат, пов'язаних з наданням послуг туристам. Це: витрати за користування інфраструктурою, страхування пасажирів, організацію спальних місць, харчування, проведення екскурсій, надання послуг фото та відео- операторів, виготовлення інформаційно-рекламної продукції, організацію розважальних заходів упродовж прямування поїзда, а також витрати за користування інтернет-зв'язком, за послуги охорони, лікаря та доглядальниць за дітьми у поїзді та інші [3].

Важливо, щоб доступ до залізничної інфраструктури надавався як державним, так і приватним компаніям на рівних умовах, як того потребують сучасні європейські вимоги ведення чесної конкурентної боротьби [9].

Метою організаційної структури управління в загальному понятті є забезпечення стійкого розвитку соціально-економічної системи через формування, збереження і вдосконалення способів взаємозв'язку та взаємодії системи із зовнішнім середовищем і внутрішньої взаємодії елементів системи.

Автор пропонує створення Єдиного центра туристичних послуг, якому будуть впорядковані декілька (від п'яти до десяти) філій, що будуть розташовані у різних регіонах країни, і саме ці філії будуть приймати замовлення від споживачів туристичних послуг, а далі оперативно надавати заявку до Єдиного центру туристичних послуг. Все це допоможе швидко реагувати на вимоги споживачів, підвищити якість туристичних послуг, знизити собівартість перевезень, збільшити туристичний потік, і врешті-решт, отримувати дохід до місцевих бюджетів.

Структура туристичного підприємства забезпечує координацію усіх функцій менеджменту та встановлює відповідальність кожної ланки.

Правильно сформована організаційна структура дозволить забезпечити комплексний розвиток туристичного підприємства відповідно до стратегічних цілей та перспектив розвитку.

Розробка та створення оптимальної організаційної структури є дуже важливими для отримання позитивного кінцевого результату діяльності туристичного підприємства, тому що вона забезпечує координацію всіх функцій управління.

Основні вимоги, що пред'являються до формування сучасної організаційної структури туристичного підприємства, такі: відповідність організаційної структури цілям та завданням підприємства; охоплення всіх функцій менеджменту на підприємстві; чіткий розподіл функцій і обсяг робіт за рівнями управління; раціональне поєднання централізації і децентралізації кожної функції; наявність на кожному рівні управління системи організації робіт, інструкцій, нормативів та норм виконання робіт; визначення прав та обов'язків кожного рівня управління; розмежування повноважень і кола відповідальності, а також оптимальна ефективність взаємодії із зовнішнім середовищем. Єдиному центру туристичних послуг будуть впорядковані декілька філій, які будуть розташовані у різних регіонах країни, і саме ці філії будуть приймати замовлення від споживачів туристичних послуг, а далі оперативно надавати заявку до Єдиного центру туристичних послуг. Все це допоможе швидко реагувати на вимоги споживачів,

підвищити якість туристичних послуг, знизити собівартість перевезень, збільшити туристичний потік, і врешті-решт, отримувати дохід до місцевих бюджетів.

Він буде займатися координацією роботи туроператорів за напрямками; представляти інтереси підприємства з питань туристичної діяльності перед партнерами; проводити переговори (перемовини), а також укладати угоди із закордонними та вітчизняними партнерами; контролювати забезпечення високого рівня виконання турів; здійснювати роботу з представництвами зарубіжних держав; займатися розвитком нових напрямів туристичної діяльності, розробляти нові тури.

Серед перспектив Єдиного центру туристичних послуг можна виділити наступні: залучення додаткових коштів до бюджетів регіонів, перспективи споживачів щодо отримання якісних та доступних туристичних послуг, перспективу розбудови та відновлення інфраструктури, створення нових робочих місць,

Для подальшого розвитку туризму потрібно звернути увагу на наступні заходи: наукове забезпечення державної політики в галузі туризму, прогнозування та визначення перспектив його розвитку; встановлення методик класифікації та оцінювання туристичних ресурсів, режиму їх охорони, збереження та відновлення, порядку користування; обліку максимально можливого рекреаційного навантаження; розробка розвитку туристичної галузі як на державному, так і на регіональному рівнях; підготовка кваліфікованих кадрів; розбудова потрібної для надання туристичних послуг інфраструктури; активізація рекламної діяльності та інші [1].

Автор пропонує створити Єдиний центр управління туризмом. В його структури повинні входити управлінські туристичні компанії, які повинні бути сформовані по регіональному принципу. Тобто, щоб в Україні працювало б не більше п'яти подібних управлінських туристичних компаній, які б охоплювали три-чотири регіони нашої країни.

При цьому повинні бути враховані наступні фактори: антимонопольне законодавство; цілісність процесу надання туристичних послуг; сталий розвиток туристичного господарства.

Повинна бути створена Єдина інформаційна база можливих туристичних маршрутів з вказаним видом транспорту, маршруту, тривалості та вартості подорожі. Потенційні клієнти можуть замовляти квитки на той чи інший тур прямо через мережу Інтернет, заздалегідь бронюючи місця. Так само і приватні турфірми можуть співпрацювати із Єдиним центром управління туризмом.

Чітка взаємодія Єдиного центру управління туризмом та приватних тур фірм дозволить знизити кінцеву вартість туру, підвищити якість надання послуг і таким чином, сприяти розвитку туризму в Україні.

В статті вперше визначено концептуальні напрямки побудови організаційної структури управління туристичними перевезеннями на теренах України та Європи з урахуванням величини компанії, кількості видів транспорту, що задіяна на перевезенні туристів, наявності власності інфраструктури (у тому числі залізничної) та спеціальних видів рухомого складу (поїздів, літаків, автобусів), кількості туристичних поїздок, які планується організувати протягом року, та суміжних туроператорів, що дозволить оптимізувати експлуатаційні витрати компанії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамов, В. В. Історія туризму : підручник / В. В. Абрамов, М. В. Тонокошкур. – Харків : ХНАМГ, 2010. – 294 с.

2. Бараш, Ю. С. Розвиток залізничного туризму в Україні / Ю. С. Бараш, А. О. Кравченко, О. С. Яснецов // Зб. наук. пр. Дніпропетр. нац. ун-ту залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна «Проблеми економіки трансп.». – Дніпропетровськ, 2014. – Вип. 8. – С. 7–11.

3. В світі [Електронний ресурс]. –Режим доступу: <http://vsviti.com.ua/collections/18902>. – Назва з екрана.
4. Гуляев, В. Г. Організація туристичних перевозок / В. Г. Гуляев. – Москва : Фінанси і статистика. – 2001. – 512 с.
5. Закон України «Про туризм» – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/324/95>
6. Передумови створення транспортно-логістичних кластерів у межах міжнародних транспортних коридорів / Є. С. Альошинський, Є. І. Балака, Г. О. Сіваконева, С. О. Світлична // Матеріали дев'ятої Міжнар. наук.-практ. конф. «Проблеми міжнар. трансп. коридорів та єдиної трансп. системи України». – Коктебель : УкрДАЗТ, 2013. – С. 87–89.
7. Перспективи розвитку залізничного туризму України на вузькоколіїних лініях Закарпаття / В. Г. Кузнецов, П. О. Пшінько, Л. В. Кліменко [та ін.]. – Наука та прогрес трансп. Вісн. Дніпропетр. нац. ун-ту залізн. трансп. – 2015. – № 4 (58). – С. 23–33. doi: 10.15802/STP2015/49196.
8. Писаревський, І. М. Туризм як національний пріоритет : монографія / І. М. Писаревський. – Харків : ХНАМГ, 2010. – 284 с.
9. Развитие железнодорожного туризма [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://www.0zd.ru/sport_i_turizm/razvitie_zheleznodorozhnogo_turizma.html. – Назва з екрана.
10. Рейтинг туроператоров: россияне не пугают кризисы и революции. <http://rating.rbc.ru/article.shtml?2013/04/17/33929275>
11. Стрілець, В. І. Організація залізничного туризму в Україні як чинник підвищення прибутковості галузі / В. І. Стрілець, О. Ф. Ялбуган // Зб. наук. пр. Дніпропетр. нац. ун-ту залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна «Проблеми економіки трансп.». – Дніпропетровськ, 2011. – Вип. 2. – С. 114–117.
12. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії: Навчальний посібник,- К.: Атіка, 2006.- 264 с.
13. Экспортные поступления от международного туризма возросли до 1,5 триллиона долл. США в 2014 году [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://media.unwto.org/ru/press-release/2015-04-15/eksportnye-postupleniya-ot-mezhdunarodnogo-turizma-vozrosli-do-15-trilliona>

REFERENCE

1. Abramov V.V., Tonokoshkur M.V. *Istoriia turyzmu* [The history of tourism]. Kharkiv, KNAME Publ., 2010. 294 p.
2. Barash Yu.S., Kravchenko A.O., Yasnetsov O.S. Rozvytok zaliznychnoho turyzmu v Ukrainy [The development of railway tourism in Ukraine]. *Zbirnyk naukovykh prats Dnipropetrovskoho natsionalnoho universytetu zaliznychnoho transportu imeni akademika V. Lazariana «Problemy ekonomiky transportu»*. [Proc. of the Dnipropetrovsk National University of Railway Transport named after Academician V. Lazaryan «Problems of the Transport Economics»], 2014, issue 8, pp. 7-11.
3. V sviti [In the world]. Available at: <http://vsviti.com.ua/collections/18902>. (Accessed 28 Sept. 2015).
4. Huljaiev V.H. *Orhanizatsiia turystychnykh perevozk* [Organization of tourist traffic]. Moscow, Finansy i statystyka Publ., 2001. 512 p.
5. Zakon Ukraïny «Pro turyzm» [The Law of Ukraine "On Tourism"] – Rezhym dostupu: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/324/95>
6. Alohynskiy Ye.S., Balaka Ye.I., Sivakoneva H.O., Svitlychna S.O. Peredumovy stvorennia transportno-lohistychnykh klasteriv u mezhakh mizhnarodnykh transportnykh korydoriv [Preconditions of creation of transport-logistic clusters in the framework of international transport corridors]. *Materialy deviatoi Mizhnarodnoi nauko-vo-praktychnoi konferentsii «Problemy mizhnarodnykh transportnykh korydoriv ta yedynoi transportnoi systemy*

Ukrainy» [Materials of the ninth International Scientific and Practical Conf. «Problems of Intern. Transport Corridors and a Unified Transport System of Ukraine»]. Koktebel, UkrDAZT Publ., 2013, pp. 87-89.

7. Kuznetsov V.H., Pshinko P.O., Klimenko L.V. Perspektyvy rozvytku zaliznychnoho turyzmu Ukrainy na vuzkokoliinykh liniakh Zakarpattia [Perspectives of Ukrainian railway tourism development on narrow-gauge lines of Zakarpattia]. *Nauka ta prohres transportu. Visnyk Dnipropetrovskoho natsionalnoho universytetu zaliznychnoho transportu – Science and Transport Progress. Bulletin of Dnipropetrovsk National University of Railway Transport*, 2015, no. 4 (58), pp. 23-33. doi: 10.15802/STP2015/49196.

8. Pysarevskiy I.M. *Turyzm yak natsionalnyi priorytet* [Tourism as a national priority]. Kharkiv, KNAME Publ., 2010. 284 p.

9. *Razvitiye zheleznodorozhnogo turizma* [The development of railway tourism]. Available at: http://www.0zd.ru/sport_i_turizm/razvitie_zheleznodorozhnogo_turizma.html. (Accessed 28 Sept. 2015).

10. Rejtyng turoperatorov: rossyjan ne pughajut kryzysy y revoljucyy [Rating tour operators: the Russians are not afraid of crisis and revolution.]. <http://rating.rbc.ru/article.shtml?2013/04/17/33929275>

11. Strilets V.I., Yalbuhan O.F. Orhanizatsiia zaliznychnoho turyzmu v Ukraini yak chynnyk pidvyshchennia prybutkovosti haluzi [Organization of railway tourism in Ukraine as a factor of increasing the profitability of the industry]. *Zbirnyk naukovykh prats Dnipropetrovskoho natsionalnoho universytetu zaliznychnoho transportu imeni akademika V. Lazariana «Problemy ekonomiky transportu»* [Proc. of the Dnipropetrovsk National University of Railway Transport named after Academician V. Lazaryan «Problems of the Transport Economics»], 2011, issue 2, pp. 114-117.

12. Chornenjka N. V. Orghanizacija turystychnoji industriji: Navchalnyj posibnyk, [The organization of the tourism industry] - K.: Atika, 2006.- 264 s.

13. [Экспортные поступления от междунaродного туризма возросли до 1,5 трлльона долл. SShA в 2014 году](http://media.unwto.org/ru/press-release/2015-04-15/eksportnye-postupleniya-ot-mezhdunarodnogo-turizma-vozrosli-do-15-trilliona) [Export earnings from international tourism rose to \$ 1.5 trillion. US in 2014] <http://media.unwto.org/ru/press-release/2015-04-15/eksportnye-postupleniya-ot-mezhdunarodnogo-turizma-vozrosli-do-15-trilliona>