

УДК

ББК

С

*Рекомендовано до друку Вченою радою
Чернігівського державного інституту економіки і управління
(протокол № 05/13 від 25 червня 2013 р.)*

Рецензенти:

І.М. Аксьонов – доктор екон. наук, професор кафедри менеджменту Національного транспортного університету;

В.П. Ільчук – доктор екон. наук, проф., завідувач кафедри фінансів Чернігівського державного технологічного університету;

В.Г. Шинкаренко – доктор екон. наук, заслужений діяч науки і техніки України, професор кафедри менеджменту Харківського національного автомобільно-дорожнього університету .

Автори :

Є.М. Сич– доктор економічних наук, професор, заслужений діяч науки і техніки України;

О.М. Парубець– кандидат економічних наук, доцент;

Д.О. Сугоняко– старший викладач.

Сич Є.М.

С Інноваційно-інвестиційна взаємодія підприємств транспорту і туризму: [монографія] / Є.М. Сич, О.М. Парубець, Д.О. Сугоняко. – К.: Кондор, 2013. – 219 с. – Бібліогр.: с. 195-219.

ISBN

Монографія присвячена вирішенню актуальної науково-практичної проблеми вдосконалення інноваційно-інвестиційної взаємодії підприємств транспорту із суб'єктами туристичної сфери.

Основними результатами проведеного дослідження виступають економіко-філософські аспекти інноваційно-інвестиційної взаємодії підприємств транспорту і туризму, методичні підходи до побудови структури ринку транспортно-туристичних послуг; класифікація інновацій та вдосконалення структури механізму інноваційно-інвестиційного управління розвитком підприємств транспорту з обслуговування туристів; розроблення вартісно-часової моделі впливу основних організаційно-економічних факторів перевезень на кінцеві комплексні показники роботи цих підприємств; критерії оцінювання економічної ефективності інноваційно-інвестиційної взаємодії суб'єктів транспортного і туристичного бізнесу на основі застосування основних положень загальнонаукової «хвильової теорії».

Видання призначене для широкого кола науковців, представників державних і місцевих органів влади, суб'єктів туристичної індустрії та зацікавлених осіб.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
Розділ 1. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ВЗАЄМОДІЇ ПІДПРИЄМСТВ ТРАНСПОРТУ І ТУРИЗМУ	10
1.1. Еволюція розвитку транспорту для перевезення туристів	10
1.2. Вплив підприємств транспорту та туризму на формування людського капіталу.....	16
1.3. Графоаналітична модель соціально-економічної системи «транспорт – туризм»	21
1.4. Науково-теоретичні підходи до формування ринку транспортно- туристичних послуг.....	36
Розділ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ В УКРАЇНІ	55
2.1. Аналіз показників діяльності суб'єктів туристичної діяльності	55
2.2. Стан і перспективи розвитку підприємств транспорту по обслуговуванню туристів.....	63
2.3. Проблеми транспортного обслуговування туристів і напрямки їх вирішення	74
2.4. Розвиток мережеских форм взаємодії суб'єктів транспортної та туристичної діяльності.....	85
Розділ 3. ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТРАНСПОРТУ В СФЕРІ ТУРИЗМУ	98
3.1. Економіко-філософські аспекти розвитку інноваційно-інвестиційної взаємодії підприємств транспорту та туризму	98
3.2. Класифікаційні підходи до інновацій та інвестицій транспортно- туристичних підприємств	112
3.3. Оцінювання потенціалу інноваційно-інвестиційного розвитку суб'єктів транспортного та туристичного бізнесу	124
3.4. Формування та функціонування механізму інноваційно-інвестиційної взаємодії підприємств туристичного транспорту	131

Розділ 4. МЕТОДОЛОГІЧНА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ВЗАЄМОДІЇ СУБ'ЄКТІВ ТРАНСПОРТНОГО ТА ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ.....	146
4.1. Розроблення й обґрунтування вартісно-часової моделі надання транспортних послуг туристам	146
4.2. Показники оцінки економічної доцільності взаємодії підприємств транспорту та туристичної сфери	153
4.3. Методика розрахунку мультиплікативного ефекту від використання інновацій у транспортному обслуговуванні туристів	169
4.4. Інноваційно-інвестиційна стратегія підприємств туристичного транспорту	182
ВИСНОВКИ.....	191
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	195

ВСТУП

Маючи значний транспортний та туристичний потенціал, наша держава не в повному обсязі поповнює бюджет за рахунок надходжень від розвитку туризму та пов'язаних з ним галузей економіки. Однією з головних причин такого явища є низька якість транспортного обслуговування туристів при високій частці транспортної складової у вартості турпродукту.

Привести якість транспортних послуг, що надаються туристам, у відповідність до вимог міжнародних стандартів можливо тільки за умови їхнього інноваційного оновлення. Для кращого розуміння потреб туристів підприємства транспорту повинні тісно співпрацювати з туристичними фірмами.

Відсутність належної координації діяльності транспортних і туристичних підприємств, неузгодженість стратегії їх подальшого розвитку на ринку призводить до зниження ефективності роботи й зумовлює необхідність сталого розвитку їхньої інноваційно-інвестиційної взаємодії, розширення співробітництва в сфері впровадження нововведень, інноваційної модернізації та диверсифікації діяльності в часі та просторі, передачі ресурсів та інформації для більш повного задоволення потреб туристів.

Перехід підприємств транспорту та туризму на інноваційно-інвестиційну модель розвитку потребує проведення радикальних реформ і відповідного теоретико-методичного обґрунтування їх економічної доцільності.

В умовах значного зношення рухомого складу авіаційного, автомобільного, залізничного, морського та річкового транспорту досягнути високої якості процесу перевезень туристів без впровадження інновацій неможливо. Однак впроваджувати інновації на підприємствах транспорту можна тільки з урахуванням пропозицій і вимог туристичних фірм, оскільки їхня діяльність взаємопов'язана і здійснюється в рамках спільної мети – якіснішого задоволення потреб туристів в послугах.

Дослідженням організаційно-економічних особливостей функціонування підприємств туристичної індустрії присвячені праці Р. І. Балашової, В. І.

Винокурова, В. Ф. Данильчука, І. В. Зоріна, В. О. Квартальнова, Л. В. Ковиньової, М. П. Мальської, М. О. Морозова, І. М. Писаревського, В. С. Сеніна, Т. І. Ткаченко, Т. В. Ускової, Дж. К. Холловея, О. Д. Чудновського, Л. М. Шульгіної та інших вчених.

Питання транспортного обслуговування туристів розкрито в працях національних і закордонних науковців, зокрема В. І. Азара, О. П. Абдулова, Б. М. Андрушківа, М. Б. Біржакова, В. Г. Гуляєва, О. І. Заруцької, О. М. Ільїної, О. С. Кускова, Г. М. Кутєпової, О. Я. Осипової, С. В. Петрова, С. В. Поляка, С. О. Романова, К. Є. Шамакіної та ін.

Проблеми підвищення ефективності перевезень, функціонування й розвитку окремих видів транспортного туризму відображені в працях: на автомобільному транспорті – А. В. Вершицького, Г. Г. Котова, В. Г. Шинкаренка; залізничному – І. І. Бутко, В. М. Газкова, В. С. Гордєєва; авіаційному – О. М. Ложачевської, В. В. Матвєєва, Н. В. Скидоненко; на водному – О. О. Бакаєва, Ю. О. Оленічевої, О. М. Тимошук та багатьох інших дослідників.

Не дивлячись на велику кількість проведених досліджень, залишаються не вирішеними завдання подальшого розвитку транспортних підприємств по обслуговуванню туристів, підвищення якості транспортних послуг, що надаються туристам, і розбудови транспортно-туристичної інфраструктури. Відсутність комплексного підходу до розв'язання цих проблем потребує реформування механізму функціонування підприємств туристичної індустрії, впровадження інновацій у транспортне обслуговування туристів, враховуючи тенденції розвитку в'їзного, виїзного та внутрішнього туризму.

На жаль, у науковій літературі та проведених дослідженнях з проблем транспортного обслуговування туристів існують певні розбіжності щодо тлумачення поняття «туристичний транспорт», недостатньо обґрунтовані теоретичні положення з визначення взаємодії підприємств транспорту й туризму, розвитку ринку транспортно-туристичних послуг, а також інноваційного оновлення підприємств транспорту з обслуговування туристів та

ін. Необхідність дослідження та наукового обґрунтування вищезазначених завдань визначило актуальність теми монографії, а також теоретичне й прикладне її значення.

Метою монографії є розроблення теоретичних та науково-методичних засад щодо створення організаційно-економічних умов і підходів до підвищення ефективності інноваційної взаємодії підприємств різних видів транспорту із суб'єктами туристичної сфери, а також обґрунтування практичних рекомендацій щодо вдосконалення розвитку таких процесів.

Досягнення поставленої мети зумовило вирішення наступних завдань:

- проаналізувати статистичні дані стосовно зміни величини як потоків внутрішнього та міжнародного туризму, так і обсягів перевезень туристів різними видами транспорту;
- визначити роль і місце окремих видів транспорту в розвитку туристичного бізнесу;
- виявити організаційно-економічні особливості взаємодії транспортних підприємств з туристичними в умовах формування соціально-економічної системи «транспорт-туризм»;
- розробити структуру та провести сегментацію ринку транспортно-туристичних послуг для встановлення попиту на них різних категорій туристів;
- означити об'єктно-перспективну структуру інноваційно-інвестиційної взаємодії підприємств транспорту та туризму;
- обґрунтувати класифікацію інновацій при проведенні транспортного обслуговування туристів;
- дослідити сутність і розкрити зміст механізму інноваційно-інвестиційного управління розвитком підприємств транспорту, що обслуговують туристів;
- побудувати вартісно-часову модель впливу організаційно-економічних факторів процесу перевезень на кінцеві результати діяльності транспортних і туристичних підприємств;

- на базі використання загальнонаукової «хвильової теорії» розробити стратегію розвитку підприємств з транспортного обслуговування туристів;
- провести оцінку економічної ефективності інноваційної взаємодії підприємств транспорту і туризму з урахуванням величини ефекту мультиплікації.

Об'єктом дослідження обрано організаційно-економічне обслуговування транспортними підприємствами туристичного бізнесу.

Предметом дослідження, представленого в монографії, є теоретико-практичні підходи, методи та організаційно-економічні відносини, що виникають у процесі ефективної інноваційно-інвестиційної взаємодії підприємств різних видів транспорту із суб'єктами туристичної сфери.

У ході дослідження використано фундаментальні положення економічної теорії, класичної теорії інноваційного розвитку, теорії «нечітких множин» та сучасні підходи до «хвильової теорії», результати наукових досліджень вітчизняних і зарубіжних вчених з питань економіки транспорту та туризму, ефективної системи управління транспортно-туристичними комплексами.

Інформаційну базу монографії становлять законодавчі та нормативно-правові акти, що регламентують діяльність транспортних і туристичних підприємств, матеріали Міністерства інфраструктури України, Державного агентства України з туризму та курортів, Державної служби статистики України, а також результати власних досліджень авторів роботи.

Монографія складається з чотирьох розділів.

У першому розділі розглянуто організаційно-економічні основи взаємодії підприємств транспорту й туризму, еволюцію розвитку транспорту для перевезення туристів, визначено вплив суб'єктів транспортного і туристичного бізнесу на формування людського капіталу, побудовано соціально-економічну систему «транспорт – туризм», наведено методичні підходи до розробки структури ринку транспортно-туристичних послуг.

У другому розділі монографії проведено глибокий та всебічний аналіз обсягу і структури туристичних потоків, перевезення пасажирів, визначено наявність та ступінь зносу рухомого складу різних видів транспорту. Відображено сучасний стан транспортного забезпечення туризму, що ґрунтується на міжнародній і національній нормативно-правовій базі, виявлено основні проблеми, що стають на заваді підвищення якості обслуговування туристів, запропоновано напрямки створення мережевих структур У складі підприємств туристичної індустрії.

У третьому розділі досліджено економіко-філософські аспекти інноваційно-інвестиційної взаємодії підприємств транспорту і туристичної сфери, класифікаційні підходи до інновацій та інвестицій, методику оцінювання інноваційного та інвестиційного потенціалу даних підприємств, побудовано структуру механізму інноваційно-інвестиційного управління розвитком підприємств транспорту по обслуговуванню туристів.

Четвертий розділ присвячений розробленню вартісно-часової моделі впливу основних організаційно-економічних факторів перевезень на кінцеві комплексні показники роботи транспортних та туристичних підприємств; критеріїв оцінювання економічної ефективності інноваційно-інвестиційної взаємодії даних суб'єктів господарювання; методичних засад застосування загальнонаукової «хвильової теорії» в діяльності підприємств з транспортного обслуговування туристів з визначенням мультиплікативного ефекту.

Отримані наукові результати цього дослідження є певним внеском у розроблення теорії транспортного обслуговування туристів, а отже, сприяють більш глибокому розумінню економічних явищ і процесів, що відбуваються на ринку транспортно-туристичних послуг.

Розділ 1

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ ВЗАЄМОДІЇ ПІДПРИЄМСТВ ТРАНСПОРТУ І ТУРИЗМУ

1.1. Еволюція розвитку транспорту для перевезення туристів

Ефективне проведення економічних реформ в Україні, особливо в умовах фінансової кризи, залежить від нормалізації роботи сфери послуг, однією з важливих складових якої є туристична індустрія; окрім того, туризм являє собою соціально-економічний і ресурсно-екологічний сектор національної економіки. Рівень розвитку підприємств, що входять до складу індустрії туризму, впливає на діловий імідж і стан усіх видів ресурсів, забезпеченість населення робочими місцями, вирішення соціальних проблем тощо. Невід'ємною частиною розбудови туристичної індустрії є транспорт, що використовується при обслуговуванні туристичних потоків.

У сучасних умовах функціонування економіки туристичний транспорт перебуває в кризовому стані, вихід з якого потребує координації дій транспортних і туристичних підприємств, проведення інноваційного оновлення матеріально-технічної бази, а також зменшення величини транспортної складової у вартості кінцевого турпродукту.

Еволюція теорії і філософії туризму свідчить, що туристичний транспорт як поняття з'явився, коли суттєво зросла соціально-економічна роль туризму в розвитку суспільства.

Історія розвитку туристичного транспорту асоціюється з удосконаленням засобів пересування туристів.

На сьогоднішній день існують різні погляди національних і закордонних дослідників і науковців на послідовність етапів розвитку туризму і засобів пересування туристів.

Розгляд основоположних праць з історії, філософії, теорії туризму [41, 61, 66, 93, 192] дає змогу визначити основні еволюційні етапи появи туристичного транспорту (табл.1.1).

Початком розвитку співпраці транспортних підприємств і туристичних фірм можна вважати 1847 рік, коли Томас Кук створив перше туристичне товариство, яке надавало повний комплекс послуг туристам, включаючи їх транспортне обслуговування. З метою забезпечення стабільності перевезень укладалися відповідні угоди між туристичними фірмами і залізницями та пароплавними компаніями.

В умовах сьогодення транспортні підприємства входять до складу туристичної індустрії.

Проаналізувавши туристичний транспорт як складну динамічну систему, можна зробити висновок, що серед вчених немає єдиної думки щодо визначення його сутності та причетності до туристичної індустрії.

У системі туризму виділяють дві основні ланки: перша – подорожування та друга – перебування туриста. Подорожування передбачає переміщення туристів у просторі й часі шляхом здійснення транспортного процесу. До складу туристичного транспорту належить пасажирський транспорт загального користування та спеціалізований туристичний транспорт [93, 108, 201, 206].

Для перевезення туристів використовують повітряний, сухопутний – залізничний та автомобільний, а також водний – морський, річковий транспорт.

Окремі дослідники та економісти-практики вважають, що транспорт є самостійною галуззю народного господарства, яка в розрізі пасажирського транспорту спеціалізується на задоволенні попиту туристів у перевезеннях і не входить до складу туристичної індустрії; інші розглядають транспорт як одну з головних складових індустрії туризму.

Еволюція розвитку засобів пересування туристів

Назва етапу	Вид транспорту	Характерні ознаки періоду
Період стародавнього світу – II ст. до н.е. – IV ст. н. е.	Гужовий морський, річковий	<ul style="list-style-type: none"> – Розвиток торговельних, освітніх, релігійних, пізнавальних подорожей. – Будівництво перших притулків для подорожуючих. – Поява «семи див світу», які необхідно було побачити. – Масове відвідування видовищних заходів, свят, мистецьких фестивалів та спортивних змагань
Період середньовіччя – V–XVI ст.	Гужовий морський, річковий	<ul style="list-style-type: none"> – Незадовільний стан шляхів сполучення та рівня безпеки подорожувань. – Недосконалість транспортних засобів. – Мотиви подорожей – релігія, торгівля, наука, освіта, культура, розваги
Період Відродження – XVII–XVIII ст.	Гужовий морський, річковий	<ul style="list-style-type: none"> – Здійснення перших навколосвітніх подорожей. – Поява карт з водними і сухопутними шляхами. – Розвиток готельної, ресторанної та екскурсійної справи. – Мотиви подорожей, окрім вищезазначених, – пізнавально-розвідувальні, лікувальні, особисті

Назва етапу	Вид транспорту	Характерні ознаки періоду
Період зародження капіталізму – XIX – перша пол. XX ст.	Автомобільний, гужовий, залізничний, морський, річковий	<ul style="list-style-type: none"> – Становлення туризму як галузі економіки та формування туристичної індустрії. – Побудова поблизу залізничних вокзалів і морських портів готелів та поява перших готельних мереж. – Поява під впливом науково-технічної революції перших пароплавів, паровозів, спальних вагонів, автобусів, автомобілів. – Географічне розширення подорожей. – Виникнення перших туристичних фірм і укладання ними договорів із залізницями та пароплавними компаніями. – Розвиток міжнародних автомобільних, залізничних та круїзних подорожей, туристичного маркетингу, масового туризму – міжнародного та внутрішнього
Сучасний період – друга половина XX – перша пол. XXI ст.	Авіаційний автомобільний, залізничний, морський, річковий.	<ul style="list-style-type: none"> – Масове використання авіатранспорту в туризмі. – Зростання кількості приватних автомобілів, розвиток індустрії прокату автотранспорту. – Здійснення перших космічних туристичних подорожей. – Розбудова транспортної і туристичної інфраструктури. – Збільшення комфортабельності, швидкості і безпеки транспортних засобів. – Диверсифікація туристичного продукту, поява нових видів туризму. – Комп'ютеризація транспортних і туристичних послуг. – Розвиток мережевої взаємодії суб'єктів туристичної індустрії

Різnobічність поглядів пояснюється відсутністю єдиних критеріїв, що визначають туристичний транспорт як особливий вид пасажирського транспорту для перевезення туристів.

Як вважає швейцарський економіст професор В. Хунцикер, туристичний транспорт посідає самостійне місце в системі пасажирського транспорту в зв'язку з тією роллю, яку він відіграє в реалізації динамічної фази туристичної подорожі [223].

В. Г. Гуляев зазначає, що «транспортне обслуговування туристів – одна зі складових частин індустрії туризму» [45].

І. М. Писаревський та ряд інших авторів стверджують, що «туризм, як вид діяльності, тісно пов'язаний з переміщення туристів за межі їх постійного місця мешкання, не може розглядатися окремо від транспортного забезпечення. Останнє є найважливішим елементом туристської інфраструктури і входить до основного комплексу послуг, що включається до складу туристського продукту. Транспортні підприємства розглядають як особливий різновид туристських підприємств, що формують систему туризму» [108].

Розглядаючи транспорт як фактор розвитку туризму, В. О. Квартальнов зазначає, що в епоху промислового перевороту з'являються принципово нові транспортні засоби, які є матеріальною основою для розвитку туризму – як внутрішнього, так і міжнародного [66].

В. Ф. Кифяк вказує на те, що «транспорт – це засіб пересування, за допомогою якого можна добратися до туристичного центру. Чим більш комфортабельний і швидкісний вид транспорту використовується, тим вища вартість подорожі» [67].

Таким чином, більшість науковців вважають транспорт невід'ємною частиною туристичної індустрії, що обслуговує туристів заздалегідь обумовленими маршрутами з використанням тих чи інших видів транспортних засобів.

На нашу думку, туристичний транспорт являє собою спеціалізований і самостійний вид пасажирського транспорту, який виконує специфічну

транспортну роботу, пов'язану з обслуговуванням подорожей та екскурсій як для внутрішніх, так і в'їзних і виїзних туристів.

Здійснення туристичної діяльності безпосередньо пов'язане з транспортним обслуговуванням туристичних потоків. Подолання туристами відстані «від пункту відправлення до пункту призначення» і навпаки може здійснюватися різними видами транспортних засобів.

На вибір транспортного засобу впливає безліч факторів, визначенню яких приділяли увагу різні вчені. Більшість авторів зазначають, що при плануванні подорожей турист враховує вартість перевезення, наявність пільг, тривалість транспортування, місткість транспортного засобу, програму туру, безпеку пересування, мобільність транспортного засобу і рівень комфорту, можливість перевезення багажу, сезонний характер роботи окремих видів транспорту, безпеку подорожі тощо [1, 20, 108, 190, 191].

Досліджуючи процес надання транспортних послуг туристам, С. О. Романов виділяє їх економічні, організаційні та нормативні особливості. До економічних автор відносить забезпечення процесу ціноутворення на ці послуги шляхом організаційно-економічної взаємодії туристичних фірм і перевізників; відмінність систем оподаткування туристичної індустрії і транспортної галузі; формування попиту на туристичні перевезення кінцевими споживачами. Організаційні особливості, на його думку, полягають у застосуванні спеціальних туристичних транспортних засобів, використанні транспортної і туристичної інфраструктури, задіянні спеціальних туристичних транспортних маршрутів. Щодо нормативних особливостей, то вони в основному стосуються впливу різних нормативів, що регулюють діяльність суб'єктів туристичної і транспортної діяльності, а також сукупності транспортної документації, необхідної для реалізації даних послуг туристам [139].

Враховуючи характер надання транспортних послуг по перевезенню туристів, виявимо основні фактори, які повинен враховувати організований та неорганізований турист при виборі потрібного йому транспортного засобу:

- максимальне використання під час подорожі вільного часу;
- існування ефективних і привабливих форм стимулювання зростання турпотоків;
- складання розкладу руху з урахуванням графіків роботи різних транспортних засобів;
- забезпечення комбінованих турів, таких як «автомобільний – повітряний транспорт», «залізниця – автомобільний транспорт», «автомобільний – річковий транспорт» та ін.;
- організація проведення вільного часу туристами на вокзалах і станціях очікування;
- наявність довідково-інформаційного обслуговування, системи бронювання білетів, страхування відповідальності перевізника тощо;
- ступінь розвитку транспортної мережі та дорожньо-транспортної інфраструктури;
- можливість взяття в оренду легкових автомобілів;
- транспортна доступність туристичних дестинацій;
- ступінь впровадження інноваційних технологій підприємствами туристичного транспорту.

При цьому основними критеріями безперечно залишаються вартість і безпека подорожі.

1.2. Вплив підприємств транспорту та туризму на формування людського капіталу

Туризм і транспорт як перспективні та взаємопов'язані галузі економіки, з одного боку, безпосередньо залежать від такої економічної категорії, як людський капітал, а з іншого впливають на його стан та розвиток [143].

Сутність теорії формування людського капіталу та джерел інвестування коштів в його розвиток досліджували національні й зарубіжні вчені, зокрема

В. Антонюк [7], Г. Беккер [222], С. Дятлов [55], М. Критський [78], О. Сухарєв [180], Л. Шевчук [209], Т. Шульц [226] та ін.

Туризм як фактор розвитку здоров'я людського капіталу в своїх працях розглядали О. Аппенянський [9], О. Гаца [37], В. Гіренко [40] та багато інших.

Питання впливу людського капіталу на розвиток різних видів транспорту, ефективності його використання в транспортній галузі розкриті в наукових роботах Ю. Єлагіна [56], О. Соколової [203], В. Чекаловця [203] та інших вчених.

Не дивлячись на значний науковий доробок у сфері визначення сутності показників оцінки, перспектив розвитку людського капіталу, залишаються відсутніми напрацювання стосовно впливу туристичного транспорту на його стан. Виходячи з цього, проведення таких досліджень стосовно впливу інноваційних змін, що впроваджуються транспортними та туристичними підприємствами, на відтворення працездатності й активізацію інтелектуальної складової людського капіталу є актуальними та потребують подальших наукових досліджень.

Термін «людський капітал» у наукову літературу було введено в другій половині ХХ століття американськими вченими-економістами Т. Шульцом і Г. Беккером. Саме Т. Шульц вперше зазначив, що окрім освіти, людський капітал повинен включати і стан здоров'я [223]. Г. Беккер, продовжуючи дослідження в даній сфері, вказував на те, що одним із способів інвестування в людський капітал є поліпшення фізичного і емоційного стану людини [222].

На сьогоднішній день не існує єдиного визначення терміну «людський капітал».

Так, С. Фішер, Р. Дорнбуш, Р. Шмалензи зазначають, що людський капітал «є мірою втіленої у людині здатності приносити дохід» [197].

Л. Т. Шевчук визначає людський капітал як «частину сукупних знань, здібностей і кваліфікацій носіїв робочої сили, яка здатна приносити дохід, тобто використовувати їх для виробництва товарів і послуг» [209].

Загальним у наведених визначеннях є те, що людський капітал характеризується як сукупність професійних здібностей, рівня освіти, особистих рис та мотивацій людини, що використовується нею в економічній діяльності, забезпечуючи тим самим зростання продуктивності праці і доходів. Виходячи з цього, людський капітал є одним з чинників соціально-економічного розвитку та головним фактором забезпечення формування інноваційно-інвестиційної моделі економіки.

Вплив туризму та транспорту на стан людського капіталу й економіку [143] наведено на рис. 1.1.

Зниження рівня життя населення, збільшення вартості туристичних і транспортних послуг призводить до того, що не кожна працююча людина може дозволити собі туристичну подорож з оздоровчою або іншою метою.

Накопичення фізичних, емоційних навантажень негативно позначаються на стані здоров'я трудових ресурсів, зумовлюють зниження життєвої та ділової активності, зменшують показники продуктивності й оплати праці, що в свою чергу призводить до зниження рівня доходів підприємств і надходжень до державного та місцевих бюджетів.

Підвищити якість людського капіталу можливо завдяки розвитку туристичної індустрії, яка дасть поштовх для розвитку пов'язаних з нею галузей економіки.

Туристичній галузі притаманний ряд специфічних особливостей, до яких можна віднести можливість розвитку в період економічної кризи, оскільки витрати на створення робочих місць у туризмі в декілька разів менші порівняно з іншими галузями, а кошти, вкладені в розвиток туристичної індустрії, швидко окуповуються.

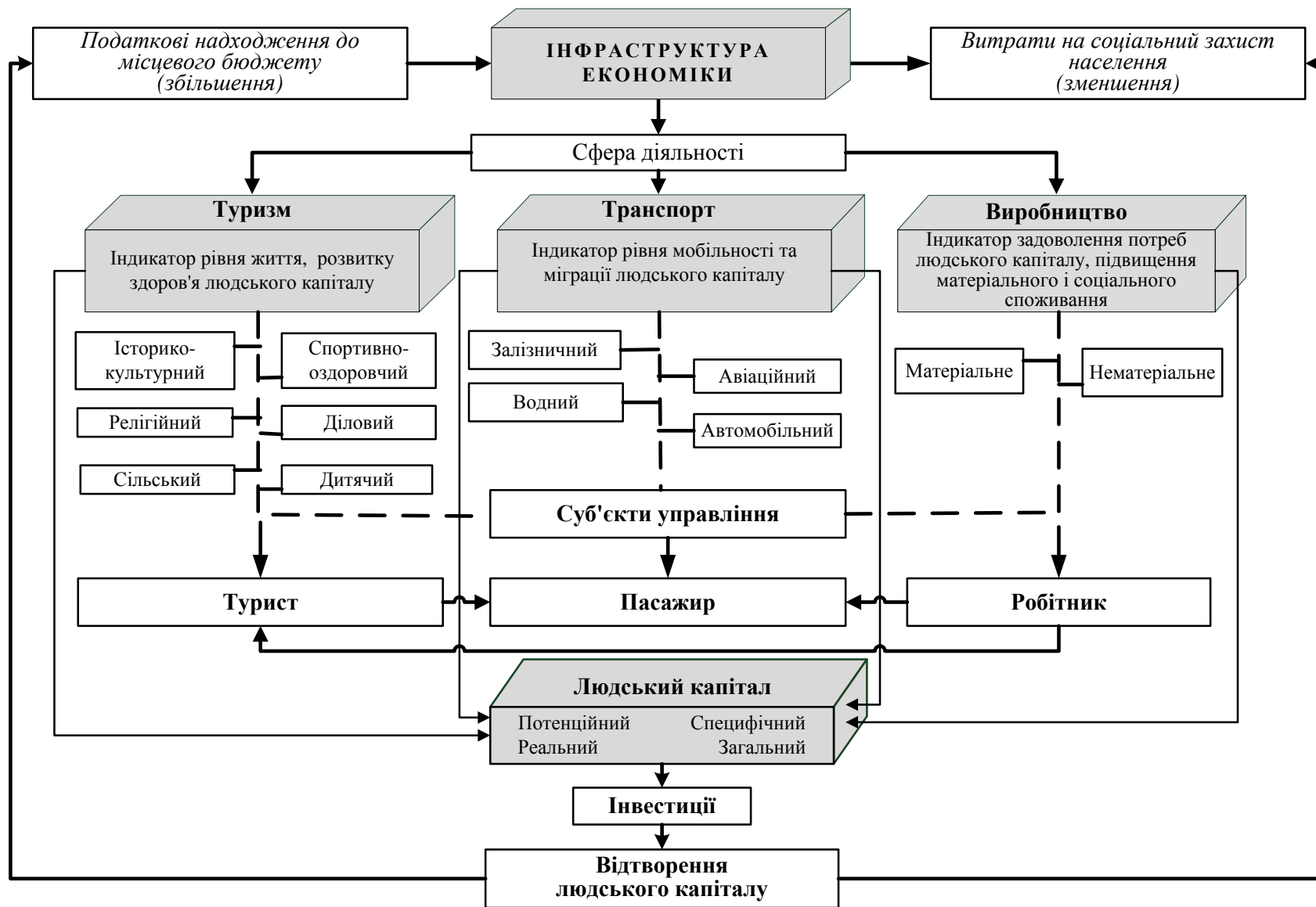


Рис. 1.1. Вплив підприємств транспорту і туризму на людський капітал

Розвиток туристичної сфери позитивно впливає і на життя населення, організацію праці й відпочинку, відтворення працездатності трудових ресурсів, вирішує проблеми раціонального використання вільного часу, розширення світогляду й культурного збагачення людей, встановлення культурно-економічних зв'язків на міждержавному, національному та міжрегіональному рівнях [104].

Забезпечити збільшення конкурентоспроможності туристичної галузі неможливо без розвитку індустрії транспортного обслуговування туристів і її інноваційного оновлення.

При цьому застосування нових технологій у туризмі і на транспорті, що обслуговує туристів, не призводить до скорочення трудових ресурсів, як це відбувається у виробництві.

Транспорт зумовлює концентрацію виробництва, впливає на формування системи розселення людей, територіальну децентралізацію промисловості та сфери послуг. При цьому транспортні тарифи позначаються на розмірі транспортних витрат у складі турпродукту.

Між туристичним транспортом і людським капіталом існує зворотній зв'язок. Туристичний транспорт, здійснюючи непрямий вплив на внутрішні стимули працівників до роботи, дає змогу активізувати інтелектуальну складову людського капіталу.

Людський капітал забезпечує необхідною кількістю та якістю робочої сили підприємства різних галузей економіки, зокрема й туристичний транспорт. Підвищення якості людського капіталу на транспорті, що обслуговує туристів, потребує вкладання інвестицій у його розвиток.

Інвестиції в людський капітал підприємств туристичного транспорту передбачають насамперед витрати на освіту, підвищення кваліфікації персоналу, підготовку за місцем роботи, медичне страхування та ін. Такі інвестиції економічно вигідні й обґрунтовані як для окремої людини чи підприємства, так і для суспільства в цілому.

Людському капіталу притаманне фізичне та моральне зношування, тому інвестиції в його розвиток дають змогу підвищити цінність здобутої освіти, збагачують професійний досвід, забезпечують зміну світогляду, посилюють мотивацію до праці, зменшуючи при цьому міграцію робітників з метою поліпшення умов працевлаштування.

Людський капітал має потреби й інтереси не тільки в сфері праці, а й і відпочинку, що можуть задовольнити підприємства туристичної індустрії, до яких передусім належить транспорт. Нерозвинута транспортна та туристична інфраструктура спонукає людей до відпочинку за кордоном, зменшуючи при цьому сукупні доходи, що негативно позначається на рівні зайнятості населення [166].

При цьому людський капітал дає змогу оцінити вплив соціального фактора на діяльність підприємств транспорту, що займаються обслуговуванням туристів.

Головною вимогою до туристичного транспорту є підвищення швидкості перевезень при збереженні безпеки руху. Для виконання цієї вимоги необхідно раціонально розподілити види транспорту згідно з туристичними маршрутами, забезпечити їх оптимальну взаємодію, зменшити нераціональні витрати вільного часу туриста в дорозі. При цьому зростання обсягу турпотоків позначиться на збільшенні обсягу перевезення туристів різними видами транспорту.

1.3. Графоаналітична модель соціально-економічної системи

«транспорт – туризм»

Туристичні підприємства створюються з метою задоволення попиту туристів у кінцевому туристичному продукті. Особливістю транспортних підприємств є те, що вони можуть обслуговувати не тільки туристів, а й інших суб'єктів господарювання, які прямо не стосуються до процесів туризму.

Дослідженням організаційно-економічних особливостей функціонування підприємств туристичної індустрії присвячені праці Р. І. Балашової [17], В. І. Винокурова [31], В. Ф. Данильчука [46], І. В. Зоріна [61], В. О. Квартальнова [66], Л. В. Ковиньової [68], М. П. Мальської [93, 94], М. О. Морозова [102], І. М. Писаревського [108, 125, 126, 190, 191], В. С. Сєніна [142], Т. І. Ткаченко [187], Т. В. Ускової [195], Дж. К. Холловея [201], О. Д. Чудновського [206], Л. М. Шульгіної [216] та інших вчених.

Питання транспортного обслуговування туристів розкриті в працях національних і закордонних науковців, зокрема В. І. Азара [2], О. П. Абдулова [1], Б. М. Андрушківа [6], М. Б. Біржакова [20], В. Г. Гуляєва [45], О. І. Заруцької [59], О. М. Ільїної [62], О. С. Кускова [82, 83], Г. М. Кутепової [84], О. Я. Осипової [109], С. В. Петрова [123], С. В. Поляка [2], С. О. Романова [139], К. Є. Шамакіної [208] та ін.

Проблеми підвищення ефективності перевезень, функціонування й розвитку окремих видів транспортного туризму відображені в працях: на автомобільному транспорті – А. В. Вершицького [30], Г. Г. Котова [75], В. Г. Шинкаренка [211, 212]; залізничному – І. І. Бутко [26], В. М. Газкова [36], В. С. Гордєєва [43]; авіаційному – О. М. Ложачевської [87, 88], В. В. Матвєєва [97], Н. В. Скидоненко [152]; на водному – О. О. Бакаєва [15], Ю. О. Оленічевої [107], О. М. Тимощук [185] та багатьох ін.

Не дивлячись на велику кількість наукових робіт і проведених досліджень, залишаються невирішеними питання стосовно розвитку інноваційно-інвестиційної взаємодії транспортних та туристичних підприємств. Відсутність комплексного підходу до вирішення вищезазначених проблем викликає необхідність реформування механізму функціонування туристичної індустрії шляхом створення ринку транспортно-туристичних послуг, впровадження інновацій у сферу транспортного обслуговування туристів з урахуванням тенденцій розвитку в'їзного, виїзного та внутрішнього туризму.

На жаль, у науковій літературі та проведених дослідженнях з проблем транспортного обслуговування туристів недостатня увага надається

інноваційному оновленню підприємств туристичного транспорту, їхньому подальшому ефективному функціонуванню під впливом процесів ринкоутворення.

Діяльність туристичних і транспортних підприємств взаємозалежна і здійснюється в рамках єдиної соціально-економічної системи (СЕС) «транспорт – туризм». Існуючі наукові розробки взаємозв'язків цієї системи трактують транспорт як фактор розвитку туризму, не враховуючи при цьому зворотних зв'язків – впливу туризму на розвиток транспорту [165, 166, 172].

Взаємозв'язки та взаємозалежності в системі «транспорт-туризм» можна представити у вигляді схеми (рис. 1.2), з якої видно, що розвиток транспорту й туризму – це взаємопов'язаний і взаємозумовлений процес, який включає постійну взаємодію транспортних та туристичних підприємств [119,165, 172].

Система «транспорт – туризм» є відкритою, динамічною, соціально-економічною, являє собою сукупність взаємопов'язаних елементів, що мають свої характерні ознаки й особливості, які відображають специфічні форми й методи здійснення транспортно-туристичного процесу в межах туристичних дестинацій [119, 172].

В основу побудови такої системи покладено такі управлінсько-економічні принципи:

- цілеспрямування, що відображає здатність транспортних і туристичних підприємств формувати свої стратегічні й тактичні цілі відповідно до перспектив розвитку їхньої спільної діяльності та зростаючих вимог внутрішніх і міжнародних туристів;
- цілезабезпечення, що характеризує ефективне використання наявних можливостей і ресурсів для досягнення поставленої мети;
- досягнення цілей, що зумовлює встановлення ступеня відповідності стратегічних і тактичних, якісних і кількісних цілей як транспортних, так і туристичних підприємств;



Рис. 1.2. Взаємозв'язки і взаємозалежності в системі «транспорт – туризм»

- економічності, що визначає відповідність отриманих фінансово-економічних і соціальних результатів понесеним витратам на здійснення транспортно-туристичної діяльності;
- факторної обумовленості, що відображає здатність транспортних та туристичних підприємств адекватно реагувати на зміни, які відбуваються в макро- та мікросередовищі їхнього функціонування.

Ця система взаємодіє із зовнішнім середовищем, здійснює діяльність, пов'язану із задоволенням туристичних потреб, характеризується поєднанням властивостей цілісності та відокремленості.

Система «транспорт-туризм» може перебувати в стійкому або нестійкому станах [131, 140].

Стійкий стан характеризується зростанням обсягів внутрішнього та міжнародного туризму, перевищенням темпів зростання кількості туристичних подорожей над кількістю подорожей з нетуристичними цілями, збільшенням частки подорожей у загальній тривалості туристичних поїздок.

Нестійкий стан зумовлюється зменшенням попиту на туристичні послуги, незадовільним станом матеріально-технічної бази туристичного транспорту, невідповідністю транспортного обслуговування зростаючим потребам туристів тощо.

Графоаналітична модель СЕС «транспорт – туризм» наведена на рис. 1.3.

Основними елементами такої системи є транспортні та туристичні підприємства, діяльність яких здійснюється під впливом факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.

До основних факторів внутрішнього середовища, що негативно впливають на показники діяльності СЕС «транспорт – туризм», належать неефективне управління транспортом і туризмом, погіршення стану матеріально-технічної бази транспортних та туристичних підприємств, низький рівень кваліфікації персоналу, відсутність інноваційних змін у технології надання послуг туристам, дефіцит фінансових ресурсів та ін.

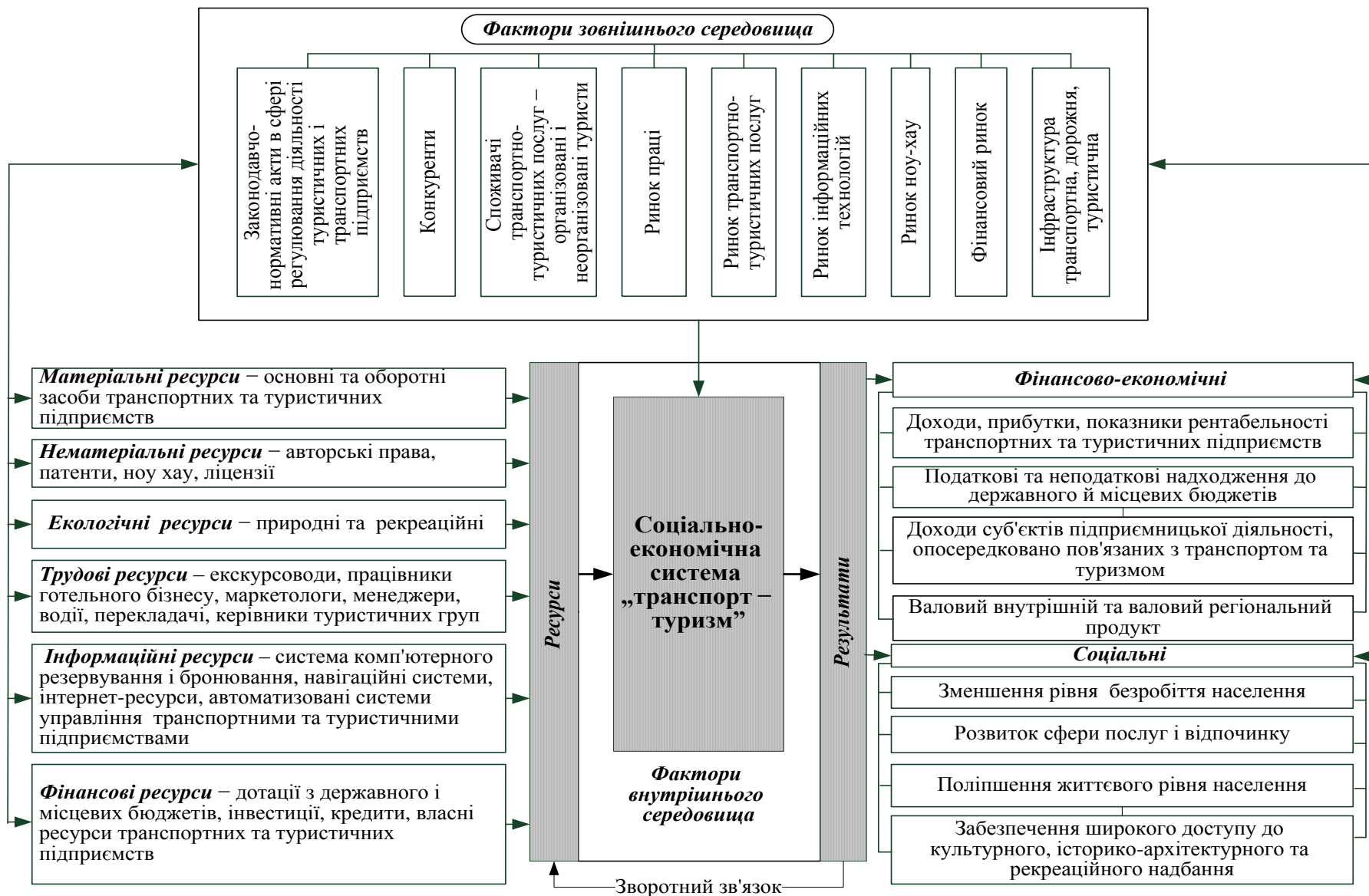


Рис 1.3. Графоаналітична модель соціально-економічної системи «транспорт-туризм»

Ефективність функціонування СЕС «транспорт – туризм» визначається відношенням результатів до затрачених ресурсів, між якими існує зворотній зв'язок.

При збільшенні розміру валового внутрішнього та валового регіонального продуктів, обсягу дохідної частини державного і місцевих бюджетів, органи державної та місцевої влади можуть надавати дотації, субвенції на інвестиційний розвиток підприємств транспорту та туризму, сприяти притоку інвестицій в транспортну й туристичну галузь, надавати пільгові кредити та преференції в оподаткуванні їхньої діяльності в межах сум, що надходять до бюджетів. Розвиток транспортних і туристичних підприємств дасть змогу створити нові робочі місця, зменшити рівень безробіття й обсяг соціальної допомоги, що виділяється з бюджетів малозабезпеченим верствам населення, відновити ефективну діяльність підприємств транспорту та туризму [119].

Найбільш ефективною формою побудови структури СЕС «транспорт – туризм» є її формування за внутрішньофункціональною й організаційною схемами, розроблення яких потребує ієрархічної впорядкованості сукупності підсистем і структурних одиниць, що перебувають у взаємовідносинах один з одним і створюють певну єдність, цілісність, виконуючи покладені на них функції [165, 166, 172].

Формування внутрішньофункціональної будови СЕС «транспорт – туризм» відбувається під впливом складної взаємодії соціально-економічних процесів, які в переважній більшості впливають на ефективність її діяльності. В структурі цієї системи виділяються підсистеми формування, виробництва, реалізації та споживання транспортно-туристичних послуг, між якими існують тісні прямі і зворотні зв'язки [172], як це показано на рис. 1.4.

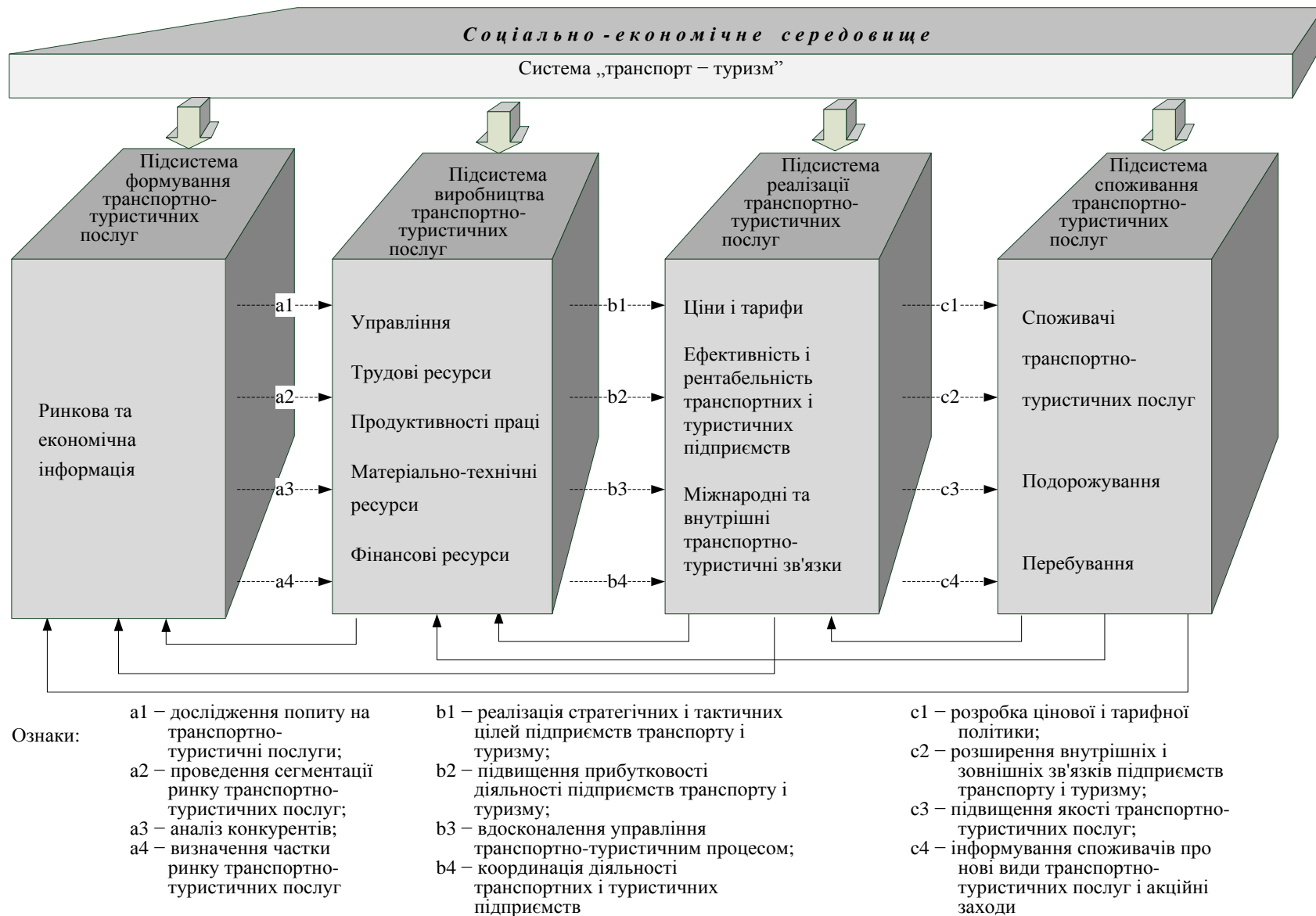


Рис. 1.4. Внутрішньо-функціональна побудова соціально-економічної системи «транспорт-туризм»

Зворотні зв'язки між підсистемою споживання транспортно-туристичних послуг і підсистемою їх формування пов'язані з тим, що сформовані потреби туристів потребують постійного розвитку. Виходячи з цього, формується якісна та кількісна оцінка нових транспортно-туристичних потреб для задоволення вимог туристів [174].

Підсистема споживання здійснює суттєвий вплив на виробництво транспортно-туристичних послуг. Як виробництво, так і споживання цих послуг пов'язане з визначеною територією та часом; при скороченні попиту на них погіршуються фінансово-економічні результати діяльності транспортних та туристичних підприємств, неефективно використовується їх матеріально-технічна база, показники продуктивності праці робітників.

Існування зворотних зв'язків між підсистемою споживання та підсистемою реалізації послуг зумовлюється процесом відтворення діяльності транспортних і туристичних підприємств.

Стосовно підсистеми реалізації та впливу її на виробництво можна зазначити, що зі зниженням попиту на транспортно-туристичні послуги їх пропозиція стає нееластичною і викликає необхідність зниження цін і тарифів до межі, що приносить збитки підприємствам-виробникам таких послуг.

Це спричинює затримку в погашенні кредиторської заборгованості перед підприємствами-постачальниками, банківськими установами, працівниками, державою, та іншими суб'єктами господарювання.

Зворотні зв'язки між підсистемою реалізації та підсистемою формування виникають шляхом передачі інформації про послуги, що не користуються попитом у туристів і є, як правило, нерентабельними; про сезонний характер пропозицій, що надаються і які повинні враховувати транспортні та туристичні підприємства при маркетингових дослідженнях попиту.

Остання група зворотних зв'язків СЕС виникає між підсистемою виробництва та підсистемою формування транспортно-туристичних послуг. Для зв'язків цієї групи характерним є те, що кожна туристична дестинація може

надати послуги з транспортування, розміщення, харчування обмеженій кількості туристів, що потрібно враховувати при формуванні попиту.

Структура СЕС «транспорт – туризм» являє собою сукупність органів управління, які координують, регулюють та контролюють діяльність підприємств транспорту і туризму, а також інших спеціалізованих організацій, що надають транспортно-туристичні послуги споживачам. Основою для виділення органів управління СЕС «транспорт – туризм» є її внутрішньо-функціональна структура. Загальне керівництво транспортно-туристичною діяльністю здійснюється органами державної і місцевої влади та управління, функціональне керівництво – підрозділами управління транспортних і туристичних підприємств.

Туристична індустрія, до складу якої входить і транспорт, що обслуговує туристів, має специфічні особливості [118] як у сфері виробництва, так і реалізації туристичного продукту (рис.1.5).

Туристичний продукт складається з товарів, що продаються туристам, і туристичних послуг. Стосовно туристичних товарів, які можуть бути загальними або супутніми, їх виробництво, реалізація та споживання відбуваються за класичною схемою, яка передбачає, що виробник реалізує їх споживачу на різних умовах – попередньої оплати, оплати після доставки або з наступною оплатою на основі розрахунково-платіжних документів. У будь-якому разі споживач перед оплатою має змогу ознайомитися з товарами, роботами або послугами, безпосередньо оцінити їхню якість.

У випадку їх невідповідності вимогам споживача за якістю й іншими параметрами, останній має змогу повернути продукцію виробнику, вимагати її обміну на більш якісну або отримати гарантійне післяпродажне обслуговування [67, 108].

Реалізації турпродукту передуює процес його створення та підготовки до збуту. Як правило, пакет транспортно-туристичних послуг формується за конкретними замовленнями та бажаннями туристів. Після того, як турпродукт

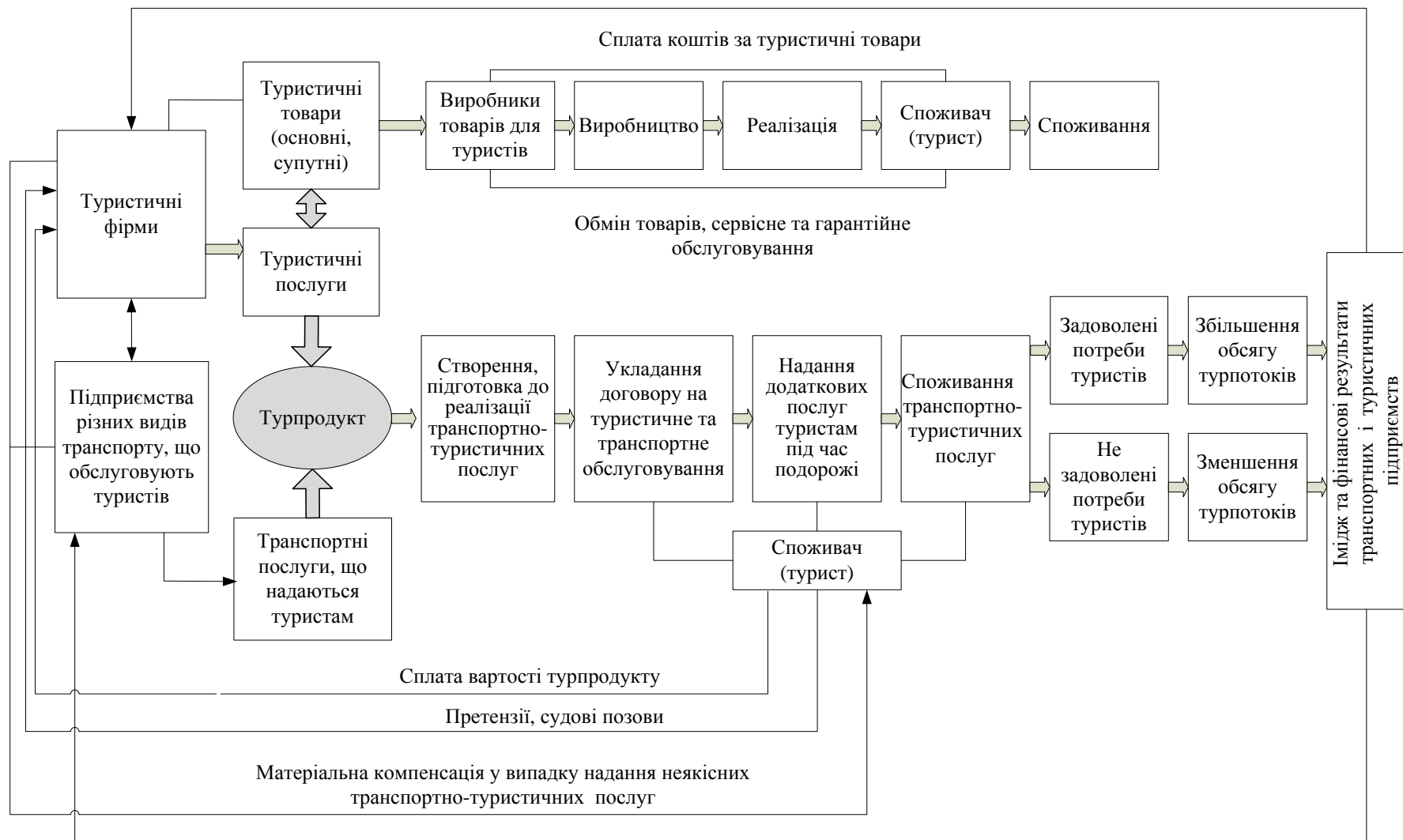


Рис.1.5. Процес надання та реалізації транспортно-туристичних послуг

сформовано, споживач (турист) на підставі складання письмового договору на туристичне, екскурсійне, транспортне обслуговування сплачує туристичній компанії кошти за ті послуги, які він отримає в майбутньому. Тобто турист купує, так би мовити, обіцянку надати йому комплекс послуг, обумовлених у договорі, за певною ціною, якістю й обсягом.

Споживання транспортних послуг відбувається в процесі здійснення транспортного процесу, туристичних послуг у місцях їх надання [201].

Фактором, що об'єднує ці послуги, є нерозривність процесів виробництва та споживання. На процес споживання турпродукту впливають фактори як екзогенного, так і ендogenous характеру, що спричинюють виникнення різних видів ризиків, про які в момент його купівлі турист і не здогадується.

Необхідно сказати, що турфірми не завжди надають повний пакет страхування від можливих ризиків, в окремих випадках порушують умови, заздалегідь обумовлені договором.

Місце реалізації турпродукту в багатьох випадках не збігається з місцем їх надання, тобто турист не має змоги миттєво звернутися до турфірми, що його продала, у випадку виникнення претензій. При цьому туристи можуть нести додаткові непередбачені договором витрати, витратити час відпочинку на усунення виникаючих спорів. Незадоволення рівнем якості послуг, що надаються туристичною фірмою або транспортним підприємством, може призвести до зниження їхнього ділового іміджу в транспортному й туристичному бізнесі та втрати потенційних клієнтів.

Ціна турпродукту може змінюватися залежно від обсягу реалізації, сезону, бронювання квитків, місць у готелі, оплати відкриття візи та ін. На вартість транспортних послуг впливають види транспортних засобів; ціни на паливно-енергетичні та інші види ресурсів, що споживаються в транспортному процесі; відстань перевезення; додаткові послуги, що надаються в дорозі, тощо.

Вартість транспортних послуг може входити до вартості турпродукту; сплачуватися на місці знаходження туроператора або безпосередньо турагента; іноді турист може оплатити їх самостійно в місці перебування [1, 2, 20].

За різними оцінками економістів-практиків, оплата транспортної послуги становить близько $\frac{1}{4}$ загальних витрат туристів, або 20 – 60 % вартості турпродукту за рахунок витрат на ліцензування діяльності по перевезенню пасажирів, оренду транспортних засобів, оплату праці водіїв, обслуговування й оновлення транспортних засобів та ін. [20, 67, 84]. Витрати туристичних підприємств на транспортне обслуговування туристів за останні два роки наведені в табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Обсяг і структура витрат суб'єктів туристичної діяльності на транспортне обслуговування туристів

Види транспорту та транспортних послуг	Витрати на транспортне обслуговування туристів за роками, тис. грн		Частка витрат на транспортне обслуговування туристів різними видами транспорту за роками, %	
	2011	2012	2011	2012
Повітряний	1 557 084,3	1 754 266,5	94,2	95,3
Залізничний	12 668,1	18 573,3	0,8	1,0
Водний	16 664,1	11 323,8	1,0	0,64
Міський	2455,4	2909,8	0,2	0,16
Автомобільний (екскурсійні автобуси)	51 874,8	44 021,2	3,1	2,4
Оренда автомобілів	12 106,8	9087,2	0,7	0,5
Усього	1 652 853,5	1 840 181,8	100,0	100,0

Примітка: складено за [140, 193]

Найбільшу частку займали витрати на подорожування авіаційним транспортом, які в 2012 р. становили 95,3 %, що на 1,1 % більше ніж у попередньому році. Не дивлячись на досить активне застосування при перевезеннях туристів автомобільного транспорту, витрати на перевезення екскурсійними автобусами в звітному році зменшилися на 7853,6 тис. грн, а їх частка в загальному обсязі витрат на транспортне обслуговування займала всього 2,4 %.

Незначне зростання витрат на обслуговування туристів за період, що аналізується, спостерігається на залізничному транспорті, а саме – на 5905,2 тис. грн, або 46,6 %. При цьому частка цього виду транспорту в загальних витратах на перевезення туристів залишалася незначною – всього 1 % за підсумками 2012 р.

Низьку частку у витратах на транспортне обслуговування туристів займають водний та міський транспорт, відповідно 0,64 та 0,16 % в 2012 р.

Витрати на транспортне обслуговування туристів міським транспортом зросли в 2012 р. порівняно з попереднім роком на 454,4 тис. грн (18,5 %), не дивлячись на це їхня частка знизилась і серед інших видів транспорту посідає останнє місце.

У загальній структурі витрат суб'єктів туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві туристичного продукту, послуги з транспортного обслуговування туристів становили 39,4 та 33,5 % відповідно в 2011 і 2012 роках [193].

Зменшити вартість перевезення туристів в умовах зростання цін на паливно-енергетичні та інші види ресурсів досить складно без упровадження інноваційних технологій. Виходячи з цього, реальними шляхами задоволення потреб туристів у якісному і безпечному транспортному обслуговуванні є інноваційно-інвестиційний розвиток підприємств, які надають ці послуги.

Підвищення рівня комфорту, безпеки та швидкості подорожування неможливо досягти без впровадження інновацій у діяльність туристичного транспорту. Інноваційне оновлення вищезазначених підприємств забезпечує

вклад інвестицій у процеси життєдіяльності людського капіталу та ефективності його відтворення.

Існуючий розрив між науковими розробками в сфері інновацій на транспорті та в туризмі можна усунути шляхом залучення до цього процесу висококваліфікованих спеціалістів, що дасть змогу більш обґрунтовано розвивати інноваційну діяльність, підвищити конкурентоспроможність туристичної галузі країни.

Підвищення освітньо-кваліфікаційного рівня працюючих сприятиме розбудові туристичної інфраструктури, збільшенню кількості робочих місць.

Враховуючи вищезазначене, виявимо основні організаційно-економічні особливості надання транспортно-туристичних послуг туристам:

- залежність підприємств транспорту та турфірм від економічної та політичної ситуації в країні, фінансових можливостей та платоспроможності туристів;
- невідповідність у більшості випадків вартості перевезень якості транспортних послуг, що надаються туристам;
- надання транспортних послуг туристами здійснюється тільки на підставі попередньої оплати їхньої вартості;
- необхідність узгодження сумісних інтересів транспортних та туристичних підприємств у процесі розроблення нових транспортно-туристичних маршрутів та реалізації турпродукту;
- якість транспортної послуги, співвідношення вартості та часу на її здійснення туристи не можуть оцінити перед або під час купівлі турпродукту, а тільки в процесі його споживання, що викликає виникнення фінансових та інших видів ризиків;
- договірний характер надання транспортних послуг, який потребує укладання договору між перевізником і турфірмою або перевізником і пасажиром (туристом), що передбачає надання останньому білета, квитанції на багаж тощо;

- обов'язкове укладання договору особистого страхування від нещасних випадків на транспорті перед здійсненням подорожування з перевізником або автоматично при купівлі білета туристом;
- взаємодія різних видів транспорту при здійсненні перевезень туристів, що позначається на тривалості подорожі та її вартості;
- чітке визначення в законодавчо-нормативних актах прав та обов'язків перевізників і пасажирів (туристів);
- включення витрат по забезпеченню безпеки на транспорті до вартості перевезень туристів, що позначається на фінансово-економічних результатах діяльності транспортних підприємств;
- при здійсненні міжнародних перевезень туристів підприємства транспорту враховують вимоги міжнародного та національного транспортного права, а також законодавства країни, в яку здійснюються подорожування.

Виявлені організаційно-економічні особливості надання послуг туристам сприятимуть глибшому розумінню економічних явищ і процесів, що відбуваються на ринку транспортно-туристичних послуг, та реалізації завдань, пов'язаних з подальшим розвитком туристичної індустрії.

1.4. Науково-теоретичні підходи до формування ринку транспортно-туристичних послуг

Прискорення темпів технологічних перетворень у поєднанні з мережевими ефектами від активізації процесів взаємодії суб'єктів транспортної і туристичної діяльності приведе до появи нового типу ринку, а саме транспортно-туристичного. Функціонування цього ринку забезпечить формування конкурентних переваг та довгострокового економічного зростання підприємств туристичної індустрії, сприятиме швидкій їхній адаптації до стрімких змін загальносвітового і національного рівня розвитку суб'єктів транспортної та туристичної сфери.

Забезпечуючи потреби в'їзного, виїзного і внутрішнього туризму, ринок транспортно-туристичних послуг (РТТП) потребує не тільки теоретико-методологічного обґрунтування, а й розробки концептуальної моделі функціонування.

Теоретичні і методичні основи формування ринку туристичних послуг розглянуті в працях дослідників, зокрема В. Азара [3], О. Азарян [4], Г. Александрової [5], О. Васильчук [28], Л. Гонтаржевської [42], Г. Заячківської [60], В. Куценко [85], О. Любіцевої [89], Н. Мартищенко [96], Ю. Тишукова [186], Д. Ушакова [196] та ін.

Різні аспекти проблем функціонування і розвитку ринку транспортних послуг відображені в працях багатьох вітчизняних і зарубіжних вчених – О. Бакуліч [16], О. Бойко [23], А. Катаєва [65], О. Радченко [135], А. Сміхова [153] та багатьох інших.

Дослідження наукових праць з проблематики функціонування і розвитку ринку туристичних та транспортних послуг свідчить про відсутність єдиних поглядів стосовно сутності, структури, складових елементів зазначених ринків. Проблема формування ринку інноваційних послуг присвячена обмежена кількість праць, стосовно ринку інноваційних транспортно-туристичних послуг таких досліджень практично немає.

Перш ніж зупинитися на визначенні сутності та структури ринку транспортно-туристичних послуг, розглянемо існуючу термінологічну базу з цього питання.

За словами О. О. Любіцевої, «ринок туристичних послуг задовольняє потреби населення у відпочинку та змістовному проведенні дозвілля і функціонує за загальними законами світового ринку» [89].

Автори Російської міжнародної академії туризму розглядають туристичний ринок як самостійну частину більш широкого поняття – «ринок товарів і послуг», де реалізуються послуги і товари для туристів [66].

Єдина позиція багатьох вчених у тому, що об'єктом даного ринку виступає турпродукт, суб'єктами – споживачі, виробники турпослуг і посередники.

При визначенні сутності ринку транспортних послуг існують певні розбіжності в поглядах науковців. Так О. М. Дунаєв, Т. В. Кулакова, Д. В. Нестерова зазначають, що транспортний ринок і ринок транспортних послуг – це ідентичні поняття [53]. Більшість авторів зазначають, що ці поняття не ідентичні і поділяють ринок транспортних послуг на ринок вантажних послуг і ринок пасажирських послуг [16, 23, 135].

На жаль, в українському законодавстві на сьогоднішній день немає чіткого визначення ринку транспортних послуг. Для уточнення сутності цього поняття звернемося до законодавства Російської Федерації. В Федеральному законі «О федеральном железнодорожном транспорте» зазначається, що «рынок транспортных услуг – сфера осуществления перевозок пассажиров, грузов, грузобагажа и багажа, технического обслуживания и ремонта транспортных средств, подсобно-вспомогательных и других видов работ (услуг), связанных с перевозками». При цьому даний ринок розглядається як різновид товарного ринку, що розвивається за законами ринкової економіки [106].

Виходячи з наведених визначень, ринок транспортних послуг, як і ринок туристичних послуг, є складовими ринку товарів та послуг.

Елементом, який поєднує ці два ринки, є зростаючий попит з боку споживачів – туристів на високоякісний туристичний продукт, основною складовою частиною якого є транспортне обслуговування туристів [178]. Попит туристів на транспортно-туристичні послуги залежить від купівельної спроможності останніх. Особливо цей взаємозв'язок відчувається на ринку транспортно-туристичних послуг, де середня ціна перевезення туристів в окремих випадках вища від загальноєвропейського рівня цін на одну й ту саму послугу.

Об'єктивними умовами формування ринку транспортно-туристичних послуг є: унікальне транспортно-географічне положення туристичних destinations, близькість кордонів з країнами ЄС і СНД; наявність цікавих історико-архітектурних об'єктів, природно-рекреаційних ресурсів, необхідність підвищення якості транспортних послуг, що надаються туристам до рівня міжнародних стандартів шляхом проведення реконструкції та модернізації транспортно-дорожньої інфраструктури, технічного оновлення рухомого складу транспорту.

Функціонування цього ринку передбачає необхідність реформування діяльності транспортних і туристичних підприємств, розроблення механізмів координації їх дій, пошуку нових джерел фінансування розвитку транспортно-дорожньої та туристичної інфраструктури.

Враховуючи специфіку надання транспортних послуг з перевезення туристів, визначимо сутність ринку транспортно-туристичних послуг (РТТП) як сукупності специфічних економічних відносин, за допомогою яких здійснюється організація діяльності різних видів транспорту та транспортного процесу на обмеженому географічному просторі за рахунок установавання взаємозв'язку транспортних і туристичних підприємств з метою задоволення певних туристичних потреб.

Об'єктом РТТП виступають транспортно-туристичні послуги, а суб'єктами – туристи, виробники турпродукту та послуг, перевізники й посередники.

Головною метою функціонування РТТП є організація ефективної взаємодії транспортних і туристичних підприємств, стимулювання зростання попиту на транспортно-туристичні послуги, виникнення позитивних змін в соціально-економічному розвитку територій.

Структура даного ринку складається з двох основних сегментів – ринку транспортних послуг і ринку туристичних послуг, які в свою чергу, поділяються на складові елементи [114, 171] представлені на рис. 1.6.

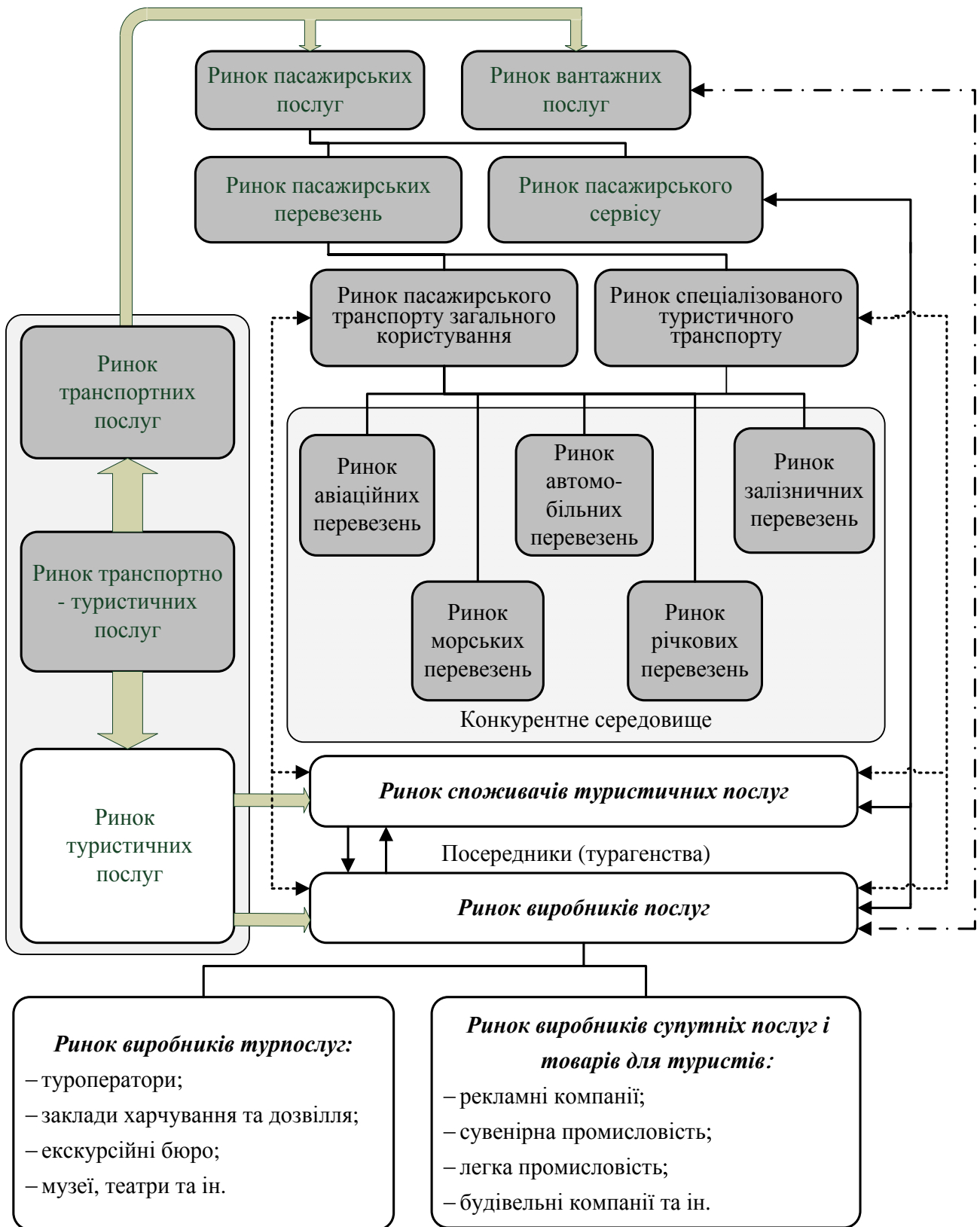


Рис. 1.6. Структура ринку транспортно-туристичних послуг

До складу туристичного транспорту належить пасажирський транспорт загального користування та спеціалізований туристичний транспорт, частка якого в перевезеннях туристів незначна.

В умовах якісних і кількісних змін в обсязі та динаміці турпотоку, збільшенні частки подорожувань у загальній тривалості туристичних поїздок пасажирський транспорт загального користування не в змозі повністю задовольнити зростаючі вимоги туристів.

Виходячи з цього, постає необхідність розвитку такого сегмента РТТП, як ринок спеціалізованого туристичного транспорту, що являє собою особливий вид пасажирського транспорту, який здійснює специфічну транспортну діяльність, спрямовану на задоволення потреб туристів.

Ефективне функціонування сегмента спеціалізованого туристичного транспорту потребує значних коштів на модернізацію існуючих і купівлю нових транспортних засобів. Вирішити цю проблему можна за рахунок розвитку державно-приватного партнерства, лізингу, інвестицій в основні засоби туризму [119].

Розглядаючи структуру цього ринку, можна виділити такі специфічні особливості його функціонування:

- РТТП існує як сукупність взаємопов'язаних і взаємодоповнюючих ринків транспортних і туристичних послуг;
- не дивлячись на те, що РТТП є самостійною складовою частиною ринку товарів і послуг, на ньому переважне місце посідають саме послуги, особливо з перевезення туристів;
- на функціонування та розвиток всіх сегментів даного ринку суттєвий вплив здійснюють сезонні коливання попиту туристів, зниження життєвого рівня населення, зміна еластичності попиту на окремі транспортно-туристичні послуги;
- ринок транспортно-туристичних послуг створюється для задоволення обов'язкових, специфічних і додаткових потреб туристів;

- інфраструктурні учасники даного ринку обслуговують не тільки туристів, а й інших суб'єктів;
- засоби виробництва туристичних послуг у більшості випадків орендують турагенти та туроператори в інших суб'єктів господарювання;
- обсяг споживання транспортно-туристичних послуг залежить від життєвого рівня населення, показників соціально-економічного розвитку туристичних дестинацій;
- пропозиція транспортно-туристичних послуг пов'язана з визначеною туристичною дестинацією та часом і є нееластичною;
- в основу функціонування і розвитку РТТП покладено взаємозв'язки та взаємозалежності в соціально-економічній системі «транспорт – туризм».

Факторами, що формують попит туристів, є пам'ятки історії й архітектури, видовищні об'єкти, заклади культури та відпочинку, санаторно-курортні комплекси, якість, тривалість і вартість надання транспортно-туристичних послуг.

Попит і пропозиція на даному ринку також мають свої специфічні особливості. З одного боку, специфіка туристичного споживання полягає у виборі якісних критеріїв того чи іншого виду транспорту та відповідності їх вимогам комфорту, безпеки, зручності, швидкості та ін. З іншого, специфіка врахування на транспорті вимог туристів полягає в проведенні різних заходів тарифної політики, наприклад, наданні системи пільг і преференцій для групового, молодіжного, пізнавального й іншого видів туризму з максимально ефективним використанням наявного транспортного парку [164, 166].

Це зумовлює виникнення позитивних і негативних екстерналій (зовнішніх ефектів) на РТТП. Позитивні – полягають у розвитку економіки, припливу інвесторів в окремі туристичні дестинації, розвитку туристичної та транспортної інфраструктури, зменшенню рівня безробіття, збільшенню надходжень до дохідної частини державного і місцевого бюджетів; негативні

виникають у процесі забруднення навколишнього середовища, збільшення навантаження на інфраструктурні об'єкти тощо.

При дослідженні рівня задоволення попиту туристів на транспортно-туристичні послуги необхідно враховувати такі фактори: нерівномірність попиту протягом року, залежність здійснення подорожувань туристів від рівня їхнього доходу, структуру подорожувань у розрізі різних видів туризму, критерії вибору туристами транспортних засобів, стан дорожньо-транспортної та туристичної й інфраструктури [150, 164].

З метою встановлення зв'язку між попитом і пропозицією на транспортно-туристичні послуги рекомендується провести сегментацію ринку за різними ознаками. Розподіл РТТП на окремі сегменти, між якими існують сталі соціально-економічні зв'язки, ґрунтується на використанні існуючих принципів поділу ринку товарів і послуг з урахуванням специфіки діяльності транспортних і туристичних підприємств [171]. Сегментацію РТТП рекомендується проводити за такими ознаками:

- географічною – здійснення подорожувань за окремими туристичними дестинаціями;
- демографічною – дитячий, молодіжний, спортивний туризм та ін.;
- соціальною – престижності туристичного споживання (екзотичні, елітні тури, стандартні тури масового характеру та ін.);
- комфортабельності – культура обслуговування туристів, якість наданих послуг з розміщення та харчування, мобільність і місткість транспортних засобів, рівень безпеки, додаткові послуги в дорозі.

Як уже зазначалося, РТТП функціонує як сукупність взаємопов'язаних і взаємодоповнюючих ринків. На відносини між його учасниками, ефективність функціонування впливають законодавчі акти, що регулюють діяльність транспортних і туристичних підприємств, нормативно-правові акти Міністерства інфраструктури України, Міністерства культури України, Державної адміністрації залізничного транспорту України, Департаменту автомобільного транспорту, Державної інспекції України з безпеки на

морському та річковому транспорті, Державної авіаційної служби України, Державного агентства України з туризму та курортів та ін. Регулювання РТТП з боку цих органів вирішує такі завдання:

- захист прав організованих і неорганізованих туристів;
- подальше ефективне використання системи єдиних стандартів якості транспортно-туристичних послуг;
- формування системи моніторингу за основними інфраструктурними учасниками ринку;
- розвиток нормативно-правової бази регулювання діяльності ринку тощо.

Сутність РТТП розкривається при проведенні досліджень, серед яких найважливіші:

- організаційні – передбачають проведення комплексного формування окремих сегментів, організацію ефективної діяльності та взаємодії транспортних і туристичних підприємств, укладання договорів страхування в сфері транспорту й туризму тощо;
- регулюючі – здійснюють законодавче, фінансово-бюджетне та податкове регулювання з боку державних і місцевих органів влади й управління, а також саморегулювання діяльності транспортних і туристичних підприємств;
- інформаційні – полягають у створенні ринкової інформаційної бази, забезпеченні новітньою інформацією всіх суб'єктів ринку про конкурентні переваги, співвідношення попиту і пропозиції на транспортно-туристичні послуги, зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі;
- посередницькі – забезпечують координацію діяльності РТТП з іншими ринками, прискорюючи тим самим соціально-економічний розвиток суб'єктів, що входять до їхнього складу;

- стимулюючі – надають різні види преференцій транспортними й туристичними підприємствами з метою збільшення обсягів турпотоку і підвищення кінцевих фінансових показників діяльності;
- контролюючі – полягають в забезпеченні контролю з боку як контролюючих органів, так і самих підприємств за якісним наданням транспортно-туристичних послуг; своєчасним відшкодуванням збитків, завданих туристам; перерахуванням у визначеному обсязі коштів від діяльності транспортних і туристичних підприємств до державного і місцевого бюджетів.

Оскільки даний ринок повинен забезпечувати потреби в'їзного, виїзного і внутрішнього туризму, необхідно розробити відповідні концептуальні моделі.

Функціонування та розвиток РТТП потребує пристосування транспорту до зростаючих вимог туристів шляхом формування відповідної ринкової інфраструктури, до складу якої входять об'єкти ринку транспортних і туристичних послуг, соціальної інфраструктури, що беруть безпосередню участь у формуванні якісного турпродукту. Схема інфраструктури РТТП наведена на рис. 1.7.

Формування РТТП є наслідком взаємодії внутрішніх і зовнішніх соціально-економічних процесів, що спричиняють потребу в транспортно-туристичних послугах і формують попит на них. Функціонування даного ринку передбачає симбіоз моделі саморозвитку та ринкової моделі. Модель саморозвитку передбачає формування попиту на транспортно-туристичні послуги всередині і за межами туристичних дестинацій, які задовольняють суб'єкти, що здійснюють діяльність шляхом саморегулювання з метою досягнення самоокупності та самофінансування, а також диверсифікації видів виконуваних робіт. Досягти потрібного рівня саморегуляції РТТП в ринкових умовах неможливо, тому виникає необхідність пошуку ринкових форм регулювання, які враховують складну взаємодію внутрішніх і зовнішніх соціально-економічних процесів функціонування суб'єктів ринку.



Рис.1.7. Інфраструктура ринку транспортно-туристичних послуг

Ринкова модель передбачає формування РТТП під впливом зовнішніх і внутрішніх потреб туристів, з урахуванням відповідності зростання попиту можливостям збільшення пропускної спроможності транспортно-дорожньої інфраструктури, якості транспортного обслуговування міжнародним вимогам. При цьому ефективне та стабільне функціонування ринку забезпечується внутрішнім і зовнішнім попитом на транспортно-туристичні послуги та їх внутрішньою пропозицією.

Формування ринку сприятиме підвищенню економічної ефективності діяльності не тільки суб'єктів, що входять до його складу, а й суб'єктів ринкової інфраструктури, які обслуговують туристів.

Це дасть змогу вирішити низку соціально-економічних проблем, забезпечити конкурентоспроможність транспортних і туристичних підприємств на національному та міжнародному ринках, збільшити обсяг фінансових ресурсів, забезпечити приток інвестицій у розбудову транспортної й туристичної інфраструктури. Тобто формування РТТП зумовлено необхідністю реформування діяльності транспортних і туристичних підприємств, пошуку нових джерел фінансування та розроблення механізмів координації їх дій з метою підвищення економічної ефективності діяльності; поповнення надходжень до бюджетів різного рівня, підвищення показників комфортабельності, швидкості, безпеки перевезень туристів.

Процес розвитку підприємств туристичної індустрії гальмується відсутністю маркетингових досліджень у формуванні й оцінюванні попиту споживачів на транспортно-туристичні послуги. Проведені дослідження попиту є необхідною умовою для аналізу передумов формування, ефективності функціонування та розвитку РТТП, планування діяльності як транспортних, так і туристичних підприємств.

На сьогодні транспортні та туристичні підприємства не задовольняють попиту споживачів на відповідні послуги в повному обсязі, що негативно впливає на фінансово-економічні результати їхньої діяльності, а також економічний розвиток пов'язаних з транспортом і туризмом галузей.

Залишаються невирішеними питання об'єднання зусиль транспортних і туристичних підприємств по вивченню попиту споживачів. В умовах світових тенденцій до глобалізації та інтеграції питання взаємодії транспортних та туристичних підприємств при формуванні попиту на послуги набувають особливого значення.

Попит є платоспроможною потребою, яку споживачі – туристи можуть задовольнити, сплативши за надані транспортно-туристичні послуги залежно від їх якості та кількості.

Саме формування попиту є важливою передумовою створення та розвитку РТТП. Зростання конкуренції з боку зарубіжних і національних транспортних і туристичних підприємств, відсутність проведення досліджень по формуванню вимог туристів призводить до концентрації турпотоку у фірмах-конкурентах, які в багатьох випадках знаходяться за межами держави.

Процес споживання транспортно-туристичних послуг характеризується нерівномірністю, що зумовлено сезонним характером, еластичністю попиту, особливо за доходами і ціною.

На РТТП задовольняють декілька видів попиту туристів, які пропонується групувати за такими класифікаційними ознаками залежно від:

1. Процесу споживання транспортно-туристичних послуг:

- реальний (існуючий) попит, який виникає внаслідок споживання вищезазначених послуг у визначений період часу;
- створений попит, що з'являється завдяки проведенню відповідних маркетингових досліджень транспортними та туристичними підприємствами з метою максимального задоволення потреб споживачів;
- майбутній попит, який може виникнути в зв'язку з інноваційним розвитком підприємств туристичної індустрії.

2. Потреб споживачів транспортно-туристичних послуг:

- індивідуальний попит – попит одного окремого споживача-туриста;

- груповий попит – попит сукупності споживачів, що задовольняє окрема транспортно-туристична послуга.

3. Популярності окремих транспортно-туристичних послуг:

- ажіотажний попит, виникає в періоди сезонного зростання на окремі види транспортно-туристичних послуг;
- спадаючий попит, спричинений незадоволенням споживачів кількісними та якісними характеристиками транспортно-туристичних послуг, що надаються.

4. Місцезнаходження споживачів:

- внутрішній попит, який характеризує потреби в транспортно-туристичних послугах населення в середині країни;
- зовнішній попит, який зумовлюється зростанням обсягів в'їзного і виїзного туризму.

Фактори, що впливають на стан попиту на РТТП, наводяться на рис. 1.8.

Як видно з рисунка, головними факторами, що збільшують або зменшують попит на транспортно-туристичні послуги, є загальноекономічні.

Досліджуючи процес визначення попиту на РТТП, насамперед необхідно зазначити, що транспортно-туристичні послуги є комплементарними, тобто такими, що залежать і доповнюють одна одну.

Зростання попиту на туристичні послуги автоматично призводить до збільшення попиту і на транспортні послуги, або навпаки.

Попит є важливою складовою ринкоутворення, тому для зміцнення конкурентних позицій транспортні та туристичні підприємства повинні досліджувати передумови та фактори його формування, а також тенденції розвитку.

Основні етапи формування попиту на ринку транспортно-туристичних послуг наведені на рис.1.9.



Рис. 1.8. Фактори, що визначають зміну попиту на ринку транспортно-туристичних послуг

Розглянемо основні етапи дослідження попиту споживачів.

На першому етапі аналізується організація інформаційного комплексу. Туризм є динамічною галуззю економіки, тому для прийняття рішень щодо формування попиту велике значення має своєчасна та достовірна інформація.

Інформаційне забезпечення транспортних і туристичних підприємств потребує визначення обсягу запиту та доступності отримання інформації, побудови інформаційної бази про діяльність національних і закордонних конкурентів, змін законодавства в сфері соціального забезпечення населення, зростання цін і тарифів, оподаткування та ін.

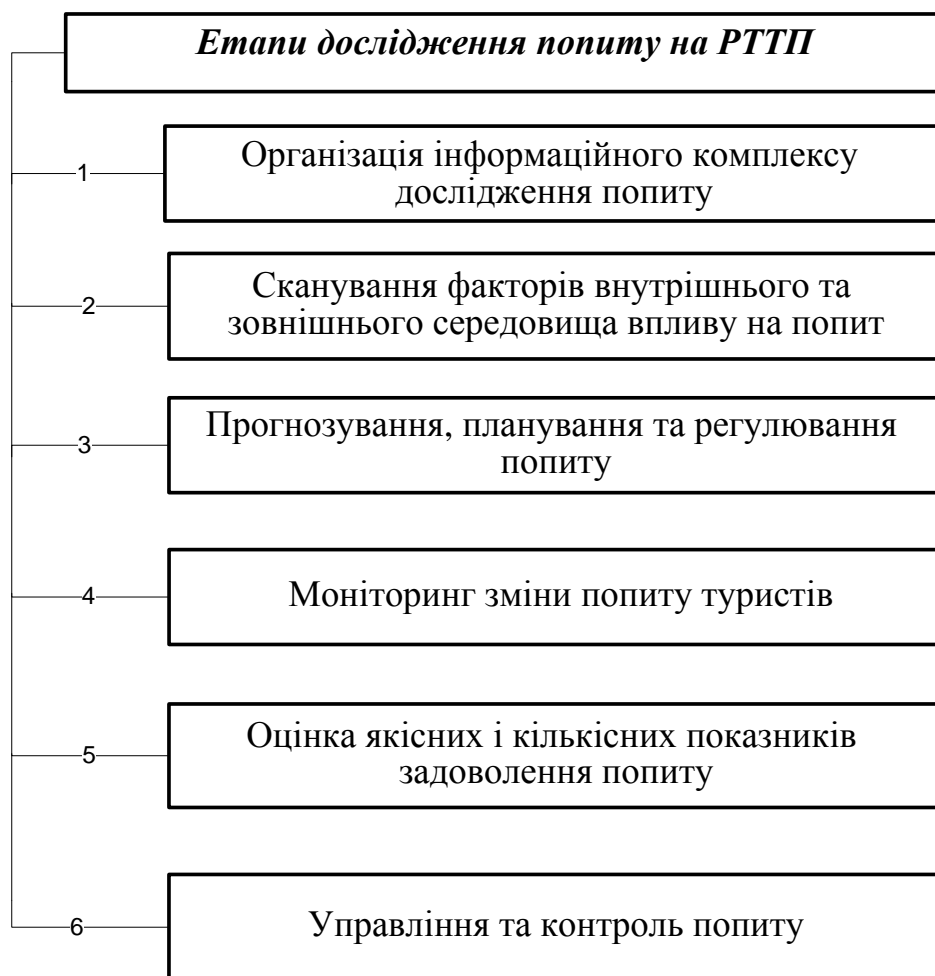


Рис 1.9. Етапи дослідження попиту на ринку транспортно-туристичних послуг

Окрім того, необхідно відслідковувати інформацію про зміну цін постачальниками ресурсів, що споживаються транспортними та туристичними підприємствами, а також аналітичну інформацію про тенденції розвитку міжнародного, національного та регіональних ринків транспортних і туристичних послуг.

Інформаційні масиви транспортних і туристичних підприємств повинні спочатку оброблятися й аналізуватися на предмет змін, які відбуваються в зовнішньому та внутрішньому їхньому середовищі.

На другому етапі проводиться сканування факторів зовнішнього і внутрішнього середовища, що впливають на попит відповідно проведеним маркетинговим дослідженням.

Стан попиту на транспортно-туристичні послуги залежить від фінансово-економічних, соціально-демографічних, природно-рекреаційних та культурних факторів, які характеризують зовнішнє середовище. До основних факторів внутрішнього середовища транспортних і туристичних підприємств, що позначаються на попиті туристів, належать: застаріла матеріально-технічна база, відсутність коштів на її оновлення, низький рівень кваліфікації обслуговуючого персоналу, низька якість послуг, зростання транспортної складової у вартості турпродукту та ін.

Після оброблення необхідної інформації, аналізу факторів зовнішнього і внутрішнього впливу на попит, здійснюється його прогнозування, планування і регулювання з метою забезпечення рівноваги між попитом на транспортно-туристичні послуги та їх пропозицією.

На перший план виходять питання вдосконалення процесу планування роботи підприємств транспорту залежно від динаміки зміни турпотоків.

У процесі планування підприємства транспорту, які здійснюють перевезення туристів, повинні враховувати не тільки сезонність у наданні транспортно-туристичних послуг, а й аналізувати дані стосовно частки туристів, перевезених різними видами транспорту. На жаль, такої інформації практично немає, тому що майже не проводяться статистичні дослідження перевезення туристів у розрізі різних видів транспорту та організаційно-правових форм транспортних підприємств. Виходячи з цього, транспортним підприємствам важко визначити свої конкурентні переваги. В результаті недосконала конкуренція між перевізниками не сприяє поліпшенню якості транспортного обслуговування туристів.

Впровадження єдиної системи планування спрямовано на синхронізацію діяльності транспортних та туристичних підприємств. Така система повинна охоплювати заходи стратегічного і тактичного планування обсягу туристичних потоків і його розподілу за різними видами транспорту з урахуванням сезонності перевезень; планування здійснення комбінованих перевезень; узгодження тарифно-пільгової політики, зменшення транспортних витрат у ціні

турпродукту; планування спільних маркетингових заходів, спрямованих на збільшення попиту на транспортно-туристичні послуги, взаємоузгодженість дій транспортних і туристичних підприємств при розробленні їхніх бізнес-планів, планування інноваційно-інвестиційної діяльності.

Удосконалення процесу планування і його узгодженість з діями туристичних підприємств дасть можливість підприємствам транспорту, що обслуговують туристів, працювати більш стабільно і отримувати високі доходи і прибутки.

Для цього підприємства проводять розрахунки еластичності попиту споживачів по доходу та ціні, визначають прогноз його значення, частку РТТП, що займає окремий сегмент.

Прогноз попиту в певному сегменті ринку пропонується розраховувати таким чином:

$$P_i^{\text{тр/тур}} = P_{\text{б}i} \cdot I_{\text{заг}}^{\text{к/я}} \frac{I_{\text{з/пл}}^{\text{серед}}}{I_{\text{інф}}} \quad (1.1)$$

де $P_i^{\text{тр/тур}}$ – прогноз попиту на транспортно-туристичні послуги в i -му сегменті;

$P_{\text{б}i}$ – попит в i -му сегменті ринку базового періоду;

$I_{\text{заг}}^{\text{к/я}}$ – загальний індекс зміни характеристик послуги;

$I_{\text{з/пл}}^{\text{серед}}$ – індекс зростання середньої заробітної плати;

$I_{\text{інф}}$ – індекс інфляції.

Розрахунок частки РТТП, що займає окремий сегмент (наприклад, ринок авіаційних, автомобільних, залізничних, морських і річкових перевезень пасажирського транспорту загального користування, спеціалізованого туристичного транспорту) або окремі транспортні й туристичні підприємства визначається за формулою

$$D_{ijk} = \frac{\sum_{j=1}^n \sum_{k=1}^m Q_{ijk}}{\sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^n \sum_{k=1}^m Q_{ijk}} \cdot 100\%, \quad (1.2)$$

де D_{ijk} – частка, що займає i -ий сегмент РТТП;

Q_{ijk} – обсяг перевезення туристів i -м видом транспорту в j -му туристичному напрямку, що здійснюється k -тим транспортним підприємством;

n – кількість туристичних маршрутів;

m – кількість транспортних підприємств, що займаються перевезенням туристів;

r – кількість сегментів ринку.

Після проведених розрахунків визначення частки РТТП, що займає окремий сегмент, проводиться моніторинг змін попиту, які вплинули на відхилення від прогнозованих й отриманих показників за визначений період. Здійснюється також оцінка якісних і кількісних показників задоволення попиту споживачів з метою виявлення слабких сторін та усунення їх при плануванні майбутнього попиту.

Таким чином, пропонуючи нові транспортно-туристичні послуги на РТТП, підприємства здійснюють управління попитом, застосовуючи різноманітні маркетингові заходи.

Подальші дослідження в напрямі врівноваження попиту і пропозиції на даному ринку будуть стосуватися його інноваційного оновлення, що позитивно вплине на більш якісне задоволення попиту споживачів транспортно-туристичних послуг і сприятиме його зростанню.

Розділ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ В УКРАЇНІ

2.1. Аналіз показників діяльності суб'єктів туристичної діяльності

Україна як європейська держава із значним туристично-рекреаційним потенціалом, вигідним географічним та геополітичним розташуванням недостатньо ефективно використовує можливості розвитку туризму та пов'язаних з ним інших галузей національної економіки.

Різноманітність природних ландшафтів, унікальний клімат, водні ресурси та історико-архітектурні пам'ятки роблять нашу країну привабливою для туристів. Однак недостатність коштів на розбудову об'єктів транспортної та туристичної інфраструктури, підвищена вартість транспортно-туристичних послуг при низькій якості їх надання гальмують процеси розвитку туристичної індустрії, складовою частиною якої є підприємства транспорту, що обслуговують туристів. Особливу актуальність ці питання набувають у зв'язку з посиленням інтеграційних процесів і підвищенням рівня мобільності населення.

Для подальшого розвитку туризму необхідно нарощувати інвестиційний потенціал, впроваджувати інновації як у транспортну, так і туристичну галузі, надавати державні преференції та пільги окремим туристичним територіям.

З метою оцінювання сучасного стану та перспектив розвитку підприємств туристичної сфери проаналізуємо основні показники їх функціонування.

Перш ніж зупинитися на фінансово-економічних результатах діяльності туристичних підприємств [193], виявимо тенденції зміни в кількісному складі суб'єктів туристичної діяльності в цілому по Україні та в розрізі окремих регіонів (табл. 2.1).

Кількість суб'єктів туристичної діяльності України за регіонами

	2011 р.							2012 р.						
	Юридичні особи				Фізичні особи-підприємці			Юридичні особи				Фізичні особи-підприємці		
	усього	у тому числі			усього	у тому числі		усього	у тому числі			усього	у тому числі	
	туроператори	тур-агенти	суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність	тур-агенти		суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність	туроператори		тур-агенти	суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність	тур-агенти		суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність	
Україна	2442	877	1471	94	2351	2041	310	2880	892	1887	101	2466	2115	351
АР Крим	234	129	71	34	321	125	196	213	94	81	38	327	111	216
Вінницька	34	11	23	–	45	44	1	41	20	21	–	46	46	–
Волинська	35	15	20	–	41	39	2	34	16	17	1	49	47	2
Дніпропетровська	163	27	132	4	234	230	4	163	28	135	–	241	236	5
Донецька	166	37	127	2	242	241	1	138	33	105	–	172	172	–
Житомирська	24	4	19	1	40	38	2	22	7	14	1	44	43	1
Закарпатська	61	18	40	3	88	78	10	59	21	33	5	71	61	10
Запорізька	81	17	63	1	85	80	5	86	14	71	1	74	70	4
Івано-Франківська	54	21	30	3	62	58	4	51	21	28	2	58	56	2
Київська	22	4	18	–	41	39	2	27	3	24	–	42	39	3
Кіровоградська	20	6	14	–	30	28	2	23	5	17	1	41	39	2
Луганська	33	2	31	–	61	61	–	36	1	35	–	51	51	–
Львівська	134	60	55	19	96	60	36	148	68	68	12	131	77	54
Миколаївська	42	6	36	–	44	41	3	40	6	33	1	32	30	2
Одеська	175	116	59	–	86	80	6	183	90	93	–	106	103	3
Полтавська	35	4	30	1	81	81	–	33	2	30	1	94	91	3
Рівненська	30	9	20	1	20	20	–	35	9	25	1	30	28	2
Сумська	21	5	16	–	53	51	2	22	4	18	–	31	31	–
Тернопільська	30	12	14	4	42	41	1	28	10	15	3	36	35	1
Харківська	125	17	106	2	171	166	5	131	13	114	4	239	230	9
Херсонська	22	5	13	4	60	52	8	26	7	15	4	53	46	7
Хмельницька	30	3	24	3	46	38	8	32	5	25	2	67	59	8
Черкаська	35	7	28	–	63	60	3	35	8	25	2	73	70	3
Чернівецька	71	30	40	1	48	47	1	77	29	47	1	64	64	–
Чернігівська	20	3	17	–	30	30	–	20	3	17	–	39	36	3
м. Київ	702	275	420	7	183	180	3	1125	351	763	11	211	208	3
м. Севастополь	43	34	5	4	38	33	5	52	24	18	10	44	36	8

Як видно з наведених у таблиці даних, в 2012 р. збільшилася кількість національних суб'єктів туристичної діяльності на 553 од. або 11,5 %, зокрема юридичних осіб на 438 од. (18 %), фізичних осіб на 115 од. (5 %). В загальній чисельності підприємств туристичної сфери за підсумками звітнього року значну частку займають турагенти – 74,8 %, туроператори і суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність, – відповідно 16,7 та 8,5 %.

У розрізі окремих адміністративно-територіальних одиниць найбільша кількість суб'єктів туристичної діяльності зареєстрована в м. Києві – 1125 од., Автономній Республіці Крим – 213, а також в Одеській – 183, Дніпропетровській – 163, Львівській – 148, Донецькій – 138 та Харківській – 131 областях. Найменшу по Україні кількість туристичних підприємств мають такі області, як Київська – 27 од., Херсонська – 26, Кіровоградська – 23, Сумська та Житомирська – по 22, Чернігівська – 20. Динаміку зміни туристичних потоків за період 2008-2012 рр. наведено в табл. 2.2.

З наведених у таблиці даних простежується тенденція до збільшення кількості українців, що подорожували за кордон, та чисельності в'їзних іноземних туристів, темп зростання яких, за підсумками 2012 р., становив 108,4 і 107,4 % відповідно.

Вищезазначені показники свідчать, що туристи надають перевагу відпочинку за кордоном, який у багатьох випадках не тільки дешевший, а й комфортабельніший. Збільшення виїзного турпотoku відбувається за рахунок активізації поїздок як організованих, службових, так і приватних.

Найбільш активно українські туристи в 2012 р. відвідували такі країни, як Російська Федерація, Польща, Молдова, Угорщина, Білорусь, Туреччина, Румунія, Словаччина, Німеччина та Єгипет. В Україну іноземні туристи найбільше приїздили з Росії, Молдови, Білорусі, Польщі, Угорщини, Словаччини, Німеччини, США, Туреччини, Ізраїлю [48, 49, 193].

Динаміка туристичних потоків по Україні, тис. чол.

Назва показника	Роки				
	2008	2009	2010	2011	2012
1. Кількість громадян України, що виїжджали за кордон	15 498,6	15 333,9	17 180,0	19 773,1	21 432,8
2. Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну	25 449,1	20 798,3	21 203,3	21 415,3	23 012,8
3. Кількість туристів, обслуговуваних національними суб'єктами туристичної діяльності, з них:	3041,6	2290,1	2280,7	2200,0	3033,6
– іноземні туристи	372,7	282,3	335,8	234,3	270,0
– туристи – громадяни України, які виїжджали за кордон	1282,0	913,6	1295,6	1250,1	1956,5
– внутрішні туристи	1386,9	1094,2	649,3	715,6	807,2
4. Кількість екскурсантів	2405,8	1909,4	1953,5	823,0	865,0

Примітка: складено за [48, 49, 193]

У цілому по Україні в 2012 р. на внутрішній туризм припадало 26,6 % туристів, на виїзний – 64,5, а на в'їзний – 8,9 %, виходячи із загальної кількості туристів, обслуговуваних національними суб'єктами туристичної діяльності [48].

Згідно з рекомендаціями Всесвітньої організації туризму, на одного в'їзного туриста повинно припадати один виїзний і чотири внутрішніх [49]. Співвідношення між контингентом туристів за підсумками 2012 р.

розподіляється так: на одного в'їзного туриста припадає 7 виїзних туристів і 3 внутрішніх. Тобто за звітний рік спостерігається недотримання цих пропорцій, особливо в бік збільшення кількості виїзних туристів, що негативно позначається на перспективах розвитку національної туристичної галузі і потребує зміни ситуації на краще в сегменті внутрішнього і в'їзного туризму.

За період, що аналізується, спостерігається зменшення кількості внутрішніх туристів з 1386,9 тис. осіб в 2008 р. до 807,2 тис. осіб в 2012 р., або в 1,7 раза, екскурсантів – у 2,8 раза [48].

Так, обсяг в'їзного турпотоку в 2012 р. становив 23 млн чол., що на 1,6 млн чол., або 7,4 %, більше порівняно з 2011 р. На приплив іноземних туристів вплинуло проведення Чемпіонату Європи з футболу і приїзд значної кількості вболівальників. У середньому витрати одного туриста за 2012 р. становили 208 дол. США. Враховуючи їх чисельність, вони залишили в нашій державі 4,8 млрд дол. США [48, 49].

Загальний обсяг доходів від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизного податку й аналогічних обов'язкових платежів), за підсумками 2012 р., становив 6654,9 млн грн., що на 1717,2 млн грн або 34,8 %, більше, ніж у 2011р. Суб'єкти туристичної діяльності – юридичні особи отримали дохід у сумі 6360,1 млн грн, який перевищував показники попереднього року на 1674,7 млн грн, або 35,8 %. Дохід фізичних осіб-підприємців у звітному році досяг розміру 294,8 млн грн, а темп зростання даного показника порівняно з попереднім роком становив 116,8 %.

На фоні зростання доходів спостерігається і тенденція збільшення розміру витрат туристичних підприємств, розмір яких в 2012 р. дорівнював 5488,0 млн грн, що на 1290,6 млн грн, або 31 %, більше значень 2011 р.

До місцевих бюджетів надійшло 38,4 млн грн туристичного збору, що на 10,7 млн грн, або 38,3 %, більше, ніж у 2011 р. Діяльність туристичної сфери забезпечила зростання ВВП держави на 2,2 %, або 28,8 млрд грн. При цьому загальна кількість робочих місць у сфері туризму та суміжних галузях становила 1,4 млн од. [48, 49, 193].

За прогнозними оцінками, до 2022 р. обсяг туристичного потоку може скласти майже 50 млн чол. на рік, при цьому кількість робочих місць у туристичній галузі зросте з 400 тис. до 1 млн, а надходження до державного бюджету – з 1,5 млрд до 5 млрд гривень. Зокрема цьому сприятиме імідж України, сформований багатьма інформаційними та рейтинговими агентствами як «недорогої» країни, яка особливо приваблива для іноземних туристів з обмеженими фінансовими можливостями [194].

Зростання обсягів виїзного турпотоку негативно позначається на показниках платіжного балансу України, що наведені в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Динаміка статей платіжного балансу «Подорожі», млн дол. США

Стаття платіжного балансу «Подорожі»	Роки				
	2008	2009	2010	2011	2012
Експорт	5768	3576	3788	4294	4842
Імпорт	-4023	-3330	-3742	-4461	-5104
Оборот	9791	6906	7530	8755	9946
Сальдо	1745	246	46	-167	-262

Примітка: складено за [48, 158]

Оборот послуг з подорожування у 2012 р. становив 9,9 млрд дол. США, що на 13,6 % більше порівняно з 2011 р. Загальні надходження від імпорту цих послуг у 2012 р. збільшилися на 643 млрд дол. США, або на 14,4 %, порівняно з попереднім роком. Не дивлячись на це, сальдо платіжного балансу з послуг подорожування було від’ємним і за звітний рік становило 262 млрд дол. США.

Як свідчать дані табл. 2.4, стосовно розподілу іноземних громадян за метою відвідування за роками суттєвих змін не відбулося [48, 49].

Частка громадян, які відвідали нашу країну з приватною метою, займає найбільшу питому вагу за роками періоду, що аналізується, і в 2012 р.

становила 73,0 % їх загального обсягу. Останні 27 % розподіляються так: туризм – 4,1 %; службові, ділові та дипломатичні – 1,5; навчання – 0,1; працевлаштування – 0,04; імміграція – 0,2; культурний і спортивний обмін, релігійний та інші мотиви – 21,1 %.

Таблиця 2.4

**Розподіл іноземних громадян, що прибули в Україну
за метою поїздки, тис. чол.**

Показники	Роки				
	2008	2009	2010	2011	2012
Кількість іноземних громадян, які в'їхали в країну, з них за метою поїздки:	25 449,1	20 798,3	21 203,3	21 415,3	23 012,8
– службові, ділові та дипломатичні	1048,4	741,9	694,6	644,9	350,2
– туризм	1693,3	1350,2	1083,0	1225,9	940,1
– приватні	22 290,9	18 348,1	19 089,1	19 180,2	16 795,2
– на навчання	65,2	103,5	67,5	59,2	23,8
– працевлаштування	11,9	31,8	14,8	16,1	9,1
– імміграція	27,8	8,7	48,3	64,8	40,4
– культурний, спортивний та релігійний обмін	311,3	214,1	206,1	224,1	4854,0

Примітка: складено за [48, 193]

На стан розвитку туристичної галузі впливає також зміна реальних доходів населення відповідно до їхньої купівельної спроможності, а також структура споживчого попиту. Враховуючи це, проаналізуємо обсяг доходів і структуру сукупних витрат населення країни, що наведені в табл. 2.5, щоб з'ясувати, яка частка витрат населення пов'язана з оплатою послуг підприємств туристичної індустрії [32].

Доходи населення України в 2012 р. порівняно з попереднім роком зросли на 156 192,0 млн грн, або на 11,1 %.

Доходи і структура сукупних витрат населення України

Показник	Роки				
	2008	2009	2010	2011	2012
Доходи населення, млн грн	856 633,0	897 669,0	1 101 015,0	1 266 753,0	1 407 197,0
Темп зростання доходів, по відношенню до попереднього періоду, %	137,4	106,2	123,1	115,0	111,1
Середньомісячний наявний дохід у розрахунку на одну особу, грн	1143,0	1217,2	1528,9	1770,8	1994,3
Темп зростання середньомісячного наявного доходу по відношенню до попереднього періоду, %	135,5	106,5	127,6	116,0	110,6
Сукупні витрати в середньому за місяць у розрахунку на одне домогосподарство, грн	2590,4	2754,1	3072,7	3456,01	3591,8
Структура сукупних витрат домогосподарств, % , у тому числі:					
транспорт	4,0	3,8	3,7	4,0	4,3
відпочинок і культура	2,5	1,8	1,8	2,0	2,0
ресторани та готелі	2,4	2,5	2,4	2,5	2,5

Примітка: складено за [32, 48]

Зростання доходів населення здійснюється в умовах інфляційних коливань, подорожчання продуктів харчування, збільшення комунальних платежів, підвищення тарифів на проїзд, вартості турпродукту тощо. З цього можна зробити висновок, що номінальні доходи населення більші, ніж реальні. Про це свідчить і аналіз структури сукупних витрат населення. Витрати на транспорт у середньому на домогосподарство за місяць у 2012 р. становили 154,5 грн та збільшились на 16,3 грн (11,8 %) порівняно з попереднім роком. При цьому витрати на відпочинок і культурні потреби в звітному році збільшились на 2,7 грн, або 3,9 %, порівняно з 2011 р. Витрати домогосподарств на ресторани та готелі, що є об'єктами туристичної індустрії, зросли на 3,4 грн, або 4,2 %. У структурі сукупних витрат домогосподарств у 2012 р. витрати на транспорт становлять 4,3 %, на відпочинок і культурні потреби – 2,0, на ресторани та готелі – 2,5 % [32].

За результатами проведеного аналізу можна зробити висновок, що діяльність підприємств туристичної галузі не відповідає зростаючим вимогам споживачів туристичних послуг, особливо за якістю та вартістю їх надання, що призводить до зниження фінансово-економічних результатів їхньої діяльності та збільшення кількості виїзних туристів. Перетворення сфери туризму на потужний двигун розвитку національної економіки потребує державної підтримки розвитку бізнес-взаємодії в сфері інноваційно-інвестиційної взаємодії підприємств транспорту та туризму, а також приведення стану інфраструктурних об'єктів у відповідність до міжнародних стандартів.

2.2. Стан і перспективи розвитку підприємств транспорту по обслуговуванню туристів

Як зазначалося в розділі 1, одним з головних елементів туристичної індустрії є транспорт. Проаналізуємо обсяг транспортної діяльності в країні в розрізі пасажирського транспорту загального користування. Обсяг перевезення пасажирів за всіма видами транспорту наведено в табл. 2.6.

**Відправлення пасажирів транспортом загального користування
по Україні за 2008 – 2012 рр.**

Види транспорту	Обсяг перевезення пасажирів, за роками, млн чол.					Темп зростання до попереднього року, %			
	2008	2009	2010	2011	2012	2009/ 2008	2010/ 2009	2011/ 2010	2012/ 2011
Авіаційний	6,0	5,0	6,0	7,5	8,1	83,0	120,0	125,0	108,0
Автомобільний	4369,0	4014,0	3726,0	3612,0	3450,0	91,8	92,8	97,0	95,5
Залізничний	445,0	426,0	427,0	430,0	429,0	95,7	100,2	101,0	99,7
Морський	7,0	6,0	7,0	7,0	6,0	85,7	116,7	100,0	86,0
Річковий	2,0	2,0	1,0	1,0	1,0	100,0	50,0	100,0	100,0
Міський електричний	3502,0	2822,0	2678,0	2922,0	2919,0	80,6	94,9	109,1	99,9
Усього	8331,0	7275,0	6845,0	6980,0	6813,0	87,3	94,0	102,0	98,0

Примітка: складено за [189]

Як видно з наведених даних, найбільш популярними є перевезення пасажирів, зокрема й туристів, автомобільним транспортом, частка якого в загальному обсязі становить 50,6 %. На другому місці залізничний транспорт – 6,3 %; незначна частка в перевезенні пасажирів належить авіаційному – 0,12, морському – 0,08 та річковому транспорту – 0,01 %.

За підсумками 2012 р. кількість перевезених пасажирів збільшилась тільки на авіаційному транспорті і становила 8,0 %. У міжнародному сполученні авіаційним транспортом за звітний рік перевезено 6820,9 тис. чол., у внутрішньому – 1285,4 тис. чол.

Зменшився обсяг перевезення пасажирів в 2012 р. автомобільним транспортом на 4,5 %, залізничним – на 0,3, морським на 14,3 % порівняно з попереднім роком.

Поступове відновлення економіки країни сприяє значному зростанню попиту пасажирів на авіап перевезення. Не дивлячись на низьку частку, ринок авіаційних пасажирських перевезень розвивається досить динамічно, винятком є тільки 2009 рік. Зростання показників діяльності вітчизняних авіапідприємств зумовлене розширенням маршрутної мережі, збільшенням інтенсивності польотів, оновленням парку повітряних суден, а також впровадженню заходів з підвищення безпеки польотів та покращення якості обслуговування.

Упродовж 2012 р. регулярні пасажирські перевезення здійснювали 11 вітчизняних авіакомпаній до 46 країн світу, якими було перевезено 4,7 млн. чол., що на 8,5 % більше порівняно з 2011 р., та 55 іноземних з 32 країн.

При цьому комерційні рейси вітчизняних та іноземних авіакомпаній у 2012 р. обслуговували 26 українських аеропортів та аеродромів. За звітний рік українські авіакомпанії розпочали експлуатацію 8 нових міжнародних повітряних ліній до Багдада, Караганди, Мурманська, Ростова-на-Дону, Сочі та Єкатеринбурга з Борисполя, до Санкт-Петербурга та Єкатеринбурга – із Сімферополя [127, 189].

98 % загального обсягу пасажиропотоку в 2012 р. припадало на 8 основних аеропортів: Бориспіль, Дніпропетровськ, Донецьк, Київ (Жуляни), Львів, Одеса, Сімферополь та Харків. При цьому в звітному році пасажиропотоки в аеропорту Бориспіль зросли порівняно з 2011 р. на 5,5 %, Дніпропетровськ – 4,2, Донецьк – 20,6, Київ (Жуляни) – 83,5, Львів – 94, Одеса – 10,1, Сімферополь – 15,6, Харків – на 62,5 %.

Аеропортами України за звітний рік відправлено за кордон 5733,0 тис. пасажирів, що на 13,5 % більше, ніж в 2011 р. В той же час до України прибуло з-за кордону 5741,4 тис. пасажирів (на 13,7 % більше від показників попереднього року) [127].

Дані відносно використання повітряного транспорту країни за 2008 – 2012 рр. наведено в табл. 2.7.

Використання повітряного простору України, тис. польотів

Види польотів	Роки				
	2008	2009	2010	2011	2012
Усього	419,5	397,1	457,4	484,3	500,6
Літаками України	96,2	80,9	98,4	107,7	109,7
Іноземними літаками в тому числі	323,3	316,2	359,0	376,6	390,9
транзитних, з них:	264,1	261,2	301,2	309,9	315,6
літаками України	0,9	0,8	1,1	0,9	0,9
іноземними літаками	263,2	260,4	300,1	309,0	314,7
Зі зльотом або посадкою на території України з них:	155,4	135,9	156,2	174,3	185,0
літаками України	95,4	80,1	97,3	106,7	108,8
іноземними	60,0	55,8	58,9	67,6	76,2

Примітка: складено за [189]

Як видно з наведених даних, за 2012 р. обслуговано 500,6 тис. польотів, з них 109,7 тис. літаками України, що на 1,9 % більше, ніж у 2011 р. Кількість обслугованих польотів, виконаних іноземними авіакомпаніями, становила 390,9 тис., темп зростання по відношенню до попереднього року – 123,8 %.

У 2012 р. українськими авіаперевізниками на міжнародних лініях перевезено 6,8 млн пас. (84 % загальних обсягів), у межах України – 1,3 млн пас. (16 %), темп зростання становив відповідно 108,0 та 108,3 %. Внутрішні пасажирські перевезення здійснювалися між 13 українськими містами 10 вітчизняними авіакомпаніями [127].

Найбільший обсяг пасажирських перевезень здійснюється між Україною та Росією, Німеччиною, Чехією, Великобританією, Угорщиною, Австрією, Ізраїлем, США, Туреччиною, Францією, Нідерландами, Польщею й Італією [127].

Тенденція до зростання обсягу перевезення пасажирів авіаційним транспортом і пасажирообороту буде щороку посилюватися, про що свідчать прогнозні дані, згідно з якими обсяг повітряних перевезень у країні в 2015 р. становитиме 38,3 млн чол., а в 2020 р. – 70,6 млн чол. Збільшення попиту на авіаперевезення підтверджуються і Міжнародною організацією цивільної авіації (ІКАО), згідно з якими попит на них у 2010 – 2020 рр. зростатиме щорічно в середньому на 4,5 % [132].

При здійсненні авіаперевезень туристів турфірми повинні забезпечити їх організацію та обслуговування з пункту відправлення до пункту призначення і навпаки.

Останніми роками у зв'язку з підвищенням життєвого рівня окремих верств населення, розвитком бізнес-структур, збільшенням попиту на відпочинок за кордоном частка авіаційного транспорту в перевезеннях пасажирів постійно зростає.

Збільшується кількість туристів, для яких швидкість і комфортабельність прибуття до пункту призначення мають пріоритетне значення над більш високою вартістю проїзду.

Придбання авіаквитків для здійснення повітряних подорожей проводиться турфірмами самостійно або через посередників.

Підприємства туристичної сфери мають право самостійно здійснювати бронювання та продаж авіаквитків тільки за наявності відповідної ліцензії, для отримання якої турфірми повинні відповідати ряду вимог стосовно досвіду роботи в туристичному бізнесі, співпраці зі страховими та банківськими установами, наявності офісу тощо. Більшість малих турфірм не в змозі відповідати зазначеним вимогам і тому для здійснення авіаперевезень туристів користуються послугами посередників, які отримують за це комісійну винагороду.

Найбільшою компанією, що надає послуги з бронювання і продажу авіаквитків, квитків на перевезення залізничним транспортом в міжнародному сполученні, широкий спектр туристичних послуг та оренди автомобілів є

Київське агентство повітряних сполучень «КийАвіа», яке має розгалужену мережу центрів і офісів по Україні.

Отримати додатковий дохід туристичні та транспортні підприємства, що обслуговують туристів, можуть шляхом безкоштовного відкриття авіакас на базі офісів і отримання комісійних за рахунок продажу авіаквитків.

Авіакомпанії, з якими співпрацюють турфірми, здійснюють рейсові та чартерні перевезення туристів.

Підприємства авіаційного транспорту при здійсненні перевезень туристів користуються основними положеннями міжнародних і національних нормативно-правових документів, основними з яких є: Конвенція про уніфікацію деяких правил міжнародних повітряних перевезень від 12.10.1929 р., Конвенція про міжнародну цивільну авіацію від 07.12.1944 р., Повітряний Кодекс України від 19.05.2011 р. № 3393 – VI, Правила повітряних перевезень пасажирів і багажу, затверджені наказом Мінтранзв'язку України від 23.04.2010 р. № 216, Правила виконання чартерних рейсів, затверджені наказом Мінтрансу України від 18.05.2001 р. № 297 тощо [92].

Одним з найбільш задіяних у перевезеннях туристів є автомобільний транспорт, який включає перевезення автобусами, легковими автомобілями; останні можуть бути власним транспортом туристів, взятими напрокат або орендованими туристичними фірмами.

Перевезення туристів автобусами підприємства автотранспорту здійснюють в режимах регулярних, регулярних спеціальних та нерегулярних перевезень [6].

При цьому незначна кількість туристичних фірм має власний автомобільний парк для організації подорожування й екскурсійного обслуговування туристів. Більшість туристичних підприємств заключають разові, сезонні або річні договори оренди з автотранспортними підприємствами.

Вартість автотранспортних послуг входить до вартості турпакету. У випадку надання послуг з транспортування легковими автомобілями включати

витрати на їх здійснення до вартості турпаketу можливо, тільки якщо в перевізника є відповідна ліцензія та з ним укладений письмовий договір на обслуговування.

Автомобільні туристичні перевезення регулюються такими нормативно-правовими актами: Законом України «Про транспорт» від 10.11.1994 р. № 232/94-ВР [105], Законом України «Про автомобільний транспорт» від 05.04.2001 р. № 2344-III, Правилами надання послуг пасажирського автомобільного транспорту, затвердженими Постановою Кабінету Міністрів України від 18.02.1997 р. № 176, Порядком організації регулярних, нерегулярних і маятникових перевезень пасажирів автомобільним транспортом у міжнародному сполученні, затвердженими наказом Міністерства транспорту України від 09.02.2004 р. № 75, тощо.

При здійсненні міжнародних перевезень діяльність автоперевізників регулюється Конвенцією про договір міжнародного автомобільного перевезення пасажирів і багажу від 01.03.1973 р., Конвенцією про міжнародні автомобільні перевезення пасажирів і багажу від 09.10.1997 р., Угодою про міжнародні нерегулярні перевезення пасажирів автобусами від 30.06.2001 р. та ін.

За обсягами перевезень на другому місці знаходиться залізничний транспорт загального користування, який доставляє туристів до місця призначення потягами загального користування.

Аналіз наведених показників (див. табл. 2.6) свідчить про те, що обсяг залізничних перевезень пасажирів протягом періоду, що аналізується, не мав різких змін. У 2012 р. порівняно з попереднім роком спостерігається зменшення на 1 млн чол., або 0,3 % [189].

Зростання залізничних тарифів, неузгодженість руху потягів з розкладом інших видів транспорту, відсутність спеціальних комфортабельних туристичних потягів, необхідної кількості додаткових платформ для перевезення автомобілів туристів, дефіцит квитків у періоди відкриття

туристичного сезону тощо спричиняють зниження попиту туристів на подорожування цим видом транспорту.

Перевезення туристів залізничним транспортом у внутрішньому сполученні регулюється Законом України «Про залізничний транспорт» від 04.07.1996 р. № 273/96–ВР, Постановою Кабінету Міністрів України від 10.11.1995 р. № 903 «Про Правила поведінки громадян на залізничному транспорті», Постановою Кабінету Міністрів України від 06.04.1998 р. № 457 «Про затвердження Статуту залізниць України», Правилами перевезення пасажирів, багажу, вантажобагажу та пошти залізничним транспортом України, затвердженими наказом Міністерства транспорту України від 27.12.2006 р. № 1196, Тарифами на перевезення пасажирів та багажу залізничним транспортом у міжнародному сполученні Схід – Захід, затвердженими наказом Міністерства інфраструктури України 23.10.2012 р. № 633.

Перевезення туристів залізницею в міжнародному сполученні здійснюється на підставі Конвенції про міжнародні залізничні перевезення прийнятої 09.05.1980 р., Угодою про міжнародне пасажирське сполучення від 01.11.1951 р. та ін.

Міжнародні та внутрішні перевезення пасажирів (у нашому випадку туристів) на морському транспорті регулюють Афінська конвенція про перевезення морем пасажирів та їхнього багажу від 13.12.1974 р., яка є чинною для України на підставі Закону України «Про приєднання України до Конвенції про перевезення морем пасажирів та їх багажу 1974 р. і Протоколу 1976 р. до неї» від 15.07.1994 р. № 115/94–ВР, Кодекс торговельного мореплавства України (КТМУ) від 23.05.1995 р. № 176/95–ВР, Закон України «Про морські порти» від 17.05.2012 № 4709-VI та ін. У статтях 195–202 КТМУ описано процедуру укладання договору морського круїзу, документом підтвердження наявності якого є іменна путівка або інший прирівняний до неї документ, виданий організатором круїзу [92].

Перевезення пасажирів річковим транспортом регламентується Законом України «Про транспорт» [133].

Динаміку змін пасажирообороту за всіма видами транспорту наведено в табл. 2.8.

Таблиця 2.8

Пасажирооборот транспорту загального користування, млрд пас. - км

Види транспорту	Пасажирооборот за роками					Темп зростання до попереднього року, %			
	2008	2009	2010	2011	2012	2009/ 2008	2010/ 2009	2011/ 2010	2012/ 2011
Авіаційний	10,8	9,0	11,0	13,8	14,4	83,6	121,6	125,5	104,3
Автомобільний	61,3	55,2	52,0	51,5	50,3	90,2	94,3	99,0	97,7
Залізничний	53,1	48,3	50,2	50,6	49,3	91,0	103,5	101,0	97,4
Водний	1,2	1,2	0,1	0,1	0,1	100,0	77,9	100,0	100,0
Усього	147,0	130,0	130,0	134,1	132,2	88,5	99,8	103,1	98,6

Примітка: складено за [48, 189]

Протягом 2012 р. зростання пасажирообороту відбулося тільки на авіаційному транспорті – на 4,3 %. Незначне зниження цього показника на 2,3 і 2,6 % спостерігається на автомобільному і залізничному транспорті відповідно [189].

Відстань перевезення одного пасажирів окремими видами транспорту, в тому числі в міжнародному сполученні, наводиться в табл. 2.9.

Найбільшу відстань перевезення пасажирів має авіаційний, в міжнародному сполученні з ним конкурує річковий та автомобільний транспорт.

Дисбаланс між попитом і пропозицією на ринку транспортних послуг обумовлюється високим ступенем зношеності рухомого складу підприємств транспорту, а також низькими темпами його оновлення.

Таблиця 2.9

Середня відстань перевезення одного пасажиря окремими видами транспорту, км

Вид транспорту	Роки				
	2008	2009	2010	2011	2012
1. Авіаційний, у тому числі:	1745	1758	1794	1835	1777
міжнародне сполучення	2037	2035	2020	2072	2010
2. Залізничний	119	113	118	118	115
3. Автомобільний, у тому числі:	14	14	14	14	15
міжнародне сполучення	358	389	386	452	489
4. Морський, в тому числі:	10	12	8	7	8
міжнародне сполучення	42	43	36	21	20
5. Річковий, в тому числі:	34	33	42	46	55
міжнародне сполучення	1724	2379	2227	1449	2380

Примітка: складено за [48, 189]

Кількісний склад транспортних засобів, що використовуються для перевезення пасажирів, наведено в табл. 2.10.

Частка пасажирських автобусів, за підсумками 2012 р. залежно від часу перебування в експлуатації з моменту випуску заводом-виготовлювачем до 3 років становить 14,6 %, від 3,1 до 5 років – 14, від 5,1 до 10 років – 22, а понад 10 років – 49,2 %. Рухомий склад автотранспорту не відповідає європейським вимогам безпеки руху й екологічної безпеки, що зумовлює вирішення проблем здійснення міжнародних пасажирських перевезень, особливо до країн ЄС.

Досліджуючи розподіл рухомого складу залізничного транспорту за роками їх випуску станом на кінець 2012 р., можна зазначити, що пасажирські вагони з періодом експлуатації до 8 років становлять всього 5,2 % загальної кількості, від 9 до 15 років – 2,2, від 16 до 25 років – 27,4, від 26 до 28 років – 15,0, а понад 28 років – 50,2 % [189].

Рухомий склад за видами транспорту та призначенням

Вид рухомого складу	Роки				
	2008	2009	2010	2011	2012
1. Літаки та вертольоти, од.	468	381	395	350	337
2. Пасажирські вагони, тис. од.	7,6	7,4	7,3	7,1	6,8
3. Пасажирські автобуси, тис. од., з них	188,0	180,4	171,5	249,7	–
у приватній власності, тис. од.	114,5	110,5	101,9	120,7	–
4. Пасажирські та вантажопасажирські морські судна, од.	79	79	79	76	76
5. Пасажирські та вантажопасажирські річкові судна, од.	132	132	132	103	103

Примітка: складено за [48, 189]

Подібна ситуація склалася на морському та річковому транспорті. Пасажирські та вантажопасажирські судна за роками випуску на кінець 2011 р. розподіляються так: морські до 5 років – 3,9 %, від 10 до 20 років – 5,3, понад 20 років – 90,8; річкові від 5 до 10 років – 1, від 10 до 20 років – 1,9 і понад 20 років – 97,1 % [189].

Зростаючий попит туристів на круїзні річкові та морські подорожі в Україні залишається незадоволеним з причини морального та фізичного зношення круїзних лайнерів, неефективного використання потенціалу водного транспорту для розвитку міжнародних і внутрішніх сполучень, недостатнього рівня оснащеності пасажирських причалів об'єктами інфраструктури [107].

За результатами проведеного аналізу показників діяльності транспортних і туристичних підприємств можна зробити висновок, що існуюча система транспортного обслуговування туристів не в змозі забезпечити задоволення попиту останніх у високоякісних послугах і потребує реформування, особливо

щодо проведення інноваційних змін, які неможливо впровадити без відповідного обсягу інвестиційних ресурсів.

При цьому інноваційна активність національних підприємств досить низька, про що свідчать статистичні дані. Частка підприємств, які займалися інноваціями, становила за роками періоду, що аналізується: 2008 – 13,0 %, 2009 – 12,8, 2010 – 13,8, 2011 – 16,2, 2012 – 17,4 % [48, 103]. Головними проблемами, які перешкоджають активізації процесу впровадження інновацій підприємствами, були і залишаються відсутність коштів, кваліфікованого персоналу, інформації про технології та ринки, труднощі знаходження партнерів по інноваційно-інвестиційній взаємодії [48].

2.3. Проблеми транспортного обслуговування туристів і напрямки їх вирішення

Згідно із Законом України «Про туризм» під туристом розуміється особа, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни з не забороненою законом країни перебування метою на термін від 24 годин до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін.

У цьому законі виділяють дві форми туризму – внутрішній та міжнародний, який, у свою чергу, поділяється на в'їзний і виїзний, і такі види туризму залежно від категорій осіб, їхньої мети, об'єктів та інших ознак: дитячий, молодіжний, сімейний, для осіб похилого віку, для інвалідів, культурно-пізнавальний, лікувально-оздоровчий, спортивний, релігійний, екологічний (зелений), сільський, підводний, гірський, пригодницький, мисливський, автомобільний, самодіяльний тощо [134].

Як уже було зазначено, розвиток туризму неможливий без ефективної системи транспортного обслуговування туристів, яка повинна відповідати національним і міжнародним стандартам.

Проблеми в сфері транспортного обслуговування туристів стримують соціально-економічне зростання адміністративно-територіальних одиниць, здійснюють негативний вплив на функціонування національної економіки.

Поява та розвиток транспортних та туристичних підприємств приватної форми власності призводять до зменшення регулювання та контролю їхньої діяльності з боку державних органів, що в деяких випадках спричинює погіршення якості надання транспортно-туристичних послуг споживачам, відсутності відповідальності за різні види ризиків і збитків, завданих туристам.

Більшість з вищенаведених видів туризму здійснюється з використанням транспорту загального користування, а саме – авіаційного, автомобільного, залізничного, морського, річкового, а також міського. Не дивлячись на широке висвітлення в науковій літературі питань організації ефективної взаємодії різних видів транспорту при здійсненні процесу перевезень [11, 91, 129, 137, 202], залишаються невирішеними проблеми координації діяльності транспортних підприємств при здійсненні комбінованих перевезень туристів.

Виходячи з цього, більшість підприємств транспорту не можуть забезпечити повного завантаження транспортних засобів, а якість надання ними послуг не відповідає не тільки міжнародним стандартам, а й сучасним вимогам туристів.

Основні проблеми, що стають на заваді підвищення якості системи транспортного обслуговування туристів:

1. Висока ступінь зношення рухомого складу підприємств транспорту.
2. Відсутність координації та взаємодії транспортних і туристичних підприємств щодо просування послуг туристам на зовнішній і внутрішній ринки.
3. Недосконала конкуренція між підприємствами – перевізниками, що обслуговують туристів.
4. Інноваційно-технологічна відсталість об'єктів транспортної, дорожньої та туристичної інфраструктури.

5. Недосконалість нормативно-правового забезпечення та регулювання діяльності транспортних та туристичних підприємств у сфері реалізації їхніх інноваційних ініціатив.
6. Недостатній обсяг фінансування й інвестування інноваційного розвитку підприємств транспорту та туризму.
7. Існування неефективних методів ціноутворення при визначенні вартості турпродукту, які не враховують реальних доходів споживачів транспортно-туристичних послуг.
8. Відсутність дієвого контролю за виконанням ліцензійних умов суб'єктами транспортного та туристичного бізнесу, моніторингу потреб туристів.
9. Здійснення туристичних перевезень транспортними засобами з низьким рівнем комфорту та не пристосованих до тривалих поїздок.
10. Низька якість надання дорожньо-транспортних послуг, зокрема, незадовільний стан дорожнього покриття, відсутність на окремих ділянках туристичних маршрутів дорожніх знаків, вказівників, дорожньої розмітки.
11. Неможливість прийому та обслуговування великогабаритних транспортних засобів у місцях проведення екскурсійних турів, незначна кількість обладнаних сучасними технічними засобами місць для паркування автотранспорту.

Головною умовою розвитку туристичної індустрії є транспортна забезпеченість територій, по яких проходять туристичні маршрути, наявність сучасних транспортних засобів для перевезення туристів, розбудова мережі придорожніх об'єктів обслуговування туристичних потоків.

Враховуючи специфічні особливості й характер окремих видів туристичних подорожей, можуть застосовуватися специфічні види транспортних засобів.

Так, при організації елітного туризму необхідно враховувати індивідуальний підхід до клієнта, який може обрати засобом пересування будь-

який вид автотранспорту, літак, вертоліт, яхту, катер, спальні вагони підвищеної комфортності тощо.

Набувають активного розвитку в Україні послуги авіатаксі, якими користуються при здійсненні пізнавального відпочинку, а також ділового туризму, особливо бізнесмени та підприємці для економії свого часу. Існуюча в Україні мережа місцевих аеродромів може приймати легкі літаки, сприяючи тим самим розвитку туризму. Пасажирські міні-перевезення з використанням авіатаксі здійснюються за маршрутами Ялта – Сімферополь, Ялта – Судак, приблизна вартість перельоту залежно від виду транспортного засобу коливається в межах 20 – 50 дол. США з однієї людини. Влітку організовуються туристичні екскурсійні польоти по Криму.

У Києві перші авіатаксі почали працювати влітку 2012 р. Вони виконують перельоти на двомоторних вертольотах Eurocopter за існуючими та індивідуальними маршрутами. Орієнтовна вартість однієї години польоту гвинтового таксі пасажиромісткістю 5 чол. становить 2,5 тис. євро без урахування ПДВ.

Послуги авіатаксі також надаються в Одесі, Львові, Дніпропетровську. Для розвитку національного ринку авіатаксі та підвищення його ролі в збільшенні міжнародних та внутрішніх туристичних потоків, на думку спеціалістів, необхідно вдосконалити законодавчу базу, провести реконструкцію сільськогосподарських площадок для малої хімічної авіації і пристосувати їх для прийняття міні-літаків, побудувати в містах площадки для зльоту і приземлення вертольотів. Розвитку польотів з використанням авіатаксі буде сприяти налагодження їх серійного виробництва на Одеському авіаремонтному заводі «Одесаавіаремсервіс», який може випускати 50 літаків «Дельфін» за рік, що розвивають швидкість 350 км/год. і здійснюють польоти на відстань 1350 кілометрів.

Значну частку в загальній кількості перельотів послуги маршрутного авіатаксі як порівняно недорогого виду транспорту займають в США та

багатьох країнах Європейського Союзу. В Україні вони тільки починають розвиватися, і вартість їх надання досить висока.

Позитивно вплине на зниження вартості авіаційних послуг, що надаються туристам, зокрема й послуг авіатаксі, остаточне приєднання України до Договору про «Відкрите небо». Це розширить можливості приходу на національний ринок авіаперевезень зарубіжних авіакомпаній, зокрема лоукост-перевізників.

На базі існуючих аеропортів та аеродромів створюються авіаційні спортивні клуби, які тісно співпрацюють з туроператорами і турагентами та надають послуги зі стрибків з парашутами туристам. Крім того, на літаках, зокрема авіа-таксі, можна проводити екскурсійні польоти по історичних місцях. При цьому збільшення кількості туристів позитивно впливає на зростання обсягів перевезень автомобільним транспортом, тому що дістатися до аеропорту зазвичай можливо тільки завдяки йому.

Зростання інтересу туристів до активного відпочинку зумовлює відмову їх від традиційно організованого туру і викликає необхідність розвитку екстремального та пригодницького туризму, видами транспортного обслуговування якого є сплави байдарками, плотами, рафтинг, плавання яхтами; джип-тури, сафари на снігоходах, квадрациклах тощо.

Для розвитку цих видів туризму необхідно об'єднувати зусилля транспортних підприємств і суб'єктів туристичної діяльності в напрямі розробки маршрутів турів та їх обслуговування з використанням тих чи інших видів транспорту.

При обслуговуванні соціальних туристів, інвалідів, осіб похилого віку, молоді (особливо студентів) використовують більш бюджетні види транспорту, а саме – автомобільний та залізничний.

Багато не вирішених питань існує в обслуговуванні туристів-інвалідів, які потребують негайного прийняття дієвих рішень щодо реалізації законодавчо визначених прав у задоволенні транспортних, туристичних, культурних потреб

людей з обмеженими фізичними можливостями при створенні належних умов їх доступу до відповідних об'єктів інфраструктури.

За даними Міністерства соціальної політики, на початок 2013 р. в Україні налічувалося 2,8 млн осіб з інвалідністю, або понад 6 % від загальної чисельності населення, з них 167 тис. становлять діти-інваліди.

Доступ людей, прикутих до візків та з обмеженими можливостями пересування до лікувально-оздоровчих, туристично-розважальних, історико-культурних закладів, ускладнений через відсутність спеціально обладнаного рухомого складу автотранспорту, залізничних вагонів, готельних номерів тощо.

Створення можливостей для активного соціального життя людей з інвалідністю гальмується багатьма факторами, основними з яких є:

- повільне і в неповному обсязі надання транспортних засобів з ручним управлінням у власність інвалідів;
- відсутність достатньої кількості автошкіл, що надають права водія на керування автомобілем з ручним управлінням;
- відсутність спеціально обладнаних транспортних засобів по перевезенню сліпих, глухонімих туристів для їх екскурсійного супроводу.

Для визначення потреб цих категорій туристів необхідно налагодити тісну співпрацю підприємств транспорту і туризму з Фондом соціального захисту інвалідів та його відділеннями, що перебувають у межах туристичних дестинацій, а також Всеукраїнським громадським об'єднанням «Національна асамблея інвалідів України» та ін.

Туристи з обмеженими можливостями пересування потребують додаткового забезпечення комфорту і для супроводжуваних їх осіб, що також необхідно враховувати при плануванні транспортно-туристичних маршрутів.

Останнім часом набуває активного розвитку промисловий туризм, який передбачає відвідування туристами діючих підприємств, які застосовують новітні технології виробництва продукції або, навпаки, зберігають старовинні процеси виготовлення. Для цього промислові підприємства повинні активно

співпрацювати з транспортними та туристичними фірмами в сфері сумісної розробки туристичних маршрутів та можливостей їх транспортного обслуговування. Важливим аспектом розширення меж цього виду туризму є наявність у місцях розташування таких підприємств закладів готельного, ресторанного господарства з відповідним рівнем якості послуг, що надаються ними, а також місць для паркування транспортних засобів.

Великі перспективи розвитку в Україні має сільський (зелений) туризм, яким охоплені практично всі області України та АР Крим.

Екологічний, сільський туризм, окрім автомобільного та залізничного транспорту, враховуючи транспортно-географічне розташування окремих туристичних місцевостей, може включати перевезення морським і річковим транспортом.

Функціонуючі садиби сільського туризму надають широкий спектр послуг туристам, а саме – екскурсії до історичних місць і пам'яток архітектури, кінні прогулянки, оздоровчі процедури, майстер-класи з народних ремесел, проведення весіль, дитячих свят, ділових зустрічей, катання на човнах, риболовля тощо.

Враховуючи зростання попиту на цей вид туризму, особливо жителів великих міст, підприємствам транспорту необхідно розвивати більш тісну й ефективну співпрацю з власниками агросадіб з питань організації транспортного обслуговування туристів.

На основі вищенаведеного проведемо SWOT - аналіз системи транспортного обслуговування туристів з визначенням її сильних та слабких сторін, а також перспектив розвитку [149, 150, 166], результати якого зведемо в табл. 2.11.

Для розвитку транспортного обслуговування внутрішнього та міжнародного туризму необхідно провести модернізацію і реконструкцію матеріально-технічної бази транспортних підприємств, розбудову транспортної та туристичної інфраструктури згідно з міжнародними вимогами, розробити перспективні маршрути, підняти якість і критерії обслуговування туристів.

**SWOT - аналіз сильних і слабких сторін національної системи
транспортного обслуговування туристів**

S (сильні сторони)	W (слабкі сторони)
1. Транспортно-географічне розташування	
<p>– Наявність дев'ятнадцяти прикордонних територій у межах українсько-польського, словацького, румунського, російського, угорського, білоруського, молдовського кордонів.</p> <p>– Функціонування єврорегіонів, створених за участю України та країн ЄС і СНД, одним з головних напрямків діяльності яких є розвиток туристичних, культурних та транспортних зв'язків між територіями, що входять до їх складу.</p> <p>– Проходження територією країни міжнародних транспортних коридорів та вигідне географічне розташування багатьох туристичних дестинацій на їхньому перехресті</p>	<p>– Залежність багатьох видів транспорту від погодних умов, сезонність роботи морського і річкового транспорту.</p> <p>– Відсутність державної підтримки розбудови і реконструкції дорожньо-транспортної інфраструктури, оновлення рухомого складу підприємств транспорту</p>
2. Ресурси	
<p>– Наявний природно-рекреаційний, транспортно-дорожній, курортно-туристичний, історико-культурний, інноваційно-інвестиційний потенціал.</p>	<p>– Не повністю реалізовані можливості ефективного використання наявних ресурсів і потенціалу туристичних дестинацій;</p> <p>– Збільшення екологічного, техногенного, антропогенного навантаження на місця масового відвідування туристами</p>

S (сильні сторони)	W (слабкі сторони)
3. Інфраструктура	
<p>– Розвиток сучасних засобів зв'язку, навігації, оновлення електромереж, водопостачання, теплопостачання.</p> <p>– Розгалужена мережа об'єктів соціальної інфраструктури – пам'яток архітектури, історії, культури, санаторно-курортних та лікувальних установ, закладів освіти, культури та розваг</p>	<p>– Диспропорції в розміщенні об'єктів придорожного сервісу, зокрема автозаправних станцій, станцій технічного обслуговування автомобілів тощо по території туристичних дестинацій та транспортних магістралях, якими проходять туристичні маршрути.</p> <p>– Невідповідність якості дорожньо-транспортної, туристично-рекреаційної, житлово-комунальної інфраструктури міжнародним стандартам і вимогам туристів.</p> <p>– Відсутність достатнього обсягу коштів на проведення реконструкції і модернізації транспортної та туристичної інфраструктури і комунікацій.</p> <p>– Занепад історико-архітектурного, природно-рекреаційного потенціалу туристичних дестинацій внаслідок відсутності коштів державного і місцевого бюджетів на утримання і збереження їх у належному стані.</p> <p>– Не розгалужена інституційна інфраструктура підтримки, розробки та реалізації інноваційно-інвестиційних ініціатив суб'єктів транспортної та туристичної діяльності</p>

S (сильні сторони)	W (слабкі сторони)
4. Економіка	
<p>– Туризм як найбільш прибуткова галузь економіки зі швидкими темпами окупності інвестицій впливає на темпи зростання інших суб'єктів господарювання, пов'язаних з обслуговуванням туристів, зокрема транспортних підприємств.</p> <p>– Досвід у сфері розроблення і функціонування транспортно-туристичних кластерів на міжрегіональному та транскордонному рівнях.</p> <p>– Значна кількість суб'єктів малого і середнього підприємництва, що працюють в індустрії туризму</p>	<p>– Застарілі технології надання транспортно-туристичних послуг їх безпосереднім споживачам.</p> <p>– Відсутність інституцій рекламно-іміджевого характеру, транспортно-туристичних центрів.</p> <p>– Проблеми з набором висококваліфікованого персоналу підприємств туристичної індустрії.</p> <p>– Невідповідність якості транспортно-туристичних послуг рівню європейських і міжнародних стандартів при їх високій вартості.</p> <p>– Відсутність взаємоузгоджених стратегічних напрямів державної транспортної і туристичної політики.</p> <p>– Відсутність інвесторів, готових вкладати кошти в інфраструктурні об'єкти, нерозвинутість механізмів державно-приватного партнерства, концесійних угод, лізингу тощо.</p> <p>– Недостатня конкурентоспроможність суб'єктів транспортної та туристичної діяльності на вітчизняному та світовому ринках</p>
O (можливості)	T (ризики)
<p>– Значний потенціал для зростання транспортної складової національної і регіональної економіки, міждержавних, транскордонних, міжрегіональних і регіональних транспортно-туристичних зв'язків.</p>	<p>– Відсутність сприяння розвитку туристичного транспорту з боку місцевої влади.</p> <p>– Приховування реального обсягу коштів, застосування нелегальних схем фінансового обігу, ухиляння від сплати податків окремих</p>

О (можливості)	Т (ризики)
<ul style="list-style-type: none"> – Розробка концепції інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств транспорту, що обслуговують туристів; – Удосконалення матеріальної й технічної бази, реструктуризація об'єктів транспортної і туристичної інфраструктури. – Формування системи комбінованих перевезень туристів різними видами транспорту. – Підвищення рівня зайнятості населення, особливо на роботах, пов'язаних з розбудовою об'єктів транспортної, туристичної інфраструктури. – Створення сприятливого інвестиційного та бізнес-іміджу туристичних дестинацій та транспортних і туристичних підприємств. – Розроблення інноваційно-інвестиційних пропозицій сумісно з органами місцевого самоврядування, суб'єктами транспортної і туристичної діяльності та представниками різних ділових кіл, закладів освіти, науки 	<ul style="list-style-type: none"> підприємств приватної форми власності, що входять до складу туристичної індустрії, відсутність пільгового оподаткування та інших видів стимулювання з боку держави. – Збільшення шкідливих викидів в атмосферне повітря від діяльності транспортних підприємств та антропогенного навантаження внаслідок посилення інтенсивності транспортного перевезення туристів. – Відсутність чіткого бачення перспективного розвитку транспортного і туристичного секторів національної і регіональної економіки. – Упровадження несприятливого для розвитку інвестиційно-інноваційної діяльності транспортної складової туризму податкового і пільгового режиму місцевими органами влади. – Виникнення недобросовісної конкуренції на ринку транспортно-туристичних послуг. – Погіршення демографічної ситуації, зниження доходів населення як головних споживачів транспортно-туристичних послуг

Також необхідно створити розгалужену мережу надання автомобілів напрокат неорганізованим туристам із забезпеченням їх картами автомобільного сполучення туристичних дестинацій, проспектів туристичних

послуг із зазначенням місць відпочинку, розміщення, харчування, культурного обслуговування, розвинути фінансову інфраструктуру, збільшити кількість платіжних терміналів, банкоматів, обмінних пунктів тощо.

Пріоритетними заходами в забезпеченні розвитку міжнародного турпотоку є розроблення спеціальних програм турів, більших за кількістю днів і обсягом туристичних груп, укладання договорів, угод, протоколів про туристичний обмін, розроблення планів екскурсійного обслуговування, розміщення іноземних туристів, бізнес-планів транспортних та туристичних підприємств з метою залучення інвестицій у розвиток туризму.

2.4. Розвиток мережевих форм взаємодії суб'єктів транспортної та туристичної діяльності

В умовах прискорення економічних і соціальних перетворень ключові виклики, що стоять на шляху позиціонування України як туристичної держави, потребують трансформації звичних форм побудови взаємовідносин підприємств транспорту та туристичної сфери.

Постійне розширення обсягів і географії туристичного потоку зумовлює необхідність розвитку інноваційних підходів до діяльності підприємств транспорту та туризму, що передбачають створення різного роду мережевих структур на міждержавному, транскордонному, міжрегіональному, міжгалузевому та міжфірмовому рівнях [113, 115, 120, 148]. Поява таких спеціалізованих новоутворень у вигляді кластерів, різного типу транспортно-туристичних об'єднань дасть змогу забезпечити стійку траєкторію розвитку суб'єктів транспортного та туристичного бізнесу, досягти узгодження та координації дій з метою збільшення туристичного потоку і підвищення конкурентоспроможності та фінансово-економічних результатів їхньої діяльності [112].

Відсутність досвіду функціонування та розбудови мережевих структур в індустрії туризму, взаємодії суб'єктів, що входять до їхнього складу, з

представниками інших мереж негативно позначається на перспективах їх подальшого співробітництва та приведення якості послуг, що надаються туристам, до міжнародних стандартів.

Мережеві структури, які вже сформовані, потребують подальшого вдосконалення залежно від вимог транспортно-туристичного ринку.

Об'єднання поодиноких підприємств індустрії туризму в складі різних видів мереж та мережевих структур має суттєві переваги, які полягають у використанні сумісних ресурсів, підвищенні конкурентоспроможності та фінансових результатів їхньої діяльності, перерозподілі ризиків, узгодженні інноваційних змін залежно від існуючих потреб туристів [112, 225].

Посилення впливу на стан підприємств туристичної індустрії процесів глобалізації та інтеграції, що відбуваються в світовій економіці, зумовлює необхідність розвитку стратегічного співробітництва між ними, особливо щодо впровадження мережевих форм організації бізнесу.

Процеси концентрації підприємств у мережевих організаційних структурах особливо посилюються при існуванні перспектив створення інноваційних продуктів або впровадженні нових технологій. При цьому існують два основні варіанти об'єднання підприємств у складі мережевих структур [138].

Перший передбачає створення підприємства-мережі, коли потужна компанія акумулює в своєму складі менші за розміром фірми, які підпадають під її вплив і контроль. Прикладами таких підприємств є транснаціональні компанії, стратегічні союзи, альянси, що в багатьох випадках передбачають злиття, поглинання інших фірм. Таким чином відомі туристичні оператори розширюють свою присутність на внутрішньому та зовнішньому ринках шляхом об'єднання чи поглинання інших туристичних фірм, часткового або повного придбання акцій чартерних авіаційних компаній, фірм з оренди автомобілів, круїзних компаній тощо. Однак розвивати мережеву взаємодію підприємств туристичної індустрії на основі запозичення підходів і принципів

функціонування подібних структур із закордонної практики можливо тільки з врахуванням специфіки національних економічних та культурних традицій.

Згідно з другим варіантом, формуються різні мережі, що складаються із сукупності підприємств, між якими існують стійкі зв'язки, що стимулюють розвиток інноваційних та комерційних процесів між ними [138].

Саме другий варіант створення мережевих структур більш доцільний при розвитку співпраці підприємств індустрії туризму.

Мережева система зв'язків інтегрованих підприємницьких структур сфери обслуговування туристів наведена на рис. 2.1. З наведеного рисунка видно, що створення таких мереж та розвиток відносин партнерської взаємодії між суб'єктами, що входять до їх складу, сприяє формуванню замкнутих взаємопов'язаних ланок у процесі виробництва, надання й реалізації туристичного продукту.

Партнери по мережевій взаємодії формують систему взаємозв'язків у рамках єдиного інформаційного простору. Вільний доступ до інформаційних ресурсів, потоків і технологій створює якісно нове середовище для функціонування і розвитку мережевої взаємодії суб'єктів туристичної індустрії.

Прискорений розвиток взаємодії суб'єктів, що входять до складу різного роду мереж, передбачає посилення їхньої співпраці в напрямі розповсюдження інформації та розроблення сумісної інформаційної стратегії щодо просування інноваційних туристичних продуктів на внутрішній та міжнародний ринки.

Для підвищення ефективності процесу обміну інформаційними масивами необхідно чітко встановити права, обов'язки і відповідальність кожного суб'єкта інформаційних відносин. Недостатність обсягу та несвоєчасність отримання інформації призводять до втрати конкурентних переваг за часом, обмежуючи можливості інноваційного оновлення підприємств індустрії туризму та залучення ними необхідного обсягу інвестицій для їх здійснення.

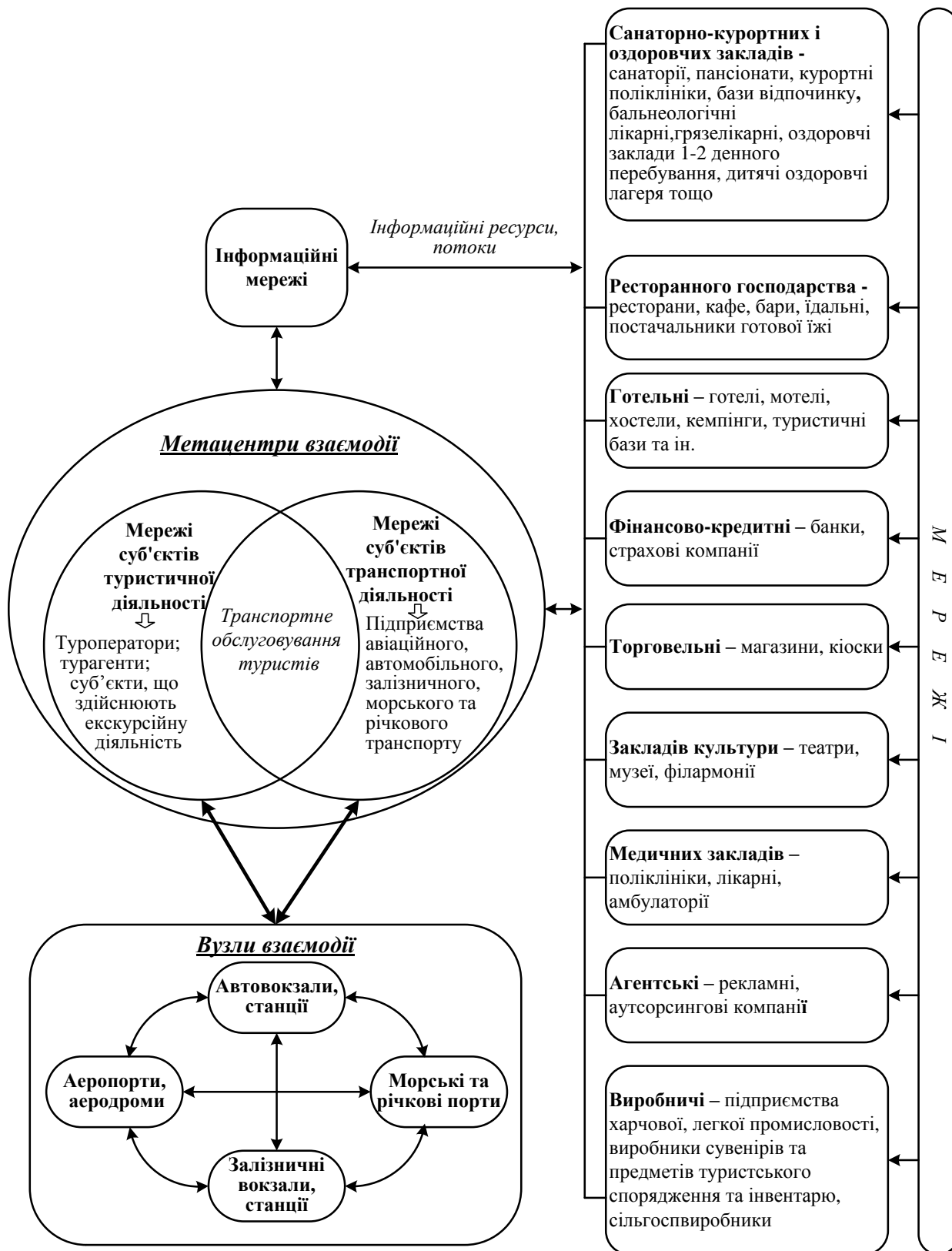


Рис.2.1. Система взаємозв'язків між різними видами мереж індустрії туризму

Підприємствами транспорту та туризму недостатньо широко застосовується аутсорсинг, який передбачає делегування повноважень спеціалізованим організаціям у сфері розроблення інновацій, нових туристичних маршрутів, безпеки подорожей, технічної підтримки та обслуговування web-серверів і сайтів, захисту комерційної інформації, розроблення рекламно-інформаційних продуктів і т. п. Рішення про звернення до аутсорсера підприємства транспорту та суб'єкти туристичної сфери повинні приймати сумісно, виділяючи при цьому в рівних частинах ресурси, необхідні для вирішення поставлених завдань.

Застосування мережевих інформаційних технологій дасть змогу збільшити комунікаційні можливості між суб'єктами, що входять до складу різних видів мереж, шляхом формування окремих типів комп'ютерних сервісів «Обмін даними», «Обмін ресурсами», «Коментарії», «Зворотній зв'язок» тощо. Це дасть змогу підвищити ефективність організації обслуговування туристів, включаючи транспортне, оперативно інформувати туристів про нові послуги, ціни, час їх надання, приймати заявки в он-лайн режимі, вирішувати проблеми, виникаючі при обслуговуванні туристів в режимі реального часу, оцінювати рівень відвідування сайтів з врахуванням кількості позитивних і негативних відгуків про якість наданих споживачам послуг.

Важливою умовою підвищення ефективності функціонування системи транспортного обслуговування туристичних потоків є створення мережі транспортно-туристичних центрів (ТТЦ) на національному, регіональному та місцевому рівнях для забезпечення організації мережевої взаємодії груп взаємопов'язаних між собою підприємств.

Метою діяльності ТТЦ є координація та взаємодія підприємств різних видів транспорту між собою, а також із суб'єктами туристичного, готельного, ресторанного, фінансового й інших видів бізнесу, власниками об'єктів дорожньо-транспортної та туристичної інфраструктури, локально-інтеграційними науково-технічними центрами, туристично-інформаційними

центрами, центром авіаційних та туристичних послуг для оптимізації туристичних потоків шляхом зменшення негативного впливу сезонності роботи окремих видів транспорту, швидкого реагування на зміни попиту туристів, розвитку внутрішнього, в'їзного і виїзного туризму.

Основними завданнями ТТЦ є:

- координація діяльності транспортних та туристичних підприємств;
- розроблення стратегії транспортно-туристичної діяльності;
- організація впровадження нових транспортно-туристичних маршрутів;
- допомога в розробленні та впровадженні інноваційних проектів з транспортного обслуговування туристів;
- пошук інвесторів для реалізації програм інноваційного оновлення підприємств туристичного транспорту;
- захист інтелектуальної власності та комерціалізація інноваційних розробок у сфері транспортного обслуговування туристів;
- створення умов для розвитку добросовісної конкуренції та усунення монополістичних структур на ринку транспортно-туристичних послуг;
- консультативна, технічна допомога в розвитку транспортного та туристичного бізнесу;
- диверсифікація транспортно-туристичних послуг, що надаються туристам і посилення контролю за їх якістю;
- створення єдиної інформаційної системи бронювання квитків, місць в готелях, ресторанах тощо;
- організація комбінованих перевезень різними видами транспорту.

Розглядаючи механізми взаємодії підприємств у складі вищезазначених мереж, треба відмітити, що більше уваги в національній і закордонній економічній літературі надається дослідженню особливостей створення, функціонування і розвитку готельних та ресторанних мереж, які є найбільш інвестиційно-привабливими елементами індустрії туризму [35].

Як перші, так і другі з вищезазначених мереж не можуть здійснювати ефективну діяльність, не співпрацюючи насамперед із підприємствами транспорту та туристичної сфери.

При цьому система транспортного обслуговування мережі готелів, ресторанного господарства, санаторно-курортних і оздоровчих закладів потребує суттєвого вдосконалення.

Окремі готелі мають стоянки для автотранспорту туристів, власну службу таксі, гаражі, надають послуги з прокату автомобілів, але їх частина досить незначна. Переважна більшість закладів з тимчасового проживання туристів користуються послугами сторонніх підприємств транспорту.

Взаємодія з транспортними компаніями-перевізниками передбачає передусім трансфер туристів до місця їх розташування, перевезення продуктів харчування тощо. Туристичні фірми безпосередньо впливають на створення реклами цим закладам і сприяють збільшенню кола потенційних клієнтів, пропонуючи туристам відвідати саме ці заклади. При налагодженні тісної співпраці на взаємовигідних умовах між усіма представниками транспортних, туристичних, готельних та ресторанних мереж вирішуються питання про їх неповне завантаження та усунення проблем сезонної діяльності.

Безперечно, що обсяги транспортного обслуговування туристів прямо пропорційні кількості послуг розміщення, рівень якості надання яких знаходиться на недостатньому рівні. Турист, не користуючись послугами готелів, відповідно, не здійснює поїздки до них. Таким чином, транспортному підприємству вигідно підвищення рівня доступності послуг при розміщенні туристів в готелях.

Змінити ситуацію можна шляхом збільшення номерів економ-класу, впровадження акційних заходів, розширення рекламної діяльності, зокрема розміщення в мережі Інтернет рекламних відеороликів окремих готелів, з повним переліком усіх видів послуг, ціною проживання, можливістю бронювання номерів тощо.

Дорожнеча послуг розміщення туристів у готелях формує ситуацію, коли навіть при здійсненні автобусних перевезень їхня ночівля відбувається в автобусі під час подорожі, що в більшості країн світу заборонено, за винятком спеціально обладнаних поїздів-автобусів.

Враховуючи закордонний досвід і національні особливості, для поліпшення фінансового становища готельного бізнесу пропонується впровадити бронювання номерів за спеціально низькими тарифами для родичів і знайомих місцевих мешканців у випадках весілля, ювілею, поховань та інших заходів, знизити ціни на проживання на 5 – 10 % за кожний день, якщо турист зупинився в готелі на термін більше ніж 2 доби, створити при готелях розважальні центри, дитячі кімнати, а також системи надання батькам інших видів послуг по догляду за дітьми.

Розвитку взаємодії підприємств транспорту з іншими суб'єктами туризму сприяє укладання угод про дружбу і співпрацю між окремими містами, курортами та туристичними дестинаціями.

Однією з форм мережевої взаємодії підприємств, що отримала активний розвиток в Україні, є кластерна [98, 156]. Ця модель являє собою співпрацю між органами влади і бізнес-структурами, які також отримують свою частку від того, що витрачає турист.

Реалізація кластерних ініціатив у національній туристичній сфері починається на початку 2000-х років.

У сучасних умовах на території України створені й успішно функціонують такі кластерні об'єднання :

- туристичні кластери «Кам'янецький дивокрай» (с. Колибаївка Кам'янець-Подільського району Хмельницької області), «Славутич» (м. Славутич Київської області), «Південне туристичне кільце» (охоплює 12 міст Одеської, Миколаївської, Херсонської областей та АР Крим: Ізмаїл, Балта, Вознесенськ, Білгород-Дністровський, Іллічівськ, Гола Пристань, Цюрупинськ, Генічеськ, Алушта, Ялта, Судак, Феодосія), Подільсько-Буковинський (до його складу входять головні міста Поділля та

- Буковини – Кам'янець-Подільський, Чернівці, Хотин), «Сузір'я» (Івано-Франківська область);
- туристично-рекреаційні кластери «Гоголівські місця Полтавщини» (Полтавська область), «Байдари – тур», «Херсонес» (м. Севастополь), «Дністровський каньйон» (Тернопільська область), «Світязь» (Шацький район Волинської області);
 - кластери сільського туризму «Оберіг» (сmt Гриців, Шепетівського району Хмельницької області), «Мальовнича Бережанщина» (м. Бережани, Бережанський район Тернопільської області), «Тарактаська волость» (с. Дачне, АР Крим);
 - екологічного туризму – «ЕКОТУР» (Хмельницької області) та ін.

Не дивлячись на безперечні переваги кластерних об'єднань, їхня кількість у напрямку взаємодії суб'єктів транспортної та туристичної діяльності збільшується досить повільно.

У більшості випадків ці кластери об'єднують у своєму складі органи місцевого самоврядування, туристичні фірми, готелі, ресторани, юридичні фірми, музеї, заповідники, власників агросадиб, заклади освіти і науки. При цьому до складу учасників туристичних кластерів практично не входять підприємства транспорту.

Кластерні об'єднання підприємств транспорту і туризму поки ще не стали розвинутою формою співробітництва між ними та іншими зацікавленими суб'єктами в забезпеченні якісного обслуговування туристів.

Перспективними для розвитку процесів кластеризації є багато туристичних дестинацій України, на території яких можна створити транспортно-туристичні кластери.

В умовах відсутності достатнього обсягу капіталовкладень в інноваційне оновлення підприємств туристичної індустрії, що виділяються з державного та місцевих бюджетів, формування кластерів сприяє впровадженню нових технологій обслуговування туристів, особливо транспортних, на основі концентрації бізнес ініціатив і ресурсів зацікавлених ділових кіл, представників

освіти, науки та громадських організацій, при сприянні обласних і місцевих адміністрацій розвитку цих процесів.

Підтвердженням цього є успішно діючі транспортно-туристичний кластер «Південні ворота України» в Херсонській області, кластери водного туризму в Чернігівській області, Севастополі «Севастополь – кластур» та ін.

Потребують активізації ініціативи створення транскордонних транспортно-туристичних кластерів, на рівні прикордонних територій України, особливо тих, що входять до складу єврорегіонів, створених за участю країн ЄС і СНД. Проекти створення різних видів транскордонних туристичних кластерів реалізуються в межах єврорегіонів «Карпати», «Верхній Прут», «Слобожанщина», «Буг», «Дністер», «Дніпро» та ін.

Однак розвиток туристично-культурних зв'язків, налагодження партнерських взаємовідносин між підприємствами, що входять до складу туристичної індустрії потребує подальшого вдосконалення.

Для цього необхідно трансформувати систему транскордонного транспортного обслуговування туристів у рамках діючих єврорегіонів шляхом впровадження інноваційних технологій у діяльність підприємств транспорту та туризму, розбудову об'єктів транспортної і туристичної інфраструктури. Це дасть змогу забезпечити ефективність використання наявного транспортно-географічного, туристично-рекреаційного, історико-культурного потенціалу та зростання туристичної привабливості територій, що входять до складу єврорегіонів, а також комфортність, ритмічність та безпеку пересування туристичних потоків [121, 122].

Розвинути транскордонне співробітництво в транспортно-туристичній сфері прикордонних територій України і суміжних держав можливо, реалізувавши такі завдання:

- проаналізувати статистичні дані стосовно зміни величини в'їзних і виїзних туристичних потоків, обсягів перевезень туристів різними видами транспорту в межах туристичних дестинацій;

- установити роль і місце окремих видів транспорту в розвитку тих чи інших видів туризму;
- надати пропозиції щодо розвитку областями України, особливо тими, що входять до складу єврорегіонів, різних видів туризму і можливостей їх транспортного забезпечення;
- виявити причини виникнення проблем в транспортному обслуговуванні туристів враховуючи специфічні особливості туристично-привабливих територій з обґрунтуванням напрямів їх розв’язання;
- провести інвентаризацію наявних майнових об’єктів транспортних та туристичних підприємств, а також оцінку їх фінансових, матеріально-технічних, трудових ресурсів;
- дослідити існуючі можливості дотримання високих стандартів якості, оперативності, комфорту та безпеки при наданні туристам транспортних послуг;
- розробити нові транспортно-туристичні маршрути, в тому числі із забезпеченням комбінованого транспортного сполучення на підставі тенденцій розвитку різних видів туризму та прогнозних даних щодо зростання туристичних потоків між туристичними дестинаціями, що входять до складу єврорегіонів;
- удосконалити нормативно-правову базу, розробити і прийняти дво- і багатосторонні угоди у сфері розвитку міжфірмової взаємодії підприємств туристичної індустрії;
- провести моніторинг потреб щодо розміщення об’єктів транспортної та туристичної інфраструктури на шляху пересування туристичних потоків та розробити заходи щодо їх реконструкції, будівництва та облаштування, враховуючи потреби осіб з обмеженими можливостями руху;

- впровадити системи інформаційно-довідкового, митного обслуговування туристів і суб'єктів туристичної індустрії для розширення транскордонного співробітництва у сфері туризму.

Внаслідок реалізації вищенаведених завдань очікується отримання економічного і соціального ефекту від розвитку транскордонної співпраці транспортних та туристичних підприємств між собою та іншими економічними агентами, зацікавленими в збільшенні туристичних потоків і підвищенні соціально-економічного стану туристичних дестинацій єврорегіонів; посилення ролі органів місцевого самоврядування в просуванні туристичного продукту на транскордонні ринки, створенні сприятливого клімату для інвесторів, готових вкласти кошти в розвиток транспортної та туристичної інфраструктури.

Розширення меж та обсягів транскордонної співпраці дасть змогу отримати такі результати:

- збільшення кількості туристів, які здійснюють подорожі в межах єврорегіонів;
- реалізація законодавчо визначених прав у задоволенні туристичних, транспортних, культурних потреб інвалідів та людей з обмеженими можливостями при створенні належних умов їх доступу до відповідних об'єктів соціальної інфраструктури;
- розвиток мережі підприємств, що входять до складу туристичної індустрії та активізація транскордонної співпраці між ними;
- створення нових робочих місць, підвищення кваліфікації працівників, задіяних у сфері обслуговування туристів;
- збільшення обсягу та підвищення якості надання транспортних туристичних та інших послуг туристам;
- зростання обсягу надходжень до бюджетів усіх рівнів та підвищення валового регіонального продукту областей, що входять до складу єврорегіонів від розвитку туристичної та пов'язаних з нею галузей регіональної економіки.

Фінансування цих заходів може здійснюватися за рахунок коштів державного і місцевих бюджетів, залучення коштів європейських фондів для вирішення проблем регіонального розвитку, коштів приватних інвесторів, а також інших джерел, не заборонених національним законодавством країн, на базі прикордонних територій яких вони реалізуються. Грантову допомогу на реалізацію проектів розвитку туризму, культури можна отримати по програмі Східного Партнерства, яка спрямована на розвиток дво- і багатосторонньої кооперації між країнами-партнерами. При цьому прикордонні області України, особливо ті, що межують з Білоруссю та Молдовою, мають змогу провести секторальні реформи і розвинути туристично-культурні зв'язки, розробивши відповідні проекти і профінансувавши їх по лінії цієї програми.

Розділ 3

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТРАНСПОРТУ В СФЕРІ ТУРИЗМУ

3.1. Економіко-філософські аспекти розвитку інноваційно-інвестиційної взаємодії підприємств транспорту та туризму

Інноваційно-інвестиційна взаємодія підприємств транспорту із суб'єктами туристичної сфери є однією з ланок національної інноваційної системи.

Зміна і непередбачуваність зовнішнього середовища функціонування даних підприємств під впливом розвитку загальносвітової і внутрішньої конкуренції, сучасних технологій, потреб туристів призводить до необхідності формування нових механізмів здійснення транспортної та туристичної діяльності та їх переорієнтації на інноваційно-інвестиційний шлях розвитку.

Активізація розвитку інноваційно-інвестиційної взаємодії підприємств транспорту і суб'єктів туристичної діяльності потребує осмислення філософсько-методологічних засад здійснення даних процесів.

Поєднання філософської раціональності й економічної ефективності при розгляді питань цього дослідження дасть змогу прискорити впровадження інноваційних змін у систему транспортного обслуговування туристів.

Обґрунтування інноваційно-інвестиційної моделі взаємодії потребує розуміння категоріального апарату економічного і філософського контексту сутності інновацій, інвестицій, взаємодії.

Філософський аналіз передбачає дослідження теоретико-методологічних засад онтологічного і праксеологічного змісту основних категорій з питань проблематики даного дослідження.

Історія становлення туризму тісно взаємопов'язана з розвитком транспорту. Саме завдяки транспорту розрізнені об'єкти туризму перетворюються на туристичні дестинації з потужними потоками туристів.

Питання філософського осмислення діяльності транспорту, на жаль, не знайшли широкого наукового висвітлення в економічній літературі.

Досліджуючи філософські аспекти функціонування транспорту, Г.О. Гольц вказує на те, що філософи з транспорту займаються в основному онтологією, тобто досліджують розвиток транспорту при взаємодії з іншими підсистемами і особливо людиною [41].

Дійсно, транспорт сприяє об'єднанню людей різних культур і націй, сприяючи тим самим розвитку туризму та створенню додаткових духовних і матеріальних благ.

Розвиваючи філософське осмислення транспорту, Є.О. Смотрицький виходить на новий рівень розуміння його діяльності, розширюючи сутність цього поняття. На його думку, транспорт являє собою сукупність засобів, які завдяки комунікативній діяльності здійснюють переміщення об'єктів будь-якої природи з однієї точки простору в іншу.

При цьому автор зазначає, що транспорт виступає засобом для здійснення комунікацій. Транспортування з однієї точки простору в іншу можливе лише у випадку його структурування та розподілу на культурний, економічний, інформаційний, екологічний тощо, які можуть існувати паралельно, перетинатися і взаємодіяти одночасно [155].

На відміну від транспорту, філософським аспектам розвитку туризму приділена значно більша увага [110, 111, 198]. Як засіб пізнання навколишнього світу, самоосвіти, знайомства з мислителями, іншою культурою подорожі стали предметом осмислення античних філософів, зокрема Аристотеля, Піфагора, Платона та ін. Згодом в епоху Середньовіччя подорожі здійснюються з метою паломництва, про що свідчать роботи Святого Августина і Фоми Аквінського.

У період Відродження і Нового часу під впливом вдосконалення транспортних засобів, становлення інфраструктури гостинності отримують розвиток освітній, культурний та організований туризм.

В індустріальному суспільстві під впливом розбудови шляхів сполучення, розвитку залізничного і водного транспорту відбувається заміна подорожей на термін туризм [79, 192].

Розглядаючи сучасний філософський погляд на феномен туризму, В.С. Пазенок зазначає про необхідність переглянути його традиційне розуміння як суто «індустрії подорожей та відпочинку» та надати цьому розумінню ширшого «людського виміру», наголошуючи на світоглядне, культурне, гуманістичне, пізнавальне, етичне, естетичне, комунікативне значення туризму як специфічного соціального інституту і феномену загальнолюдської культури. На думку автора, головним об'єктом туризмознавства є не маршрути, готелі, кемпінги, турбюро й агенції, а особистість, що подорожує, світ її інтересів, бажань, прагнень, ціннісних орієнтирів [111].

У філософії туризму особливого значення набуває онтологічна та праксеологічна частини. Як зазначає В. Павловський, «Онтологія туризму є першим, вихідним розділом, який розглядає фундаментальні природні та суспільні основи буття туризму, найбільш загальні сутності, категорії, ідеалізовані об'єкти та модель, а також закономірності розвитку цієї сфери» [110, 111].

Праксеологічна складова філософії туризму передбачає теоретичне моделювання його подальшого розвитку на основі розроблених планів і програм [111, 155].

Таким чином, філософські підходи дають змогу розкрити сутність транспорту й туризму через призму притаманних їм специфічних особливостей.

Розвиток туристичної індустрії відбувається еволюційним шляхом, тому досягти конкурентних переваг можливо тільки завдяки розширенню інноваційно-інвестиційної діяльності.

Як уже зазначалося, однією з головних складових туристичної індустрії є транспортна галузь, яка потребує інноваційного оновлення, особливо в сфері перевезення туристів. Відсутність адекватної ринковим умовам інноваційної політики на державному та регіональному рівнях, нерозвинута транспортно-

інноваційна інфраструктура гальмують процеси збільшення обсягів діяльності суб'єктів ринку транспортно-туристичних послуг, поліпшення їхньої якості для повного задоволення потреб туристів [116, 168].

Теоретико-методичні основи здійснення інноваційної діяльності, забезпечення її ефективності й активізації на рівні окремих складових економічної системи, галузей і підприємств досліджені в наукових працях вітчизняних і зарубіжних вчених Л. Л. Антонюк [8], В. М. Гейця [39], А. В. Гриньова [44], П. Н. Завліна [57], С. М. Ілляшенко [63], Й. М. Петровича [124], М. П. Посталюка [128], Б. Санто [141], О. П. Степанова [161], Б. Твісса [183], П. С. Харіва [200], О. О. Харіна [19], Д. М. Черваньова [204], В. І. Чужикова [184] та багатьох інших.

Інновації в туризмі розглянуті в працях С. В. Кононихіна [72], С. В. Мельніченко [99], В. С. Новікова [105], О. І. Черниш [205], Г. В. Широкової [213] та інших, де розкрито сутність інновацій у туризмі, а також дається оцінка економічної ефективності інноваційної діяльності турфірм.

Серед національних науковців питання інноваційно-інвестиційного забезпечення діяльності підприємств транспорту розглядали М. І. Данько [47], В. Л. Дикань [50], В. М. Загорулько [58], В. П. Ільчук [64, 146], А. Т. Тофанчук [188], В. Г. Шинкаренко [210] та ін.

Однак у вищезазначених працях немає досліджень інноваційного оновлення підприємств туристичного транспорту, не розглянуто інноваційно-інвестиційної моделі їх подальшого розвитку. Відсутність комплексних наукових досліджень стосовно впровадження інновацій у транспортному обслуговуванні туристів, враховуючи специфіку потенціалу транспортних і туристичних підприємств, зумовлює актуальність та значущість обраної теми дослідження.

Інноваційно-інвестиційні процеси, що відбуваються на підприємствах транспорту й туризму, не дивлячись на свої характерні специфічні особливості,

здійснюються за загальними законами і закономірностями економічного розвитку.

Інноваційні концепції розвитку туризму сформувалися в кінці 60-х років минулого століття на Заході. В економічній літературі та проведених дослідженнях не існує єдиного визначення сутності й класифікації інновацій в туризмі.

Вперше термін «інновація» використав у економічному обороті австрійський вчений Й. Шумпетер [217]. Під інновацією він розумів суттєву форму зміни функцій вироблюваного товару, яка складається в поєднанні та комерціалізації всіх нових комбінацій, заснованих на використанні сучасних матеріалів і компонентів, впровадженні нових процесів, відкритті нових ринків, утворень.

У статті 1 Закону України «Про інноваційну діяльність» [131] зазначається, що «інновації – новостворені або вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і соціальної сфери».

Досліджуючи філософську сутність інноваційної діяльності С.О. Лебедев та Ю.О. Ковилін зазначають, що специфічною ознакою інновацій є реальне впровадження наукових знань на етапі комерціалізації, шляхом виготовлення та просування нового товару або послуги на ринок. При цьому вони наголошують, що інноваційна діяльність – це створення наукових винаходів і розробок, що потребує ринок [86].

На думку Л. Л. Антонюк, А.М. Поручника, В.С. Савчука, «інновація – це нове явище, новаторство або будь-яка зміна, яка вноситься суб'єктом господарювання у власну діяльність із метою підвищення своєї конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках» [8].

В. С. Новіков, розглядаючи інновації в туризмі, додає, що інновація – це новий продукт, нове явище або дія на ринку (підприємстві), яка має за мету

привабити споживача, задовольнити його потреби та одночасно принести дохід підприємцю [105].

Загальним у наведених визначеннях є те, що під інновацією розуміють нововведення, які задовольняють вимоги споживачів, у нашому випадку – туристів, і збільшують конкурентоспроможність та фінансові результати діяльності підприємств транспорту, що їх упроваджують.

Інноваційна діяльність на туристичному транспорті має свої специфічні ознаки, зумовлені транспортно-географічними та туристично-рекреаційними особливостями адміністративно-територіальних одиниць, закономірностями економічного розвитку туристичних дестинацій, рівнем добробуту і культури населення, враховувати які необхідно при впровадженні нових транспортних процесів і послуг. Перетворення, пов'язані з інноваціями, потребують зміни в традиційних підходах організації, фінансування та контролю інноваційних процесів, розроблення інноваційної стратегії транспортних фірм, застосування різних форм, методів та механізмів управління. Відсутність інноваційних проектів у сфері транспортного обслуговування туристів негативно позначається на розвитку економіки та соціальної сфери. Розвиток інноваційної діяльності підприємств транспорту, що займаються обслуговуванням туристів, передбачає насамперед встановлення виду інновацій, розроблення інноваційних проектів, пошук джерел їх фінансування, оцінювання економічної ефективності впровадження. У зв'язку з цим виникає необхідність здійснення інновацій як запоруки підвищення конкурентоспроможності транспортного підприємства на ринку транспортно-туристичних послуг [116, 117, 173, 176].

Основні причини необхідності впровадження інновацій на підприємствах транспорту, що обслуговують туристів [147]:

- досягнення рівноваги між попитом і пропозицією, розвиток добросовісної конкуренції на ринку транспортно-туристичних послуг;
- створення нових робочих місць, зростання продуктивності праці на транспорті;
- підвищення якості транспортного обслуговування туристів;

- збільшення фінансових ресурсів і фінансових результатів діяльності підприємств по транспортному обслуговуванні туристів;
- невідповідність транспортних засобів вимогам задоволення потреб туристів у комфорті, швидкості та безпеці при високому рівні їх фізичного зношення;
- зростання транспортних витрат у вартості турпродукту;
- відсутність системи постійної взаємодії різних видів транспорту в процесі перевезення туристів та взаємодії зазначених підприємств з науково-дослідницькими установами.

Розвиток інноваційних процесів у транспортному обслуговуванні туристів обмежується факторами, які наведені на рис. 3.1.

Інноваційна діяльність підприємств транспорту по обслуговуванню туристів тісно взаємопов'язана з нововведеннями, що впроваджують туристичні фірми, та потребує значного обсягу інвестиційних ресурсів.

У Законі України «Про інвестиційну діяльність» зазначається, що «інвестиціями є всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток (дохід) або досягається соціальний ефект». Також у цьому законодавчому акті (ст. 2) розкривається сутність інвестиційної діяльності «як сукупності практичних дій громадян, юридичних осіб і держави щодо реалізації інвестицій».

У ст. 3 цього Закону вказується на те, що інноваційна діяльність є однією з форм інвестиційної та здійснюється з метою впровадження досягнень науково-технічного прогресу у виробництво та соціальну сферу [130].

У більшості літературних джерел під інвестиціями розуміють вкладання капіталу з метою подальшого його збільшення. Окрім правового та юридичного аспекту, інвестиції мають фінансове й економічне визначення. З фінансової точки зору інвестиції являють собою сукупність усіх видів активів, що вкладаються в господарську діяльність з метою отримання доходу.

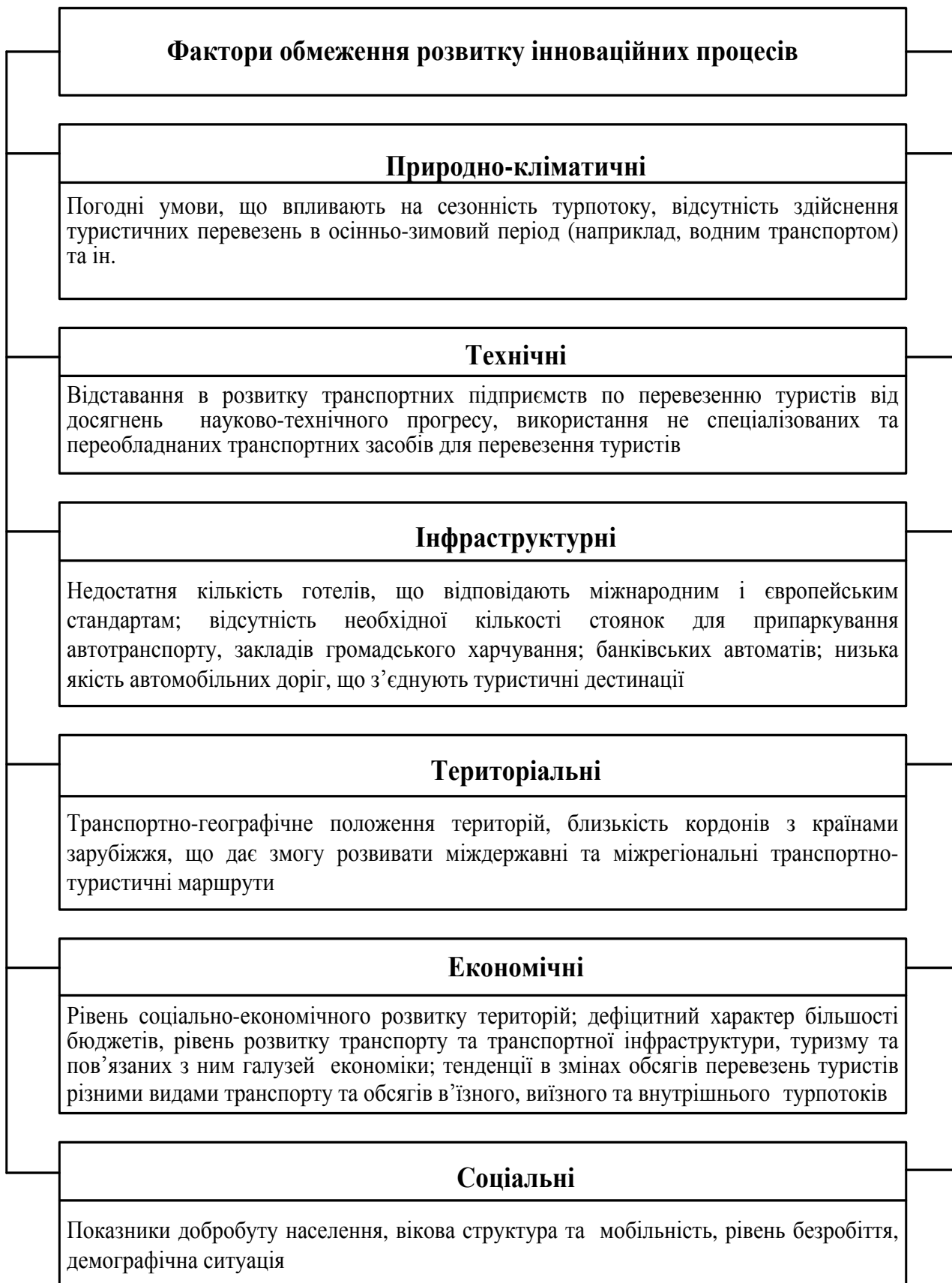


Рис. 3.1. Фактори, що обмежують розвиток інноваційних процесів у транспортному обслуговуванні туристів

Згідно з економічним підходом, інвестиції – це видатки на створення, розширення, реконструкцію та технічне переозброєння основного капіталу, а також на пов'язані з цим зміни величини оборотного капіталу, що зумовлює необхідність упорядкування, тобто класифікації інвестицій на основі загальноприйнятих критеріїв [43, 60, 165].

На думку Б.М. Кузика і Ю. В. Яковця, головною функцією інвестицій, що вкладаються в основний капітал, є інноваційна. Саме завдяки інвестиціям здійснюється інноваційне оновлення основних засобів на основі використання науково-технічних досягнень [80].

Розглядаючи інноваційно-інвестиційну взаємодію підприємств транспорту та туристичної сфери, необхідно зупинитися на розкритті економічно-філософської сутності поняття «взаємодія».

Необхідно підкреслити, що термін «взаємодія» широко використовується в економічній літературі, однак виступає в якості філософської категорії, що відображає процеси впливу об'єктів один на одного як об'єктивна, універсальна форма розвитку, визначає існування та структурну організацію будь якої матеріальної системи.

Зміст взаємодії розкривається як на рівні окремих контактів, так і в контексті спільної діяльності.

За смисловим навантаженням взаємодія визначає взаємопов'язану, узгоджену діяльність різних суб'єктів господарювання для вирішення поставлених перед ними завдань. Взаємодія являє собою двосторонній або багатосторонній безперервний процес.

Ф. Енгельс зазначав, що: «Взаимодействие есть такой двусторонний процесс, который по своей природе может рассматриваться с двух различных точек зрения. Чтобы его понять как целое, его даже необходимо исследовать в отдельности, сначала с одной, а затем с другой точки зрения, прежде чем можно будет подытожить совокупный результат» [218].

Г. Гегель вказував на те, що: «Взаимодействие представляется взаимной причинностью предположенных, обуславливающих друг друга субстанций;

каждая есть относительно другой одновременно и активная и пассивная субстанция» [38].

Розглядаючи наведені визначення та перекладаючи їх основні положення на поняття інноваційно-інвестиційної взаємодії транспортних та туристичних підприємств, можна зазначити, що вона являє собою процес розширення співробітництва в сфері впровадження нововведень, інноваційної модернізації та диверсифікації їхньої діяльності, в часі та просторі, супроводжується передачею ресурсів, інформації для повнішого задоволення потреб туристів і отримання найбільших фінансово-економічних результатів від такої співпраці [167].

Метою такої взаємодії є перехід на інноваційно-інвестиційну модель розвитку підприємств транспорту і туризму. Більш наглядно процес здійснення інноваційно-інвестиційної взаємодії зазначених підприємств представлений на рис. 3.2 .

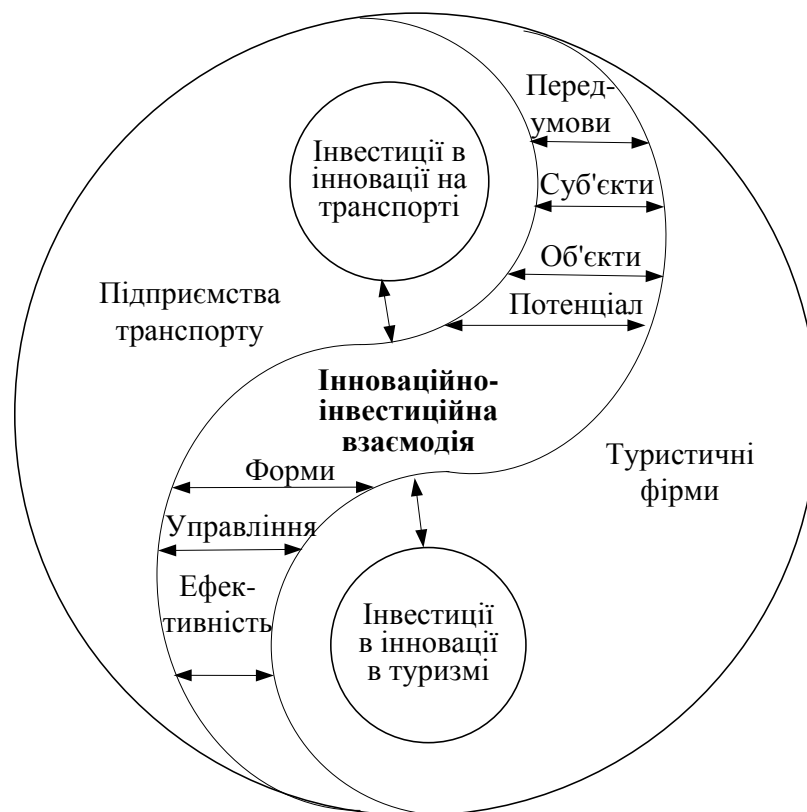


Рис. 3.2. Взаємозв'язок інновацій та інвестицій в умовах співпраці суб'єктів транспорту і туризму

Суб'єктами такої взаємодії виступають виробники, постачальники та споживачі транспортно-туристичних послуг, а об'єктами – ресурси суб'єктів транспортного та туристичного бізнесу. Структура інноваційно-інвестиційної взаємодії підприємств транспорту та туризму наведена на рис. 3.3.

У цих обставинах передумовами інноваційно-інвестиційної взаємодії транспортних та туристичних підприємств виступають:

- суб'єктивність – процес співпраці мінімум двох суб'єктів економічної діяльності;
- законність – здійснення спільної діяльності у відповідності до існуючих законодавчих і нормативних актів;
- спільність – основний зміст взаємодії, що передбачає виконання покладених на кожного з учасників функцій по досягненню єдиної мети й завдань;
- довіра – встановлення відкритих, стійких взаємовідносин між керівництвом вищезазначених підприємств, заснованих на порядності та досвіді;
- партнерство – сукупність форм довго-, середньо- і короткострокової взаємодії суб'єктів транспортного та туристичного бізнесу для вирішення спільних завдань на взаємовигідних умовах;
- паритетність – рівність суб'єктів взаємодії;
- динамічність – безперервний процес охоплення всіх сфер сумісної діяльності у визначених просторових і часових підходах.

Поняття «ефективність» у загальному вигляді є відношення результату до витрат, що забезпечують отримання позитивної оцінки.

Визначимо поняття «ефективність інноваційно-інвестиційної взаємодії підприємств транспорту і туризму», як зіставлення результатів спільної діяльності та ресурсів, що застосовуються для досягнення мети з визначенням прямої й непрямой оцінки вигід і втрат від партнерської взаємодії в цілому та на рівні кожного окремого підприємства [167].

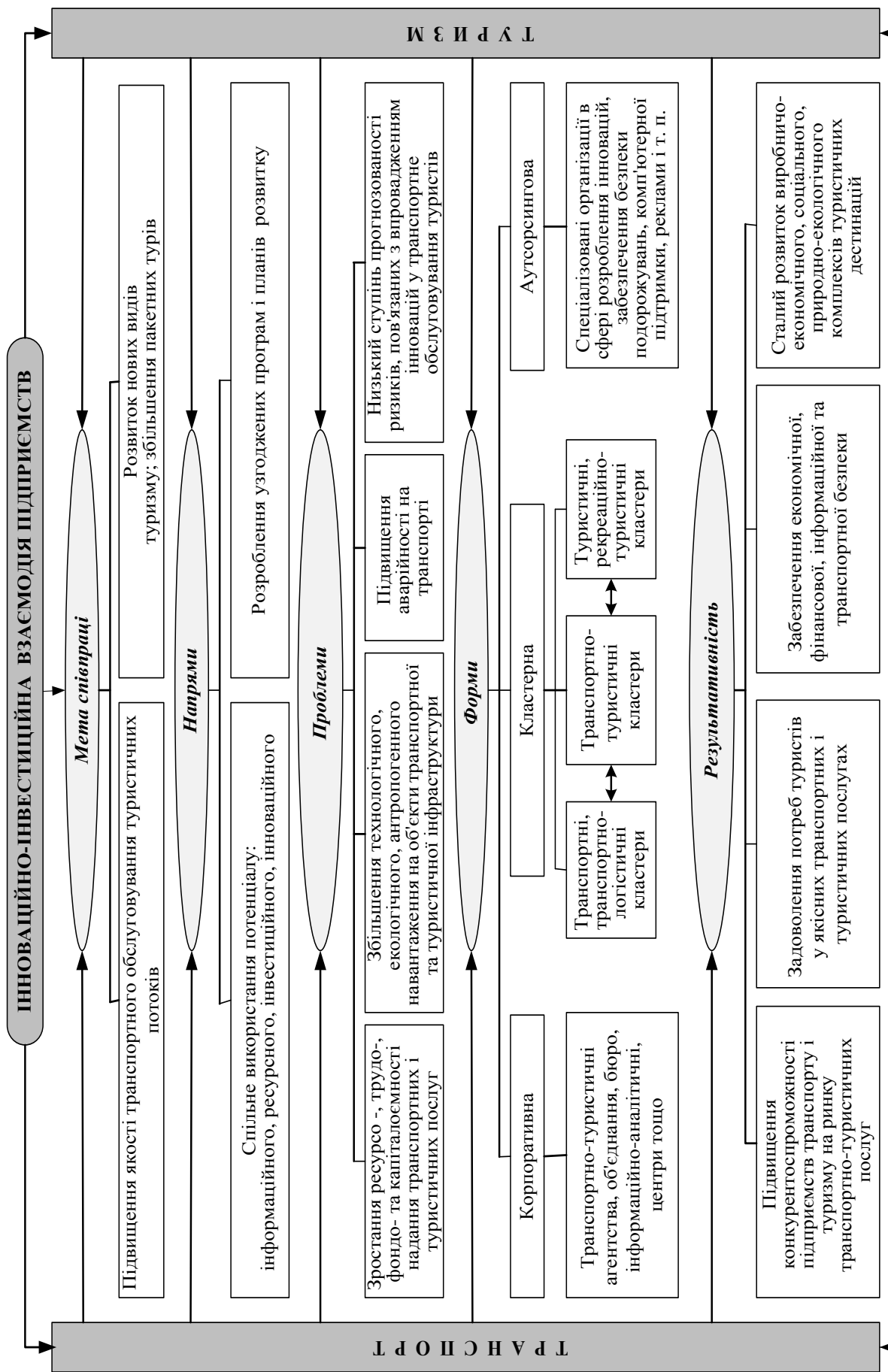


Рис.3.3. Перспективна структура інноваційно-інвестиційної взаємодії підприємств транспорту та туризму

При визначенні економічної ефективності інноваційно-інвестиційної взаємодії вищезазначених підприємств обов'язково слід врахувати дії закону економії часу.

Різноманіття аспектів інноваційно-інвестиційної взаємодії підприємств транспорту та туристичних фірм потребує розроблення критеріїв класифікації видів та форм їхньої співпраці [167].

Критерії класифікації інноваційно-інвестиційної взаємодії транспортних та туристичних підприємств за різними ознаками можуть мати такі характеристики:

1. За характером підстав для взаємодії:

- регламентована – за вказівкою державних і місцевих органів влади, вищестоящих організацій й установ;
- ініціативна – за власним бажанням керівництва транспортних або туристичних підприємств.

2. За способом вирішення завдань спільної діяльності:

- самотійна;
- сумісна.

3. За просторовими характеристиками:

- близько розташовані транспортні та туристичні підприємства один до одного;
- віддалені вищезазначені суб'єкти один від одного.

4. За характером зв'язків взаємодії:

- вертикальна;
- горизонтальна.

5. За станом середовища функціонування:

- звичайна;
- екстремальна.

6. За особливостями технології здійснення:

- послідовна;
- паралельна.

7. За кількістю суб'єктів взаємної співпраці:

- двосуб'єктна;
- багатосуб'єктна.

8. За етапами сумісної діяльності:

- попередня;
- основна;
- заключна.

9. За напрямками діяльності:

- надання транспортно-туристичних послуг;
- впровадження інноваційних технологій на туристичному транспорті.

10. За результативністю:

- негативна – інноваційна транспортно-туристична послуга не сприймається споживачами, попит на неї знижується;
- позитивна – транспортно-туристична послуга позитивно сприймається споживачами, попит на неї зростає;
- незмінна – коли результат взаємодії фіксується на визначеному рівні і зберігається.

При визначенні ефективності інноваційно-інвестиційної взаємодії підприємств транспорту та туризму рекомендується використовувати такі підходи:

- кластерний, що передбачає підвищення конкурентоспроможності підприємств по обслуговуванню туристів, посилення їх інноваційної спрямованості завдяки одержанню мультиплікативного ефекту;
- синергетичний – застосовується для визначення ефективності стратегічної взаємодії вищезазначених підприємств, враховуючи багатогранність аспектів їх партнерських відносин та часткову втрату автономності у прийнятті стратегічних рішень; в результаті визначається синергетичний ефект, який може мати як позитивний, так і негативний прояв;

- інвестиційний – пріоритетом у визначенні ефективності при цьому є інтереси інвесторів та зіставлення ними вигід і витрат вкладання коштів у розвиток спільної діяльності підприємств транспорту і туризму;
- системний – враховує те, що взаємодія транспортних і туристичних підприємств відбувається в рамках соціально-економічної системи «транспорт – туризм»; виходячи з цього можуть бути досліджені закономірності відношень і зв'язків між елементами системи та установлений системний ефект;
- когнітивно-комунікаційний – передбачає встановлення кореляції між соціально-психологічними наслідками та економічними результатами впровадження інновацій з урахуванням фінансових, ринкових, комунікаційних та інших видів аспектів взаємодії і визначення ефекту ринкового саморегулювання.

Таким чином, наведена класифікація дає змогу проводити дослідження процесу перетинання сумісних інтересів, виявити закономірності, що впливають на розвиток і напрями зміни сумісної співпраці, визначити конкретні заходи щодо підвищення ефективності взаємодії транспортних та туристичних підприємств з метою більш повного задоволення вимог туристів і отримання високих кінцевих результатів від співпраці на ринку транспортно-туристичних послуг.

3.2. Класифікаційні підходи до інновацій та інвестицій транспортно-туристичних підприємств

Класифікаційні підходи до типологізації інновацій розглядаються в працях Ф. Ф. Бездудного [18], Х. Б. Дусаєва [54], Г. Менша [224], Д. М. Степаненко [159], П. С. Харіва [200], Й. Шумпетера [217] та інших авторів.

Незважаючи на велику кількість праць, на жаль, у них немає єдиних підходів до класифікації інновацій. Зокрема, відсутні системні дослідження стосовно класифікації інновацій на підприємствах транспорту, що займаються

обслуговуванням туристів. Не розглядаються також часові показники використання інновацій та їхній вплив на ефективність роботи транспортного виробництва [145].

Перш ніж зупинитися на типології інновацій, розглянемо існуючі підходи до її проведення. Основою класифікаційного підходу до вивчення інновацій є теорія Й. Шумпетера, згідно з якою інновації поділяються на базисні та вторинні. Базисні пов'язані з впровадженням значних винаходів і є основою для створення нової техніки та технології, а вторинні слугують поліпшенню вже існуючих продуктів і процесів, а також спрямовані на модернізацію останніх [217].

Вчений Г. Менш, розвиваючи теорію Й. Шумпетера, додав до базисних і вторинних інновацій таку категорію, як псевдоінновації, під якими трактував незначні зміни в продуктах і технологіях, що викликані не стільки розвитком НТП, скільки кон'юктурою ринку [224].

Ю. В. Яковець виділяє чотири групи інновацій залежно від циклічності технологічних змін: найбільші, великі, середні та дрібні [219].

Важливою віхою в розвитку теорії класифікації інновацій, якою було закладено фундаментальні основи їх комерціалізації, став погляд на інновації з позицій техніко-економічної ефективності. Представником цього підходу є Б. Санто [141], який, поділяючи інновації на економічні орієнтовані і не орієнтовані на прибуток, виділив групу спеціальних інновацій для таких галузей, як охорона здоров'я, освіта тощо.

Подальший розвиток теорії класифікації інновацій збільшив кількість класифікаційних груп до 40 і більше; тим самим було розширено розуміння інновацій, зроблено спроби подрібнити різні групи інновацій на підгрупи, що відобразили прями особливості цього інструменту.

На наш погляд, спроби удосконалити класифікацію інновацій у напрямі створення її універсальної всеохоплюючої системи за рахунок збільшення класифікаційних груп ускладнили теоретико-практичне її використання. Оскільки різні галузі економіки мають певні відмінності, то з метою

ефективного використання означених систем за рахунок спрощення класифікації інновацій необхідно виділяти специфічні, найбільш значущі ознаки та поділити інновації на групи з урахуванням цих особливостей.

Проведемо класифікацію інновацій, яку можна застосовувати до підприємств транспорту по обслуговуванню туристів, враховуючи різні погляди авторів стосовно типологічних аспектів. Враховуючи специфіку діяльності транспортних підприємств, що обслуговують туристів, пропонуємо класифікацію їх інновацій [170] певними ознаками (рис. 3.4).

Надамо кожній з класифікаційних груп інновацій, наведених на рисунку, детальнішу характеристику.

Відомо, що будь-яка інновація може бути у формі як процесу, так і продукту. Інновації в транспортному обслуговуванні туристів передбачають впровадження нової або вдосконалення існуючої технології їх перевезень; цей вид інновацій об'єднується в нові форми або може бути результатом формування інноваційних туристичних продуктів.

Проблеми впровадження інновацій у сферу туристичного транспорту полягають не тільки в обмеженості фінансових ресурсів, а й у необхідності дифузії інновацій в інші галузі економіки, пов'язані з транспортом і туризмом, зокрема сільське, готельне господарство, харчову промисловість, ресторанний бізнес, культурну сферу, зв'язок, охорону здоров'я та ін.

Виходячи з цього, в місцях розвитку туризму необхідно створювати структури, які координували б дії державних і місцевих органів влади в транспортній та туристичній сферах, внести зміни до діючих законодавчо-нормативних актів, щоб юридично визначати підґрунтя розвитку інноваційних процесів на підприємствах різних видів транспорту.

Інноваційне оновлення рухомого складу автомобільного транспорту дасть змогу збільшити кількість автобусних, паломницьких та екскурсійних турів, а також впровадити навчальні тури з метою ознайомлення майбутніх абітурієнтів та аспірантів з навчальними закладами, дитячих турів у дні канікул, свят і вихідних днів.



Рис. 3.4. Класифікація інновацій підприємств транспорту
по обслуговуванню туристів

Поліпшити стан дорожньо-транспортної інфраструктури можливо за рахунок залучення на умовах концесії іноземних інвесторів для будівництва нових автомобільних доріг та об'єктів придорожньої інфраструктури в місцевостях масового туризму, розвитку державно-приватного та приватно-публічного партнерства.

Що стосується перевезення туристів залізничним транспортом, то необхідно враховувати наміри та пропозиції «Укрзалізниці» щодо розвитку залізничного туризму, розробки туристичних маршрутів на ретро-поїздах історичними місцями країни. Тури вихідного дня можна організовувати по маршрутах з відвідуванням історичних місць, музеїв і пам'яток архітектури. Для організації комбінованих залізнично-автомобільних перевезень туристів залізниця може використовувати як власний транспорт, так і користуватися послугами сторонніх перевізників за заздалегідь укладеними угодами.

Подорож залізницею повинна проводитися за спеціальним графіком, по найкоротшому маршруту без пересадок і за тривалістю не може перевищувати дві доби [133]. Для зручності туристів потрібно формувати спеціальні туристичні потяги з повним комплексом обслуговування, цікавою культурно-розважальною програмою.

Необхідно більш ефективно впроваджувати в практичну діяльність «Укрзалізниці» застосування системи чартерних перевезень потягами туристів, які передбачають його оренду на певний термін або кількість рейсів. При цьому ризики наповнення потягу повністю бере на себе туристична фірма-замовник.

Останнім часом збільшується попит туристів на залізничні та повітряні подорожі, на прокат автомобілів тощо; останній в основному представлений малими компаніями, котрі не досить активно співпрацюють з підприємствами різних видів транспорту та турфірмами. Розвиток індустрії прокату не потребує значного початкового капіталу, передбачає використання лізингових схем придбання автомобілів, менш ризиковий порівняно з іншими видами транспортної діяльності. Для більш гнучкого реагування на зміну потреб

туристів необхідно забезпечити взаємодію залізниці, авіакомпаній, турфірм з підприємствами по оренді автомобілів.

Важливою є група інновацій, що стосується сфери застосування. Так, у транспортному обслуговуванні туристів можна виділити техніко-технологічні інновації, які належать до технічних і технологічних удосконалень процесу перевезень. Це можуть бути інновації, пов'язані з модернізацією транспортних засобів та систем їх технічного обслуговування, впровадження паливно- та енергозберігаючих технологій на транспорті тощо.

Інновації в транспортних процесах можуть полягати в удосконаленні структур управління транспортних підприємств й організації їх роботи та співробітництва з туристичними фірмами.

Інновації в інформатизацію транспортного процесу стосуються поліпшення систем збирання й оброблення дорожньої інформації, наприклад, бронювання білетів у системі on-line, управління процесом перевезення в режимі реального часу за допомогою навігаційних систем, що дає змогу зменшити кількість заторів на автомобільних дорогах, та ін.

Маркетингові інновації стосуються вивчення попиту та пропозиції на ринку транспортно-туристичних послуг, а також передбачають розвиток рекламної діяльності підприємств туристичного транспорту, впровадження заходів боротьби з недобросовісною конкуренцією, використання системи знижок у випадку групових замовлень на перевезення.

Інновації в застосуванні логістичних підходів до транспортного обслуговування туристів полягають у складанні оптимальних маршрутів і графіків перевезень туристів, відпочинку в дорозі, величини туристичних груп тощо.

Підприємства транспорту можуть використовувати інновації для розвитку, а також як антикризові заходи. Перші впроваджуються на ринку транспортно-туристичних послуг поступово, із запобіганням «старіння» існуючого транспортного процесу та продукту, або можуть передбачати впровадження нового. Антикризові інновації використовуються для того, щоб

зберегти транспортно-туристичні послуги, що користуються попитом на ринку з метою забезпечення стабільності фінансово-економічного стану підприємств, які їх надають.

За часом здійснення пропонується поділяти інновації в транспортному обслуговуванні туристів з узятими в якості часового лагу туристичними сезонами на короткострокові (1 турсезон), середньострокові (на 2 – 4 турсезони) та довгострокові (більше ніж 5 турсезонів).

Важливою характеристикою інновацій є витрати на їх розроблення та впровадження у виробництво. Тому пропонується групувати інновації за величиною витрат на низькозатратні, середньозатратні та високозатратні.

Класифікація інновацій за середовищем на ендогенні й екзогенні акцентує увагу на місці їх виникнення. Ендогенні виникають в середині транспортного підприємства, а екзогенні інновації – за його межами. В умовах ринкової конкуренції кількість екзогенних інновацій може бути значно більша ніж ендогенних; тому необхідно використовувати досвід формування та розвитку інноваційних процесів підприємств-конкурентів [169, 170].

Однією з найважливіших характеристик інновацій є економічна ефективність, яка оцінюється шляхом співвідношення результатів від впровадження інновацій до витрат на їх здійснення. Враховуючи специфіку перевезення туристів, найбільш суттєвим є досягнення соціального ефекту, наприклад, обладнання автобусів спеціальними пристроями, що полегшують посадку-висадку інвалідів.

Зростання турпоточку збільшує навантаження на транспортну інфраструктуру та сприяє підвищенню рівня забрудненості навколишнього середовища. Перехід на екологічні види палива або електричний привід є актуальними в інноваційному оновленні рухомого складу транспортних підприємств.

За циклічністю інновації мають хвилеподібний характер розповсюдження. Інновації першої хвилі при транспортному обслуговуванні туристів мають позитивний вплив на розвиток санаторно-курортного,

готельного та ресторанного господарства, торгівлі та зв'язку. Інновації другої хвилі впливають на активізацію будівництва, розвиток сільського господарства, транспортної й фінансової інфраструктури, виробництва товарів широкого вжитку тощо [179].

Згідно з масштабами застосування інновацій пропонується їх поділяти на одиничні – застосовуються на окремому транспортному підприємстві та групі, які використовують декілька підприємств транспорту, що обслуговують туристів.

Будь-яка інновація в транспортному обслуговуванні туристів може бути віднесена до кожної з наведених груп інновацій, але в середині групи обирається тільки одна ознака. Наведений підхід дає можливість позиціонувати інновації як у внутрішньому, так і зовнішньому середовищі підприємств транспорту; при цьому здійснюється раціональне управління процесами інноваційного оновлення рухомого складу.

Інновації мають різні ознаки, які визначають специфіку окремих інноваційних процесів. Питання типології інновацій є важливою складовою теорії інноваційного оновлення та практичної роботи підприємств транспорту, що займаються обслуговуванням туристів. Наведена класифікація інновацій дає змогу визначати види інновацій, які необхідно застосовувати, виходячи з існуючих проблем і тенденцій розвитку транспортних підприємств по обслуговуванню туристів, а також оцінювати співвідношення доходів і витрат від їх впровадження.

Засоби та масштаби впливу інноваційних змін на результати діяльності підприємств транспорту можуть бути різноманітними і потребують подальших досліджень і розробок.

Визначимо види інвестицій з урахуванням специфічних особливостей інноваційної діяльності підприємств транспорту по обслуговуванню туристів.

Класифікація інвестицій, вкладених в інноваційні процеси та послуги підприємств туристичного транспорту, проводиться за такими ознаками.

1. За обсягами транспортної діяльності:

- реальні – вкладання грошових коштів у купівлю транспортних засобів для перевезення туристів, їх переобладнання, в будівлі та споруди підприємств транспорту;
- інтелектуальні – до складу яких входять зазвичай патенти, ліцензії, ноу-хау, технологічно-конструкторська документація та ін.

2. За джерелами фінансування:

- централізовані – фінансуються за рахунок державного або місцевого бюджетів, державного або регіонального фондів розвитку інновацій;
- децентралізовані – фінансуються за рахунок розвитку приватно-публічного партнерства, вільних коштів суб'єктів господарювання і населення; зарубіжних інвестицій, банківського, комерційного та лізингового кредитування, укладання договорів концесії, венчурного капіталу.

3. За терміном вкладання коштів:

- довгострокові, розраховані на термін більше п'яти років;
- середньострокові – до п'яти років;
- короткострокові – до одного року.

4. За ступенем ризику:

- ризикові – ступінь ризику яких перевищує середній показник на ринку транспортно-туристичних послуг;
- початкові – формуються в момент створення транспортного підприємства і є ризикованими по причині неможливості точного визначення їх очікуваної дохідності;
- реінвестиції – передбачають повторне використання капіталу, завдяки якому були профінансовані попередні інноваційні проекти в транспортному обслуговуванні туристів.

На нашу думку, наведена класифікація інвестицій може бути розширена залежно від інноваційної політики підприємств туристичного транспорту.

Інноваційні ініціативи на місцях, в окремих галузях і на підприємствах повинні підтримуватися і стимулюватися з боку держави. В Україні створено потужну законодавчу базу регулювання інноваційної діяльності. Функції по управлінню інноваціями та інвестиціями на національному рівні покладені на Державне агентство з інвестицій та управління національними проектами України та Державну інноваційну фінансово-кредитну установу.

Не дивлячись на розвинуту нормативно-законодавчу базу, існування державних органів управління інноваціями, як зазначається в Стратегії інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки, відбувається постійне скорочення обсягів інвестування в науку як державою, так і підприємницькими структурами. Відповідно до цього, за оцінками Європейського інноваційного табло Україна знаходиться в четвертій, останній, групі за рівнем інновативності «країни, що рухаються навздогін» [161].

Змінити ситуацію на краще можливо шляхом розвитку інноваційної інфраструктури, стимулювання інноваційної діяльності, комерціалізації інтелектуальної власності, пошуку нових джерел фінансування розробки і впровадження інновацій, розробки ефективної інноваційно-інвестиційної політики, яка тісно пов'язана з основними напрямками бюджетної, податкової, грошово-кредитної політиками. Для розвитку інноваційної діяльності в індустрії туризму необхідно створити відповідні органи управління з питань інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств транспорту і туризму (рис. 3.5).

Існує розрив між науковими розробками в сфері інновацій на транспорті та в туризмі та їх практичним застосуванням.

Для його зменшення необхідно залучати провідні вищі навчальні заклади, які готують спеціалістів у сфері менеджменту транспорту, туризму, готельно-ресторанного господарства та мають потужний науковий потенціал. Взаємодія сфер послуг і науки сприятиме більш інтенсивному розвитку інноваційної діяльності, внаслідок чого формується симбіоз інтересів для всіх її учасників.

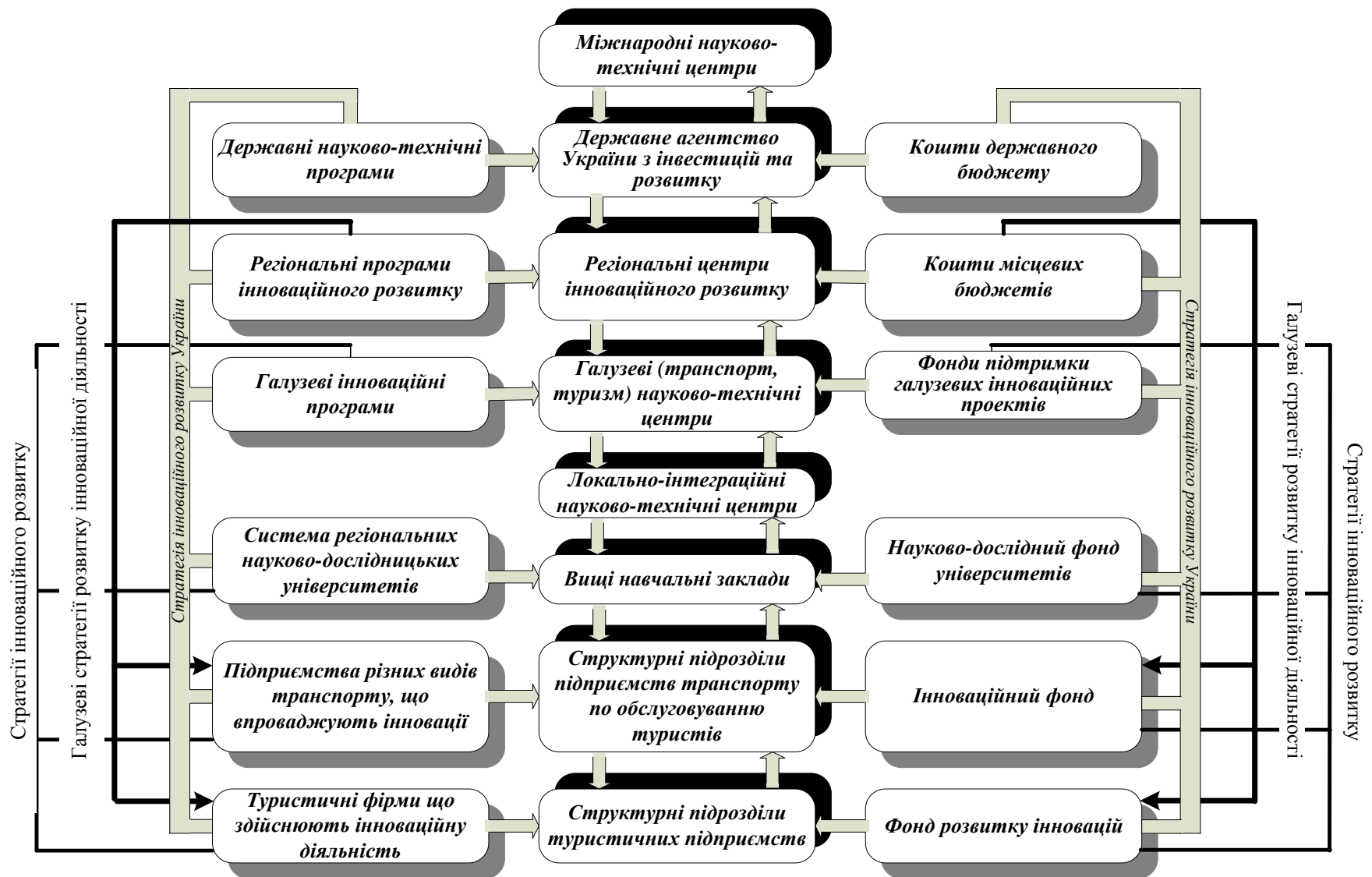


Рис. 3.5. Структура органів управління інноваційно-інвестиційним розвитком транспортних і туристичних підприємств

Незадовільний рівень якості транспортного обслуговування туристів зумовлений низьким рівнем інноваційної активності підприємств туристичного транспорту, відсутністю об'єктів інноваційної інфраструктури, які сприяли б упровадженню інноваційних змін у транспортному процесі.

Інноваційна інфраструктура на туристичному транспорті характеризує діяльність у рамках інноваційного процесу, а саме – наукові розробки; інноваційне оновлення транспортних засобів і транспортного процесу, надання нових транспортно-туристичних послуг для задоволення потреб внутрішніх і міжнародних туристів.

До основних проблем, що гальмують розвиток інноваційної інфраструктури туристичного транспорту [117], належать:

- відсутність процесу обміну інформацією з концепцій розвитку інноваційного бізнесу, менеджменту та маркетингу між підприємствами транспорту та туризму;
- нерозвинутість ринку інноваційних транспортно-туристичних послуг;
- недостатній розвиток мережі транспортно-туристичних центрів, бізнес-інкубаторів, інформаційно-аналітичних центрів підтримки впровадження інновацій на підприємствах транспорту по обслуговуванню туристів;
- нестача фінансових ресурсів транспортних підприємств та коштів державного і місцевих бюджетів для реалізації інноваційних проектів підвищення якості послуг з перевезення туристів.

При цьому доцільним є створення центрів досліджень і розробок, галузевих науково-технічних центрів або локально-інтеграційних центрів з науково-технічної діяльності, на базі яких можуть формуватися транспортно-туристичні об'єднання.

Ці структури повинні взяти на себе функції допомоги вищезазначеним установам в активізації взаємодії суб'єктів інноваційної діяльності виробничої і невиробничої сфер, залучення наукового та інтелектуального потенціалу для

роботи над розробленням інноваційних проектів на комерційних засадах, економічного обґрунтування доцільності їх впровадження, сприяння комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності, проведенню ярмарок інновацій на транспорті, туризмі та в інших галузях, тісно пов'язаних з ними, організації туристичних салонів, виставок, створення бірж науково-технічних розробок, венчурних фондів, удосконалення системи страхування інноваційних ризиків, допомога в пошуку недержавних джерел фінансування інноваційних проектів та ін.

Для надання послуг, що задовольняють вимогам внутрішніх і міжнародних туристів, необхідно насамперед підвищити якість транспортного обслуговування останніх. При впровадженні інновацій у діяльність транспортних і туристичних підприємств треба враховувати, що не кожне нововведення абсолютно ефективно і може негативно позначитись на показниках їхнього фінансово-економічного стану.

3.3. Оцінювання потенціалу інноваційно-інвестиційного розвитку суб'єктів транспортного та туристичного бізнесу

У сучасних умовах основним засобом підтримки високих темпів розвитку та досягнення необхідного рівня прибутковості підприємств транспорту й туризму стає постійне впровадження інновацій як одного з найголовніших факторів виживання цих підприємств при жорсткій конкурентній боротьбі. При цьому саме інноваційний потенціал є передумовою успішної реалізації інноваційних складових. Тому підприємства транспорту та туризму повинні приділяти більшу увагу вивченню резервів власного інноваційного потенціалу. До того ж успішне управління інноваційним потенціалом необхідно розглядати як умову забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємств на ринку транспортно-туристичних послуг.

Наявність кризових умов функціонування підприємств транспорту та туризму в країні, які характеризуються дефіцитом коштів, низькою

рентабельністю діяльності підприємств, зниженням платоспроможного попиту з боку туристів передбачає пошук нових, більш ефективних методів співпраці, а також впровадження різноманітних сучасних інновацій.

Максимізація інноваційної складової створює передумови для розвитку інноваційної взаємодії суб'єктів транспортного та туристичного бізнесу з метою досягнення їхнього сталого розвитку.

Головною передумовою розвитку такої взаємодії є оцінювання та ефективне управління існуючим інноваційним потенціалом підприємств транспорту і туризму.

Сутність та структуру інноваційного потенціалу на рівні підприємств досліджували вітчизняні і закордонні вчені, зокрема О. С. Богма [21], О. В. Васюхін [29], П. Ф. Друкер [52], С. М. Козьменко [70], С. В. Кочетков [77], Й. М. Петрович [124], О. В. Станіславів [157], Н. І. Чухрай [207] та ін.

Не дивлячись на значний науковий доробок, ряд питань, пов'язаних з необхідністю системних досліджень стосовно визначення, формування, оцінювання та ефективного використання інноваційного потенціалу підприємств туристичного транспорту досі не знайшли свого вирішення і потребують подальшого теоретико-практичного обґрунтування.

На думку П. Друкера, інновації починаються саме з аналізу потенціалу підприємств для забезпечення його ефективного використання [52]. Більшість авторів під інноваційним потенціалом розуміють сукупність різних видів ресурсів підприємств, які можуть бути задіяні в процесі здійснення інноваційної діяльності. Однак наявність ресурсів свідчить лише про можливість розробки та впровадження інновацій, а не про ступінь готовності підприємств до інноваційних змін.

Поряд з цим ряд наукових робіт, присвячених дослідженню методологічної сутності поняття «інноваційний потенціал», розглядають останній не тільки з позицій ресурсного, а й структурно-інституціонального та функціонального підходів [21, 29, 157].

Враховуючи це, О. С. Богма пропонує оцінювати інноваційний потенціал не за станом ресурсів, а за результатами інноваційної діяльності, що досягаються з їх використанням [21].

О. В. Васюхін та О. О. Павлова зазначають, що інноваційний потенціал необхідно формувати та розвивати цілеспрямовано, виходячи з основоположних принципів існування кожного конкретного підприємства із застосуванням сучасних підходів і методів стратегічного управління [29].

Враховуючи специфіку діяльності туристичного транспорту, під інноваційним потенціалом розуміють можливість цих підприємств мобілізувати внутрішні ресурси для впровадження інноваційних змін з метою розширення масштабів діяльності, розроблення та реалізації унікальних і конкурентоспроможних транспортно-туристичних послуг та отримання відповідної економічної вигоди.

Окрім вищезазначених підходів, на нашу думку, інноваційний потенціал повинен ґрунтуватися на підприємницькому підході, заснованому на комерційній основі. Цей підхід передбачає орієнтацію на наявні можливості та безперервне прагнення до розроблення та впровадження інновацій підприємствами транспорту по обслуговуванню туристів та їхню комерціалізацію.

Оцінювання інноваційного потенціалу має відбуватися за такими стадіями:

- мобілізація та ефективне використання ресурсів і можливостей для генерування й реалізації інноваційних ідей;
- визначення факторів, що гальмують розвиток інноваційного потенціалу підприємств транспорту і туризму;
- оцінювання рівня якості інноваційно-маркетингової компетенції персоналу даних підприємств;
- синхронізація та координація інноваційних змін транспортних і туристичних підприємств;

- розроблення системи показників, що характеризують здатність підприємств туристичного транспорту до впровадження інновації, оцінювання конкурентоспроможності й ефективності інноваційних транспортно-туристичних послуг.

Для підприємств транспорту, що планують впровадження інновацій в обслуговуванні туристів, необхідно, насамперед визначити здатність для переходу на класичну інноваційно-інвестиційну модель розвитку [33, 34, 44, 54, 167].

Узагальнюючий показник здатності транспортного підприємства до впровадження інновацій в обслуговуванні туристів [167] розраховують за формулою

$$УП_{i.t.n.} = K_{\text{ч}} \frac{Ч_{\text{ін}}}{Ч_{\text{заг}}} + K_{\text{о}} \frac{O_{\text{ін}}}{O_{\text{заг}}} + K_{\text{тз}} \frac{TЗ_{\text{ін}}}{TЗ_{\text{заг}}} + K_{\text{в}} \frac{B_{\text{ін}}}{B_{\text{заг}}}, \quad (3.1)$$

де $K_{\text{ч}}, K_{\text{о}}, K_{\text{тз}}, K_{\text{в}}$ – коефіцієнти вагомості чисельності інноваційно-активних працівників, обсягу інноваційних послуг, оновлених транспортних засобів і витрат на реалізацію інноваційних проектів відповідно;

$Ч_{\text{ін}}$ – чисельність працівників транспортних підприємств, зайнятих впровадженням інновацій в обслуговування туристів;

$Ч_{\text{заг}}$ – загальна чисельність працівників транспортного підприємства, що обслуговує туристів;

$O_{\text{ін}}$ – обсяг інноваційних транспортно-туристичних послуг;

$O_{\text{заг}}$ – загальний обсяг транспортно-туристичних послуг;

$TЗ_{\text{ін}}$ – кількість інноваційно-оновлених транспортних засобів;

$TЗ_{\text{заг}}$ – загальна кількість транспортних засобів на підприємстві;

$B_{\text{ін}}$ – витрати на реалізацію інноваційних проектів;

$B_{\text{заг}}$ – загальний обсяг витрат на транспортне обслуговування туристів.

Якщо цей показник дорівнює або більший від одиниці, то транспортне підприємство здатне до переходу на інноваційну модель розвитку. У випадку,

якщо цей показник менший від одиниці, то треба виявити фактори, які гальмують інноваційний розвиток транспортного обслуговування туристів.

Рівень конкуренції на ринку транспортно-туристичних послуг зумовлюється їхньою якістю. Виходячи з цього, відокремити показники конкурентоспроможності та якості на практиці вкрай складно. Якість транспортно-туристичних послуг, що надаються туристам, можна оцінити на основі групових технічних та економічних параметрів, що задовольняють їхнім потребам.

Відповідність технічних параметрів транспортно-туристичних послуг потребам споживачів можна оцінити за формулою

$$K_{\text{Втех}} = \sum_{i=1}^n T_{ni} \times ПВ_i, \quad (3.2)$$

де $K_{\text{Втех}}$ – коефіцієнт відповідності технічних параметрів наданих транспортно-туристичних послуг потребам споживачів;

T_{ni} – оцінка i -того технічного параметра транспортно-туристичної послуги, що надається туристам;

$ПВ_i$ – питома вага i -го технічного параметра транспортно-туристичної послуги;

n – кількість технічних параметрів.

Показник конкурентоспроможності інноваційних транспортно-туристичних послуг, що надаються туристам підприємствами транспорту, за технічними параметрами дорівнює :

$$K_{\text{ктех}} = \frac{\Pi_{\text{тп.л}}}{\Pi_{\text{тп.к}}}, \quad (3.3)$$

де $K_{\text{ктех}}$ – коефіцієнт конкурентоспроможності інноваційних транспортно-туристичних послуг;

$\Pi_{\text{тп.п}}$, $\Pi_{\text{тп.к}}$ – показники технічних параметрів інноваційних транспортно-туристичних послуг підприємства окремого виду транспорту та транспортного підприємства-конкурента.

Показник відповідності інноваційних транспортно-туристичних послуг потребам споживачів за економічними параметрами визначаються за формулою

$$K_{\text{век}} = \sum_{i=1}^n \text{ЕП}_i \times \text{ПВ}_i, \quad (3.4)$$

де $K_{\text{век}}$ – коефіцієнт відповідності інноваційних транспортно-туристичних послуг потребам споживачів за економічними параметрами;

ЕП_i – оцінка i -го економічного параметра транспортно-туристичних послуг, що надаються туристам;

ПВ_i – частка i -го економічного параметра транспортно-туристичних послуг відповідно;

n – кількість економічних параметрів.

Показник конкурентоспроможності інноваційних транспортно-туристичних послуг, що надаються підприємствами транспорту туристам за економічними параметрами, можливо розрахувати так:

$$K_{\text{ксп}} = \frac{\Pi_{\text{еп.п}}}{\Pi_{\text{еп.к}}}, \quad (3.5)$$

де $K_{\text{ксп}}$ – коефіцієнт конкурентоспроможності інноваційних транспортно-туристичних послуг за економічними параметрами;

$\Pi_{\text{еп.п}}$, $\Pi_{\text{еп.к}}$ – показники економічних параметрів інноваційних транспортно-туристичних послуг підприємства окремого виду транспорту та транспортного підприємства-конкурента.

Рівень конкурентоспроможності інноваційних транспортно-туристичних послуг визначається за формулою

$$K_k = \frac{K_{k_{\text{тех}}}}{K_{k_{\text{еп}}}}, \quad (3.6)$$

Якщо $K_k < 1$, то інноваційні транспортно-туристичні послуги більш конкурентоспроможні порівняно з послугами транспортних підприємств конкурентів; якщо $K_k > 1$, то інноваційні транспортно-туристичні послуги неконкурентоспроможні.

Доходи або виручка від реалізації інноваційних транспортно-туристичних послуг визначається множенням обсягу реалізації даних послуг на їхню вартість.

Прибуток від реалізації інноваційних транспортно-туристичних послуг $Pr_{i_{\text{ТП}}}$ розраховують так:

$$Pr_{i_{\text{ТП}}} = Vi_{\text{ТП}} - Ci_{\text{ТП}} - \text{ПП}, \quad (3.7)$$

де $Vi_{\text{ТП}}$ – виручка від реалізації інноваційних транспортно-туристичних послуг в i -му періоді, грн;

$Ci_{\text{ТП}}$ – собівартість інноваційних транспортно-туристичних послуг в i -му періоді, грн;

ПП – загальна сума податкових платежів і витрат з валового та інших видів прибутку транспортного підприємства, грн.

При визначенні інноваційного потенціалу підприємств транспорту по обслуговуванню туристів необхідно враховувати існуючий інвестиційний клімат.

Оскільки інноваційна діяльність нерозривно пов'язана з інвестиційною, впровадження інноваційно-оновлених транспортних та туристичних послуг потребує інвестиційної підтримки, диверсифікації джерел фінансування науково-технологічної діяльності підприємств транспорту та досягнення високого ступеня віддачі від вкладень капіталу в їхнє розроблення та впровадження.

Як було зазначено, впровадження інновацій потребує залучення відповідного обсягу інвестицій, найефективнішими з яких вважаються саме інвестиції, вкладені в інноваційні процеси та послуги. Виходячи з цього, підприємства транспорту по обслуговуванню туристів повинні здійснювати ефективну інноваційно-інвестиційну діяльність.

Щоб залучити інвесторів, слід розроблювати інвестиційні пропозиції разом з органами місцевого самоврядування та представниками бізнесових кіл, зацікавлених у розвитку туризму.

Інвестування інноваційної діяльності підприємств транспорту по обслуговуванню туристів повинно здійснюватися з такими принципами:

- диверсифікації джерел і механізмів фінансування залежно від етапів інноваційного процесу;
- приватно-публічного партнерства для фінансування інноваційної діяльності, а також недержавних джерел, основними з яких є кошти інших суб'єктів господарювання та населення, залучення коштів зарубіжних інвесторів на вигідних умовах;
- єдності критеріїв оцінювання інвестиційної привабливості інноваційних проектів у сфері транспортного обслуговування туристів;
- конкурсного підходу до інвестування інноваційної діяльності транспортних підприємств.

Інноваційні та інвестиційні процеси підприємств транспорту й туризму взаємозумовлені та взаємопов'язані і потребують розроблення відповідних структур управління ними.

3.4. Формування та функціонування механізму інноваційно-інвестиційної взаємодії підприємств туристичного транспорту

На сучасному етапі формування глобалізаційних та інтеграційних процесів, посилення конкуренції потребує переходу підприємств транспорту,

що обслуговують туристів, на інноваційно-інвестиційну модель розвитку. Одним з головних факторів, що гальмує цей процес, є відсутність відповідного механізму управління ним.

Інноваційно-інвестиційний потенціал управління реалізується шляхом налагодження комунікаційних каналів між керівництвом транспортних і туристичних підприємств, іншими бізнес-структурами, державними та місцевими органами влади, науковцями, міжнародними транспортно-туристичними організаціями тощо.

В управлінні інноваціями необхідно відійти від централізації управління та запровадити нові моделі економічного і координаційного менеджменту. Сутність, складові елементи, різновиди механізмів управління в своїх працях розглядали закордонні та вітчизняні вчені Г. Астапова [12], В. Афанасьєв [14], В. Бурков [25], М. Корж [73], А. Кульман [81], Р. Маннапов [95] та ін. З аналізу їхніх наукових праць можна зробити висновок, що більшість авторів досліджували управлінсько-економічні механізми в контексті проблем власних наукових досліджень в обмеженому колі питань. Між тим, досліджень щодо сутності та структури механізму управління інноваційно-інвестиційним розвитком підприємств транспорту по обслуговуванню туристів практично немає.

Недостатність теоретико-практичних засад сутності, складових елементів, необхідності формування цього механізму стримує формування конкурентоспроможного ринку транспортно-туристичних послуг, гальмує розроблення основних напрямків інноваційної політики, тим самим здійснює негативний вплив на розвиток підприємств туристичної індустрії.

Для осмислення понятійного апарату, визначення сфер взаємозв'язків і взаємозалежностей у рамках механізму управління зупинимося насамперед на основних теоретико-практичних положеннях економічної літератури, в якій відсутнє єдине визначення та тлумачення відповідних понять.

Так, французький вчений А. Кульман, вказуючи на існування величезної кількості механізмів, зазначав, що будь-який механізм являє собою систему елементів (цілей, функцій, методів, організаційної структури і суб'єктів) та об'єктів

управління, в якій відбувається цілеспрямоване перетворення впливу елементів на необхідний стан або реакцію об'єктів управління, що має вхідні посилки та результуючу реакцію [81].

Російські вчені В. М. Бурков, Д. О. Новіков та О. В. Щепкін під механізмом управління розуміють сукупність процедур прийняття управлінських рішень [25].

На думку В. Г. Афанасьєва, відпрацьований управлінський механізм є необхідною та важливою умовою ефективності управління [14].

Враховуючи вищезазначені тлумачення, розкриємо сутність механізму інноваційно-інвестиційного управління розвитком підприємств транспорту по обслуговуванню туристів як сукупності елементів, форм, методів, принципів, та інструментів управління, за допомогою яких досягається економічний розвиток та підвищення конкурентоспроможності підприємств різних видів транспорту під впливом впровадження прогресивних та якісно нових змін у системі перевезення туристів [151, 163, 177]. За своєю структурою цей механізм [151] є складним і багатокомпонентним формуванням (рис. 3.6).

Так, механізм створюється для забезпечення ефективного управління процесом переходу підприємств транспорту по обслуговуванню туристів на інноваційно-інвестиційну модель розвитку, є основним джерелом досягнення економічного піднесення на різних рівнях економічної системи управління.

В основу побудови механізму інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств туристичного транспорту покладено такі принципи:

- взаємоузгодженість – передбачає координацію діяльності, інноваційно-інвестиційного процесу транспортних і туристичних підприємств;
- адаптивність – здатність миттєво реагувати на зміни в зовнішньому та внутрішньому середовищі, враховуючи потреби туристів в оновленні транспортно-туристичних послуг;
- реалістичність – відповідність можливостям ресурсного, інноваційно-інвестиційного та фінансового потенціалу підприємств туристичного транспорту;

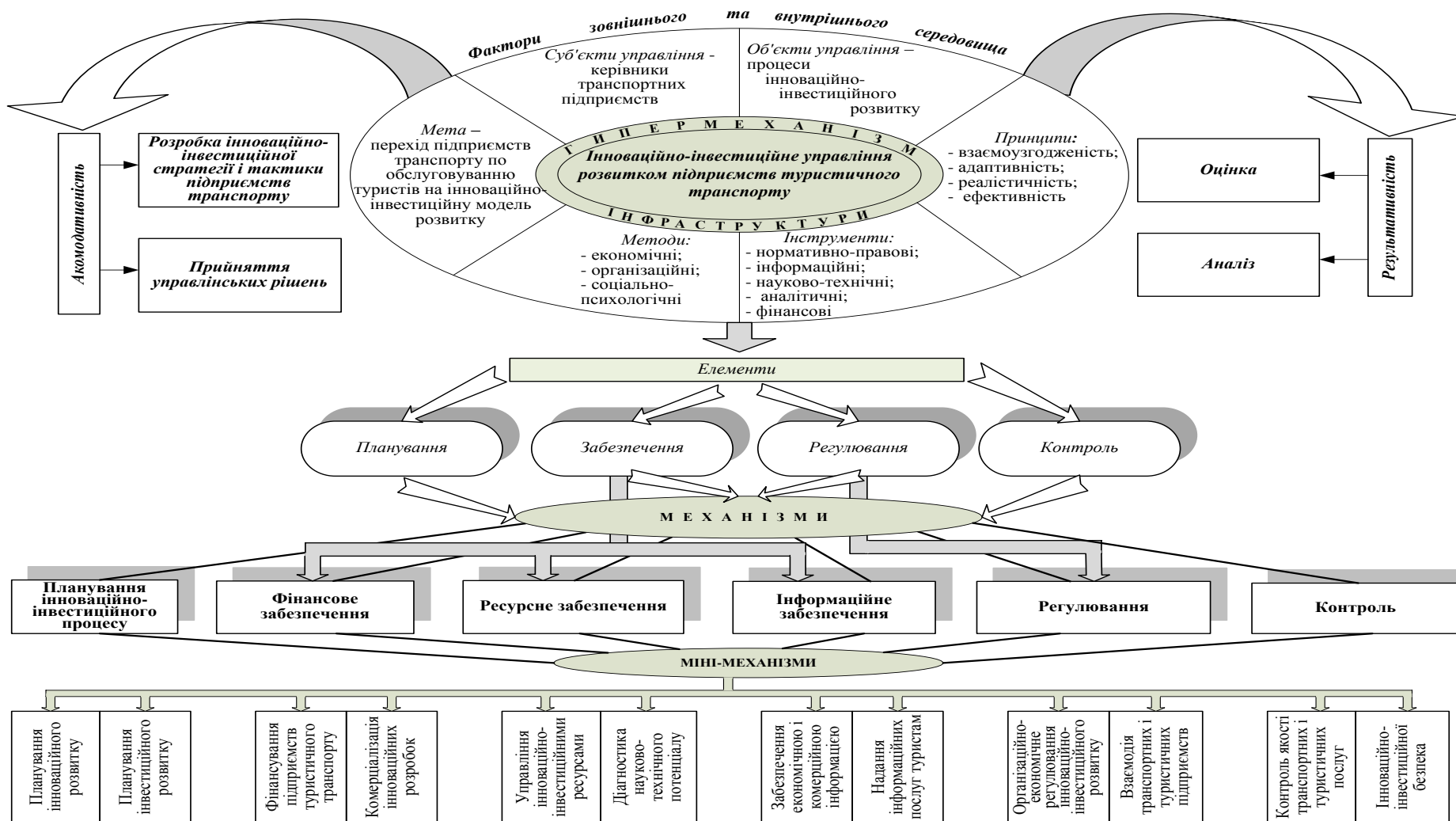


Рис. 3.6. Механізм інноваційно-інвестиційного управління розвитком підприємств транспортного з обслуговування туристів

- ефективність – можливість підприємств туристичного транспорту виробляти та реалізовувати транспортно-туристичні послуги, досягаючи максимальних кінцевих результатів при мінімумі витрат.

В основу формування механізму закладається клієнтоорієнтований підхід, який передбачає впровадження інновацій з урахуванням фінансових, матеріальних можливостей і соціальних, психологічних й культурних потреб туристів.

Предметом дослідження цього механізму є інноваційно-інвестиційний розвиток підприємств туристичного транспорту. Під розвитком зазвичай розуміють збільшення масштабів явищ, кількісне зростання економіки, збільшення складності системи або незворотно закономірну зміну матеріальних та ідеальних об'єктів.

Інноваційно-інвестиційний розвиток є основним джерелом досягнення економічного піднесення на макро-, мезо- і мікрорівнях соціально-економічної системи «транспорт–туризм». Структурними елементами механізму управління туристичного транспорту є планування, забезпечення, регулювання та контроль. Склад елементів механізму відрізняється за формою та змістом залежно від характеру їхньої взаємодії, впливу факторів зовнішнього й внутрішнього середовища. Наприклад, планування підприємств транспорту з обслуговування туристів за формою поділяється на стратегічне, поточне й оперативне, а за змістом – на планування процесу перевезень туристів, інноваційних транспортно-туристичних послуг, фінансово-економічних показників діяльності та ін.; усе це потребує розроблення відповідних механізмів планування інноваційно-інвестиційного розвитку. В процесі планування інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств туристичного транспорту враховуються вхідні та вихідні індикатори, які суттєво впливають на значення майбутніх показників.

Інноваційний процес на підприємствах туристичного транспорту, де впроваджуються нововведення, може мати різну структуру послідовності виконання робіт і складається з чотирьох основних стадій: зародження,

освоєння, дифузія та споживання інновацій [105]. Однак не завжди інновація призводить до переходу транспортно-туристичної послуги в новий, більш якісний стан, оскільки її впровадження може не дати очікуваного кінцевого економічного результату. Виходячи з цього, на кожній стадії планування інноваційно-інвестиційного процесу необхідно оцінювати економічну ефективність їх впровадження в практичну діяльність.

У сучасній економічній літературі немає єдиної системи показників оцінки планування ефективності інновацій на кожній з вищезазначених стадій. Враховуючи специфіку функціонування транспортних підприємств з обслуговування туристів [34, 145], наведемо систему планування показників економічної оцінки процесу управління інноваціями й інвестиціями (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Показники планування ефективності інноваційно-інвестиційного процесу підприємств транспорту по обслуговуванню туристів залежно від стадій

Стадії інноваційно-інвестиційного процесу			
Вхідні індикатори, що впливають на процес планування інновацій		Вихідні індикатори, які впливають на значення запланованих показників	
зародження	освоєння	дифузія	споживання
Частка інноваційно-активних транспортних підприємств по обслуговуванню туристів	Чисельність працюючих, задіяних у виконанні інноваційного проекту і продуктивність праці	Обсяг інвестицій у розвиток інноваційної інфраструктури туристичного транспорту регіону	Оцінка ефективності інновацій й інвестицій, термін окупності
Узагальнюючий показник здатності транспортного підприємства до впровадження інновацій в обслуговування туристів	Обсяг витрат на інноваційну діяльність транспортних підприємств у сумі їхніх загальних витрат, %	Оцінка якості інноваційної інфраструктури туристичного транспорту	Комерційна ефективність інноваційного проекту

Стадії інноваційно-інвестиційного процесу			
Вхідні індикатори, що впливають на процес планування інновацій		Вихідні індикатори, які впливають на значення запланованих показників	
зародження	освоєння	дифузія	споживання
Рівень конкуренції на ринку транспортно-туристичних послуг	Частка власних та спільних з турфірмами інноваційних проектів у загальній кількості, %	Коефіцієнт інноваційного ризику	Бюджетна ефективність інноваційного проекту
Якість транспортно-туристичних послуг, що надаються	Показники технічного стану транспортних засобів для перевезення туристів	Обсяг реалізованих інноваційних транспортно-туристичних послуг	Організаційна ефективність інноваційного проекту
Рівень фінансової участі держави, бізнес-структур у реалізації інноваційного проекту	Ступінь використання підприємствами різних видів транспорту інформаційних технологій процесу перевезення, бронювання білетів	Дохід і прибуток від реалізації інноваційних транспортно-туристичних послуг	Соціальна ефективність інновацій у транспортному обслуговуванні туристів
Індекс зростання доходів населення	Ступінь відповідності інноваційної транспортно-туристичної послуги вимогам споживачів	Рентабельність інноваційних транспортно-туристичних послуг	Екологічна ефективність інноваційного проекту

На стадії зародження визначається частка інноваційно-активних транспортних підприємств по обслуговуванню туристів як у загальній їхній кількості, так і в розрізі окремих видів транспорту. Реальні доходи населення

характеризують загальні показники економічного та соціального розвитку економіки.

Саме такий рівень зростання доходів населення свідчить про зміну купівельної спроможності споживачів і збільшення витрат на сферу послуг, однією зі складових якої є подорожі.

Виходячи з цього, транспортними підприємствами, що здійснюють обслуговування туристів, насамперед на етапі впровадження інновацій, аналізуються зміни реальних доходів населення, виділяються сегменти споживачів з високими й середніми доходами та частку коштів, що витрачаються на транспортні та туристичні послуги.

На стадії освоєння визначається передусім чисельність робітників, зайнятих на реалізації інноваційного проекту, рівень їхньої кваліфікації, показники продуктивності праці тощо.

Витрати на виконання інноваційних проектів у сфері транспортного обслуговування туристів складаються з витрат на розроблення, впровадження і реалізацію інноваційного проекту транспортного обслуговування туристів; на оплату праці; ресурси, що споживаються в транспортному виробництві, а також технічне обслуговування транспортних засобів.

Рівень фінансової участі держави, бізнес-структур тощо в реалізації інноваційного проекту визначається шляхом співвідношення обсягу коштів, що надаються для реалізації інноваційного проекту з державного, місцевих бюджетів, обсягу інвестицій або величини спонсорської допомоги суб'єктів господарювання до загального обсягу коштів, необхідних для впровадження інновацій на туристичному транспорті.

Технічний стан транспортних засобів для перевезення туристів визначається такими показниками: ступенем зношення транспортних засобів, технічною швидкістю й терміном корисної експлуатації.

Ступінь відповідності інноваційних транспортно-туристичних послуг вимогам споживачів оцінюється за допомогою проведення опитувань останніх і виявлення на підставі їх результатів незадоволених потреб.

На стадії дифузії інновацій визначається обсяг внутрішніх і зовнішніх інвестицій, необхідних для розвитку інноваційної транспортної інфраструктури, можливостей їх отримання. При цьому для розвитку інфраструктурних об'єктів, окрім самих інвестицій, необхідно застосовувати й такі форми фінансування, як державно-приватне партнерство, концесія та ін.

Для реалізації проектів удосконалення діяльності підприємств туристичного транспорту постає необхідність створення та розширення об'єктів інноваційної інфраструктури.

При реалізації інноваційних проектів можуть виникнути проблеми несприйняття споживачами нових транспортно-туристичних послуг. В результаті підприємства транспорту, що їх впроваджують, можуть отримати збитки, величина яких і є мірою інноваційного ризику.

Інноваційний ризик пов'язаний з іншими видами ризиків, що можуть виникнути в процесі впровадження нововведень на ринку транспортно-туристичних послуг. До основних ризиків, пов'язаних з інноваційним оновленням транспортного обслуговування туристів, належать фінансові, комерційні, технічні, технологічні, маркетингові.

Врахувати всі фактори, що можуть призвести до виникнення того чи іншого виду ризику, практично неможливо, але зменшити вірогідність їх настання можна, розширивши систему страхування та здійснивши попередні розрахунки доходів і прибутку від реалізації інноваційних транспортно-туристичних послуг, які може отримати підприємство туристичного транспорту.

Підвищити конкурентоспроможність підприємств різних видів транспорту за рахунок впровадження ними інновацій можливо тільки шляхом формування ефективного механізму фінансового забезпечення, який, у свою чергу, складається з фінансового механізму та механізму комерціалізації інноваційних розробок.

Фінансовий механізм являє собою систему управління рухом фінансових ресурсів, що акумулюються в фондах грошових коштів, та фінансовими

відносинами з метою оптимізації їхнього впливу на кінцевий результат інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств туристичного транспорту.

На сьогодні в науковій та економічній літературі немає чіткого визначення «фінансовий механізм», а підходи до його трактування залежать від рівня, на якому він функціонує, держава, суб'єкти господарювання тощо.

У проведеному нами дослідженні під фінансовим механізмом розуміється сукупність підсистем, методів, економічних інструментів і важелів впливу на інноваційно-інвестиційний розвиток підприємств з транспортного обслуговування туристів. Структуру цього механізму наведено на рис. 3.7.

Основними підсистемами цього механізму є фінансове, нормативно-правове забезпечення інноваційно-інвестиційної діяльності та її фінансове регулювання. Фінансове забезпечення полягає у виділенні певної величини фінансових ресурсів на впровадження та реалізацію інноваційних проектів у транспортному обслуговуванні туристів з різних джерел.

Розвиток інноваційної діяльності потребує значних інвестиційних коштів для вирішення питань інтелектуальної власності.

Для врегулювання складної системи економічних, комерційних, інформаційних, комунікаційних і функціональних зв'язків необхідно створити або вдосконалити існуючу законодавчо-нормативну базу.

Фінансове регулювання поділяється на державне, ринково-економічне та саморегулювання діяльності підприємств різних видів транспорту, що займаються обслуговуванням туристів.

Державне регулювання передбачає встановлення рівня, об'єкта й ставок оподаткування, норм і методів амортизації, цін на паливно-енергетичні ресурси, що споживаються в процесі перевезення туристів, витрат на технічне оновлення та модернізацію підприємств транспорту, порядку ліцензування, регулювання цін і тарифів, надання пільг окремим категоріям пасажирів.

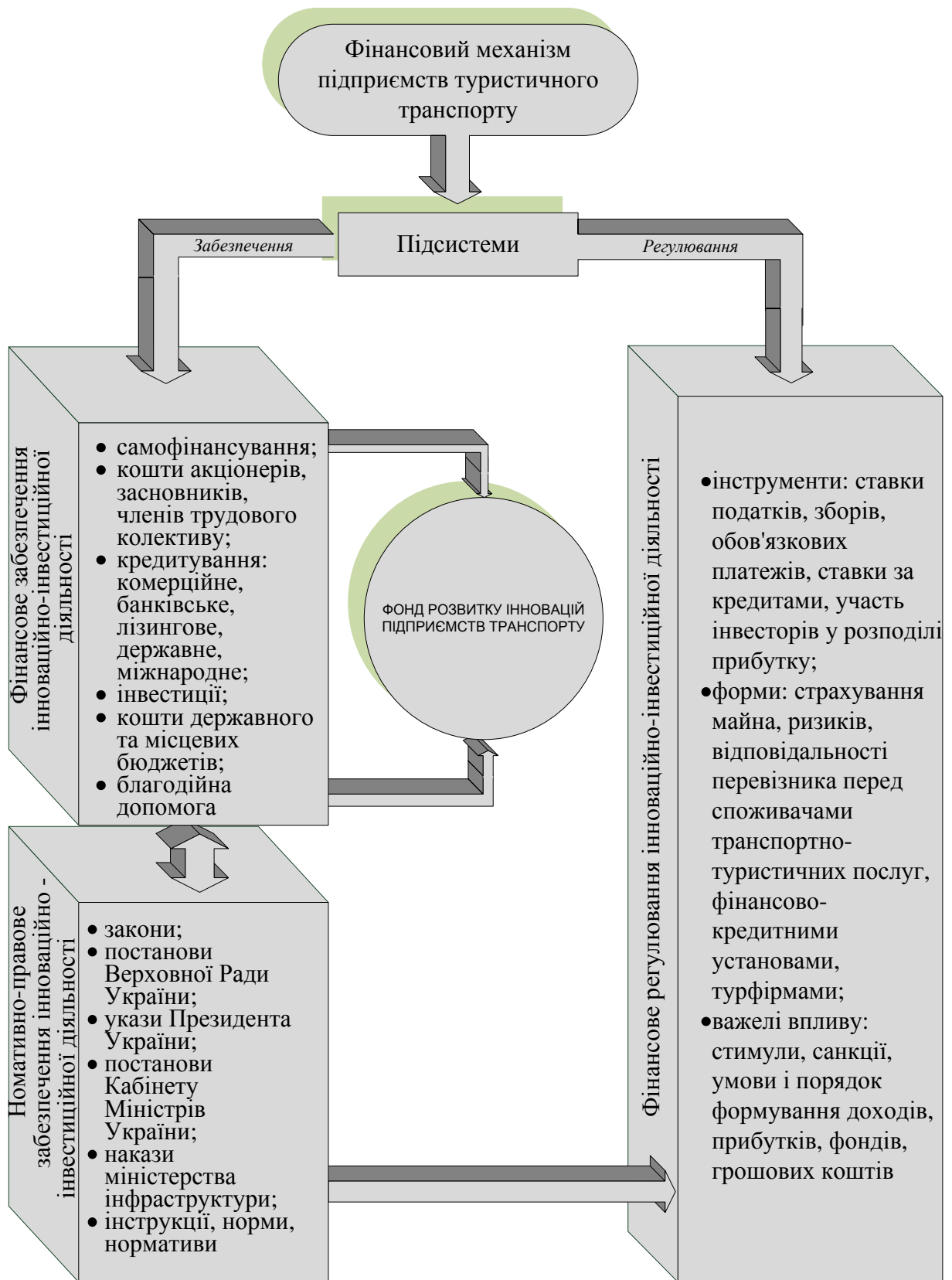


Рис. 3.7. Структура фінансового механізму підприємств транспорту з обслуговування туристів

Ринково-економічне регулювання ґрунтується на організаційно-правових відносинах, що складаються між суб'єктами транспортної та туристичної діяльності. Головним інструментом при цьому є ціна транспортно-туристичної послуги, яка встановлюється за згодою сторін – покупця та продавця.

Однак сучасні ринкові економічні регулятори не в змозі протидіяти монополістичним тенденціям на ринку транспортно-туристичних послуг, і без втручання держави не дають можливості забезпечити розвиток добросовісної й відкритої конкуренції між перевізниками.

Зазначене вище дає підстави стверджувати, що на основі державного та ринково-економічного регулювання підприємств транспорту застосовуються механізми саморегулювання, що включають збалансування доходів, витрат, результатів діяльності, обсяги транспортних послуг, які дають змогу забезпечити режим ефективного функціонування підприємств транспорту, а також одержання ними максимального прибутку.

Важливою складовою механізму фінансування діяльності підприємств туристичного транспорту є комерціалізація власних інноваційних розробок.

Питання комерційної реалізації інноваційних транспортно-туристичних послуг в умовах сьогодення залишаються поза увагою дослідників і розробників. Загострення конкурентної боротьби на ринку транспортно-туристичних послуг потребує від підприємств транспорту розроблення та впровадження інновацій у сферу вдосконалення транспортного процесу або транспортних засобів. Отримати максимальний ефект від їх використання можливо шляхом комерціалізації. При цьому комерційна вигода може бути отримана завдяки забезпеченню використання інтелектуальної власності та продажу власних інноваційних розробок.

Вирішення таких питань можливе завдяки створенню в складі підприємств різних видів транспорту по обслуговуванню туристів спеціалізованого підрозділу, до основних функцій якого належить організація процесу реалізації інноваційних транспортно-туристичних послуг іншим підприємствам. Доходи, отримані від комерціалізації інноваційних

продуктів, будуть акумулюватися в фонді розвитку інновацій таких підприємств. Якщо у підприємств транспорту немає можливості самостійно займатися процесом реалізації власних інноваційних розробок, то вони можуть скористатися послугами посередників.

Досліджуючи механізм ресурсного забезпечення, треба зазначити, що його структура складається з декількох міні-механізмів: перший – управління інноваційно-інвестиційними ресурсами, а другий – оцінювання існуючого науково-технічного потенціалу підприємств туристичного транспорту.

Мінімеханізм управління інноваційно-інвестиційними ресурсами включає:

- управління ресурсами, необхідними для створення та впровадження інноваційних транспортно-туристичних послуг;
- управління персоналом транспортних підприємств, спрямоване на орієнтацію персоналу на сучасні ноу-хау в сфері транспортного обслуговування туристів, стимулювання ефективного впровадження та реалізацію інноваційних ідей;
- управління інвестиційними ресурсами, необхідними для впровадження інновацій, спрямоване на об'єднання зусиль транспортних і туристичних фірм, а також місцевої влади в пошуку інвесторів та надання останнім різного роду преференцій;
- управління інноваціями передбачає рекламно-агітаційну діяльність інноваційних продуктів, що пропонуються туристам, стимулювання, координацію та контроль інноваційного процесу, реалізацію транспортно-туристичних проектів, комерціалізацію власних інноваційних розробок;
- управління ризиками, пов'язаними з інноваціями в транспортному обслуговуванні туристів, включає формування системи страхування та створення резервів на випадок отримання збитків від впровадження інновацій підприємствами транспорту або виникнення ризиків у туристів, що користуються новими

транспортно-туристичним послугами.

Складові елементи другого міні-механізму характеризують можливість нарощування науково-технічного потенціалу підприємств туристичного транспорту. До складу потенціалу належать наявні висококваліфіковані кадри, ресурси, накопичення знань і сфера їх застосування, можливість впровадження досягнень науково-технічного прогресу в транспортну діяльність, масштаби використання інновацій у процесі перевезення туристів, а також швидкість реалізації розроблених інноваційних продуктів на ринку транспортно-туристичних послуг. Для діагностики науково-технічного потенціалу рекомендується застосовувати методи експертних оцінок.

В умовах постійної зміни зовнішнього середовища, розвитку науково-технічного прогресу тощо зростає необхідність підприємств туристичного транспорту в отриманні своєчасної, повної та якісної економічної й комерційної інформації, яка відіграє роль елемента, що пронизує та пов'язує всі складові процесу перевезення туристів різними видами транспорту.

Для інформаційного забезпечення підприємств транспорту необхідно визначати мету його отримання, вид інформаційних масивів, обсяг інформаційного запиту, джерела та можливості застосування.

При цьому інформація, яку мають отримувати підприємства транспорту і туризму, може бути таких видів:

- зовнішня – інформація про загальноекономічні, політичні, соціально-демографічні, технологічні тенденції; зміни в міжнародному і національному законодавстві, що регулюють діяльність транспортних і туристичних підприємств, стан ринку транспортно-туристичних послуг; дії конкурентів; зміни цін на ресурси, що споживаються в транспортному процесі тощо;
- внутрішня – характеризує основні аспекти фінансово-економічної діяльності та пріоритетні напрями розвитку конкретного транспортного підприємства.

Розвиток системи інформаційного забезпечення потребує ширшого впровадження інформаційно-пошукових систем, бронювання і резервування білетів, розширення меж інформаційної співпраці підприємств транспорту та туризму з іншими економічними агентами.

Таким чином, розроблений механізм інноваційно-інвестиційного управління розвитком підприємств транспорту по обслуговуванню туристів включає сукупність форм, методів, принципів і організаційно-економічних інструментів управління, за допомогою яких досягається підвищення конкурентоспроможності на ринку транспортно-туристичних послуг.

Розділ 4

МЕТОДОЛОГІЧНА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ВЗАЄМОДІЇ СУБ'ЄКТІВ ТРАНСПОРТНОГО ТА ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

4.1. Розроблення й обґрунтування вартісно-часової моделі надання транспортних послуг туристам

У сучасних умовах ефективність діяльності туристичного транспорту знижується через подорожчання всіх видів ресурсів, що споживаються в перевізному процесі, фізичного зношення транспортних засобів та відповідного збільшення транспортної складової у вартості турпродукту. Це потребує удосконалення організаційно-економічного механізму планування розвитку транспортного обслуговування туристів з урахуванням фактора часу, який нерозривно пов'язаний з простором. Фактор часу знаходить відображення у виборі туристом транспортного засобу, показниках мобільності, швидкості та безпеки здійснення процесу перевезень, а також впливає на розмір транспортної складової у вартості турпродукту.

Саме вартість послуг перевезення є одним з найважливіших чинників, що формує як прийняття рішення туристом щодо подорожування, так і кінцеві результати роботи підприємств туристичного транспорту.

Знаходження оптимального співвідношення витрат коштів і часу на здійснення процесу перевезень дає змогу підвищити ефективність роботи підприємств туристичного транспорту та ступінь задоволення потреб у доставці туристів до кінцевого пункту спрямування.

Питання прискорення доставки вантажів і пасажирів в розрізі різних видів транспорту досліджені в працях Н. Богомолової [22], І. Тарського [182] та інших науковців.

Недостатність наукового розроблення питань впливу часу транспортного обслуговування туристів на його вартість, одержані доходи й понесенні витрати

при здійсненні цих процесів зумовлюють потребу в проведенні подальших наукових досліджень економічної ефективності інноваційно-інвестиційної взаємодії між підприємствами транспортної і туристичної сфери.

Транспортне обслуговування туристів є невід'ємною складовою подорожування. Найважливішими чинниками, що впливають на вибір транспортно-туристичних послуг, є вартість, час їх надання, рівень комфорту та безпеки туристів у дорозі. На рішення туристів впливають переважно не абсолютне значення вартості послуг з транспортного обслуговування, а їхня частка в загальних затратах на формування кінцевого туристичного продукту. Підвищення рівня комфорту, використання швидкісних видів транспорту збільшують вартість транспортно-туристичних послуг, що в подальшому призводить до зміни транспортного засобу за бажанням туристів або відмови від здійснення подорожі взагалі.

Доходи підприємств туристичного транспорту пропорційні кількості наданих послуг по перевезенню туристів. Для оцінювання та контролю за співвідношенням витрат коштів і часу на здійснення транспортно-туристичних послуг пропонується використовувати такі показники:

а) коефіцієнт використання часу i -тої складової туристичної подорожі $K_{ч_i}$, що показує частку окремих складових у її загальній тривалості, розраховується за формулою

$$K_{ч_i} = \frac{Ч_{п_i}}{\sum_{i=1}^k Ч_{п_i}}, \quad (4.1)$$

де $Ч_{п_i}$ – час надання i -тої складової туристичної послуги;

k – загальна кількість складових туристичної подорожі;

б) середньозважене значення коефіцієнта використання часу туристичної подорожі $\overline{K_{вч}}$ дорівнює

$$\overline{K_{вч}} = \frac{1}{k} \sum_{i=1}^k K_{вч_i}, \quad (4.2)$$

де $K_{вч_i}$ – коефіцієнт використання i -ої складової туристичної подорожі;

в) коефіцієнт використання часу подорожі на перевезення $K_{чп}$, який показує питому вагу часу надання транспортних послуг туристам у загальній тривалості подорожі і розраховується за формулою

$$K_{чп} = \frac{Ч_{тр}}{Ч_{под}}, \quad (4.3)$$

де $Ч_{тр}$ – час надання транспортних послуг під час туристичної подорожі;

$Ч_{под}$ – час туристичної подорожі;

$$Ч_{тр} = \sum_{i=1}^n Ч_{тр_i}, \quad (4.4)$$

$$Ч_{под} = \sum_{i=1}^n Ч_{тр_i} + \sum_{i=1}^m Ч_{пп_i}, \quad (4.5)$$

де $Ч_{тр_i}$ – час надання i -тої транспортної послуги під час туристичної подорожі;

$Ч_{пп_i}$ – час надання i -тої послуги перебування, не пов'язаної з транспортом;

n – кількість транспортних послуг, що надаються під час подорожі;

m – загальна кількість послуг перебування.

Як було зазначено, в транспортному обслуговуванні туристів важливо враховувати час. У зв'язку з цим побудуємо вартісно-часову модель надання транспортних послуг туристам, щоб наочно показати відповідність витрат коштів – часу отримання транспортної послуги [162].

Специфічною ознакою туристичної послуги також є те, що надається вона від початку звернення споживача до туристичної фірми й до завершення подорожі. Визначається питома вага часу транспортної складової туристичної послуги в загальній тривалості подорожі; відповідні питомі витрати порівнюються з іншими витратами часу. Оптимальним варіантом розподілу транспортних та інших витрат за часом та за витратами коштів буде їхня

збалансованість, яка полягає у зіставленні їхньої частки з урахуванням мети подорожі.

На рис. 4.1 наведено вартісно-часову модель надання транспортних послуг туристам [162]. Для її побудови використано показники діяльності ПрАТ «Чернігівтурист», що займається автотранспортним обслуговуванням туристів власним транспортом та організацією магістральних перевезень авіаційним, залізничним і водним транспортом.

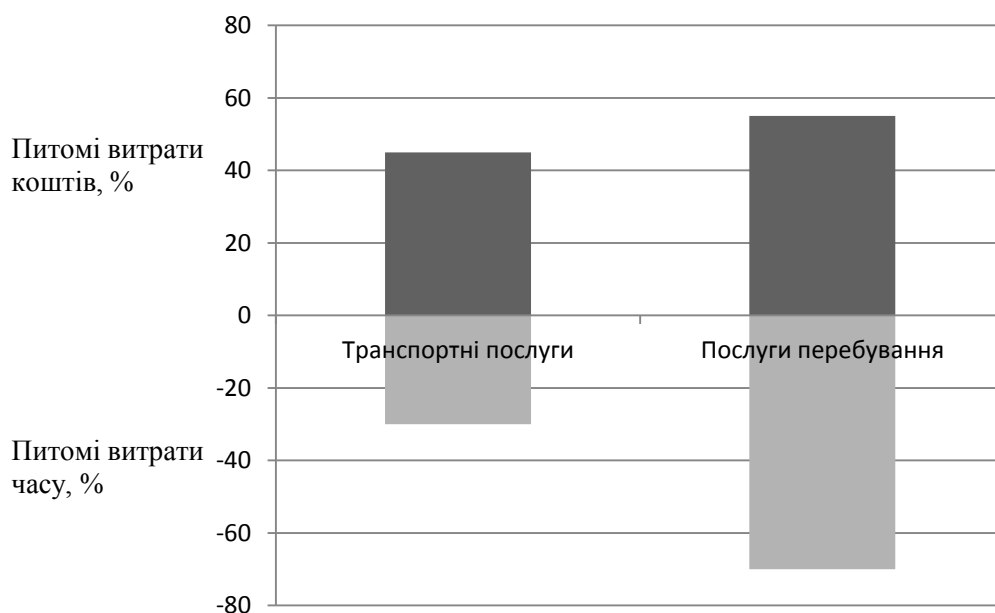


Рис. 4.1. Вартісно-часова діаграма транспортного обслуговування туристів

Як видно з рис. 4.1, має місце дисбаланс транспортних послуг: питомі витрати коштів туристів на перевезення значно перевищують питомі витрати часу.

Для зміни ситуації необхідно зменшити вартість транспортних послуг, що надаються туристам, за рахунок оптимізації часу подорожі.

Підприємство, що аналізується, може використовувати одну з нижченаведених комбінацій поєднання транспортних і туристичних послуг (табл. 4.1).

Методичні підходи до збалансування транспортних і туристичних послуг [162] наведені на рис. 4.2.

Види комбінацій поєднання транспортних і туристичних послуг

Варіанти	Комбінації	
	Опис	Оптимізація
$Ч_{тр} \approx Ч_{пп}$	Час транспортного обслуговування приблизно дорівнює часу послуг перебування, що є складовою туристичної послуги. Має місце при нетривалих подорожуваннях, турах «вихідного дня», екскурсійних поїздках на дальні відстані (вночі їдемо, вдень – екскурсія, вночі – додому) та ін.	Оптимізація транспортних і туристичних маршрутів, розкладу руху транспортних засобів, надання додаткових послуг у дорозі за бажанням туристів
$Ч_{тр} < Ч_{пп}$	Час транспортного обслуговування менший від часу послуг перебування. Буває при здійсненні тривалого відпочинку, поїздок у відпустці, відпочинку за путівками на стандартний термін 12 або 24 днів тощо	Зменшення часу між моментами виникнення потреби туристів у транспортних послугах і можливого їх задоволення, що призводить до скорочення тривалості транспортного процесу і позитивно впливає на доступність транспорту в часі, тобто ритмічність, регулярність, надійність і точність
$Ч_{тр} > Ч_{пп}$	Час транспортного обслуговування більший від часу послуг перебування. Найчастіше буває при туристичних поїздках на значну відстань з метою короткочасного відвідування визначних місць, наприклад, паломництво, шоп-тури і т.п.	Взаємодія всіх властивостей, що характеризують якість транспортної послуги, її оцінку у вартісному вираженні. Зіставлення транспортних послуг, що надаються різними видами транспорту, за вартістю, а також супутніми витратами, які може понести турист

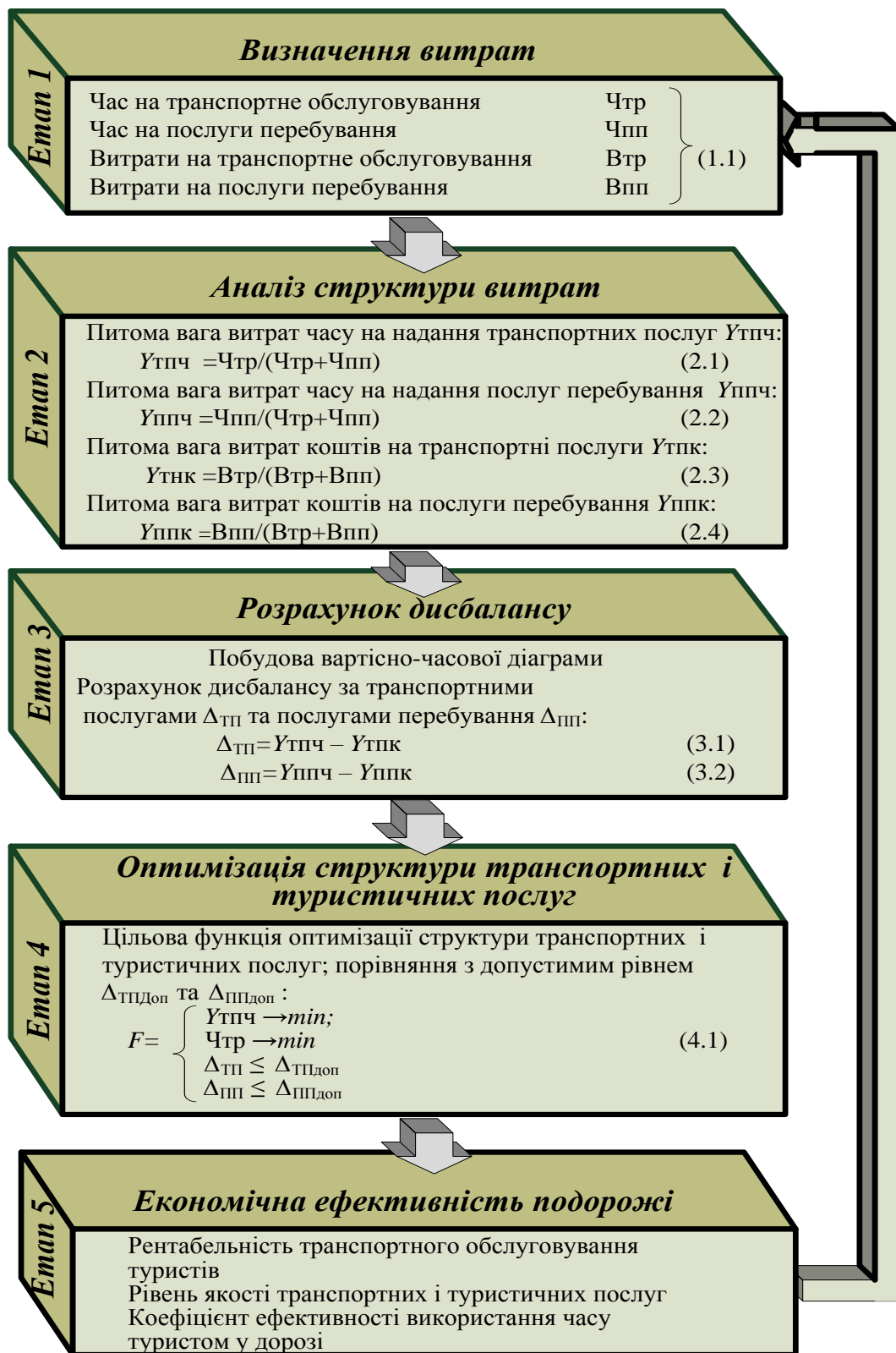


Рис. 4.2. Оцінювання ефективності збалансування транспортних та туристичних послуг

Відхилення від балансу в той чи інший бік негативно позначатиметься на діяльності транспортного підприємства. У випадку, якщо питома вага часу перевищуватиме частку витрат, то має місце недоотримання можливого доходу і, як наслідок – прибутку.

Це означає, що туристи готові заплатити більше від установленної вартості, наприклад, за підвищення рівня комфорту в дорозі. Можливими діями підприємств можуть бути як скорочення часу перевезення, так і надання додаткових послуг.

Рішення щодо скорочення часу перевезення може бути допустиме тільки в тих випадках, якщо це не призведе до суттєвого подорожчання транспортної послуги, наприклад, за рахунок організаційно-технічних заходів, таких як оптимізація розкладу руху, скорочення простоїв транспорту та ін.

При перевищенні частки витрат коштів над часом турист сплачує більше, ніж очікує, що викликає його незадоволення і відмову від такої послуги.

Витрати часу на транспортне обслуговування туристів і вартість транспортно-туристичних послуг є одними з важливих факторів, що впливають на процес вибору туристом певного виду транспорту для переміщення до місця відпочинку.

Розроблення вартісно-часової моделі транспортного обслуговування туристів дає змогу оцінити вплив часових і вартісних факторів таких послуг на доходи й витрати підприємств туристичного транспорту; провести вартісно-часовий аналіз подорожі, щоб наочно показати відповідність витрат, які здійснює турист, часу отримання певної послуги; знайти оптимальні комбінації поєднання транспортних і туристичних послуг.

4.2. Показники оцінки економічної доцільності взаємодії підприємств транспорту та туристичної сфери

Визначенню ефективності інноваційно-інвестиційної взаємодії підприємств туристичної індустрії передують декілька етапів:

- 1) моніторинг можливості взаємодії;
- 2) визначення мети взаємодії;
- 3) класифікація видів взаємодії;
- 4) розроблення підходів до визначення ефективності взаємодії;
- 5) встановлення критеріїв ефективності взаємодії;
- 6) оцінювання ефективності взаємодії.

На першому етапі проводиться моніторинг можливості взаємодії між транспортними і туристичними підприємствами, який включає три основні стадії: законодавчо-нормативну, технологічну й узагальнювальну.

Оскільки задоволення потреб споживача є головною метою підприємства, то критерії ефективності роботи повинні враховувати й ці потреби. Особливістю послуг, що надаються туристам, є суто суб'єктивний характер оцінювання їхньої якості.

Транспортне обслуговування туристів характеризується показниками, що пов'язані з комфортом та часом, при цьому на оцінку якості їх надання більше впливає відсутність негативних вражень, ніж наявність позитивних. Якщо комфорт перевезення залежить від підприємств транспорту, то складові транспортного обслуговування, пов'язані з часом, залежать від взаємодії цих підприємств із іншими. При цьому опитування туристів показує, що, незважаючи на суб'єктивний характер оцінювання туристами наданих послуг, час перевезення вважається об'єктивним чинником, який на загальну оцінку транспортного обслуговування практично не впливає. А ось час очікування надання послуг здебільше сприймається негативно як недолік в організації процесу перевезення, який пов'язаний із взаємодією з іншими підприємствами.

Як приклад, опитування групи туристів про визначення найбільш негативної події під час відпочинку показує, що таким був час очікування транспортного засобу близько 7 год., оскільки готельний номер необхідно було звільнити (звісно, з усіма речами) о 12 год. ранку, а посадка в транспортний засіб була запланована на 19 год. вечора. Туристам довелося взимку самотійно вирішувати питання з харчуванням і перебуванням у теплі, не кажучи вже про розваги. Особливо скрутно почували себе в цій ситуації туристи з неповнолітніми дітьми. До речі, ця ситуація мала місце на одному з найкращих українських гірсько-лижних курортів.

Більшість туристів вважали, що причиною виникнення такої ситуації були недоліки у взаємодії транспортних і туристичних підприємств.

Подібні ситуації часто мають місце і при здійсненні комбінованих перевезень туристів різними видами транспорту. Організацію та взаємоузгодженість складових таких послуг бере на себе турфірма.

З урахуванням вищенаведеного для оцінювання ефективності взаємодії транспортних і туристичних підприємств пропонується використовувати коефіцієнти [167], що враховують час очікування транспорту:

1) коефіцієнт взаємодії різних видів транспорту K_{B3i}

$$K_{B3i} = \frac{\text{Чоч.пр}_i}{|\text{Чоч}_i + \text{Чзап}_{i-1} - \text{Чоч.пр}_i|}, \quad (4.6)$$

де Чоч_i – час очікування туристом відправки i -м видом транспорту;

Чзап_{i-1} – час запізнення попереднього транспортного засобу в ланцюгу процесу перевезень;

Чоч.пр_i – припустимий час очікування туристом відправки i -м видом транспорту;

2) загальний коефіцієнт взаємодії (K_{B3}^{Σ})

$$K_{B3}^{\Sigma} = \frac{\sum_{i=1}^n \text{Чоч.пр}_i}{\sum_{i=1}^n |\text{Чоч}_i + \text{Чзап}_{i-1} - \text{Чоч.пр}_i|}, \quad (4.7)$$

де n – кількість видів транспорту, задіяного в перевезенні туриста;

3) середній коефіцієнт взаємодії K_{B3}^C

$$K_{B3}^C = \frac{\sum_{i=1}^n \frac{\text{Чоч.пр}_i}{|\text{Чоч}_i + \text{Чзап}_{i-1} - \text{Чоч.пр}_i|}}{n}, \quad (4.8)$$

4) інтегральний коефіцієнт взаємодії (K_{B3}^{INT})

$$K_{B3}^{\text{INT}} = \sum_{i=1}^n K_{\text{ваг}}^{\text{ТР}} \frac{\text{Чоч.пр}_i}{|\text{Чоч}_i + \text{Чзап}_{i-1} - \text{Чоч.пр}_i|}, \quad (4.9)$$

де $K_{\text{ваг}}^{\text{ТР}}$ – коефіцієнт вагомості суб'єктивної оцінки очікування відправлення різними видами транспорту.

Інтегральний коефіцієнт враховує нерівнозначність різних видів транспорту щодо вимушеного очікування туристами.

Коефіцієнт взаємодії для кожного виду транспорту показує, скільки часу туристи очікують відправлення – окремо по відношенню до часу, який турист планував очікувати відправлення. Як правило, туристи завчасно прибувають до пункту відправлення, щоб не запізнитися на транспортний засіб. Час очікування дорівнює часу, за який подається транспортний засіб до моменту відправлення. При цьому у випадках, коли туристи прибувають до пункту відправлення за менший, чим допустимий час очікування, вони хвилюються, щоб не запізнитися; в цих переживаннях звинувачують найчастіше перевізника, задіяного в доставці до пункту відправлення, що негативно сприймається та знижує позитивні враження від подорожі.

Загальний коефіцієнт взаємодії показує, наскільки реальний час очікування туристом відправлення відрізняється від запланованого під час здійснення всієї подорожі з використанням усіх задіяних видів транспорту.

Середній коефіцієнт взаємодії відображає середнє значення відхилення часу очікування туристами від запланованого по кожному виду транспорту. За цим коефіцієнтом порівнюють коефіцієнти взаємодії для кожного виду

транспорту із середніми значеннями, що показує рівень взаємодії транспортних підприємств із туристичними фірмами. Чим ближчі наведені коефіцієнти до 1, тим краще організовано процес перевезення.

Оскільки така оцінка туристами зайвих витрат часу суб'єктивна, то встановлюється таке відхилення по-різному для кожного виду транспорту, підсвідомо розуміючи об'єктивні фактори, що можуть призводити до затримки. Так, опитування туристів показали, що більш негативно сприймається 20 % відхилення від допустимого часу очікування автомобільного транспорту, ніж 30 % відхилення очікування відправки авіатранспортом, розуміючи складність організації авіаційних перевезень порівняно з автомобільними.

Для врахування неоднакового ставлення до затримок перевезень туристів різними видами транспорту пропонуємо використовувати інтегральний коефіцієнт взаємодії, де буде враховуватися коефіцієнт вагомості з різних видів транспорту.

Коефіцієнт вагомості $K_{ваг}_i^{тр}$ є протилежною величиною коефіцієнта оцінювання об'єктивних факторів $K_{оф}_j$, що враховує ступінь сприйняття туристом складності організації перевезення:

$$K_{ваг}_i^{тр} = \frac{1 - K_{оф}_j}{m}, \quad (4.10)$$

де $K_{оф}_j$ – коефіцієнт оцінювання об'єктивних факторів, що характеризує ступінь сприйняття туристами складності організації перевезення;

m – кількість перевезень одним видом транспорту.

При здійсненні комбінованих перевезень туристів негативні враження від подорожі справляють не тільки запізнення транспортного засобу в пункт призначення, а й прибуття раніше від запланованого терміну, що також збільшує час очікування появи наступної транспортно-туристичної послуги. Значення коефіцієнта $K_{оф}_j$ за видами транспорту наведено в табл. 4.2.

Проведемо розрахунок наведених коефіцієнтів для туристичної подорожі, наприклад, Чернігів (Україна) – Хургада (Єгипет), що пропонується

туристичною фірмою «Чернігівське міське бюро подорожей та екскурсій», яка входить до складу ПрАТ «Чернігівтурист».

Таблиця 4.2

Матриця коефіцієнтів Коф_j при комбінованих перевезеннях

Схеми перевезень	Значення коефіцієнту за видами транспорту			
	Авіаційний	Автомобільний	Залізничний	Річковий
Автомобільний – залізничний – авіаційний – річковий	0,4	0,15	0,3	0,15
Автомобільний – залізничний – авіаційний	0,5	0,2	0,3	–
Автомобільний – залізничний	–	0,4	0,6	–
Автомобільний – авіаційний	0,8	0,2	–	–
Залізничний – авіаційний	0,7	–	0,3	–
Автомобільний – річковий	–	0,5	–	0,5

Згідно з умов, туристи повинні самостійно прибути до аеропорту «Бориспіль». Виліт призначено на 4 год. ранку, час на реєстрацію (допустимий час очікування): максимальний – 2,5 год., мінімальний – 1 год. Виходячи з цього, турист повинен прибути в аеропорт приблизно о 2 год. ночі. В такий час прямим сполученням «Чернігів – Бориспіль» дістатися можливо тільки власним транспортом або на таксі, що досить дорого й небезпечно. Найкращий варіант для більшості туристів такий: маршрутне таксі до ст. метро «Лісова», метро до ст. метро «Вокзальна», автобус до аеропорту «Бориспіль».

За контрольними замірами часу очікування на цьому маршруті виконують такі розрахунки:

1. Коефіцієнт взаємодії для автомобільного транспорту за формулою (4.6):

$$K_{B3_i} = \frac{0,15}{|0,4 + 0,15 - 0,15|} = 0,37$$

2. Коефіцієнт взаємодії для авіаційного транспорту за формулою (4.6):

$$K_{B3_i} = \frac{1}{|2 + 0,2 - 1|} = 0,83$$

3. Загальний коефіцієнт взаємодії за формулою (4.7):

$$K_{B3}^{\Sigma} = \frac{0,15 + 1}{|0,4 + 0,15 - 0,15| + |2 + 0,2 - 1|} = 0,71$$

4. Середній коефіцієнт взаємодії за формулою (4.8):

$$K_{B3}^C = \frac{\frac{0,15}{|0,4 + 0,15 - 0,15|} + \frac{1}{|2 + 0,2 - 1|}}{2} = 0,6$$

5. Інтегральний коефіцієнт взаємодії за формулою (4.9):

$$K_{B3}^{int} = 0,8 \frac{0,15}{|0,4 + 0,15 - 0,15|} + 0,2 \frac{1}{|2 + 0,2 - 1|} = 0,46$$

Як уже зазначалося, інтегральний коефіцієнт взаємодії повинен наближуватися до одиниці, тоді його значення буде високим. У нашому випадку інтегральний коефіцієнт взаємодії автомобільного і авіаційного транспорту при здійсненні обслуговування туристів дорівнює 0,46. Це досить низький показник: і він свідчить про наявність проблем у процесі здійснення комбінованих перевезень туристів.

Взаємодія підприємств туристичної індустрії відбувається в певних формах, що мають зовнішнє вираження сумісної діяльності транспортних і туристичних підприємств. Дослідити всі аспекти взаємодії можливо тільки на підставі чіткого визначення варіантів, зв'язків і контактів, що виникають між

вищезазначеними підприємствами на основі застосування положень теорії нечітких множин.

Прийняття рішень у системах керування діяльністю підприємств транспорту та туризму здійснюється в умовах невизначеності, зумовленої неточністю або неповнотою вхідних даних, стохастичною природою зовнішніх впливів, відсутністю адекватної математичної моделі функціонування, нечіткістю мети, людськими факторами та ін. Невизначеність системи призводить до зростання ризиків від прийняття неефективних рішень, результатом чого можуть бути негативні економічні, соціальні та технічні наслідки.

Невизначеності в системах прийняття рішень компенсуються за допомогою різноманітних методів штучного інтелекту. Для ефективного прийняття рішень при невизначеності умов функціонування системи застосовуються положення теорії «нечітких множин» з використанням лінгвістичних величин для опису стратегій прийняття рішень.

Така теорія дає можливість застосувати для прийняття рішень неточні та суб'єктивні експертні знання про предметну сферу без формалізації їх у вигляді традиційних математичних моделей.

Теоретико-методологічні засади теорії нечітких множин досліджували в своїх працях Р. Беллман [19], О. Борисов [24], А. Кофман [76], М. Сявавко [181] та багато інших науковців і дослідників.

З використанням теорії нечітких множин вирішуються питання узгодження суперечливих критеріїв прийняття рішень, створення логічних регуляторів систем тощо. Нечіткі множини дають змогу застосовувати лінгвістичний опис складних процесів, встановлювати нечіткі відношення між поняттями, прогнозувати поведінку системи взаємодії транспортних і туристичних підприємств, формувати множину їхніх сумісних альтернативних дій, виконувати формальний опис нечітких правил прийняття рішень.

Нехай $X \subset R$ – простір значень вхідних параметрів цієї системи. Тоді нечітка або розмита множина (*fuzzy set*) A визначається на носії X у вигляді сукупності впорядкованих пар $(x, \mu_A(x))$:

$$A = \{ x, \mu_A(x) \mid x \in X, 0 \leq \mu_A(x) \leq 1 \}, \quad (4.11)$$

де $\mu_A(x)$ – функція належності кожного x у множині A .

Для дискретного носія нечітка множина позначається у вигляді:

$$A = \{ x_1/\mu_A(x_1), x_2/\mu_A(x_2), x_3/\mu_A(x_3), \dots, x_m/\mu_A(x_m), \} \quad (4.12)$$

Функція належності $\mu_A(x)$ ставить у відповідність кожному $x \in R$ дійсне число з відрізка $[0,1]$.

На кожній стадії здійснюється кількісна й якісна оцінка факторів, що спричинюють початок спільної діяльності. Кількісна оцінка проводиться в натуральних або вартісних показниках, а якісна – із застосуванням методу експертних оцінок. Група експертів, призначається керівниками підприємств транспорту та туризму, які мають бажання здійснювати спільну діяльність. На кожній стадії вплив окремих факторів оцінюється за десятибальною шкалою.

З використанням вищенаведених залежностей проведемо моніторинг стану взаємодії транспортних і туристичних підприємств, результати якого зведемо в табл. 4.3.

Таблиця 4.3

Моніторинг стану спільної діяльності транспортних і туристичних підприємств за окремими стадіями

Назва показника	Шкала оцінки в балах									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Законодавчо-нормативна стадія взаємодії										
Однакова законодавча база						+				
Єдиний порядок оподаткування результатів діяльності					+					
Митні бар'єри			+							
Пропускний режим				+						
Страховання			+							

Назва показника	Шкала оцінки в балах									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Технічна стадія взаємодії										
Ступінь використання одних об'єктів інфраструктури							+			
Рівень упровадження сумісних інновацій		+								
Стан інформатизації здійснення транспортного і туристичного процесу			+							
Координація діяльності різних видів транспорту залежно від потреб туристичних фірм				+						
Організаційна стадія взаємодії										
Погодження сумісних напрямів і дій			+							
Розробка узгоджених стратегічних планів і завдань	+									
Ступінь інтеграції і диверсифікації		+								
Економічна стадія взаємодії										
Сумісне використання ресурсів								+		
Застосування єдиної цінової і збутової політики			+							
Узгодження напрямів розподілу доходів, прибутку на інвестиційні цілі	+									

Таким чином, оцінка стану спільної діяльності транспортних і туристичних підприємств за різними стадіями може бути визначена за допомогою коефіцієнтів взаємодії за різними стадіями здійснення [227].

1. Середнє значення коефіцієнта взаємодії транспортних і туристичних підприємств на законодавчо-нормативній стадії знаходять за формулою

$$K_{взн} = \sum OB_{взн_i} / n, \quad (4.13)$$

де $K_{взн}$ – коефіцієнт законодавчо-нормативної стадії взаємодії;

$OB_{взн_i}$ – оцінка взаємодії i -ої складової законодавчо-нормативної стадії;

n – кількість складових.

Виходячи з наведених у таблиці даних, значення цього коефіцієнта дорівнює 4.

2. Подібним чином розрахуємо коефіцієнти взаємодії по всім стадіям.

2.1. Коефіцієнт технічної стадії:

$$K_{втех} = \sum OB_{втех_i} / n, \quad (4.14)$$

де $K_{втех}$ – коефіцієнт технічної стадії взаємодії ;

$OB_{втех_i}$ – оцінка взаємодії i -ої складової технічної стадії.

Взаємодія суб'єктів транспортної і туристичної діяльності на цій стадії дорівнює 2.

2.2. Коефіцієнт організаційної стадії взаємодії:

$$K_{ворг} = \sum OB_{ворг_i} / n, \quad (4.15)$$

де $K_{ворг}$ – коефіцієнт організаційної стадії взаємодії ;

$OB_{ворг_i}$ – оцінка взаємодії i -ої складової організаційної стадії;

У нашому випадку його значення дорівнює 4.

2.3. Коефіцієнт економічної стадії взаємодії:

$$K_{век} = \sum OB_{век_i} / n, \quad (4.16)$$

де $K_{век}$ – коефіцієнт економічної стадії взаємодії;

$OB_{век_i}$ – оцінка взаємодії i -ої складової економічної стадії.

Розрахункове значення цього коефіцієнта дорівнює 5.

2.4. Інтегральний показник взаємодії підприємств транспорту з суб'єктами туристичної діяльності дорівнює:

$$K_{В_{\text{INT}}} = K_{\text{ваг}_{\text{ЗН}}} K_{В_{\text{ЗН}}} + K_{\text{ваг}_{\text{ТЕХ}}} K_{В_{\text{ТЕХ}}} + K_{\text{ваг}_{\text{ОРГ}}} K_{В_{\text{ОРГ}}} + K_{\text{ваг}_{\text{ЕК}}} K_{В_{\text{ЕК}}}, \quad (4.17)$$

де – $K_{\text{ваг}_{\text{ЗН}}}$, $K_{\text{ваг}_{\text{ТЕХ}}}$, $K_{\text{ваг}_{\text{ОРГ}}}$, $K_{\text{ваг}_{\text{ЕК}}}$ відповідно коефіцієнти вагомості складових взаємодій.

Для урахування вагомості кожної складової взаємодії коефіцієнти вагомості мають такі значення:

- $K_{\text{ваг}_{\text{ЗН}}} = 0,1$
- $K_{\text{ваг}_{\text{ТЕХ}}} = 0,2$
- $K_{\text{ваг}_{\text{ОРГ}}} = 0,4$
- $K_{\text{ваг}_{\text{ЕК}}} = 0,3$

Для оцінювання ступеня взаємодії визначимо лінгвістичні змінні. Розрахунки представимо у вигляді графіка (рис. 4.3).

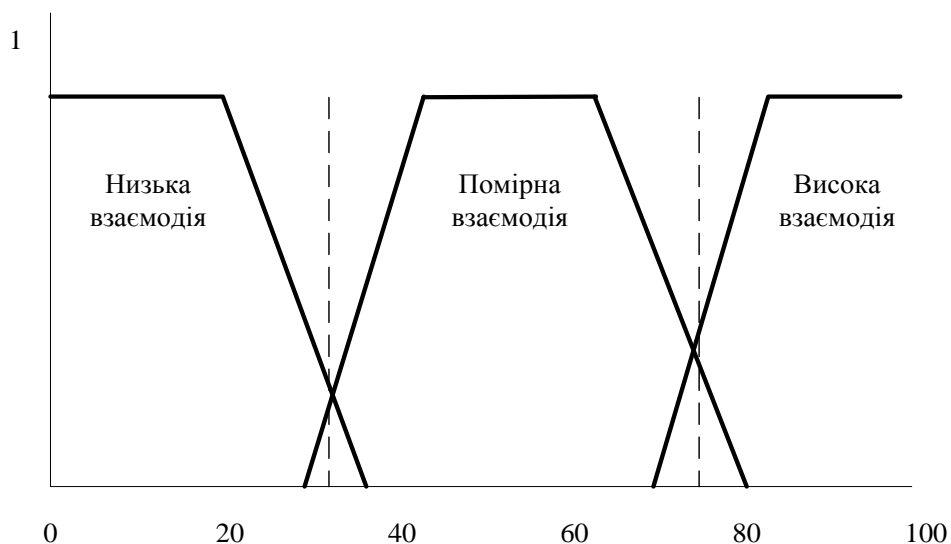


Рис. 4.3. Ступінь інноваційної взаємодії транспортних і туристичних підприємств на підставі застосування теорії нечіткої логіки

Пропонується така шкала лінгвістичних змінних з межами, %:

- низька взаємодія 0 – 40;
- помірна взаємодія 30 – 80;
- висока взаємодія 70 – 100.

Після визначення вірогідності інноваційної взаємодії вищезазначених підприємств визначається мета спільної діяльності.

Ефективність такої взаємодії транспортних і туристичних підприємств визначає ступінь досягнення поставлених цілей. Складність полягає в тому, що цілі діяльності підприємств можуть бути різними та нерівноцінними, тому їх можна поділити на цілі високого та низького рівня.

Вищою метою інноваційної взаємодії є задоволення потреб туристів у якісних транспортно-туристичних послугах. Ця мета сприймається як ідеальна та її досягненню передують декілька етапів – розроблення нових транспортно-туристичних маршрутів, перехід транспортних і туристичних підприємств на інноваційно-інвестиційну модель розвитку тощо.

Цілі більш низького рівня в основному стосуються збільшення турпотоків, прибутковості транспортних і туристичних фірм, зниження витрат на транспортне обслуговування туристів у цілому.

Оцінювання інноваційної взаємодії передбачає визначення окремих показників спільної діяльності вищезазначених транспортних і туристичних підприємств у відсотках до абсолютної величини з розбивкою на такі блоки:

1. Науковий – 100 %:

- рівень упровадження інновацій у транспортно-туристичний процес;
- рівень упровадження інновацій у транспортно-туристичні послуги.

2. Виробничий – 100 %:

- обсяг зростання транспортно-туристичних послуг;
- ступінь оновлення основних фондів;
- підвищення якості транспортно-туристичних послуг.

3. Маркетинговий – 100 %:

- рівень задоволення потреб споживачів транспортно-туристичних послуг;
- обсяг повернення коштів споживачам у разі їх відмови або надання їм неякісних послуг;
- дієвість розширення обсягів рекламної діяльності.

4. Фінансовий – 100 %:

- напрями використання прибутку (на інноваційно-інвестиційний розвиток, стимулювання персоналу, розширення обсягів діяльності та ін.);
- величина дебіторської заборгованості;
- розмір кредиторської заборгованості;
- обсяг зростання (зменшення) інвестицій.

Після цього визначається сумарна оцінка економічної взаємодії підприємств транспорту із суб'єктами туристичної сфери. Основним критерієм результативності взаємодії транспортних і туристичних підприємств є рівень економічної ефективності їх роботи. У цьому показнику відображаються результати спільної співпраці, економічності процесу перевезень туристів, що безпосередньо впливають на показники прибутковості турфірм.

Перш ніж провести економічне оцінювання ефективності взаємодії зазначених підприємств, необхідно проаналізувати кількісні та якісні показники по багатьох аспектах їх сумісної діяльності.

Багатогранність діяльності таких підприємств і необхідність оцінити ефективність усіх аспектів взаємодії ускладнюють вибір єдиного показника. Виходячи з цього, економічну оцінку ефективності взаємодії суб'єктів транспортної та туристичної діяльності пропонується визначати за допомогою системи показників, які наведені в табл. 4.4.

Таблиця 4.4

Система економічних показників оцінки інноваційної взаємодії підприємств транспорту і туризму

Назва показників	Сутність розрахунку
1. Узагальнюючі показники економічної ефективності взаємодії	
1.1. Ефективність сумісної роботи даних підприємств	Прибуток від спільної діяльності транспортних і туристичних підприємств / Витрати на здійснення спільної діяльності
1.2. Ефективність використання ресурсів	Прибуток від використання ресурсів, що споживаються в процесі перевезення туристів з метою їхнього відпочинку або оздоровлення / Обсяг затрачених транспортних, туристично-рекреаційних ресурсів

Назва показників	Сутність розрахунку
1.3. Ефективність транспортно-туристичних послуг	Спільний прибуток від реалізації транспортно-туристичних послуг / Спільні витрати, пов'язані з наданням транспортно-туристичних послуг
2. Показники економічної ефективності використання праці	
2.1. Ефективність взаємозв'язків у структурі управління транспортних і туристичних підприємств	Кількість взаємозв'язків структурних підрозділів транспортних і туристичних підприємств / Максимальна кількість взаємозв'язків даних підрозділів
2.2. Ефективність роботи персоналу	Приріст продуктивності праці робітників транспортних і туристичних підприємств після взаємодії / Продуктивність праці робітників транспортних і туристичних підприємств до взаємодії
2.3. Ефективність міжособистісної взаємодії	Обсяг зростання транспортно-туристичних послуг / Затрати, пов'язані з налагоджуванням між особистих контактів
3. Показники економічної ефективності використання капіталу	
3.1. Ефективність використання власного капіталу	Спільний прибуток до оподаткування транспортних і туристичних підприємств / Розмір власного капіталу транспортних і туристичних підприємств
3.2. Ефективність використання позикового капіталу на поліпшення транспортно-туристичної діяльності	Спільний прибуток до оподаткування транспортних і туристичних підприємств / Спільні витрати на виплату відсотків за позиковий капітал
3.3. Ефективність використання інновацій	Спільний прибуток від реалізації інноваційно оновлених транспортно-туристичних послуг / Спільні витрати на розроблення та впровадження інновацій

Заходи щодо підвищення економічної оцінки взаємодії транспортних і туристичних підприємств повинні відображатися в узгодженій стратегії їхнього подальшого сумісного розвитку.

На етапі споживання інноваційних транспортно-туристичних послуг визначається ефективність [34, 167], яка поділяється на декілька видів:

а) комерційна ефективність E_k розраховується відношенням прибутку від реалізації інноваційних транспортно-туристичних послуг (Pr_{iTP}) до обсягу витрат на їх реалізацію (B_{iTP})

$$E_k = \frac{Pr_{iTP}}{B_{iTP}}, \quad (4.18)$$

б) бюджетна ефективність E_b інноваційного проекту в галузі транспортного обслуговування туристів

$$E_b = \frac{O_{кп} - O_{кб}}{B_i}, \quad (4.19)$$

де $O_{кп}$ – обсяг коштів, що перераховують підприємства транспорту для впровадження інновацій в обслуговування туристів до державного та місцевого бюджетів ;

$O_{кб}$ – обсяг коштів, отриманих з державного або місцевого бюджетів на реалізацію інноваційних проектів;

B_i – витрати, пов'язані з виконанням інноваційного проекту транспортного обслуговування туристів.

в) організаційна ефективність $E_{орг}$ визначається відношенням прибутку (Pr_{iH}) від реалізації інноваційних транспортно-туристичних послуг до витрат на організацію виконання інноваційних проектів (B_{iH}). До складу останніх входять витрати на власні розробки інновацій, купівлю інноваційних ідей, оплату праці персоналу, що здійснює управління інноваційним проектом.

$$E_{орг} = \frac{Pr_{iH}}{B_{iH}}, \quad (4.20)$$

г) соціальна ефективність характеризується наступними показниками – збільшення кількості робочих місць транспортних і туристичних підприємств, що впроваджують інновації, а також на інших підприємствах, пов'язаних з туризмом, збільшення рівня заробітної плати та підвищення кваліфікації працівників туристичної індустрії, зростання обсягу туристичних потоків та ін. Оцінити соціальну ефективність в транспортному обслуговуванні туристів можна за допомогою експертного методу:

д) екологічна ефективність $E_{ек}$:

$$E_{ек} = \frac{П_{нс}}{В_3}, \quad (4.21)$$

де $П_{нс}$ – показник, що характеризує покращення стану навколишнього середовища за рахунок впровадження інноваційних технологій на транспорті;

$В_3$ – витрати на впровадження заходів стосовно зменшення негативного впливу туристичного транспорту на стан навколишнього середовища.

Успішне функціонування та розвиток туристичного транспорту залежить від стану навколишнього середовища, наявності природних ресурсів та екологічного стану території. Збільшення туристичних потоків у перспективі сприятиме зростанню забруднення навколишнього середовища від шкідливих викидів транспорту. Для цього підприємства, що обслуговують туристів, повинні впроваджувати енергозберігаючі технології, переходити на альтернативні види палива, модернізувати транспортні засоби.

Вищезазначена система показників економічної ефективності нововведень на кожному етапі розвитку інноваційного процесу дає змогу зменшити ризики від впровадження та реалізації, усунути виникаючі негативні ефекти та сприятиме диверсифікації інновацій в транспортне обслуговування туристів і поліпшення якості управління.

4.3. Методика розрахунку мультиплікативного ефекту від використання інновацій у транспортному обслуговуванні туристів

Характерною ознакою ринкового середовища є розширення спектра інноваційної діяльності національних підприємств, що дає змогу підвищити їхню конкурентоспроможність як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках. Відсутність впровадження інновацій позбавляє підприємства можливості стратегічного розвитку, поступово переводить до розряду аутсайдерів.

Особливої важливості набуває впровадження інновацій на підприємствах сфери послуг; це стосується туристичних і транспортних підприємств. Перші повинні розширити спектр туристичних послуг, створити нові туристичні маршрути, а другі – надати в повному обсязі якісні транспортні послуги по перевезенню туристів.

Інноваційний розвиток транспортного обслуговування туристів забезпечує умови динамічного розвитку туристичної індустрії, збільшення доходів від туристичних і транспортних підприємств, а також сприяє розвитку туристично-рекреаційних територій.

Важливою складовою управління транспортним забезпеченням в'їзного, виїзного та внутрішнього туризму є розроблення теоретико-методичних підходів до інноваційного транспортного обслуговування туристів на основі застосування концептуальних положень теорії «хвиль».

Теоретичні положення «хвильової» теорії інноваційного розвитку розглянуті в працях С. Глазьєва [51], М. Кондратьєва [71], Г. Менша [224], С. Меншикова [100], Й. Шумпетера [217], а також інших учених.

Не дивлячись на велику кількість наукових робіт з даної проблематики, застосування «хвильових» теорій до інноваційного розвитку підприємств транспорту, що займаються перевезенням туристів на сьогоднішній день практично відсутні, що й обумовлює потребу в проведенні подальших досліджень.

Інноваційний підхід до розвитку підприємств транспорту, що займаються обслуговуванням туристів, має не тільки вплив на підвищення ефективності діяльності, а й позитивно відображається на удосконаленні роботи всіх галузей економіки. Оцінку впливу факторів впровадження інновацій у транспортному обслуговуванні внутрішніх, в'їзних і виїзних туристів на соціально-економічний стан територій рекомендується шляхом застосування «хвильових» теорій розвитку.

Хвильовий рух інновацій в діяльність транспортних підприємств зумовлюється життєвим циклом інноваційного проекту, ризиками, пов'язаними з реалізацією, впливом факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, просторовими й часовими параметрами. Виходячи з цього, процесу впровадження інновацій притаманна циклічність [179].

Вагомий внесок у вивчення такого впливу економічних циклів на інноваційні процеси здійснив Й. Шумпетер [217], який виявив взаємозалежність між циклами розвитку різних видів підприємств і нововведень.

Сучасна економічна думка не має єдиного погляду на теорію циклічного розвитку економічних процесів на макро- і мікрорівні. Існуючі розбіжності в поглядах різних науковців стосуються періоду стабільності циклічних коливань, природи їх виникнення, а також наслідків. Дослідників, що займаються цією проблематикою, можна умовно поділити на дві групи.

Представники першої вважають, що циклічність розвитку є основою поведінки економічних систем і наслідком впливу факторів зовнішнього середовища, які змінюються циклічно. Відмінність цих теорій полягає в тривалості циклів і визначенні факторів, що здійснюють циклічний вплив на економічний розвиток. Так, М. Д. Кондратьєв [71] вважав, що на циклічність економіки впливають соціально-економічні процеси, які виражаються в технічних винаходах, прогресивних змінах у виробництві; ці цикли мають період 40 – 60 років. Найбільш відомі бізнес-цикли К. Жуглара тривалістю 7–12 років, що залежать від циклічності інвестицій у ВВП, цикли Дж. Кітчана –

(2 – 4 роки), що виникають внаслідок зміни товарних запасів, а цикли С. Кузнеця – (6 до 25 років) зумовлені необхідністю інвестицій у будівництво й обладнання [13].

Різноманітність поглядів на природу економічних циклів різноманітна та зачіпає різні сфери діяльності. Існує навіть дослідження впливу сонячної активності на циклічність економіки. Наприклад, 11-річні цикли, досліджені такими вченими, як У. Джевонс, Т. Мор, Ю. Симанака.

Представники другої групи дослідників вважають, що періодичність розвитку економіки виникає під впливом факторів, що змінюються стохастично; це економісти-практики Є. Слуцький, Дж. Хікс [13] та ін.

Найбільш обґрунтованим тлумаченням наведених процесів можна вважати дослідження розвитку економічних систем за допомогою теорії хвильового руху, яка передбачає повторюваність зміни їхнього стану від мінімального до максимального рівня через певні інтервали часу. Найбільш відомою в цьому плані є теорія «довгих хвиль» М. Кондратьєва [71]. Так, свою теорію циклічного розвитку він назвав «хвильовою», в якій визначив «довгі хвилі Кондратьєва».

За М. Кондратьєвим, кожна хвиля перебуває в чотирьох основних фазах:

- перша – процвітання;
- друга – рецесія;
- третя – депресія;
- четверта – відродження.

«Хвильова» теорія отримала подальший розвиток також у працях Й. Шумпетера. В основу наукових досліджень було покладено поєднання хвиль М. Кондратьєва з шістьма технологічними укладами економіки, внаслідок чого було отримано прискорені хвилі, що мають періоди різної тривалості; як правило, такі хвилі зменшуються з часом [217].

У подальших наукових дослідженнях інноваційного розвитку циклічність також була пов'язана з хвильовим рухом.

Застосуємо концептуальні положення «хвильової» теорії до інноваційного розвитку національних підприємств транспорту, враховуючи їхні специфічні особливості діяльності. Вигідне транспортно-економічне розміщення, наявність значного туристично-рекреаційного потенціалу створюють усі необхідні умови для розвитку туризму в Україні. Перевезення туристів здійснюється авіаційним, автомобільним, залізничним, морським і річковим транспортом. Якість послуг, що надаються туристам підприємствами різних видів транспорту, низька, що негативно позначається на обсягах турпотоку, кінцевих фінансових результатах діяльності транспортних і туристичних підприємств, надходження коштів від розвитку туризму до державного та місцевих бюджетів тощо.

Використання хвильової теорії на рівні підприємств транспорту, що займаються обслуговуванням туристів [179], включає ряд послідовних етапів:

- формування нової інноваційної стратегії розвитку підприємств транспорту;
- аналіз існуючого інноваційного потенціалу;
- розроблення інноваційних проектів у галузі вдосконалення транспортного обслуговування туристів;
- пошук фінансових ресурсів на їхню реалізацію;
- визначення життєвого циклу інновацій;
- установлення періодичності впливу факторів зовнішнього середовища на впровадження та реалізацію інноваційних транспортних проектів;
- виявлення ризиків, пов'язаних з реалізацією інноваційних проектів і методів зниження;
- оцінювання ефективності реалізованих інноваційних проектів та їх впливу на стан економіки.

У цих умовах на перший план постають питання розгляду концепції життєвого циклу інновацій, який залежить від зміни вимог туристів, їх соціального статусу та матеріального положення, дій конкурентів, а також

зміни економічної кон'юнктури, політичної ситуації тощо. В існуючих економічних дослідженнях немає єдиної думки щодо сутності та складових елементів життєвого циклу. З нашої точки зору, життєвий цикл інновацій являє собою сукупність пов'язаних між собою явищ і процесів, що створюють замкнутий ланцюг розвитку. Розглядаючи його основні етапи, скористуємося підходом, запропонованим Ф. Котлером [74], який передбачає чотири етапи життєвого циклу: виведення на ринок, зростання, зрілість і занепад.

Перший передбачає проведення маркетингових досліджень потреб туристів у транспортному обслуговуванні, виявлення незадоволених потреб, обґрунтування інноваційної ідеї, проведення науково-дослідних і конструкторських робіт, розроблення інноваційного проекту й інноваційних транспортно-туристичних послуг, враховуючи вимоги споживачів. На нинішньому етапі транспортні підприємства не отримують прибутку, тому що витрати на впровадження інноваційних транспортно-туристичних послуг перевищують одержувані доходи.

На другому етапі відбувається реалізація інноваційних транспортно-туристичних послуг, зростає попит на них, підприємства транспорту отримують максимальний прибуток.

Третій етап характеризується зменшенням обсягів турпотоку внаслідок відвідування значною кількістю туристів DESTИНАЦІЙ, різким зростанням конкуренції, стабілізацією або зменшенням величини прибутку, зростанням витрат, пов'язаних зі збутом інноваційних транспортно-туристичних послуг.

На четвертому етапі спостерігається падіння обсягу турпотоку, отримання збитків від перевезення туристів, відмова від подальшого надання таких послуг.

При цьому важливим є визначення тривалості інноваційного та споживчого циклу запропонованих транспортно-туристичних послуг.

Взаємозв'язок інноваційного та споживчого циклів з етапами життєвого циклу нових транспортно-туристичних послуг [179] наведені на рис. 4.4.

Інноваційний цикл поділяється на дві групи: повний (великий) і неповний (малий). Повний передбачає створення нової інноваційної транспортної послуги на основі проведення фундаментальних наукових досліджень і вимагає значних коштів на їх проведення та впровадження.

Неповний цикл визначає вдосконалення інноваційних транспортних послуг силами транспортних підприємств, що їх надають, і не вимагає значних фінансових витрат.

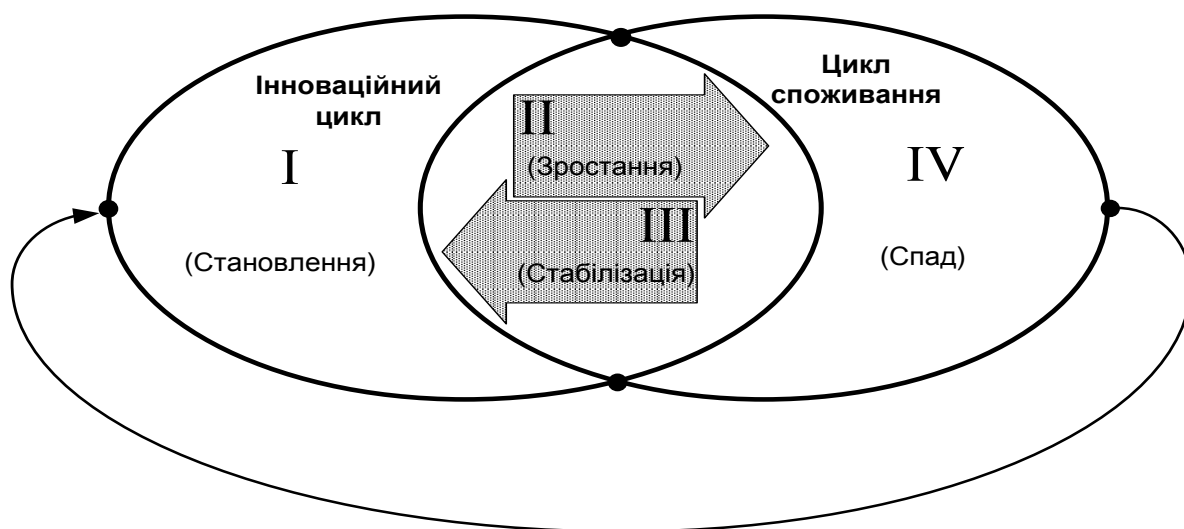


Рис. 4.4. Взаємозв'язок інноваційного та споживчого циклів з етапами життєвого циклу нових транспортно-туристичних послуг

Підсумовуючи вищенаведене, можна зробити такі висновки:

- а) зростання попиту на транспортно-туристичні послуги, що надаються туристам різними видами транспорту, відбувається нерівномірно й залежить від багатьох факторів внутрішнього та зовнішнього середовища;
- б) на практиці буває досить складно визначити незадоволені потреби туристів у транспортному обслуговуванні, що потребує значних зусиль і витрачання коштів з боку підприємств транспорту;
- в) витрати на проведення досліджень та розроблення інноваційних транспортно-туристичних послуг не завжди окупуються;

- г) складно визначити тривалість інноваційного та споживчого циклу нових транспортно-туристичних послуг;
- д) деякі види інноваційних транспортно-туристичних послуг мають тільки соціальний ефект і визначити ефективність їх впровадження дуже складно;
- е) хвильовий рух упровадження інновацій у діяльності транспортних підприємств спричинює хвильоподібне зростання пов'язаних з транспортом і туризмом галузей економіки.

Ведучою складовою «хвильової теорії», що використовується в інноваційному оновленні підприємств транспорту, є періодичність зміни економічної ефективності залежно від часу дій.

Окрім періодичності змін з плином часу економічних показників, застосування інших складових «хвильової теорії» для дослідження економічних явищ практично не проводяться. Джерелами виникнення хвилі вибираємо появу інновації, яке виведе певну частку ринкового середовища зі стану рівноваги, внаслідок чого утвориться інноваційна хвиля, яка окрім розповсюдження в часі, продовжуватиме цей процес і в просторі. Під останнім розуміється колоподібне розповсюдження інновацій, яке дістанеться не тільки до споживачів транспортно-туристичних послуг, у нашому випадку – туристів, а й до суб'єктів господарювання, що здійснюють інші види діяльності. Ці суб'єкти, до яких насамперед належать підприємства супутніх галузей, банківські та страхові установи, можуть знаходитись на шляху розповсюдження інноваційної хвилі та впливати на неї (рис.4.5).

Важливим напрямом дослідження інноваційних процесів на транспорті є виявлення факторів, що можуть заважати чи сприяти їх здійсненню. При цьому такі фактори можуть діяти періодично або бути імпульсними. Дослідження сукупності факторів зовнішнього та внутрішнього середовища є дуже важливими, тому що від того, в який момент відносно етапу життєвого циклу запропонованих інновацій та фази інноваційної хвилі буде відчуватися

позитивна чи негативна дія певного фактора; від такої дії залежить і величина економічного ефекту.

Туризм має чітко виражену сезонність. Виходячи з цього, якщо пік розвитку інновацій збігатиметься з піком туристичного сезону, то ефект від їх розповсюдження наблизиться до максимально можливого, і навпаки, якщо пік інновацій прийде на міжсезоння, то ефект буде мінімально допустимим.

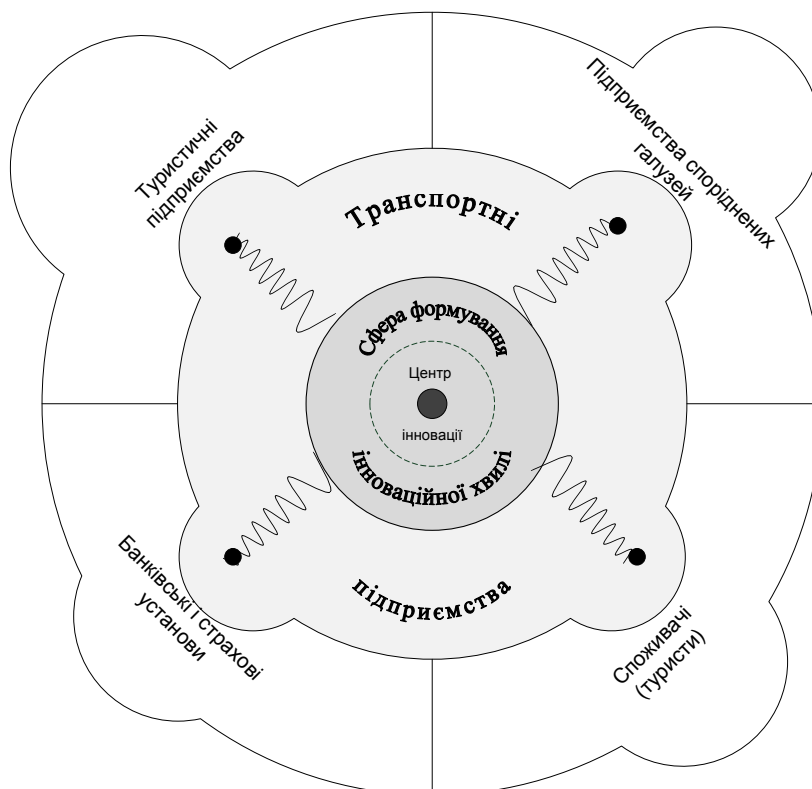


Рис. 4.5. Дія інноваційної хвилі в системі «транспорт – туризм»

Здійснюючи управління часовими параметрами інноваційного процесу з урахуванням усієї сукупності факторів, що закономірно впливають на його дію, можна отримувати як позитивні, так і негативні результати.

Відомо, що транспортно-туристичні послуги спрямовані на комплексне обслуговування туристів. Але здебільшого транспортні та туристичні підприємства є окремими юридичними особами і насамперед, піклуються про підвищення кінцевих фінансових результатів діяльності, незважаючи на те, що

обслуговують одних і тих самих споживачів. Питання інноваційного оновлення транспортних і туристичних підприємств вирішуються окремо; внаслідок цього економічний ефект від здійснення неузгоджених інновацій є незначним.

Для досягнення максимального ефекту від здійснення інновацій транспортні та туристичні підприємства повинні координувати й узгоджувати інноваційні стратегії свого розвитку й інноваційно-інвестиційні проекти в галузі вдосконалення транспортно-туристичного обслуговування туристів.

Поліпшення транспортного обслуговування туристів є необхідною складовою в розвитку туризму. Але без впровадження інновацій у систему такого обслуговування вкрай важко, а в окремих випадках неможливо забезпечувати збільшення обсягів турпотоку.

Крім того, вирішувати самотужки питання, пов'язані з впровадженням інноваційних послуг для туристів буває і досить складно; тут необхідна координація та взаємоузгодженість в інноваційній діяльності, що пропонується як транспортними, так і туристичними підприємствами.

Для розповсюдження інновацій та управління ними в часі пропонується застосовувати основні положення «хвильової теорії», за допомогою якої визначається тривалість інноваційного та споживчого циклів інноваційних транспортних послуг, що надаються туристам, а також їхній хвилеподібний вплив на інших суб'єктів господарювання.

У процесі планування інноваційного оновлення транспортного обслуговування туристів виникає проблема прогнозування попиту на туристичні перевезення різними видами транспорту, що зазвичай є пропорційними динаміці розвитку туристичних потоків.

Найбільш розповсюджений у прогнозуванні метод на основі аналізу часових динамічних рядів, досліджуючи які можна зробити висновки про наявність певної закономірності їх зміни. Наявність таких закономірностей в умовах інерційності соціально-економічних процесів дає змогу скласти обґрунтований прогноз на близьку та далеку перспективу.

Необхідно мати на увазі, що попит на транспортно-туристичні послуги певною мірою залежить від об'єктивних факторів, наприклад, економічних і політичних, погодних умов тощо в популярних туристичних дестинаціях; прогнозні дані часто не збігаються з реальними, на підставі яких потім складаються прогнози на майбутні періоди. Тому для розроблення стратегій розвитку транспортних підприємств необхідно виокремити стохастичну складову із закономірностей зміни часових рядів.

У загальному вигляді часовий ряд можна представити рівнянням

$$Y_t = \hat{Y}_t + \varepsilon_t, \quad (4.22)$$

Де Y_t – значення часового ряду;

\hat{Y}_t – детермінована складова часового ряду;

ε_t – стохастична складова часового ряду.

Визначення стохастичної складової в розвитку транспортного обслуговування туристів наведено в табл. 4.5.

Таблиця 4.5

Стохастична складова транспортного обслуговування туристів

Показники	Роки				
	2007	2008	2009	2010	2011
Обсяг надання транспортно-туристичних послуг, млн грн	1575,4	2508,9	2930,6	3179,9	3687,2
Ряд тренду	1812,3	2205,5	2670,6	3241,7	3942,1
Відхилення, %	15,0	12,1	9,9	2,2	6,9
Середнє значення відносного відхилення, %					9,2
Значення відносного відхилення за критерієм Гурвиця ($\max[\lambda(\max R_{ij}) + (1-\lambda)(\min R_{ij})]$, $\lambda=0,5$), %					8,6

Примітка: складено за [48].

Таким чином, середнє значення відхилень становить 9,2, а за критерієм Гурвиця – 8,6 %. Це значить, що за останні 5 років обсяги надання транспортно-туристичних послуг були нестабільними.

При плануванні діяльності транспортних підприємств по перевезенню туристів необхідно враховувати, що нестабільні умови розвитку туристичного бізнесу викликають похибку в прогнозах близько 9 %.

Детермінована складова визначається за допомогою пакету аналізу даних поширеної комп'ютерної програми «Microsoft Excel». Отримане рівняння експоненційної залежності дасть змогу прогнозувати майбутні обсяги надання транспортно-туристичних послуг.

Визначення детермінованої складової наведено на рис. 4.6.

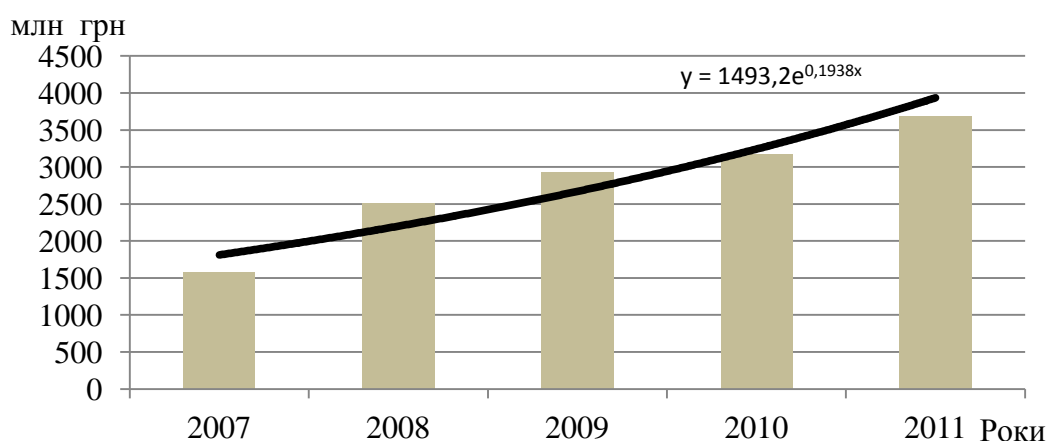


Рис. 4.6. Детермінована складова транспортного обслуговування туристів (розроблено за даними [48])

Визначимо прогноз обсягів надання транспортно-туристичних послуг по Україні за наведеною методикою на 2012 р.:

$$\hat{Y}_t = 1493,2e^{0,19385} = 3935 \text{ млн грн} \quad (4.22)$$

Цю методику пропонується застосувати для визначення економічного ефекту від інновацій з використанням «хвильової теорії».

Розповсюдження інноваційної хвилі зумовлюється наявністю послідовної залежності економічного ефекту від здійснення інновацій впродовж кількох

періодів. Для визначення прогнозних показників застосуємо теорію мультиплікатора [81, 221], згідно з якою мультиплікатор – це коефіцієнт, на який необхідно помножити первинний ефект для розрахунку накопичувального ефекту.

Розрахунок мультиплікативного економічного ефекту від інновацій в транспортному обслуговуванні туристів для кожної n -ної хвилі пропонується здійснювати за формулою (4.23), а кінцевого мультиплікативного економічного ефекту за формулою (4.24):

$$E_{\text{хв.}n} = I_1 (1 + \varepsilon_t) e^{-(n-1)\beta t}, \quad (4.23)$$

де $E_{\text{хв.}n}$ – економічний ефект від впровадження інновацій n -ної хвилі;

I_1 – первинний економічний ефект від впровадження інновацій;

β_t – коефіцієнт детермінованої моделі;

n – порядок інноваційної хвилі;

ε_t – стохастичний коефіцієнт.

$$E_n = I_1 (1 + \varepsilon_t) \frac{1 - e^{-(n-1)\beta t}}{1 - e^{-\beta t}}, \quad (4.24)$$

де E_n – кінцевий мультиплікативний економічний ефект від впровадження інновацій.

Для цього випадку використаємо мультиплікатор з одиничним початковим імпульсом. Упродовж першого періоду відповідна хвиля інновації генерує початковий імпульс I_1 , який викликає ефект $E_{\text{хв.}n}$. Протягом другого періоду початковий ефект породжує вторинний ефект, і так далі. Сума ефектів за періодами, що прогнозуються, складе накопичувальний економічний ефект E_n .

Для визначення залежності накопичувального економічного ефекту від основних факторів побудуємо таблицю його послідовного визначення (табл. 4.6).

Розрахунок залежності економічного ефекту від інноваційної хвилі

Номер хвилі	Ефект	
	Кожної хвилі	Накопичувальний
Перша	$E_{\text{хв1}} = I_1(1 + \varepsilon_t)$	$E_1 = E_{\text{хв1}} = I_1(1 + \varepsilon_t)$
Друга	$E_{\text{хв2}} = E_{\text{хв1}} e^{-\beta t} = I_1(1 + \varepsilon_t) e^{-\beta t}$	$E_2 = E_{\text{хв1}} + E_{\text{хв2}} = I_1(1 + \varepsilon_t) + I_1(1 + \varepsilon_t) e^{-\beta t}$
Третя	$E_{\text{хв3}} = E_{\text{хв2}}(1 + \varepsilon_t) e^{-\beta t} = I_1(1 + \varepsilon_t) e^{-2\beta t}$	$E_3 = E_{\text{хв1}} + E_{\text{хв2}}(1 + \varepsilon_t) e^{-\beta t} + E_{\text{хв1}}(1 + \varepsilon_t) e^{-2\beta t} = I_1(1 + \varepsilon_t) + I_1(1 + \varepsilon_t) e^{-\beta t} + I_1(1 + \varepsilon_t) e^{-2\beta t}$
...
<i>n</i> -на	$E_{\text{хв.}n} = I_1(1 + \varepsilon_t) e^{-(n-1)\beta t}$	$E_n = E_{\text{хв1}} + E_{\text{хв1}}(1 + \varepsilon_t) e^{-\beta t} + \dots + E_{n-1}(1 + \varepsilon_t) e^{-\beta t(n-1)} = I_1(1 + \varepsilon_t) + I_1(1 + \varepsilon_t) e^{-\beta t} + \dots + I_1(1 + \varepsilon_t) e^{-(n-1)\beta t} = I_1(1 + \varepsilon_t) \frac{1 - e^{-n\beta t}}{1 - e^{-\beta t}}$

Запропоновану економіко-математичну залежність рекомендується використовувати для прогнозування кінцевих фінансових результатів діяльності підприємств транспорту й туризму.

Визначимо економічний ефект від інновацій в транспортне обслуговування туристів для підприємства ПрАТ «Чернігівтурист».

За даними маркетингових досліджень прибутковість певної транспортно-туристичної послуги знижується кожного туристичного сезону на 14 %, екстраполяція за експоненційною залежністю дає значення коефіцієнту $\beta_t = 0,151$. Від впровадження інновацій підприємство отримає за туристичний сезон 65 тис. грн.

Ефект за наступними туристичними сезонами становитиме:

$$E_{\text{хв2}} = 65(1 + 0,09) e^{-0,151} = 60,88 \text{ тис. грн};$$

$$E_{\text{хв3}} = 65(1 + 0,09) e^{-2 \cdot 0,151} = 57,11 \text{ тис. грн};$$

$$E_{\text{хв4}} = 65(1 + 0,09) e^{-3 \cdot 0,151} = 53,6 \text{ тис. грн};$$

$$E_{xв5} = 65 (1 + 0,09) e^{-4 \cdot 0,151} = 49,6 \text{ тис. грн.}$$

Накопичувальний ефект становитиме:

$$E_2 = 65 (1 + 0,09) \frac{1 - e^{-2 \cdot 0,151}}{1 - e^{-0,151}} = 125,88 \text{ тис грн.};$$

$$E_3 = 65 (1 + 0,09) \frac{1 - e^{-3 \cdot 0,151}}{1 - e^{-0,151}} = 182,99 \text{ тис грн.};$$

$$E_4 = 65 (1 + 0,09) \frac{1 - e^{-4 \cdot 0,151}}{1 - e^{-0,151}} = 236,59 \text{ тис грн.};$$

$$E_5 = 65 (1 + 0,09) \frac{1 - e^{-5 \cdot 0,151}}{1 - e^{-0,151}} = 286,19 \text{ тис грн.}$$

Наведені розрахунки зведемо до табл. 4.7.

Таблиця 4.7

**Послідовна залежність економічного ефекту від інноваційної хвилі,
тис. грн**

Номер інноваційної хвилі	1	2	3	4	5
Ефект кожної хвилі	65,0	60,88	57,11	53,6	49,6
Накопичувальний ефект	65,0	125,88	182,99	236,59	286,19

Таким чином, проведені розрахунки дають змогу обґрунтувати економічну доцільність та ефективність впровадження інновацій підприємствами транспорту та їх хвилеподібний вплив на інших суб'єктів туристичної сфери.

**4.4. Інноваційно-інвестиційна стратегія підприємств
туристичного транспорту**

Відсутність стратегій інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств туристичного транспорту ускладнює їх нормальне функціонування і потребує розробки відповідного механізму регулювання таких процесів.

Відомо, що основною метою підприємств транспорту є повне задоволення потреб внутрішніх, в'їзних і виїзних туристів у перевезеннях, досягненні високої якості їх обслуговування з меншими витратами матеріальних, трудових і фінансових ресурсів. Саме туристи накладають на діяльність підприємств транспорту визначені вимоги, які потрібно розглядати як компоненти ефективної діяльності в ринковій економіці.

Затримка впровадження інновацій у діяльність туристичного транспорту зумовлює відставання останнього від потреб ринку транспортно-туристичних послуг, обмежує перспективи створення транспортно-туристичних кластерів, розширення нових міжнародних та національних транспортно-туристичних маршрутів.

Вибір та економічне обґрунтування інноваційно-інвестиційної стратегії підприємств транспорту включає основні етапи розроблення та реалізації, які наведені на рис. 4.7.

Розглянемо кожний з наведених етапів окремо. Підприємства транспорту по обслуговуванню туристів функціонують в умовах постійної зміни зовнішнього середовища; тому повинні своєчасно й адекватно реагувати на негативні дії, пристосовуватися до плинності зовнішніх параметрів з метою підвищення конкурентоспроможності та ефективності.

Ступінь складності та характер інтенсивності впливу зовнішнього середовища на діяльність підприємств транспорту по обслуговуванню туристів встановлюється шляхом сканування мікро- та макросередовища.

Фактори зовнішнього середовища характеризуються різноманітністю форм, які впливають на розроблення стратегії інноваційного оновлення підприємств туристичного транспорту, що потребує обґрунтування їх ранжування за ступенем важливості та сили впливу на прийняття інноваційних і управлінських рішень. З цією метою складається перелік факторів, які здійснюють позитивний або негативний вплив на розроблення сценарію інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств туристичного транспорту та проводиться кількісна й якісна оцінка їх значимості [175].

Кількісна оцінка передбачає аналіз натуральних або вартісних показників. Якісна здійснюється методом експертних оцінок.

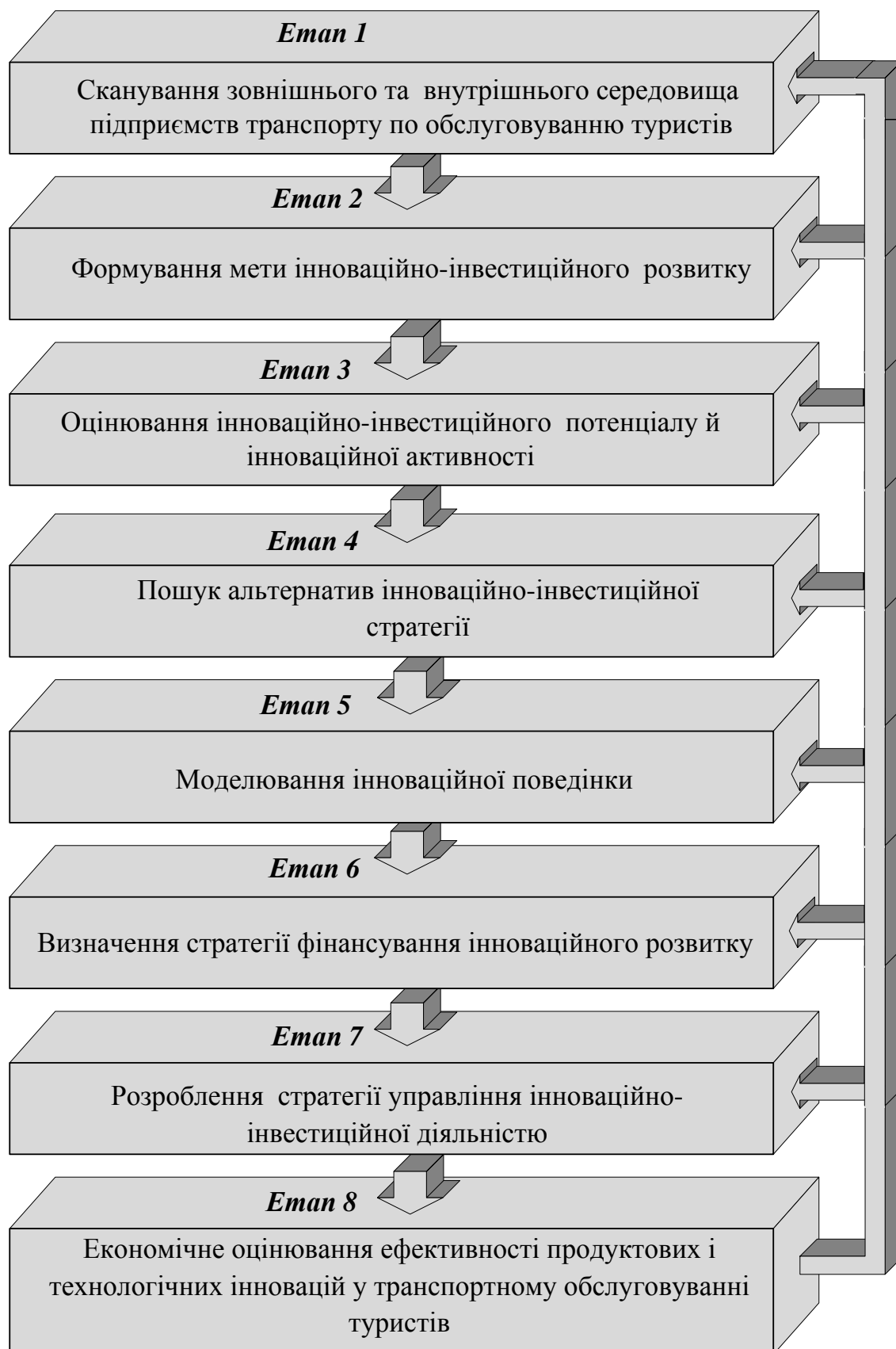


Рис. 4.7. Розроблення та реалізація інноваційно-інвестиційної стратегії підприємств туристичного транспорту

Керівництво транспортного підприємства з обслуговування туристів призначає групу експертів, які оцінюють вплив кожного фактора на інноваційну діяльність за десятибальною шкалою; після цього з використанням різноманітних методів прогнозування виявляються наслідки змін і можливі варіанти реагування на них.

Після проведеної оцінки підприємств з транспортного обслуговування туристів проводиться обґрунтування мети інноваційних реформ, які передбачають зміни як у транспортно-туристичних послугах, так і в транспортному процесі, що призводять до підвищення їхньої якості та рівня продуктивності праці робітників.

Ключову роль в інноваційному розвитку підприємств транспорту з обслуговування туристів відіграє вибір стратегії інноваційної поведінки. В економічній літературі немає єдиної думки щодо видів інноваційних стратегій; більшість промислових підприємств у своїй діяльності застосовують такі розповсюджені інноваційні стратегії, як активно наступальна, помірно наступальна, традиційна стратегія, змішана або імітаційна стратегія [7, 63, 77, 200].

Враховуючи специфіку діяльності підприємств транспорту, яка полягає в наданні якісних послуг туристам, на наш погляд, можна виділити такі основні види інноваційних стратегій:

- ринкова – позиціонування інновацій підприємства туристичного транспорту на ринку транспортно-туристичних послуг;
- інтеграційна – являє собою сукупність стратегічних рішень, спрямованих на розвиток міжнародних, транскордонних та міжрегіональних транспортно-туристичних маршрутів;
- конкурентна – спрямована на завоювання домінуючих позицій на ринку транспортно-туристичних послуг;

- соціальна – надання транспортно-туристичних послуг, диференційованих за рівнем вартості й якості, виходячи з рівня доходів туристів.

Вибір стратегії інноваційного розвитку дає змогу здійснити моделювання поведінки транспортного підприємства на ринку транспортно-туристичних послуг. Векторами інноваційного розвитку підприємств можуть бути стратегія зростання або стратегія скорочення.

Після остаточного вибору інноваційної стратегії та сценарію поведінки підприємств туристичного транспорту здійснюється пошук джерел фінансування інноваційних проектів, до яких можна віднести кошти державного і місцевих бюджетів, власні кошти підприємств транспорту з обслуговування туристів та інвестиції. При цьому дуже важливо визначити рівень фінансової участі держави, бізнес-структур тощо в реалізації інноваційного проекту.

На етапах розроблення, впровадження та реалізації стратегії необхідно здійснювати управління інноваційно-інвестиційною діяльністю підприємств транспорту по обслуговуванню туристів. Ця стратегія включає заходи щодо ефективного управління інноваційними проектами та ресурсами, необхідними для реалізації, персоналом підприємств туристичного транспорту, а також кінцевими результатами, отриманими від здійснення інноваційної діяльності.

При цьому основним фактором, на якому повинно бути зосереджено процес управління, є взаємодія підприємств по транспортному обслуговуванню туристів з об'єктами інноваційної інфраструктури.

Останнім етапом реалізації обраної стратегії є економічна оцінка ефективності інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств, що здійснюють транспортне обслуговування туристів. Така оцінка ґрунтується на ряді показників, основними з яких є рівень інноваційного ризику, комерційна, організаційна, економічна, соціальна та екологічна ефективність інноваційного проекту. Якщо на реалізацію інноваційної стратегії виділялися кошти з

державного або місцевих бюджетів, необхідно розрахувати також бюджетну ефективність впроваджених інноваційних проектів.

Стратегія інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств транспорту з обслуговування туристів включає набір рішень, що призводять до трансформації існуючих структур і систем управління. Такі системи управління на підприємствах туристичного транспорту включають сукупність економічних, адміністративних, соціально-психологічних, мотиваційних методів, спрямованих на успішну реалізацію обраної інноваційно-інвестиційної стратегії. Стратегія може змінюватися з плином часу під впливом факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, може коригуватися в ході проведення розробок, впровадження й реалізації.

Ефективність передбачає необхідність розробити заходи щодо взаємодії транспортних і туристичних підприємств, виявлення сутності та складових елементів інноваційного проекту.

Дієвим у цьому випадку є процес здійснення контролю, що передбачає насамперед дослідження рівня відповідності якості транспортно-туристичних послуг вимогам споживачів; контроль повинен здійснюватися технічними та маркетинговими службами, відділами транспортних підприємств тощо та передбачати швидке реагування на зміни попиту туристів.

Важливим є контроль за забезпеченням інноваційно-інвестиційної безпеки підприємств туристичного транспорту. В умовах ринкової економіки забезпечення економічної безпеки транспортних підприємств з обслуговування туристів не втратило своєї гостроти, а навпаки, ще більше актуалізувалися невизначеність та нестабільність ринкового середовища.

Дослідженням проблем економічної безпеки підприємств та моделювання її забезпечення, зокрема на рівні суб'єктів транспортної та туристичної сфери, присвячено праці багатьох вітчизняних і закордонних науковців і дослідників, зокрема О. В. Ареф'євої [10], Т. Г. Васильціва [27], В. М. Гейця [39, 101], Г. В. Козаченко [69], О. М. Ляшенко [90], С. М. Шкарлета [214] та ін.

Однак у працях цих авторів не отримали достатнього висвітлення питання інноваційно-інвестиційної безпеки транспортних підприємств з обслуговування туристів.

Інноваційно-інвестиційна безпека підприємств туристичного транспорту як складова загальної економічної безпеки передбачає систему прийомів та способів, які сприяють підвищенню інвестиційної привабливості, зростанню науково-технічного потенціалу, а також конкурентоспроможності наданих транспортно-туристичних послуг.

В умовах невизначеності ринкового середовища завжди існує вірогідність несприйняття туристами інноваційних продуктів, що призводить до втрати довіри інвесторів, погіршує фінансові результати діяльності транспортних підприємств і зменшує рівень їхньої інноваційно-інвестиційної безпеки.

Головними цілями досягнення вищезазначеної безпеки підприємств туристичного транспорту є:

- забезпечення стабільного та максимально ефективного функціонування за рахунок впровадження інноваційних продуктів і технологій у транспортний процес;
- досягнення високої конкурентоспроможності на ринку транспортно-туристичних послуг.

Щоб запобігти зниженню рівня інноваційно-інвестиційної безпеки, необхідно визначити загрози ефективній діяльності транспортних підприємств в обслуговуванні туристів, які поділяються на дві групи – зовнішні та внутрішні.

Основними зовнішніми загрозами інноваційно-інвестиційній безпеці підприємств різних видів транспорту з обслуговування туристів виступають: неефективне нормативно-правове регулювання інноваційно-інвестиційної діяльності; зниження інноваційної й інвестиційної активності вищезазначених підприємств; відсутність системи преференцій для інвесторів; зниження обсягу фінансування державою інноваційного розвитку транспортної та туристичної інфраструктури; загострення конкуренції на ринку транспортно-туристичних

послуг з боку національних і міжнародних перевізників; обмеженість доступу до зарубіжних ринків технологій; свідомі чи несвідомі дії окремих посадових осіб і суб'єктів господарювання (органів державної і місцевої влади, міжнародних організацій, підприємств-конкурентів); вплив світових і національних криз – економічних, фінансових, політичних.

До факторів, що формують внутрішні загрози безпеки, належать:

- результати роботи підприємств – платоспроможність, ліквідність, фінансова стійкість, ділова активність, структура та напрями використання капіталу й прибутку, показники рентабельності тощо;
- конкурентний стан підприємства на ринку – частка ринку транспортно-туристичних, якою володіє суб'єкт господарювання;
- рівень застосовуваних сучасних технологій та менеджменту;
- інтелектуальні й кадрові загрози – недостатній рівень збереження та розвитку інтелектуального потенціалу підприємств та неефективне управління персоналом;
- техніко-технологічні загрози, які полягають у невідповідності якості транспортного обслуговування туристів сучасним вимогам;
- дефіцит оборотних засобів;
- неефективна система отримання актуальної та своєчасної інформації про зміни технологій в транспортному обслуговуванні туристів;
- недосконала система управління інноваційно-інвестиційною діяльністю підприємств;
- низький рівень науково-технічного потенціалу;
- відсутність швидкого пристосування інноваційних транспортно-туристичних послуг до зміни попиту туристів.

Інноваційно-інвестиційної безпеки можливо досягти внаслідок здійснення таких дій:

- формування необхідних ресурсів для здійснення інноваційної діяльності;
- стратегічного прогнозування та планування інноваційно-інвестиційної безпеки за функціональними складовими;
- підвищення інтелектуального рівня та кваліфікації персоналу, що займається розробленням інновацій;
- підвищення рівня технічного потенціалу підприємств туристичного транспорту;
- впровадження інновацій у транспортне обслуговування туристів;
- використання системи якісної правової та комерційної захищеності власних інноваційних розробок;
- забезпечення захисту комерційної таємниці та досягнення необхідного рівня інформаційного забезпечення;
- страхування всіх видів ризиків, що можуть виникнути в процесі споживання туристами інноваційно оновлених транспортно-туристичних послуг;
- стратегічне планування інноваційно-інвестиційної діяльності та ефективне управління нею;
- здійснення функціонального аналізу рівня інноваційно-інвестиційної безпеки, загальне оцінювання досягнутого рівня із запланованими показниками.

Здійснення в необхідному обсязі зазначених заходів дає змогу досягти належного рівня інноваційно-інвестиційної безпеки підприємств транспорту, що здійснюють перевезення туристів.

ВИСНОВКИ

У монографії поставлено і вирішено важливе наукове завдання – розроблено теоретичні та науково-методичні засади щодо створення організаційно-економічних умов підвищення ефективності інноваційної взаємодії підприємств різних видів транспорту з суб'єктами туристичної сфери, що має істотне значення для сталого розвитку підприємств транспортної галузі. Узагальнення отриманих результатів дослідження дає змогу зробити такі висновки та рекомендації.

1. Комплексний аналіз діяльності національних транспортних і туристичних підприємств розкриває особливості та закономірності функціонування, виявляє тенденції зниження організаційно-економічних показників роботи туристичної індустрії – розрізненість підходів і методів управління процесом перевезення, недостатній рівень їхньої взаємодії, зношеність основних фондів, відсутність розвинутої інфраструктури, зростання транспортної складової у вартості турпродукту.

2. Діяльність туристичних і транспортних підприємств є взаємозалежною та здійснюється в рамках соціально-економічної системи «транспорт–туризм»; яка є відкритою та динамічною, являє сукупність взаємопов'язаних елементів, що мають свої характерні ознаки зі специфічними формами та методами виконання транспортно-туристичного процесу в межах означених дестинацій.

Взаємозв'язки в системі «транспорт–туризм» дають змогу сформулювати та обґрунтувати принципи цілеполягання, цілезабезпечення, економічності, факторної зумовленості тощо, врахування яких дає змогу уникати негативних впливів на кінцеві результати діяльності підприємств. У монографії розроблено графоаналітичну модель соціально-економічної системи «транспорт–туризм», що відображає форми та методи забезпечення сталого транспортно-туристичного процесу, сприяє підвищенню ефективності взаємодії як транспортних, так і туристичних підприємств.

3. Зростання конкуренції з боку зовнішніх і внутрішніх перевізників зумовлює необхідність формування ринку транспортно-туристичних послуг, який передбачає використання комплексного підходу до попиту та виявлення організаційно-економічних і соціальних факторів прогресу в перевезеннях.

Зменшення транспортної складової у вартості турпродукту, забезпечення безпеки та комфортабельності перевезень виникає в процесі формування ринку транспортно-туристичних послуг, головною метою функціонування якого є організація ефективної взаємодії транспортних і туристичних підприємств, стимулювання попиту на транспортно-туристичні послуги, виникнення позитивних змін у соціально-економічному розвитку туристичних дестинацій.

4. Різноманіття напрямів інноваційно-інвестиційної взаємодії транспортних і туристичних підприємств потребує розроблення критеріїв класифікації, а саме – за середовищем функціонування, формою інновацій, сферою застосування, циклічністю, масштабами використання, часом здійснення, видами транспорту, витратами, а також загальною ефективністю.

5. Перехід означених підприємств на інноваційно-інвестиційну модель розвитку зумовлює потребу в розробленні механізму управління, який включає структурні елементи транспортно-туристичних нововведень на таких основних етапах, як планування, регулювання та контроль. Визначено сутність та структуру механізму інноваційно-інвестиційного управління розвитком підприємств туристичного транспорту, застосування якого дає змогу підвищити взаємну зацікавленість учасників надання транспортно-туристичних послуг, а також ефективність та якість перевізного процесу.

6. Фактор часу знаходить відображення у виборі туристом транспортного засобу, показниках мобільності, швидкості та безпеки здійснення транспортного процесу; це впливає на розмір транспортної складової у вартості турпродукту; при цьому від вартості транспортної послуги залежить як якість прийняття рішень туристом щодо подорожування, так і кінцеві результати роботи підприємств туристичного транспорту.

Знаходження оптимального співвідношення витрат коштів і часу на здійснення транспортної послуги на підставі розробки вартісно-часової діаграми дає змогу підвищити ефективність підприємств туристичного транспорту та ступінь задоволення потреб туристів у якісному переміщенні.

Розробка вартісно-часової моделі впливу основних факторів транспортно-туристичних послуг на кінцеві фінансово-економічні результати діяльності підприємств дає змогу встановлювати відповідність витрат отриманим послугам. При плануванні інноваційного оновлення транспортного обслуговування туристів виникає необхідність у прогнозуванні попиту на туристичні перевезення різними видами транспорту, пропонується проводити за допомогою аналізу часових динамічних рядів.

7. Розвиток інноваційної діяльності на туристичному транспорті, як правило, позитивно впливає на різні галузі економіки; для оцінювання такого впливу інновацій запропоновано використати економічну «хвильову теорію», за допомогою якої було визначено тривалість інноваційного та споживчого циклів оновлених транспортно-туристичних послуг.

Хвильовий рух впровадження інновацій в діяльність транспортних підприємств зумовлюється життєвим циклом інноваційного проекту, ризиками, пов'язаними з реалізацією, а також впливом факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, просторовими й часовими параметрами, тобто циклічністю процесу впровадження інновацій.

8. Ефективність взаємодії транспортних і туристичних підприємств пропонується оцінювати такими показниками очікування часу роботи транспорту: локальний, середній та інтегральний коефіцієнти взаємодії для їх різних видів, що ґрунтується на теорії «нечітких множин». Таким чином, економічна ефективність інноваційної взаємодії транспортних і туристичних підприємств визначає ступінь досягнення поставлених цілей з обов'язковим врахуванням закону економії часу.

Розповсюдження «інноваційної хвилі» зумовлено послідовною залежністю економічного ефекту від здійснення інновацій; для проведення

аналізу рекомендується використати теорію мультиплікатора та застосувати мультиплікатор з одиничним початковим імпульсом.

9. Результати проведених досліджень є економіко-практичним інструментарієм для оцінювання ефективності інноваційно-інвестиційної взаємодії підприємств транспорту та туристичної сфери, а також важливими індикаторами розвитку суміжних з ними суб'єктів господарювання. Отримані економіко-математичні залежності дають змогу розраховувати економічний ефект на кожній інноваційній хвилі.

Від цього залежить конкурентоспроможність та ефективність транспортно-туристичних послуг на внутрішньому й зовнішньому ринках інноваційних ініціатив, які поступово забезпечують науково-технічний прогрес суспільного виробництва.

10. Україна володіє величезним туристичним потенціалом, що дає їй змогу в перспективі бути одним із лідерів транспортно-туристичного ринку Східної Європи. Держава має всі передумови найближчими роками стати затребуваною у світовому туризмі, а розвиток індустрії туризму буде важливим напрямом сталого зростання національної економіки.

12. Державне агентство України з туризму та курортів розробляє Державну цільову програму розвитку туризму та курортів на період до 2022 року, яка спрямована на реалізацію заходів підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних суб'єктів туристичної діяльності, створення умов для залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури, розроблення та впровадження стандартів у сфері туризму та їх гармонізації з міжнародними та європейськими стандартами тощо, що викличе значний інтерес у туристів усього світу, а також стане надійним фундаментом для динамічного розвитку національної сфери туристичних послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Абдулов А. П.* Транспортное обеспечение в туризме / А. П. Абдулов. – М., 2004. – 145 с.
2. *Азар В. И.* Транспорт и туризм / В.И. Азар, С. В. Поляк. – М.: Транспорт, 1973. – 150 с.
3. *Азар В.И.* Экономика туристского рынка / В.И. Азар, С.Ю. Туманов. – М.: ИПК госслужбы, 2009. – 203 с.
4. *Азарян О. М.* Ринок туристичних послуг: моніторинг і розвиток комплексу маркетингу : [монографія] / О. М. Азарян, Н. Л. Жукова. – Донецьк : Вид-во ДонМУ, 2002. – 241 с.
5. *Александрова А. Ю.* Структура туристского рынка : [монографія] / А. Ю. Александрова. – М. : Пресс-соло, 2005. – 186 с.
6. *Андрушків Б. М.* Особливості організації транспортного обслуговування в туристично-рекреаційній сфері / Б. М. Андрушків // Вісник ДІТБ. Серія : Економіка. – 2010. – №14 – С. 152–159.
7. *Антонюк В. П.* Формування та використання людського капіталу в Україні: соціально-економічна оцінка та забезпечення розвитку: [монографія] / В. П. Антонюк. – Донецьк: НАН України; Ін-т економіки пром-ті, 2007. – 348 с.
8. *Антонюк Л. Л.* Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації: [монографія] / Л. Л. Антонюк, А. М. Поручник, В. С. Савчук. – К.: КНЕУ, 2003. – 394 с.
9. *Аппенянский А. И.* Туризм и здоровье: содержание работы, кадровое обеспечение, научно-организационные проблемы / А. И. Аппенянский // Роль и задачи спортивно-массового туризма в физическом воспитании и оздоровлении населения: тез. докл. – М., 1990.– С. 42–45.
10. *Ареф'єва О. В.* Планування економічної безпеки підприємств / О. В. Ареф'єва, Т. Б. Кузенко. – К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2005. – 170 с.

11. *Артынов А. П.* Управление взаимодействием транспортных систем / А. П. Артынов, Г. А. Кондратьев. – М.: Наука, 1986. – 198 с.
12. *Астапова Г. В.* Организационно-экономический механизм корпоративного управления в современных условиях реформирования экономики Украины: [монография] / Г. В. Астапова, Е. А. Астапова, Д. П. Лойко. – Донецк: ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2001. – 526 с.
13. *Аукуционес С. П.* Современные буржуазные теории и модели цикла: критический анализ / С. П. Аукуционес. – М. : Наука, 1984. – 223 с.
14. *Афанасьев В. Г.* Общество: системность, познание и управление / В. Г. Афанасьев. – М. : Политиздат, 1981. – 432 с.
15. *Бакаев О. О.* Аналіз ринку морських і річкових круїзних перевезень / О. О. Бакаєв, Ю. П. Клочков // Судоходство. – 2002. – № 11-12. – С. 14–17.
16. *Бакулич Е. А.* Современные тенденции рынка транспортных услуг: [монография] / Е. А. Бакулич. – Одесса: ОНМА, 2009. – 453 с.
17. *Балашова Р. І.* Розвиток туристичного підприємства. Теорія та практика : [монографія] / Р. І. Балашова. – Донецьк: Донецьк. ін-т турист. бізнесу, 2009. – 328 с.
18. *Бездудный Ф. Ф.* Сущность понятия инновация и его классификация / Ф. Ф. Бездудный, Г. А. Смирнова, О. Д. Нечаева // Инновации. – 1998. – № 2-3. – С. 3–13.
19. *Беллман Р.* Принятие решений в нечетких условиях / Р. Беллман, Л. Заде. – М. : Мир, 1976. – 412 с.
20. *Биржаков М. Б.* Индустрия туризма: Перевозки / М. Б. Биржаков, В.И. Никифоров. – Издание третье, переработанное и дополненное. — СПб. : Герда, 2007. — 528 с.
21. *Богма О. С.* Сутність інноваційного потенціалу підприємства / О. С. Богма // Вісник Запорізького національного університету. – 2011. – № 1(9). – С. 12–15.

22. *Богомолова Н. І.* Організаційно-економічні основи прискорення залізничних перевезень: [монографія] / Н. І. Богомолова. – Ніжин : Аспект-Поліграф, 2009. – 240 с.
23. *Бойко О. В.* Структура транспортного ринку / О. В. Бойко // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія: «Економічні науки». Збірник. – 2010. – № 44. – С. 71–78.
24. *Борисов А. Н.* Принятие решений на основе нечетких моделей. Примеры моделей / А. Н. Борисов, О. А. Крумберг, И. П. Федоров. – Рига: Зинатне, 1990. – 184 с.
25. *Бурков В. Н.* Механизмы управления эколого-экономическими системами: [монографія] / В. Н. Бурков, Д. А. Новиков, А. В. Щепкин; под редакцией С. Н. Васильева. – М. : Изд-во физ.-мат. л-ры, 2008. – 244 с.
26. *Бутко И. И.* Железнодорожные туры в России и в мире: [монографія] / И. И. Бутко, А. Н. Рубаник, В. А. Ситников. – М. : Учеб.-методич. центр по образованию на железнодорожном транспорте, 2011. – 329 с.
27. *Васильців Т. Г.* Економічна безпека підприємництва України: стратегія та механізми зміцнення: [монографія] / Т. Г. Васильців. – Львів: Арал, 2008. – 384 с.
28. *Васильчук О. И.* Исследование проблем формирования локального рынка туристских услуг : [монографія] / О. И. Васильчук, С. С. Фрольченко. – СПб. : Инфо-да, 2010. – 158 с.
29. *Васюхин О. В.* Развитие инновационного потенциала промышленного предприятия: [монографія] / О. В. Васюхин, Е. А. Павлова. – М. : Издательство "Академия Естествознания", 2010. – 175 с.
30. *Вершицький А В.* Формування та розвиток мережі підприємств автомобільного туризму в Криму: Автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец.: 08.06.01 / Андрій В'ячеславович Вершицький. – Сімферополь, 2006. – 18 с.

31. *Винокуров В. И.* Индустрия туризма: теоретические, методологические и практические аспекты : [монография] / В. И. Винокуров, В. А. Леонов. – Сочи: Спутник, 1998.– 215 с.
32. *Витрати і ресурси домогосподарств України у 2012 році :* [статистичний збірник] / відп. за вип. І. І. Осипова. – К. : Держ. служба стат. України, 2012. – Частина 1. – 377 с.
33. *Водачек Л.* Стратегия управления инновациями на предприятии / Л. Водачек, О. Водачкова. – М. : Экономика, 2004. – 365 с.
34. *Волков О.І.* Економіка та організація інноваційної діяльності: Підручник (третє видання) / О.І. Волков, М.П. Денисенко, А.П. Гречан та ін. – К.: Центр учбової л-ри, 2007. – 662 с.
35. *Гаврильчак И.Н.* Управление развитием сетевых форм организации бизнеса в туризме и гостиничном бизнесе: [монография] / И.Н. Гаврильчак, Ю.Г. Терентьева, Е.Е. Шарафанова. – СПб.: Изд-во СПбГУСЭ, 2008. – 168 с.
36. *Газков В. Н.* Железнодорожный туризм: проблемы и перспективы развития / В. Н. Газков // Железнодорожный транспорт. – 2006.– № 9. – С. 6–7.
37. *Гаца О. О.* Перспективи туризму як засобу розвитку здоров'я та безпеки суспільства [Електронний ресурс] / О. О. Гаца, А. О. Змійов // Туризм: Теорія і практика. – 2005. – №1. – Режим доступу: <http://consultcom.kiev.ua/journal.htm>.
38. *Гегель Г.* Сочинения / Г. Гегель. – М., 1937. – Т. 5. Наука логики. – 814 с.
39. *Геєць В. М.* Інноваційні перспективи України: [монографія] / В. М. Геєць, В. П. Семиноженко. – Харків: Константа, 2006. – 272 с.
40. *Гиренко В. Н.* Туризм как средство оздоровления трудящихся / В Н. Гиренко. – К. : Госмедиздат УССР, 1963. – 52 с.
41. *Гольц Г.А.* О философии транспорта [Электронный ресурс] / Г.А. Гольц // Материалы XI междунар. (14-й екатеринбургской) науч.-практ. конф. –

- Екатеринбург, 2005. – Режим доступа: <http://www.waksman.ru/Russian/Systems/g2005.htm>
42. *Гонтаржевська Л. І.* Ринок туристичних послуг в Україні: навчальний посібник / Л. І. Гонтаржевська. – Донецьк: Східний видавн. дім, 2008. – 180 с.
 43. *Гордеев В. С.* Железнодорожный транспорт и рекреационно-туристический бизнес: точки соприкосновения / В. С. Гордеев, Н. В. Гордеев // Залізничний транспорт України. – 2008. – № 2. – С. 63–65.
 44. *Гриньов А. В.* Інноваційний розвиток промислових підприємств: концепція, методологія, стратегічне управління: [монографія] / А. В. Гриньов – Х. : ІНЖЕК, 2003. – 378 с.
 45. *Гуляев В. Г.* Организация туристских перевозок / В. Г. Гуляев. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 510 с.
 46. *Данильчук В. Ф.* Особенности формирования и развития туристических предприятий: [монографія] / В. Ф. Данильчук. – Донецк: Ин-т пром-ти НАН Украины, 2006. – 239 с.
 47. *Данько М. І.* Підвищення інвестиційно-інноваційного потенціалу промислових підприємств залізничного транспорту в умовах інтеграційних процесів: [монографія] / М. І. Данько, В. Л. Дикань, Л. Л. Калініченко – Х. : УкрДАЗТ, 2010. – 167 с.
 48. *Державна служба статистики України* [Електронний ресурс].– Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
 49. *Державне агентство України з туризму і курортів* [Електронний ресурс].– Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/ua/about/state/>.
 50. *Дикань В. Л.* Забезпечення ефективності інноваційної діяльності підприємств залізничного транспорту: [монографія] / В. Л. Дикань, В. О. Зубенко. – Х. : УкрДАЗТ, 2008. – 194 с.

51. *Длинные* волны: НТП и социально-экономическое развитие / [С. Ю. Глазьев, Г. И. Микерин, П. Н. Тесля и др.]. – Новосибирск: Наука. Сиб. отд-ние, 1991. – 224 с.
52. *Друкер П. Ф.* Бизнес и инновации / Питер Ф. Друкер. – М. : Вильямс, 2007. – 432 с.
53. *Дунаев О. Н.* Продвижение транспортных услуг на мировые рынки : [монография] / О. Н. Дунаев, Т. В. Кулакова, Д. В. Нестерова. – М. : РИОР, 2012. – 226 с.
54. *Дусаев Х. Б.* Инновации: теория и практика: [монография] / Х. Б. Дусаев. – М. : Отдел оперативной полиграфии ФГУП «ВО Минсельхоза России», 2003. – 246 с.
55. *Дятлов С. А.* Основы теории человеческого капитала: [монография] / С. А. Дятлов. – СПб. : СПбУЭХФ, 1994. – 156 с.
56. *Слагін Ю. В.* Ефективність мотивації та розвитку людського капіталу залізничного транспорту в сучасній економіці / Ю. В. Слагін // Вісник економіки транспорту і промисловості : зб. наук. праць. – Х. : УкрДАЗТ, 2011. – № 33. – С. 299–301.
57. *Завлин П. Н.* Оценка эффективности инноваций / П. Н. Завлин, А. В. Васильев. – СПб. : Бизнес-пресса, 1998. – 216 с.
58. *Загорулько В. М.* Стан та перспективи реалізації інвестиційних програм розвитку транспортно-дорожнього комплексу / В. М. Загорулько // Проблеми системного підходу в економіці: Зб. наук. пр. – К. : НАУ, 2007. – Вип. 23.– С. 74-80.
59. *Заруцька О. І.* Забезпечення ефективності транспортного обслуговування туристів: Автореф. дис. . . . канд. екон. наук: спец.: 08.06.01 / Олена Ігорівна Заруцька.– К., 2005. – 20 с.
60. *Заячківська Г. А.* Маркетинг міжнародних туристичних послуг: [монографія] / Г. А. Заячківська. – Тернопіль : ВПЦ „Економічна думка ТНЕУ”, 2011. – 394 с.

61. *Зорин И. В.* Туристика: [монографія] / И. В. Зорин, В. А. Квартальнов. – М. : Советский спорт, 2001. – 287 с.
62. *Ильина Е. Н.* Менеджмент транспортных услуг: авиационные перевозки в туризме : учебник / Е. Н. Ильина. – М. : Советский спорт, 2007. – 144 с.
63. *Ілляшенко С. М.* Управління інноваційним розвитком: [монографія] / С. М. Ілляшенко, О. А. Біловодська. – Суми : Університетська книга, 2010. – 281 с.
64. *Ільчук В. П.* Інноваційно-інвестиційні системи залізничного транспорту: становлення та розвиток / В. П. Ільчук. – К. : Логос, 2004.– 381 с.
65. *Катаев А. Х.* Транспортный рынок / А. Х. Катаев, В. А. Кабинов. – Душанбе : Первая типография, 1995. – 188 с.
66. *Квартальнов В. А.* Туризм: Теория и практика– Избр. тр.: в 5 т. / В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 1998. – Т.1. Гуманитарные проблемы развития туризма: История и современность. – 192 с.
67. *Кифяк В. Ф.* Стратегія розвитку територіальних рекреаційних систем: теорія, методологія, практика: [монографія] / В. Ф. Кифяк. – Чернівці : Книги-XXI, 2010. – 432 с.
68. *Ковынева Л.В.* Региональный туризм : [монографія] / Л.В. Ковынева. – Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2005. – 111 с.
69. *Козаченко Г. В.* Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення: [монографія] / Г. В. Козаченко, В. П. Пономарьов, О. М. Ляшенко. – К. : Лібра, 2003. – 280 с.
70. *Козьменко С.Н.* Потенциал инновационного развития предприятия: [монографія] / С.Н. Козьменко. – Сумы: Деловые перспективы, 2005. – 256 с.
71. *Кондратьев Н. Д.* Большие циклы конъюнктуры и теория предвиденья / Н. Д. Кондратьев. – М. : Экономика, 2002. – 765 с.

72. *Кононыхин С. В.* Системы технологий в туристической индустрии / С. В. Кононыхин. – Донецк: ДИТБ, 2004. – 314 с.
73. *Корж М. В.* Формування системи інноваційного розвитку глобалізованої економіки на основі управління маркетинговим механізмом: теорія і практика: [монографія] / М. В. Корж. – Краматорськ : Донбас. держ. машинобудівна академія (ДДМА), 2012. – 592 с.
74. *Котлер Ф.* Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг. – [9-е изд.] – М. : Вильямс, 2003. – 1200 с.
75. *Котов Г.Г.* Автомобильный туризм / Г.Г. Котов. – М.: Профиздат, 1986. – 128 с.
76. *Кофман А.* Введение в теорию нечетких множеств / А. Кофман. – М. : Радио и связь, 1982. – 432 с.
77. *Кочетков С. В.* Инновационный потенциал промышленного предприятия: [монография] / С. В. Кочетков. – СПб. : СПбГУЭФ, 2011. – 248 с.
78. *Критский М. М.* Человеческий капитал: [монография] / М. М. Критский. – Л. : ЛГУ, 1991. – 252 с.
79. *Кручек О.А.* Туризмология: процес формування теорії туризму [Електронний ресурс] / О.А. Кручек // Наук. зап. Київ. ун-ту туризму, економіки і права. Серія: філософські науки. / Гол. ред. В.С. Пазенок. – К.: КУТЕП, 2010. – Вип. 8. – С. 139 – 166. – Режим доступу: – http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum%20/Nzkit /2010_8/11.pdf
80. *Кузык Б.Н.* «Россия–2050: стратегия инновационного прорыва»: [монография] / Б.Н. Кузык, Ю.В. Яковец. – 2-ое изд., доп. – М.: ЗАО «Изд-во «Экономика», 2005. — 624 с.
81. *Кульман А.* Экономические механизмы: [пер.с фр.] / А. Кульман. – М. : Прогресс, Универс,1993. – 192 с.
82. *Кусков А. С.* Транспортное обеспечение в туризме / А. С. Кусков, Ю. А. Джаладян. – М. : КноРус, 2008. – 354 с.

83. *Кусков А. С.* Транспортные перевозки в туристском бизнесе / А. С. Кусков, О. В. Понукалина, Т. Н. Одинцова. – Саратов : Сарат. гос. техн.ун-т, 2003.– 112 с.
84. *Кутепова Г. Н.* Транспортное обслуживание в туризме: [монография] / Г. Н. Кутепова. – М. : ГОУ ВПО МГИИТ, 2010. – 74 с.
85. *Куценко В. І.* Ринок туристичних послуг: місце і роль інфраструктури у його розвитку / В. І. Куценко, О. А. Комарова // Туристично-краєзнавчі дослідження: збірник. – К., 2002. – С. 284–297.
86. *Лебедев С.А.* Философия научно-инновационной деятельности: [монография] / С.А. Лебедев., Ю.А. Ковылин. – М.: Академический Проект; Парадигма, 2012. – 182 с.
87. *Ложачевська О. М.* Аспекти розробки стратегії виходу українських туристичних підприємств на зовнішні ринки [Електронний ресурс] / О. М. Ложачевська // Проблеми системного підходу в економіці: зб. наук. пр. – 2009. – № 3. – Режим доступу: http://www.nbuiv.gov.ua/ejournals/PSPE/2009_3/Lojachevska_309.htm.
88. *Ложачевська О. М.* Формування стратегії економічного розвитку пасажирського терміналу аеропорту: [монографія] / О. М. Ложачевська, Ю. А. Паламарчук. – К. : Кондор, 2009. – 239 с.
89. *Любіцева О. О.* Ринок туристичних послуг (геопросторіві аспекти) / О. О. Любіцева. – [2-ге вид., переробл. та доп.].– К. : Альтерпрес, 2003. – 436 с.
90. *Ляшенко О. М.* Концептуалізація управління економічною безпекою підприємства : [монографія] / О. М. Ляшенко. – Луганськ : СНУ ім. В. Даля; ПП Резніков, 2011. – 400 с.
91. *Магамадов А. Р.* Координация работы различных видов транспорта / А. Р. Магамадов. – М. : Транспорт, 1979. – 182 с.
92. *Максименко С. В.* Туристская деятельность: международно-правовые аспекты: [монография] / С. В. Максименко. – Одесса : Латстар, 2001. – 168 с.

93. *Мальська М. П.* Туристичний бізнес: теорія та практика. Підручник. 2-вид. перероб. та доп. / М. П. Мальська, В. В. Худо. – К.: Центр учбової л-ри, 2012. – 368 с.
94. *Мальська М. П.* Туризм у міжнародному та національному вимірах: історія і сучасність: [монографія] / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, Н. М. Паньків. – Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2008. – 268 с.
95. *Маннапов Р. Г.* Организационно-экономический механизм управления регионом: формирование, функционирование, развитие : [монография] / Р. Г. Маннапов, Л. Г. Ахтариева. – М. : КНОРУС, 2008. – 352 с.
96. *Мартышенко Н. С.* Маркетинговые исследования регионального рынка потребителей туристских услуг: [монография] / Н. С. Мартышенко. – Владивосток : Дальнаука Дво РАН, 2007. – 258 с.
97. *Матвеев В. В.* Маркетинг аэропортов и исследования потребителей авиатранспортной продукции / В. В. Матвеев // Економіка, фінанси, право. – К. : Аналітик, 2009. – № 7. – С. 27–313.
98. *Мезенцев К.* Туристичні ресурси, туристичне районування та туристичні кластери: куди рухатися далі? [Електронний ресурс] / К. Мезенцев // Київський міжнародний туристичний форум. – 2012. – Режим доступу:http://www.tourism.gov.ua/files/sliders/Mezentsev_KITF_2012.pdf.
99. *Мельниченко С. В.* Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика:[монографія] / С. В. Мельниченко. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007. – 493 с.
100. *Меньшиков С. М.* Длинные волны в экономике / С. М. Меньшиков, Л. А. Клименко. – М. : Международные отношения, 1989. – 274 с.
101. *Моделювання економічної безпеки: держава, регіон, підприємство:* [монографія] / [В. Геєць, М. Кизим, Т. Клебанова, О. Черняк]. –Х. : ІНЖЕК, 2006. – 240 с.

102. *Морозов М.А.* Инфраструктурное обеспечение предпринимательской деятельности в туризме: [монография] / М.А. Морозов. – М. : РосНОУ, 2005. – 172 с.
103. *Наукова та інноваційна діяльність в Україні: статистичний збірник* / [відп. за випуск І. В. Калачова]. – К. : ДП «Інформаційно-видавничий центр Держстату України», 2012. – 305 с.
104. *Нездоймінов С.Г.* Туризм як фактор регіонального розвитку: методологічний аспект та практичний досвід: [монографія] / С.Г. Нездоймінов. – Одеса : Астропринт, 2009. – 304 с.
105. *Новиков В. С.* Инновации в туризме / В. С. Новиков – М. : Академия, 2007. – 208 с.
106. *О федеральном железнодорожном транспорте* [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 25 августа 1995 г. № 153-ФЗ. – Режим доступа: <http://femida.info/27/fzofgt003.htm>.
107. *Оленічева Ю. О.* Перспективи розвитку круїзного судноплавства в Україні [Електронний ресурс] / Ю. О. Оленічева // Прометей. – 2011. – № 3(36). – С. 265–268. – Режим доступу: http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/prom/2011_3/Olenicheva.pdf.
108. *Організація туризму: підручник* / І. М. Писаревський, С. О. Погасій, М. М. Поколодна та ін.; за ред. І. М. Писаревського. – Х. : ХНАМГ, 2008. – 541 с.
109. *Осипова О. Я.* Транспортное обслуживание туристов: учеб. пособие / О. Я. Осипова. – 2-е изд., дополн. – М. : Академия, 2006. – 384 с.
110. *Павловський В.* Становлення філософії туризму: онтологічний аспект / В. Павловський Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2006. – №5. – С.99–106.
111. *Пазенок В.С.* Філософія туризму в системі філософського знання / В.С. Пазенок // Наук. зап. Київ. ун-ту туризму, економіки і права. Серія: філософські науки. - 2010. – Вип. 8. – С.7–22.

112. *Парубець Е.Н.* Сетевой подход к инновационному взаимодействию предприятий транспорта и сферы туризма / Е.Н. Парубец, Д.А. Сугоняко // *Инновационные технологии в экономическом и бизнес-образовании: сб. науч. ст. II Междунар. весеннего форума, Гомель : в 2 ч. / редкол.: С.Н. Лебедева [и др.]. – Гомель : учреждение образования «Белорус. торг.-эконом. ун-т потребительской кооперации», 2013. – Ч. 2. – С. 204–207.*
113. *Парубець О.М.* Економіко-організаційні принципи взаємодії суб'єктів транспортних мереж / О. М. Парубець // *Ефективна економіка. [Електронний ресурс]. – 2013.– № 2.– Режим доступу до журн. : <http://www.economy.nauka.com.ua>*
114. *Парубець О.М.* Застосування концепції маркетингу для розвитку ринку транспортних послуг прикордонних регіонів / О. М. Парубець // *Вісн. Черніг. держ. технол. ун-ту. Серія: «Економічні науки»: Збірник. – Чернігів: ЧДТУ, 2010. – № 46. – С. 206–212.*
115. *Парубець О.М.* Інвестиційна складова взаємодії підприємств транспорту в мережевих структурах / О. М. Парубець // *Проблеми підвищення ефективності інфраструктури: Зб. наук. пр.: Вип. 36. – К. : НАУ, 2013. – С. 60–65.*
116. *Парубець О.М.* Інновації в туризмі Чернігівського регіону / О. М. Парубець, Д. О. Сугоняко // *Вісн. Черніг. держ. технол. ун-ту: Збірник. – Чернігів: ЧДТУ, 2009. – № 39. – С. 111–115.*
117. *Парубець О.М.* Інноваційне оновлення транскордонної транспортної інфраструктури євро регіону «Дніпро» / О. М. Парубець // *Тези доп. міжнар. наук.-практ. конф. «Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури». – Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2011. – С. 163–165.*
118. *Парубець О.М.* Організаційно-економічні особливості надання транспортних послуг туристам / О.М. Парубець, Д.О. Сугоняко // *Вісн.*

- Чернігів. держ. технол. ун-ту. Серія «Економічні науки»: наук. зб. – Чернігів: Черніг. держ. технол. ун-т, 2012. – № 4 (62). – С.140–146.
119. *Парубець О.М.* Особливості організації фінансів підприємств туристичної галузі / О. М. Парубець, Д. О. Сугоняко // Вісн. Чернігів. держ. технол. ун-ту: Збірник. – Чернігів: ЧДТУ, 2009. – № 35. – С. 120–125.
120. *Парубець О.М.* Підвищення конкурентоспроможності національних підприємств транспорту на основі застосування мережевих підходів / О. М. Парубець // Междунар. научн.-практ. конгресс: тез. докл. «Экономическое развитие стран Евросоюза и стран СНГ в условиях глобализации», 31 мая 2013 г.– г. Берн, Швейцария, 2013.– С.128–130.
121. *Парубець О.М.* Теоретико-практичні підходи до транскордонного транспортного співробітництва в рамках євро регіону «Дніпро» / О. М. Парубець // Транскордонне співробітництво як важлива складова євроінтеграційних процесів України: Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 6–7 травня 2010 р. – Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2010. – С. 59–61.
122. *Парубець О.М.* Транскордонне транспортне співробітництво як інструмент розвитку прикордонних регіонів / О. М. Парубець // Materialy VI mezinarodni vedecko – prakticka konference “Vedecky prumysl evropskeho kontinentu – 2010”. – Ekonomicke vedy: Praha. Publishing House “Education and Science”, 2010. – Dil 13. – Str. 48–51.
123. *Петров С. В.* Планирование и организация транспортных путешествий / С. В. Петров, К. Е. Шапкин. – М. : ЦРИБ "Турист", 1986. – 170 с.
124. *Петрович Й. М.* Інноваційний потенціал управління організацією: [монографія] / Й. М. Петрович, Л. М. Прокопишин-Рашкевич. – Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2010. – 184 с.
125. *Писаревський І.М.* Залізниця та залізничний туризм: точки перетину / І.М. Писаревський, О.В. Познякова // Зб. наук. пр. Київ. ун-ту економіки і технологій транспорту : Серія «Економіка і управління».– К.: ДЕДУТ, 2008. – Вип. 12. – С.61–63.

126. *Писаревський І.М.* Планування та організація туристських маршрутів: Підручник / І.М. Писаревський, М.В. Тонкошкур – Х.: ХНАМГ, 2012. – 304 с.
127. *Підсумки* діяльності авіаційної галузі України за 2012 [Електронний ресурс] / Держ. авіац. служба України. – Режим доступу: <http://www.avia.gov.ua/documents/diyalnist/pidsumki%20diyalnosti/>
128. *Посталюк М. П.* Инновационные отношения в экономической системе: теория, методология и практика / М. П. Посталюк. – Казань : Изд-во Казан. ун-та, 2006. – 331 с.
129. *Правдин Н. В.* Взаимодействие различных видов транспорта (примеры и расчеты) / Н. В. Правдин, В. Я. Негрей, В. Л. Подкопаев. – М. : Транспорт, 1989. – 208 с.
130. *Про інвестиційну* діяльність [Електронний ресурс]: Закон України від 18 вересня 1991 р. № 1560-ХІІ (зі змін. та допов.). – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1560-12>.
131. *Про інноваційну* діяльність [Електронний ресурс]: Закон України від 04.07.2002 № 40-ІV (зі змін. та допов.). – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.
132. *Про схвалення* Концепції Державної цільової програми розвитку аеропортів на період до 2020 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 05.03.2008 № 506-р. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/506-2008-p>.
133. *Про транспорт* [Електронний ресурс]: Закон України від 10.11.1994 № 232/94-ВР (зі змін. та допов.). – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/232/94-вр>.
134. *Про туризм* [Електронний ресурс]: Закон України від 15.09.1995 №324/95-ВР (зі змін. та допов.). – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр.nreg>.
135. *Радченко О. А.* Тенденції розвитку секторів ринку транспортних послуг: [монографія] / О. А. Радченко. – Одеса : ОНМА, 2010. – 152 с.

136. *Редченко К.І.* Контроль і аудит на стратегічному рівні управління підприємством: [монографія] / К. І. Редченко. – Львів : Львів. комерційна акад., 2011. – 356 с.
137. *Резер С. М.* Взаимодействие и координация разных видов транспорта / С. М. Резер. – М. : Знание, 1989. – 64 с.
138. *Робер Патюрель.* Создание сетевых организационных структур [Электронный ресурс] / Робер Патюрель // Пробл. теор. и практ. управления. – 1997. – № 3. – Режим доступа: http://vasilieva.narod.ru/ptpu/15_3_97.htm
139. *Романов С. А.* Совершенствование организационно-экономического механизма управления туристскими транспортными услугами [Электронный ресурс]: Автореф. дис. ... канд. экон. наук: спец.: 08.00.05 / Станислав Алексеевич Романов. – М., 2009. – Режим доступа: http://www.dissercat.com/content/sovershenstvovanie-organizatsionno-ekonomicheskogo-mekhanizma-upravleniya-turistskimi-transp?_openstat=cmVmZXJ1bi5jb207bm9kZTthZDE7.
140. *Санаторно-курортне лікування, організований відпочинок та туризм в Україні: статистичний бюлетень* / [відп. за вип. І. В. Калачова]. – К. : Держкомстат України, 2011. – 91 с.
141. *Санто Б.* Инновация как средство экономического развития: [пер. с венгер.] / Б. Санто. – М. : Прогресс, 2005. – 376 с.
142. *Сенин В. С.* Организация международного туризма : учебник / В. С. Сенин. – 2-е изд., переработ. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 400 с.
143. *Сич Є. М.* Взаємозв'язок туризму й транспорту та їх вплив на стан і розвиток людського капіталу // Є. М. Сич, Д. О. Сугоняко // Ефективна економіка [Електронний ресурс]. – 2011. – № 9. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua>.
144. *Сич Є. М.* Державне регулювання ринку транспортних послуг в Україні / Є. М. Сич, М. В. Чуприна // Вісн. Черніг. держ. технол. ун-ту. Серія

- "Економічні науки": Збірник. – Чернігів: ЧДТУ, 2010. – № 44. – С. 66–70.
145. Сич Є. М. Економічні аспекти управління інноваційною діяльністю підприємств по транспортному обслуговуванню туристів регіону / Є. М. Сич, Д. О. Сугоняко // Актуальні пробл. регіон. управління та місц. самоврядування: наук.-практ. конф. за міжнар. участю, 08.04.2011р.: тези доп. – К. : Вид.-полігр. центр Академії муніципального управління, 2011. – Ч.1.– С. 172–173.
146. Сич Є. М. Інноваційно-інвестиційні комплекси транспортної галузі: методологія формування та розвитку: [монографія] / Є. М. Сич, В. П. Ільчук. – К. : Логос, 2006. – 264 с.
147. Сич Є. М. Концепція інноваційного розвитку підприємств по транспортному обслуговуванню туристів регіону / Є. М. Сич, Д. О. Сугоняко. – Чернігів : ЦНТЕІ, 2011. – 22 с.
148. Сич Є. М. Організаційно-економічні проблеми взаємодії транспортних мереж суміжних країн: [монографія] / Є.М. Сич, О.М. Парубець. – К. : Логос, 2012. – 218 с.
149. Сич Є. М. Рекомендації з вдосконалення транспортного обслуговування туристів регіону / Є. М. Сич, Д. О. Сугоняко. – Чернігів : ЦНТЕІ, 2010. – 20 с.
150. Сич Є. М. Ретроспективний аналіз системи транспортного обслуговування туристів в регіоні / Є. М. Сич, Д. О. Сугоняко // Зб. наук. пр. Держ. екон.-технол. ун-ту транспорту: Серія «Економіка і управління». – К. : ДЕТУТ, 2010. – Вип. 15. – С. 148–154.
151. Сич Є. М. Структура механізму інноваційно-інвестиційного управління розвитком підприємств туристичного транспорту / Є. М. Сич, Д. О. Сугоняко // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури: Зб. наук. праць. –К. : НАУ, 2011.– Вип. 32. – С. 166–170.

152. *Скидоненко Н. В.* Механізм взаємодії авіатранспортних та туристичних підприємств / Н. В. Скидоненко // Вісн. Дніпроп. нац. ун-ту залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна. – 2009. – № 3. – С. 178–186.
153. *Смехов А. А.* Маркетинговые модели транспортного рынка / А. А. Смехов. – М. : Транспорт, 2006. – 120 с.
154. *Смирнов І.Г.* Логістика туризму: навч. посібник / І.Г. Смирнов. – К.: Знання, 2009. – 444 с.
155. *Смотрицкий Е. Ю.* Транспорт: опыт философской рефлексии / Е. Ю. Смотрицкий // Научн.-культурол. журн. RELGA. [Электронный ресурс]. – 2008. – №11 [174]. – Режим доступа: <http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid>
156. *Соколенко С.И.* Производственные системы глобализации : Сети. Альянсы. Партнерства. Кластеры. Украинский контекст / С.И. Соколенко. – К. : Логос, 2002. – 646 с.
157. *Станіславів О. В.* Оцінювання інноваційного потенціалу промислових підприємств України : [монографія] / О. В. Станіславів ; за ред. С. В. Філіппової. – Одеса : ТЕС, 2007. – 140 с.
158. *Статистичний щорічник України за 2012 рік* / за ред. О. Г. Осауленка. – К. : Август Трейд, 2013. – 560 с.
159. *Степаненко Д. М.* Классификация инноваций и ее стандартизация / Д. М. Степаненко // Инновации. – 2004. – № 7. – С. 77–79.
160. *Степанов О. П.* Инновационные параметры интеграции украинской экономики в мировое сообщество / О. П. Степанов // Стратегія розвитку України. – К. : НАУ, 2006. – № 2. – С. 87–105.
161. *Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів* / авт.-упоряд.: Г. О. Андрощук, І. Б. Жилияєв, Б. Г. Чижевський, М. М. Шевченко. – К. : Парлам. вид-во, 2009. – 632 с.
162. *Сугоняко Д. О.* Вартісно-часова модель надання транспортних послуг туристам / Д. О. Сугоняко // Зб. наук. пр. Держ. екон.-технол. ун-ту

- транспорту. Серія: Економіка і управління. – К. : ДЕТУТ, 2011. – Вип. 17. – С. 65–70.
163. *Сугоняко Д. О.* Взаємозалежність і взаємозв'язки в сфері організаційно-економічного механізму інноваційного забезпечення розвитку туризму в регіоні / Д. О. Сугоняко // Проблеми та шляхи вдосконалення економічного механізму підприємницької діяльності: II Міжнар. наук.-практ. конф., 18–19 берез. 2010 р. – Дніпропетровськ: Біла К.О., 2010. – Т. 2. – С 153–156.
164. *Сугоняко Д. О.* Врахування динаміки турпотоків при плануванні діяльності транспортних підприємств регіону / Д. О. Сугоняко // Теорія і практика економічних досліджень: Всеукр. науч.-практ. конф., 14.04.2010 г.: Тез. докл. – Николаев: НУК, 2010. – С. 90–91.
165. *Сугоняко Д. О.* Економічна модель регіональної соціально-економічної системи «туризм-транспорт» / Д. О. Сугоняко // Nauka i inowacja. – 2010: VI Międzynarodowa naukowa-praktyczna konferencja, 07-15.10.2010. – Przemysl. Nauka i studia, 2010. – Vol. 4. Ekonomiczne nauki. – Str. 52–55.
166. *Сугоняко Д. О.* Економічно-організаційні проблеми транспортного обслуговування туристів в регіоні та напрямки їх вирішення / Д. О. Сугоняко // Проблеми економіки транспорту: IX Міжнародна наукова конференція, 22.04.-23.04.2012 р.: тез. доп. – Дніпропетровськ : ДНУЗТ, 2010. – С. 106.
167. *Сугоняко Д. О.* Ефективність інноваційної взаємодії підприємств транспорту і туризму / Д. О. Сугоняко // Вісн. Черніг. держ. технол. ун-ту. Серія: «Економічні науки»: наук. зб. – Чернігів: Черніг. держ. технол. ун-т, 2012. – № 1 (56). – С. 163–169.
168. *Сугоняко Д. О.* Застосування інноваційних технологій в транспортному обслуговуванні туристів / Д. О. Сугоняко // Імперативи розвитку України в умовах глобалізації: Міжнар. наук.-практ. конф. 13–14 трав. 2011 р.: тез. доп. – Чернігів : ЧДІЕУ, 2011. – С. 186.

169. *Сугоняко Д. О.* Інноваційна модель розвитку транспортного обслуговування туристів / Д. О. Сугоняко // Розвиток України в ХХІ столітті: економічні, соціальні, екологічні, гуманітарні та правові проблеми: Шоста Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 15.04.2010 р. – Тернопіль, 2010. – С. 27–30.
170. *Сугоняко Д. О.* Методологічні підходи до класифікації інновацій підприємств по транспортному обслуговуванню туристів регіону / Д. О. Сугоняко // Вісн. Черніг. держ. технол. ун-ту: Серія: «Економічні науки»: зб. наук. пр. – Чернігів: ЧДТУ, 2011. – № 1 (48). – С. 330–334.
171. *Сугоняко Д. О.* Особливості ринку транспортно-туристичних послуг регіону/ Д. О. Сугоняко // Економічні науки. Серія: Регіональна економіка: зб. наук. пр. – Луцьк : ЛНТУ, 2010. – Вип. 7(27). – Ч 5.– С. 72–81.
172. *Сугоняко Д. О.* Регіональна соціально-економічна система «туризм-транспорт» / Д. О. Сугоняко // Економіка: проблеми теорії та практики: зб. наук. пр. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2010.– Вип. 264. – Том V. – С. 1205–1211.
173. *Сугоняко Д. О.* Розвиток інноваційної інфраструктури туристичного транспорту регіону / Д. О. Сугоняко // Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури: Міжнар. наук.-практ. конф., 19–21 трав. 2011 р.: тез. доп. – Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2011. – С. 177–178.
174. *Сугоняко Д. О.* Розвиток транспортно-туристичного обслуговування міжнародного туризму в прикордонному регіоні / Д. О. Сугоняко // Транскордонне співробітництво як важлива складова євроінтеграційних процесів України: Міжнар. наук.-практ. конф. 6–7 трав. 2010 р.: тез. доп. – Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2010. – С. 63–64.
175. *Сугоняко Д. О.* Стратегія інноваційного розвитку підприємств транспорту по обслуговуванню туристів регіону / Д. О. Сугоняко // Вісн.

- Черніг. держ. технол. ун-ту: Серія: «Економічні науки»: Збірник. – Чернігів : ЧДТУ, 2011. – №2 (50). – С. 153–157.
176. *Сугоняко Д. О.* Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної галузі Чернігівського регіону в контексті реалізації регіональної інноваційної політики / Д. О. Сугоняко // Вісн. Черніг. держ. технол. ун-ту: Серія: «Економічні науки»: Збірник. – Чернігів : ЧДТУ, 2010. – № 41.– С. 29–35.
177. *Сугоняко Д. О.* Управління інноваційною діяльністю туристичних підприємств регіону / Д. О. Сугоняко // Перспективы экономического развития: Всеукр. науч.-практ. конф. молодых ученых, 18 сент. 2009 г.: тезисы док. – Николаев, НУК, 2009. – Т.1. – С. 30–31.
178. *Сугоняко Д. О.* Формування попиту на ринку транспортно-туристичних послуг регіону / Д. О. Сугоняко // Зб. наук. пр. Держ. економ.-технол. ун-ту транспорту. Серія: Економіка і управління. – К. : ДЕДУТ, 2010. – Вип. 16. – С. 225–231.
179. *Сугоняко Д. О.* Хвильова теорія в інноваційному розвитку транспортного обслуговування туристів / Д. О. Сугоняко // Вісн. Чернігів. держ. технол. ун-ту: Серія: «Економічні науки»: Збірник. – Чернігів : ЧДТУ, 2010. – № 46. – С. 145–150.
180. *Сухарев О.С.* Теоретические основы инвестиций в человека и инноваций (эволюционная парадигма): [монография] / О.С. Сухарев. – М.: ИЭ РАН, 2004. – 119 с.
181. *Сявавко М. С.* Нечітка арифметика в задачах міжгалузевого балансу / М. С. Сявавко, Т. В. Пасічник, В. П. Тимків // Систем. дослідж. та інформ. технології . – 2010. – № 2. – С. 134–143.
182. *Тарский И.* Фактор времени в транспортном процессе / И. Тарский; [пер. с польск. Ч. С. Рачинской]; под ред. Н. Н. Баркова. – М. : Транспорт, 1979. – 309 с.
183. *Твисс Б.* Управление научно-техническими нововведениями: [сокр. пер. с англ.] / Б. Твисс. – М. : Экономика, 1989. – 217 с.

184. *Технологічна модернізація в Європейській економіці: [монографія]* / О. С. Бурміч, О. Д. Лук'яненко, Є. Г. Панченко, В. І. Чужиков; за наук. ред. В. І. Чужиова. – К. : КНЕУ, 2013. – 266 с.
185. *Тимощук О. М.* Прогноз розвитку ринку туристичних послуг водного транспорту/ О. М. Тимощук // *Економіка і держава.* – 2005. – № 1. – С. 55–59.
186. *Тишуков Ю. В.* Потребитель на рынке туристических услуг / Ю. В. Тишуков. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2007. – 272 с.
187. *Ткаченко Т. І.* Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: [монографія] / Т. І. Ткаченко. – К. : Київ. нац. торг.-економ. ун-т, 2009. – 463 с.
188. *Тофанчук А. Т.* Соціально-економічні особливості інноваційного процесу / А. Т. Тофанчук, М. В. Колесник // *Проблеми підвищення ефективності інфраструктури: зб. наук. пр.* – К. : НАУ, 2010. – Вип. 26. – С 61–68.
189. *Транспорт і зв'язок України: статистичний збірник* / [відп. за вип. І.В. Калачова]. – К. : ТОВ «Август Трейд». – 2013. – 269 с.
190. *Туризм і місто: досвід, проблеми та перспективи: [монографія]* / за заг. ред. І. М. Писаревського; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х. : ХНАМГ, 2011.– 284 с.
191. *Туризм як національний пріоритет: [колективна монографія]* / за ред. І. М. Писаревського. – Х. : ХНАМГ, 2010. – 284 с.
192. *Туризмологія: концептуальні засади розвитку туризму: [монографія]* / В.К. Федорченко, В.С. Пазенок, О.А. Кручек та ін. – К.: ВЦ «Академія», 2013. – 368 с.
193. *Туристична діяльність в Україні в 2012 році: статистичний бюлетень* / відповідальний за випуск І. В. Калачева. – К. : Держ. служба статистики, 2013. – 272 с.

194. *Туристичні рейтинги ставлять Україну в Топ-10: в 2013-му очікується наплив мандрівників* [Електронний ресурс] // NEWSru.ua. – Режим доступу: <http://www.newsru.ua/ukraine/28dec2012/tourism.html>
195. *Ускова Т.В.* Соціально-економічний ресурс туризму: [монографія] / Т.В. Ускова, Л.В. Дубиничева, В.С. Орлова. – Вологда: ІСЭРТ РАН, 2011. – 182 с.
196. *Ушаков Д. С.* Развитие современного туристического рынка: [монографія] / Д. С. Ушаков. – М., 2004. – 232 с.
197. *Фишер С.* Экономика / С. Фишер, Р. Дорнбуш, Р. Шмалензи : [пер. с англ. 2-е изд.] – М.: Дело ЛТД, 1995. – 864 с.
198. *Філософські нариси туризму* [Текст] : сб. науч. тр. / [Курас І.Ф., Онищенко О.С., Пазенок В.С. та ін.; Відп. ред.: В.С. Пазенок] ; Київ. ун-т туризму, економіки і права та ін. – К. : Укр. центр духов. культури, 2005. – 325 с.
199. *Харин А.А.* Управление инновациями: Кн. 1. Основы организации инновационных процессов / А.А Харин, И.Л. Коленский. – М.: Высшая шк., 2003. — 252 с.
200. *Харів П. С.* Інноваційна діяльність підприємства та економічна оцінка інноваційних процесів: [монографія] / П. С. Харів. – Тернопіль : Економічна думка, 2003. – 326 с.
201. *Холловой Дж. К.* Туристический бизнес: учебное пособие / Дж. К. Холловой, Н. Тейлор; пер. с 7-го англ. изд. – К. : Знання, 2007. – 798 с.
202. *Цветов Ю. М.* Организация совместной работы различных видов транспорта / Ю. М. Цветов, В. А. Лысенков, Ю. М. Смелянский. – К. : Техника, 1985. – 191 с.
203. *Чекаловец В. И.* Человеческий капитал на транспорте: нужно менять взгляды и подходы / В. И. Чекаловец, О. С. Соколова // Транспорт. – 2005. – № 7. – С. 59–63.

204. *Черваньов Д. М.* Менеджмент інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств України: [монографія] / Д. М. Черваньов, Л. І. Нейкова. – К. : Знання, 1999. – 514 с.
205. *Черниш О. І.* Інноваційні впровадження як основні чинники пріоритетного розвитку сфери туризму та рекреації в Україні / О. І. Черниш, О. І. Дімова // Економічний простір. – 2009. – № 22/2. – С. 208–213.
206. *Чудновский А. Д.* Управление индустрией туризма: учеб. пособие. / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, В. С. Сенин. – 3-е изд., стер. – М. : КНОРУС, 2006. – 448 с.
207. *Чухрай Н.* Формування інноваційного потенціалу підприємства: маркетингове і логістичне забезпечення: [монографія] / Н. Чухрай. – Львів : Львівська політехніка, 2002. – 315 с.
208. *Шамакина К. Е.* Основы организации транспортных путешествий / К. Е. Шамакина. – М. : ЦРИБ «Турист», 1982. – 242 с.
209. *Шевчук Л. Т.* Втрати людського капіталу в Україні: понятійно-категорійний апарат і концептуальні положення / Л. Т. Шевчук // Соціально-економічні дослідження в перехідний період. – Львів : ІРД НАН України, 2007. – Вип. 3 (65). – С. 9–27.
210. *Шинкаренко В. Г.* Вибір напрямків інноваційної політики АТП / В. Г. Шинкаренко, О. В. Клепікова // Економіка транспортного комплексу: Зб. наук. пр. –Х. : Вид-во ХНАДУ, 2011. – Вип.17. – С. 52–61.
211. *Шинкаренко В. Г.* Оцінка впливу параметрів автотранспортної послуги на задоволення споживачів / В. Г. Шинкаренко, І. М. Ананко // Економіка транспортного комплексу: Зб. наук. пр. – Вип.18. – Х. : Вид-во ХНАДУ, 2011. – С. 164–177.
212. *Шинкаренко В. Г.* Управление маркетингом взаимоотношений автотранспортного предприятия с потребителями услуг: [монография] / В. Г. Шинкаренко, И. В. Федотова. – Х. : ХНАДУ, 2009. – 252 с.

213. Широкова Г. В. Инновации в индустрии туризма: экологический аспект / Г. В. Широкова // Вестник СПбГУ. – 1999. – Вып. 2 (№ 12). – С. 5–12.
214. Шкарлет С. Економічна безпека підприємства : інноваційний аспект: [монографія] / С. Шкарлет. – К. : Книжкове видавництво НАУ, 2007. – 436 с.
215. Шкворець Ю.Ф. Проблеми розвитку інноваційної інфраструктури в Україні // Інноваційний менеджмент: Зб. наук. праць МАУП. – Вип. 3. – К.: МАУП, 2002. – С. 61–64.
216. Шульгіна Л. М. Маркетинг підприємств туристичного бізнесу: [монографія] / Л. М. Шульгіна. – К. : КНТЕУ, 2005. – 596 с.
217. Шумпетер Й. Теория экономического развития: пер.с англ. / Й. Шумпетер. – М. : Прогресс, 1982. – 455 с.
218. Энгельс Ф. Диалектика природы / Ф. Энгельс. – М. : Госполитиздат, 1953. – 353 с.
219. Яковец Ю. В. Эпохальные инновации XXI века / Ю. В. Яковец. – М. : Экономика, 2004. – 439 с.
220. Янсен Ф. Эпоха инноваций: как заниматься бизнесом творчески постоянно, а не от случая к случаю: пер. с англ. Ф. Янсен. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 307с.
221. Archer, B. H., Owen, C. Towards a tourist regional multiplier // Regional Studies. 1971. – Vol. 5.
222. Becker, Gary S. Human Capital. N.Y.: Columbia University Press, 1964.
223. Hunziker, W. Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehr W. Hunziker, K. Krapf. – Zurich, 1942.
224. Mensh, G. Stalemate in Technology: Innovation Overcome the Depression. – Cambridge, Mass., 1979.
225. Parubets O. Integration of transport networks: level of border-line regions / O. Parubets // Scientific enquiry in the contemporary world: theoretical basics and innovative approach. FL, USA, L&L Publishing, 2012.– Vol.5. Economics. – P. 147–150.

226. *Shultz, T.* Investment in Human Capital. N.Y., London, 1971.
227. *Sugonyako, D.* Theoretical and methodical base of evaluation the innovative interaction of transport and tourism enterprises / D. Sugonyako // Scientific enquiry in the contemporary world: theoretical basics and innovative approach. FL, USA, L&L Publishing, 2012.– Vol.5. Economics. – P. 155–158.