

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»
Факультет міжнародного туризму та економіки
Кафедра туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної роботи
другого (магістерського) рівня вищої освіти

на тему
ТУРИСТИЧНИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЦЕНТР: ТЕОРІЯ, МЕТОДОЛОГІЯ,
ПРАКТИКИ

Виконав: студент II курсу, групи МТЕ-132м

Спеціальності 242 Туризм

(код і найменування спеціальності)

Освітня програма Туризмознавство

ТКАКЧЕНКО В.Н.

(прізвище та ініціали)

Керівник ШЕЛЕМЕТЬЄВА Т.В.

(прізвище та ініціали)

Рецензент ПОПОВА В.Д.

(прізвище та ініціали)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Національний університет «Запорізька політехніка»

Інститут, факультет Міжнародного туризму та економіки

Кафедра Туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Ступінь вищої освіти Другий (магістерський) рівень

Освітньо-кваліфікаційний рівень магістр

Спеціальність 242 Туризм
(шифр і назва)

Освітня програма (спеціалізація) Туризмознавство
(назва освітньої програми (спеціалізації))

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувачка кафедри ТГРБ

Валентина ЗАЙЦЕВА

«___» _____ 2023 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ

ТКАЧЕНКО Владислава Ніколаосовича

(прізвище, ім'я по батькові)

1. Тема роботи (проекту) Туристичний інформаційний центр: теорія, методологія, практики.
керівник роботи (проекту) ШЕЛЕМЕТЬЄВА Т.В., д.е.н., професор,
затвердженні наказом вищого навчального закладу від 18 жовтня 2023 року № 397
2. Строк подання студентом роботи (проекту) 01.12.2023 р.
3. Вихідні дані до роботи (проекту) в роботі використанні використані закони України, укази Президента України, постанови Кабінету Міністрів України, нормативно-правові акти Міністерства розвитку громад, територій та інфраструктури України, Державного агентства розвитку туризму України, наукові праці українських і зарубіжних учених, статистичні матеріали Державної служби статистики України, закордонні аналітичні матеріали, інформація з інтернет-джерел.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)
Розділ 1. Теоретичні основи діяльності туристичних інформаційних центрів. Розділ 2. Дослідження практики діяльності туристичних інформаційних центрів. Розділ 3. Перспективні напрями подальшого розвитку туристичних інформаційних центрів як елементу інноваційної інфраструктури туризму.
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
3 таблиці, 4 рисунка.

6. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	ШЕЛЕМЕТЬЄВА, професор каф. ТГРБ	01.09.2023	02.09.2023
2	ШЕЛЕМЕТЬЄВА, професор каф. ТГРБ	23.09.2023	25.09.2023
3	ШЕЛЕМЕТЬЄВА, професор каф. ТГРБ	16.10.2023	18.10.2023
Нормо контроль	ГРЕСЬ-ЄВРЕІНОВА С.В., доцент каф. ТГРБ	28.11-10.12.2023	

7. Дата видачі завдання 1 вересня 2023 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Узгодження теми, складання змісту	20.08-01.09.2023	виконано
2	Вивчення літературних джерел	01.09-10.09.2023	виконано
3	Збір матеріалу на кваліфікаційну роботу	01.09-01.10.2023	виконано
4	Групування та аналіз зібраного матеріалу	01.09-11.10.2023	виконано
5	Виконання першого розділу	01.10.2023	виконано
6	Виконання другого розділу	20.10.2023	виконано
7	Виконання третього розділу	05.11.2023	виконано
8	Формування висновків та рекомендацій	06-09.11.2023	виконано
9	Оформлення кваліфікаційної роботи	10-11.11.2023	виконано
10	Перевірка роботи на плагіат	12-15.11.2023	виконано
11	Перевірка роботи керівником	16-20.11.2023	виконано
12	Одержання відгуку та рецензії	22-23.11.2023	виконано
13	Попередній захист кваліфікаційної роботи	16-20.11.2023	виконано
14	Подання роботи на кафедру	01.12.2023	виконано
15	Захист кваліфікаційної роботи	15.12.2023	виконано

Студент

(підпис)

Владислав ТКАЧЕНКО

(ім'я та прізвище)

Керівник роботи (проекту)

(підпис)

Тетяна ШЕЛЕМЕТЬЄВА

(ім'я та прізвище)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота: 88 с., 4 рис., 3 табл., 4 додатка, 62 джерела.

Об'єкт дослідження – туристичні інформаційні центри.

Мета роботи – дослідження теоретичних, методичних та практичних аспектів діяльності туристичних інформаційних центрів в Україні.

Методи дослідження: індукції та дедукції, метод порівняльного аналізу, метод синтезу, табличний та графічний метод.

У першому розділі досліджено теоретичні основи розвитку туристичних інформаційних центрів. З'ясовано сутність туристичних інформаційних центрів. Охарактеризовано основні функції та завдання ТІЦ. У другому розділі проаналізовано діяльність туристичних інформаційних центрів в Україні. Сформульовано проблеми розвитку туристичних інформаційних центрів в Україні. В третьому розділі запропоновано перспективні напрями подальшого розвитку туристичних інформаційних центрів як елементу інноваційної інфраструктури туризму.

Одержані результати кваліфікаційної роботи можуть сприяти подальшому розвитку туристичних інформаційних центрів як елементу інноваційної інфраструктури туризму, практичні пропозиції щодо ролі туристичних інформаційних центрів в системі управління туристичною діяльністю.

ТУРИСТИЧНИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЦЕНТР, ДІЯЛЬНІСТЬ, РОЗВИТОК, ПЕРСПЕКТИВИ, ФУНКЦІЇ, НАПРЯМКИ, ІНФРАСТРУКТУРА.

АНОТАЦІЯ

Ткаченко В. Н. Туристичний інформаційний центр: теорія, методологія, практики. – Кваліфікаційна робота.

У роботі досліджено теоретичні основи розвитку туристичних інформаційних центрів. З'ясовано сутність туристичних інформаційних центрів. Охарактеризовано основні функції та завдання ТІЦ. Проаналізовано діяльність туристичних інформаційних центрів в Україні. Сформульовано проблеми розвитку туристичних інформаційних центрів в Україні. Запропоновано перспективні напрями подальшого розвитку туристичних інформаційних центрів як елементу інноваційної інфраструктури туризму.

Ключові слова: туристичний інформаційний центр, діяльність, розвиток, перспективи, функції, напрямки, інфраструктура.

ANNOTATION

Tkatsenko V. The tourist information center: theory, methodology, practices. – Qualifying work.

The paper examines the theoretical foundations of the development of tourist information centers. The essence of tourist information centers has been clarified. The main functions and tasks of the TIC are described. The activity of tourist information centers in Ukraine is analyzed. The problems of the development of tourist information centers in Ukraine are formulated. Prospective directions for further development of tourist information centers as an element of innovative tourism infrastructure are proposed.

Keywords: tourist information center, activity, development, prospects, functions, directions, infrastructure.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

ВНП – Валовий національний продукт

ВВП – Валовий внутрішній продукт

грн. – гривня

Держкомстат – Державна служба статистики

Держагентство – Державне агентство

див. – дивись

ін. – інший

м. – місто

млн. грн – мільйонів гривень

НТОУ – Національна туристична організація України

од. – одиниць

р., рр. – рік, роки

рис – рисунок

с. – село

ст. – століття

тис. – тисяча

ТІЦ – Туристичний інформаційний центр

SWOT – strength, weaknesses, opportunities, threats

UNWTO – World Tourism Organization (Всесвітня туристська організація)

МОК – Міжнародний олімпійський комітет

% – відсоток

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ЦЕНТРІВ	11
1.1. Роль, місце і значення туристичних інформаційних центрів	11
1.2. Міжнародний досвід роботи туристично-інформаційних центрів	21
1.3. Характеристика державного регулювання діяльності туристично-інформаційних центрів	26
Висновки до розділу 1	33
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ПРАКТИКИ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ЦЕНТРІВ	35
2.1. Діяльність туристичних інформаційних центрів в Україні	35
2.2. Практика діяльності туристичного інформаційного центру м. Запоріжжя	50
2.3. Проблеми організації та функціонування туристичних інформаційних центрів в Україні	57
Висновки до розділу 2	58
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ЦЕНТРІВ ЯК ЕЛЕМЕНТУ ІННОВАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ТУРИЗМУ	60
3.1. Перспективні функції та завдання туристичних інформаційних центрів	60
3.2. Створення сучасної національної мережі туристичних інформаційних центрів в Україні	62
Висновки до розділу 3	73
ВИСНОВКИ	74
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	77
ДОДАТКИ	84

ВСТУП

Актуальність кваліфікаційної роботи полягає в тому, що успішність функціонування туристичної галузі в Україні в умовах формування глобального інформаційного простору значною мірою визначається ефективністю інформаційного забезпечення туристичної сфери. Важливим завданням політики місцевої влади в управлінні туризмом є поліпшення інформаційного забезпечення цього процесу, адже без реклами й інформації, що залучає споживачів певних послуг, розвиток туристично-рекреаційної діяльності неможливий.

Діяльність ТІЦ є надзвичайно важливою для DESTINAцій із значною часткою самодіяльних туристів, тому що, в даному випадку, вони виступають основними осередками надання інформаційних послуг. Туристично-інформаційний центр повинен стати елементом системи управління сферою туризму на території міста (області). Він може здійснювати інформаційне забезпечення системи державного регулювання та управління туризмом у регіоні, оскільки потрібно постійно оновлювати нормативно-правову та інформаційно-аналітичну бази, які забезпечують ефективне управління розвитком сфери туризму та курортів.

Роль туристичних інформаційних центрів у сучасній туристичній галузі, особливості організаційно-економічних аспектів їх функціонування, роль та місце в системі управління туризмом у регіонах розглядали в своїх наукових працях Р. Волчецький, П. Горішевський, Ю. Зінько, В. Кучеренко, М. Малахова, М. Мальська, Ю. Моклиця, О. Музиченко-Козловська, І. Семичастний, Е. Сергєєва, Т. Скутар, Т. Сокол, Л. Чайка-Петегирич, Т. Чичкалюк, Л. Ткачук, Т. Шелеметьєва. Проте, враховуючи значення туризму як глобального феномену «світу мобільностей» в умовах сучасних трансформаційних процесів, питання дослідження діяльності туристичних інформаційних центрів в Україні та визначення перспектив промоції туристичної діяльності у межах окремої території залишається актуальним.

Метою роботи є дослідження теоретичних, методичних та практичних аспектів діяльності туристичних інформаційних центрів в Україні.

Досягнення мети зумовлює необхідність виконання таких завдань:

- охарактеризувати теоретичні основи розвитку туристичних інформаційних центрів;
- проаналізувати діяльність туристичних інформаційних центрів в Україні;
- запропонувати перспективні напрями подальшого розвитку туристичних інформаційних центрів як елементу інноваційної інфраструктури туризму.

Об'єктом дослідження є туристичні інформаційні центри.

Предметом дослідження є діяльність туристичних інформаційних центрів в Україні.

Для вирішення поставлених завдань у роботі використано такі методи дослідження: індукції та дедукції (для характеристики теоретичних основ діяльності туристичних інформаційних центрів), метод порівняльного аналізу (при аналізуванні практики діяльності туристичних інформаційних центрів України; визначення ключових проблем розвитку туристичних інформаційних центрів), метод синтезу (для надання практичних рекомендацій та визначення перспективних напрямків туристичних інформаційних центрів), табличний та графічний метод (для презентації результатів дослідження кількості туристичних інформаційних центрів в Україні).

Інформаційну базу дослідження становлять офіційні видання Верховної Ради України та органів виконавчої влади, Міністерства розвитку громад, територій та інфраструктури України, Державної агенції розвитку туризму України, статистичні дані Державної служби статистики України, монографії, наукові публікації щодо розвитку медичного туризму, Інтернет-ресурси.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в доповненні змісту теоретичних основ, методології та практичних пропозицій щодо діяльності туристичних інформаційних центрів.

Практична значимість отриманих результатів полягає в тому, що запропоновані перспективні напрями подальшого розвитку туристичних інформаційних центрів як елементу інноваційної інфраструктури туризму та визначення їх ролі в системі управління туристичною діяльністю (довідка про впровадження від 25.11.2023 р.). Також основні теоретичні результати кваліфікаційної роботи можна використовувати при викладанні дисциплін «Регіональна політика сталого розвитку туризму», «Управління проєктами в туризмі» здобувачам вищої освіти спеціальності 242 «Туризм» освітнього ступеня «магістр».

Апробація результатів кваліфікаційної роботи. Основні результати кваліфікаційної роботи були викладені і ухвалені на Міжнародній науково-практичній конференції «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства» (м. Запоріжжя, 10 листопада 2023 р.).

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліка посилань (62 найменування) та 4 додатка. Загальний обсяг роботи становить 75 сторінок ком'ютерного тексту; основний зміст роботи викладено на 88 сторінках. Робота містить 3 таблиці та 4 рисунка.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ЦЕНТРІВ

1.1. Роль, місце і значення туристичних інформаційних центрів

У законі України «Про інноваційну діяльність» зазначено, що інноваційна інфраструктура – це сукупність підприємств, організацій, установ, їх об'єднань, асоціацій будь-якої форми власності, що надають послуги із забезпечення інноваційної діяльності (фінансові, консалтингові, маркетингові, інформаційно-комунікативні, юридичні, освітні тощо) [1]. За цим законом одним з видів інноваційних послуг вважаються інформаційно-комунікативні. Саме для надання таких послуг у туристичній галузі створюють туристично-інформаційні центри.

Туристично-інформаційний центр, як організаційна структура системи управління сферою туризму та курортів, повинен виконувати широкий спектр послуг для підприємців у сфері туристичного бізнесу, відпочивальників, а також потенційних споживачів. За замовленням зацікавлених організацій він може проводити маркетингові та соціологічні опитування; виконувати роботи зі збору й систематизації статистичної та іншої інформації про результати туристично-екскурсійної діяльності на території міста; аналізу ринків збуту послуг для майбутніх інвестиційних проектів; контроль якості туристичних послуг, які надають на території міста [2].

Про необхідність створення Національної мережі офіційних туристичних інформаційних центрів зазначено в статті 26 проекту закону України «Про туристичні ресурси», розробленому Державним агентством України з туризму і курортів у 2011 р. У цьому законодавчому акті було визначено функції офіційних туристичних інформаційних центрів, які полягають у забезпеченні інформацією та інформаційно-консультаційними послугами туристів [3]. Про необхідність «формування інформаційного простору сфери туризму і курортів» та «створення єдиної системи

маркетингової підтримки національного туристичного продукту на внутрішньому та зовнішньому ринку» задекларовано в Стратегії розвитку туризму і курортів України [4].

Діяльність туристично-інформаційних та гостьових центрів має бути спрямована на інформування й консультування туристів та інших суб'єктів туристичної галузі економіки, промоцію й рекламування туристично-рекреаційних ресурсів та інших принад місцевості тощо, адже, за даними статистичних досліджень Всесвітньої туристичної організації, відомо, що збільшення витрат на рекламу туристичного продукту приводить до підвищення доходів туристичної галузі економіки [5].

Закон, прийнятий Міжпарламентською асамблеєю держав – учасниць СНД, містить таке визначення: «Туристично-інформаційні та гостьові центри – це некомерційні та приватно-державні організації, цілями діяльності яких є: сприяння органам державної влади у формуванні та використанні інформаційних ресурсів про туризм; надання на безоплатній основі (громадянам та іншим зацікавленим особам) неупередженої та компетентної документованої туристичної інформації» [6, ст. 26, п. 4]. Тобто положення цього Закону досить чітко відображав сутність діяльності туристичного інформаційного центру, а саме: надання туристам «неупередженої та компетентної інформації» на «безоплатній основі» в поєднанні з платним наданням додаткових послуг [6, ст. 26, п. 6].

На думку І. Семичастного, «туристично-інформаційний центр – це ключовий елемент туристичної інфраструктури міста, який працює на ринку туристичних послуг і за допомогою якого гості міста задовольняють свій попит на інформацію та пропозиції» [7].

О. Музиченко-Козловська вважає, що «туристично-інформаційний центр – це організація, в якій надають інформацію та консультації про туристичні можливості та ресурси місцевості, яку відвідують туристи, а також здійснюють обмін такою інформацією з іншими ТІЦ, а також з іншими організаціями та управліннями» [8, с. 48].

На нашу думку, туристично-інформаційний центр – важливий інструмент туристичної інфраструктури, за допомогою якого туристи та інші суб'єкти туризму мають можливість отримати повну туристичну інформацію й консультативні послуги щодо туристичної діяльності в місцевості та за її межами.

Зміст існування інформаційних туристичних центрів впливає з поняття «туристична послуга», яка є комплексом послуг із задоволення потреб туриста у відпочинку, харчуванні, переміщенні та інших, які сприяють забезпеченню мети подорожі [9].

О. Музиченко-Козловська стверджує, що в сучасних умовах функціонування туристичної галузі в діяльності туристичних інформаційних центрів зацікавлені всі учасники цього процесу. Державні та місцеві органи влади можуть очікувати збільшення податкових надходжень від зростання туристичної активності в регіоні. Організації і підприємства сфери туристичного бізнесу – туристичні оператори й агенції, готелі, ресторани, театри, туристичні бази, супермаркети тощо – очікують збільшення прибутків [8, с. 49].

Дослідник Р. Волчецький наголошує: «Сьогодні все більшою постає проблема ефективного представлення наявних у регіонах туристичних ресурсів та принад, здатних пробудити інтерес не тільки у іноземних, а й навіть у вітчизняних туристів та відпочиваючих. Тому головною метою туристичних інформаційних центрів є саме створення механізму інформаційного представлення, створення позитивного іміджу та популяризації туристичних територій» [11, с. 126].

Л. Семичастний вважає, що: «туристично-інформаційний центр – це ключовий елемент туристичної інфраструктури міста, який працює на ринку туристичних послуг і за допомогою якого гості міста задовольняють свій попит на інформацію та пропозиції» [7].

На нашу думку, туристично-інформаційний центр можна вважати елементом інноваційної інфраструктури туристичної індустрії, оскільки за

його допомогою туристи та інші суб'єкти туризму мають змогу отримати туристичну інформацію та консультативні послуги щодо туристичної діяльності у місцевості та за її межами.

Здебільшого держава була ініціатором створення ТІЦ з метою кращої організації туристичного руху в місті. Основна мета таких ТІЦ – надати туристові будь-яку інформацію про місце перебування, наприклад, про кількість вільних місць у готелях чи про найпопулярніші пам'ятки [8, с. 49].

Організація та становлення туристичних інформаційних центрів (ТІЦ) є важливою складовою успішного розвитку туристичної галузі України.

Значення туристичних інформаційних центрів у сфері туризму, особливо в сучасному світі, важко переоцінити. Роль, яку відіграють ці структури, по-суті, є ключовою у розвиненому (з точки зору комунікаційної) суспільстві. ТІЦи однозначно займають практично ключове місце в частині рекламно-інформаційної та пошуково-організаційної діяльності суб'єктів туристичної галузі фактично кожної розвиненої туристичної країни світу. Як європейська держава, Україна має унікальну можливість не тільки вивчати немалий досвід сусідніх європейських країн (становлення ТІЦів у яких почалось з інтеграцією колишніх країн соціалістичного табору до Європейського Союзу), але й скористатись допомогою, яку нерідко пропонують програми та проекти, що здійснюються в ході транскордонного і міжрегіонального співробітництва з Україною, в рамках роботи Єврорегіонів, при співпраці міст-партнерів тощо.

Без сумніву, що для України є позитивним скористатись не тільки ідеєю інтеграції континенту «згори», завдяки об'єднанню держав навколо спільних норм і критеріїв, але й досвідом «знизу» – через формування єврорегіонів і просування транскордонної співпраці взагалі як моделі партнерства відповідних територій для їх ефективного соціально-економічного й культурно-гуманітарного розвитку [5]. В цьому контексті доцільно розглядати й створення та функціонування в Україні туристичних інформаційних центрів (ТІЦ). Актуальність створення та функціонування різного роду туристично-

інформаційно-маркетингово-рекламних структур, у тому числі і як мережі ТІЦів – для України, надзвичайно важлива, бо остання є учасником цілого ряду проєктів, програм та інститутів: транскордонного, міжрегіонального, європейського масштабів, а багато українських міст – учасниками угод з містами-партнерами, з країн Європейського Союзу, світу та країн СНД.

Сьогодні практично неможливо уявити собі популярний європейський чи американський туристичний об'єкт чи місто без численних туристичних інформаційних центрів, або скорочено – ТІЦів. У кожній країні діяльність туристично-інформаційних центрів відрізняється своїми особливостями, організацією, послугами, що надаються, механізмами фінансування. Але в якій би формі не існував ТІЦ, основний напрямок його діяльності – допомога туристам.

Центр допомоги туристам, центр інформації для відвідувачів або туристичний інформаційний центр – це певне місце (фізично існуюче), яке надає туристичну інформацію відвідувачам, які приїждять у дану місцевість.

Це може бути:

- центр допомоги туристам в певному цікавому для туристів місці або близько пам'ятки, наприклад, у національному парку, заповіднику чи ландшафтному парку, що надає інформацію туристам і проводить всебічні освітні тематичні (пов'язані з даним цікавим об'єктом) виставки та покази експонатів (наприклад, про природної історії або культури);

- туристичний інформаційний центр, що надає відвідувачам даної місцевості інформацію про пам'ятки області, житло та інші об'єкти, що відносяться до туризму. У багатьох випадках ці центри працюють в аеропорту чи на вокзалі, а також на шляху прямування (в'їзду), і управляються місцевим органом влади. Часто центр допомоги туристам називають просто інформаційним центром.

Розрізняють такі типи ТІЦ (див. рис. 1.1):

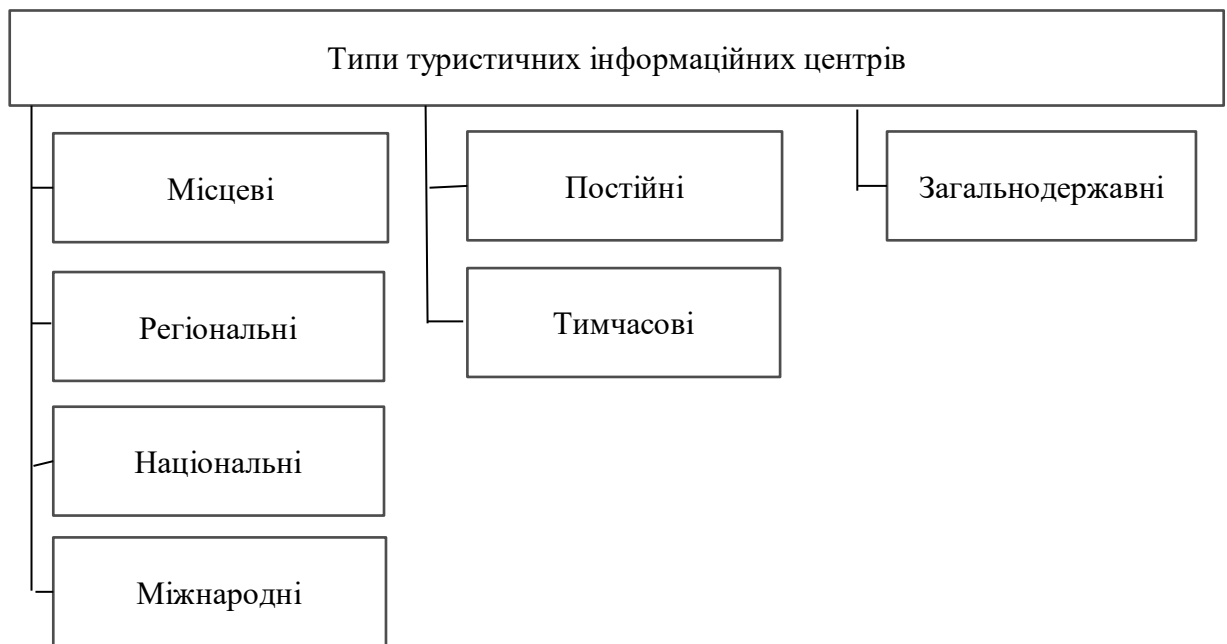


Рис. 1. 1 – Типи туристичних інформаційних центрів

- постійні і тимчасові;
- місцеві, регіональні, національні та міжнародні;
- загальнодержавні (як правило, мережа акредитованих ТІЦ) [1, с. 29].

ТІЦ поділяють на місцеві, регіональні та національні центри, які мають співпрацювати між собою. Також забезпеченість ТІЦ кваліфікованим персоналом позитивно впливатиме на якість та оперативність надання туристичних послуг, сприятиме розбудові рекламно-інформаційної інфраструктури і т. п.

Закон, прийнятий Міжпарламентською Асамблеєю містить таке визначення туристично-інформаційного центру [2, ст. 26 п. 4]: «Туристично-інформаційні та гостьові центри (далі ТІЦ) це некомерційні та приватно-державні організації, цілями діяльності яких є:

- сприяння органам державної влади у формуванні та використанні інформаційних ресурсів про туризм;

– надання на безоплатній основі (громадянам та іншим зацікавленим особам) неупередженої та компетентної документованої туристичної інформації”.

На наш погляд, положення цього Закону досить чітко відображає суть діяльності туристичного інформаційного центру, а саме: надання туристам «неупередженої та компетентної інформації» на «безоплатній основі» в поєднанні з платним наданням додаткових послуг [2, ст. 26, п. 6]. При цьому мається на увазі, що послуги надаються ТІЦами, взаємодіючими з державними органами, є сертифікованими і входять в єдину мережу туристично-інформаційних центрів.

Пріоритетність розвитку туризму закріплена у Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року (розпорядження КМУ від 16.03.2017 року No 168-р), Державній програмі розвитку регіону українських Карпат на 2020-2022 роки (постанова КМУ від 20.10.2019 року No 880), Державній стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки (постанова КМУ від 05. 08.2020 року No 695). Важливе значення для розвитку туризму матиме реалізація Указу Президента України від 18.08.2020 року No329/2020 «Про заходи щодо підтримки сфери культури, охорони культурної спадщини, розвитку креативних індустрій та туризму».

Основними цілями ТІЦ є:

- 1) приваблення більшої кількості туристів;
- 2) розвиток внутрішнього туризму;
- 3) покращення конкурентних переваг місцевості;
- 4) поповнення місцевого бюджету за рахунок оподаткування суб'єктів туристичного бізнесу;
- 5) раціональне використання туристичних ресурсів;
- 6) залучення інвестицій у туристичну сферу регіону [11].

Основними завданнями ТІЦ є:

- 1) інформаційне забезпечення туристів;
- 2) покращення якості туристичної продукції та послуг;

- 3) покращення транспортного сполучення, формування мережі туристичних інформаційних центрів;
- 4) планування, організування, мотивування, моніторинг і контроль, регулювання туристичних, інформаційних та фінансових потоків;
- 5) врахування рекреаційного та психологічного навантаження від туристів на місцевість;
- 6) покращення інвестиційного клімату місцевості (Офіційний туристично-інформаційний портал).

Конкретні цілі і завдання створення ТІЦ можуть бути такими, які зазначено у таблиці 1. 1, складеній за даними [8].

Таблиця 1.1 – Основні цілі та завдання створення туристично-інформаційних центрів

Цілі туристично-інформаційних центрів	Завдання туристично-інформаційних центрів
Приваблення у місцевість більшої кількості туристів	Інформаційне забезпечення туристів і суб'єктів туристичного бізнес
Розвиток внутрішнього туризму	Покращення якості туристичної продукції та якості туристичних послуг у місцевості
Покращення конкурентних переваг місцевості через покращення інфраструктури, зокрема туристичної	Покращення транспортного сполучення, формування мережі засобів розміщення туристів та ТІЦ на національному рівні
Поповнення місцевого бюджету за рахунок оподаткування суб'єктів туристичного бізнесу	Планування, організування, мотивування, моніторинг і контролювання, регулювання туристичних, інформаційних та фінансових потоків
Раціональне використання туристично-рекреаційних ресурсів місцевості	Врахування рекреаційного та психологічного навантаження на місцевість
Залучення інвестицій у туристичний бізнес	Покращення інвестиційного клімату у місцевості

Структура та форма організації ТІЦ залежать від цілей та завдань, які він має вирішувати, статусу та місця у структурі, пріоритетів у туристичній діяльності місцевості, де він діє. Залежно від завдань, ТІЦ можна поділяти на місцеві, регіональні та національні центри, які мають співпрацювати.

Туристичні інформаційні центри можуть функціонувати у складі [1]:

- маркетингових організацій туристичного напрямку, що діють як приймаючі туристичні агенти або туристичні оператори, що пропонують туристичний продукт, сформований з послуг, які надає цей туристичний напрям;
- туристичних офісів чи бюро різного рівня (місцеві, регіональні та національні);
- асоціацій працівників туристичної індустрії (наприклад, асоціація місцевих рестораторів);
- галузевих туристичних асоціацій (наприклад, асоціація місцевих готелів).

Залежно від форми власності, фінансування ТІЦ здійснюється з бюджетних надходжень чи власних (залучених) грошових засобів підприємців, а також за рахунок коштів користувачів цих закладів.

Форма власності ТІЦ не впливає на результати його діяльності, але має визначальний вплив на визначення мети, якої прагне досягти організація.

Ціллю ТІЦ державної чи комунальної форми власності має бути забезпечення ефективного використання державних коштів та отримання соціального ефекту; метою ТІЦ з приватною власністю може бути максимізація прибутку.

Управління ТІЦ здійснюється відповідно на державному, місцевому рівні чи власними силами підприємців. Але врахування загальних функцій менеджменту має бути забезпечене.

За організаційною структурою туристично-інформаційні центри можуть бути самостійними або у складі туристичного кластера, як зазначено у статті [9], чи комбінату, у якому, на відміну від попереднього об'єднання, поєднують організації на основі спільної технології, які не мають юридичної самостійності і керуються дирекцією головного підприємства.

У мережі ТІЦ місцевості можуть надавати такі послуги [8]:

- надання комплексної туристичної інформації про місцевість залежно від місця розташування центра – про готелі та інші заклади розміщення туристів; про музеї, театри, концертні зали, парки, виставкові зали, туристичні підприємства, а також загальну інформацію про розвиток туризму в Україні;
- інформування туристів про культурні заходи міста чи регіону: про фестивалі, концерти, виставки, ярмарки тощо;
- консультування туристів щодо інформації про країни, курорти і місця відпочинку, візовий режим, оформлення проїзних документів;
- замовлення послуг екскурсоводів та гідів (для груп чи індивідуально), страхування туристів;
- інформування про екскурсійні маршрути по місту та за його межами;
- допомога в організації семінарів, конференцій в місті чи регіоні;
- інформування про спеціальні пропозиції туристичних підприємств міста та регіону: тури вихідного дня, програми сімейного та інших видів відпочинку;
- замовлення (оренда) і страхування транспорту для подорожей;
- продаж за доступними цінами інформаційно-туристичних видань (карти, атласи, путівники, книги з краєзнавства, фотоальбоми, довідники тощо);

- продаж сувенірної продукції.

Крім зазначених, на нашу думку, ТІЦ можуть надавати такі послуги:

- інформування про вільні місця у засобах розміщення туристів та їх бронювання;
- інформування про унікальні природні цінності, парки чи сади;
- замовлення квитків на культурні заходи: в театри, концертні зали, музеї тощо;
- інформування про транспортні послуги: таксі, громадський транспорт, водний транспорт, автобусні перевезення та замовлення квитків;
- інформування про заклади харчування: ресторани, кафе, заклади харчування з національною кухнею;
- надання спеціальної інформації: про лікарні, міліцію, аптеки, консульства, урядові установи тощо;
- інформування управлінь статистики про кількість відвідувачів.

Для успішного розвитку туризму у державі необхідна тісна співпраця органів влади, місцевого самоврядування і підприємств туристичної індустрії. Обмін інформацією між цими інституціями здійснюватиметься працівниками туристично-інформаційних центрів, мережа яких має покривати усю територію держави у місцях, де наявні туристичні ресурси.

ТІЦ також спрямовані на підтримку державної програми розвитку туризму, просування національного туристичного продукту, створення єдиного інформаційного простору на внутрішньому та міжнародному ринках та виступають посередником між державними установами, туристами, туроператорами та турагентами, виробниками туристичних та супутніх послуг. Це має важливе значення, оскільки значна кількість підприємств в індустрії туризму функціонують у сфері малого й середнього бізнесу та не мають достатнього фінансового забезпечення для виходу на національний та міжнародний ринок туристичних послуг.

1.2. Міжнародний досвід роботи туристично-інформаційних центрів

Розглянемо досвід організаційних та економічних аспектів діяльності туристичних інформаційних центрів у світі. Так, у США в кожному штаті діють свої туристичні інформаційні центри. «Центр гостинності» – це територія відпочинку, що включає центр для відвідувачів. Як правило, ТІЦ розміщують відразу після кордону чергового штату, уздовж автомагістралей між штатами.

Цими інформаційними центрами керує той штат, на території якого вони розташовані. «Центри гостинності» в США фінансуються за рахунок місцевих податків, включених у кожне ліжко-місце. Тобто турист платить за ночівлю, частину від вартості якої отримує місцевий орган, що керує ТІЦ, тому останні зацікавлені залучати якомога більше туристів, щоб отримати більше грошей на свій розвиток. І саме тому туристично-інформаційні центри в США часто розробляють туристичну кампанію міста, ініціюють події заходи тощо.

У Південній Америці найбільш активно туристично-інформаційні центри діють у Перу. Під егідою Комітету з просування експорту і туризму Перу й Національного інституту із захисту конкуренції та охорони інтелектуальної власності діє загальнодержавна мережа ТІЦ. Безкоштовні центри надають туристичну інформацію й допомогу для внутрішніх та іноземних туристів. Інформація включає в себе пам'ятки й рекомендовані маршрути.

В Австралії більшістю центрів відвідувачів керують місцеві органи влади або органи штату, а в деяких випадках – Асоціація операторів туризму від імені уряду. Ці інформаційні центри (VICs) надають такі послуги, як підбір житла та замовлення турів (автомобільних, літакових, автобусних, залізничних). Вони, як правило, є першою ланкою в знайомстві відвідувача з містом або областю.

У Великобританії діє загальнонаціональна мережа туристичних

інформаційних центрів, якими керує Британський туристичний департамент (British Tourist Authority), а також інші туристичні центри, якими керують місцеві влади або приватні організації у співпраці із цим департаментом. В Уельсі діяльність ТІЦ координує організація «VisitWales», яку підтримує місцевий Парламент (Національна Асамблея). А в Шотландії уряд підтримує VisitScotland – офіційну туристичну організацію Шотландії, яка також керує туристичними інформаційними центрами по всій країні. За створення й діяльність туристичних інформаційних центрів у Німеччині відповідає Національний комітет Німеччини з туризму, який проводить маркетингові заходи в усіх сферах туризму на замовлення уряду Німеччини. В Естонії офіційні центри туристичної інформації для туристів діють у всіх великих містах і адміністративних центрах [13, с. 185–187].

На окрему увагу заслуговує спільна розробка експертів туристичної сфери України та Німеччини, практичний посібник «Створення та діяльність туристичних інформаційних центрів в Україні», підготовлений за редакцією Вольфа Рінова, координатора спільного проекту «Створення інформаційної бази туристичної індустрії через утворення мережі туристичних інформаційних центрів», що був реалізований за фінансової підтримки Європейського Союзу. Практичне значення посібника полягає в адаптації європейського законодавства до українських реалій у процесі заснування та діяльності туристично-інформаційних центрів [14].

У цьому посібнику наведено досвід діяльності ТІЦ Братислави. Він має два офіси що надають туристичну інформацію: один розташований в центрі міста, другий – у будинку центрального залізничного вокзалу. Протягом літа ТІЦ працює сім днів на тиждень з 8.00. до 19.00. Туристи можуть цілодобово отримувати інформацію на терміналах комп'ютерів у чотирьох місцях: у центрі, на залізничному вокзалі, на автовокзалі та в приміщенні річкового порту (р. Дунай). Персонал ТІЦ надає турінформацію як безпосередньо відвідувачам, так і по телефону, через Інтернет та традиційною поштою. Інформація, яку надають по телефону, здебільшого

стосується плану міста, адреси окремих організацій чи об'єктів інфраструктури, громадського транспорту тощо. ТПЦ здійснює бронювання в 25 закладах розміщення Братислави: невеликих готелях, пансіонатах, молодіжних хостелах та деяких В&В (цей тип розміщення властивий більше гірським і сільським районам, ніж місту). ТПЦ отримує 5 % комісію з продажу квитків на культурні події та вистави. Він організовує стандартні екскурсії для відвідувачів – тури по місту тривалістю від 1 до 3 годин, 8-годинну екскурсію в регіон Малих Карпат до зони виноробства. ТПЦ має 400 досвідчених та сертифікованих гідів-екскурсоводів, що можуть надавати послуги 13 іноземними мовами (найчастіше вживані – німецька, англійська, угорська, італійська, французька та російська). ТПЦ також пропонує місцевим жителям освітні тури до місцевих історичних і природних пам'яток 2–4 рази на місяць безкоштовно. Він організовує курси підвищення кваліфікації для гідів та перевіряє діяльність гідів, які не мають сертифіката. ТПЦ також пропонує послуги перекладу для конференцій і ділових зустрічей тощо 20 іноземними мовами. Середня кількість відвідувачів на день – приблизно 300–400 осіб. Більшість з них (90–95 %) – іноземці [14, с. 162].

У США в кожному штаті діють свої туристичні інформаційні центри. «Центр гостинності» – це територія відпочинку, що включає центр для відвідувачів. Як правило, ТПЦ розташовуються відразу після кордону чергового штату або області, зазвичай вздовж автомагістралей між штатами. Цими інформаційними центрами управляє той штат, в якому вони розташовані. «Центри гостинності» в США фінансуються за рахунок місцевих податків, включених у кожне ліжко-місце. Тобто, турист платить за ночівлю, від вартості якої частину отримує місцевий орган, керуючий ТПЦем. У результаті, ТПЦи зацікавлені залучати більше і більше туристів, щоб отримати більше грошей на свій розвиток. Тому туристично-інформаційні центри в США часто займаються розробкою туристичної кампанії міста, ініціюють подієві заходи тощо.

У Південній Америці найбільш активно туристично-інформаційні центри діють у Перу. Під егідою Комітету з просування експорту і туризму Перу і Національного інституту щодо захисту конкуренції та охорони інтелектуальної власності діє загальнодержавна мережа ТІЦів. Безкоштовні центри надають туристичну інформацію і допомогу для внутрішніх та іноземних туристів. Інформація включає в себе пам'ятки і рекомендовані маршрути.

В Австралії більшість Центрів Відвідувачів управляються місцевими органами влади або органами штату. А в деяких випадках – асоціацією операторів туризму від імені уряду. Ці Інформаційні Центри (часто скорочується як VICs) надають інформацію про місцевість, надають такі послуги, як підбір житла та замовлення турів (автомобільних, літакових, автобусних, залізничних). Вони, як правило, є першою ланкою у знайомстві відвідувача з містом або областю.

У Великобританії діє загальнонаціональна мережа туристичних інформаційних центрів, якими управляє Британський туристичний департамент (British Tourist Authority). Іншими Туристичними Центрами керують місцеві влади або приватні організації у співпраці з Туристичним департаментом.

В Уельсі діяльність ТІЦ координується організацією «VisitWales», що підтримується місцевим Парламентом (національною асамблеєю). А в Шотландії уряд підтримує VisitScotland, офіційну туристську організацію Шотландії, яка також управляє Туристичними Інформаційними Центрами по всій Шотландії.

Створенням і діяльністю туристичних інформаційних центрів у Німеччині займається Національний комітет Німеччини з туризму, який проводить маркетингові заходи у всіх сферах туризму на замовлення уряду Німеччини. В Естонії, наприклад, офіційні центри туристичної інформації для туристів діють у всіх великих містах і адміністративних центрах [4, с. 185-187].

В Україні становлення системи туристичних інформаційних центрів тільки починається, але деякі історичні передумови для її розвитку вже є. Попередні спроби створення ТІЦів в Україні базувалися в основному на використанні фінансової допомоги міжнародних організацій, проте вони не створили саму модель їх сталого функціонування на основі міжнародного досвіду, в тому числі, з урахуванням розвитку сучасних інформаційних технологій. Головним недоліком таких проектів була відсутність ефективної співпраці на місцях усіх сторін, зацікавлених у спільному розвитку та використанні місцевих туристичних ресурсів. На сучасному етапі вже виникла певна необхідність у формуванні партнерських відносин державних та приватних структур, головним завданням яких є розвиток внутрішнього туристичного ринку. Прикладом таких відносин є проведення збору та систематизації даних про туристичні ресурси, в сучасному розумінні – сприяння у просуванні туристичних послуг.

1. 3. Характеристика державного регулювання діяльності туристично-інформаційних центрів

Важливою складовою системи управління об'єктами туристичного бізнесу, від якої залежить надійне функціонування всієї операційної системи цих об'єктів, є туристичний інформаційний центр, що може забезпечити об'єднання процесів інформування, виробництва і споживання, перетворюючи їх на єдину високоефективну систему. Така загальнонаціональна система може ефективно функціонувати лише за активної участі державних органів влади та місцевого самоврядування. Адже лише скоординовані зусилля на усіх рівнях державної системи управління туризмом можуть забезпечити підвищення іміджу держави, достатнє інформування потенційних туристів про привабливість країни та контролювання діяльності туристично-інформаційних центрів.

У статті 3 Закону України «Про туризмі» задекларовано, що: «одним

з основних напрямів державної політики в галузі туризму є підтримка розвитку туризму в регіонах, визначення статусу окремих туристичних центрів, створення умов для пріоритетного розвитку туристичної індустрії» [1].

У Законі «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» [9] внесено поправки, які сприятимуть наближенню України до Європи й реструктуризації ринку туристичних послуг, оскільки в ньому враховано зауваження, виражені у директивах ЄС, рекомендаціях Світової організації торгівлі та Світової туристичної організації. Ці зміни стосуються, зокрема:

- специфічних суб'єктів господарювання, яких немає в жодній іншій галузі;
- туроператорів й туристичних агентів;
- надання послуг із проживання та харчування;
- ліцензування туристичної діяльності.

У проекті Закону України «Про туристичні ресурси» зазначено, що державна політика України у туристичній діяльності спрямована на «оптимізацію механізмів державного регулювання процесів використання та інформаційного представлення туристичних об'єктів, запровадження принципів державно-приватного партнерства тощо». У статті 23 зазначено, що «з метою інформування про туристичні ресурси України міжнародного та національного значення, формування та просування національного, регіональних та місцевих туристичних продуктів на міжнародному туристичному ринку створюється Національна туристична організація» [3].

Центральним органом виконавчої влади є Державне агентство розвитку туризму України, діяльність якого спрямовує і координує Кабінет Міністрів України через віце-прем'єр-міністра України – міністра розвитку громад, територій та інфраструктури України, входить до системи органів виконавчої влади і забезпечує реалізацію державної політики у сфері туризму та курортів. Державне агентство розвитку туризму України

відповідно до покладених на нього завдань, зокрема [11]:

- видає ліцензії на право здійснення туроператорської діяльності;
- готує та поширює інформацію про Україну та її туристичні можливості на міжнародному туристичному ринку та всередині держави;
- організовує створення загальнодержавної інформаційної мережі у туристичній і курортній сферах тощо.

Наприклад, інформаційний центр у готелі – це складний людино-машинний комплекс, ядром якого є інформаційна комп'ютерна система, орієнтована на досягнення таких цілей [8]:

- відстеження стану готелю і ситуації довкола нього;
- оперативний аналіз;
- виявлення, ідентифікацію та оцінювання несприятливих змін стану готелю (потенційних небезпек і загроз клієнтам тощо);
- підтримку прийняття оперативних і стратегічних рішень для управління готелем з повним урахуванням змінних умов і факторів його стану.

Про необхідність державного регулювання діяльності туристично-інформаційних центрів свідчить інформація, яка міститься у статті 26 проекту Закону України «Про туристичні ресурси» [3]:

Національна мережа офіційних туристичних інформаційних центрів формується створенням офіційних туристичних інформаційних центрів, які забезпечують інформацією та інформаційно-консультаційними послугами туристів;

- до Національної мережі офіційних туристичних інформаційних центрів входитимуть центри, що відповідають нормативним вимогам, які визначає Кабінет Міністрів України;
- облік офіційних туристичних інформаційних центрів здійснюється їх внесенням до Єдиної державної бази даних у сфері туризму;

- маркування туристичних інформаційних центрів офіційною символікою підтверджує їхню приналежність до Національної мережі;
- підставою для використання офіційної символіки у туристично-інформаційному центрі є договір з центральним органом виконавчої влади у сфері туризму;
- використання офіційної символіки туристичних інформаційних центрів на об'єктах, не внесених до Єдиної державної бази даних у сфері туризму, заборонене;
- офіційні туристичні інформаційні центри мають спеціальний доступ до бази даних Єдиної державної бази даних у сфері туризму про туристичні ресурси;
- Положення про туристичні інформаційні центри, офіційну символіку туристичних інформаційних центрів та порядок її використання затверджують у Кабінеті Міністрів України.

У державі можна вибрати одну з існуючих моделей управління туристичною галуззю – централізовану, децентралізовану чи змішану [12]. В разі використання централізованої моделі передбачено наявність центрального органу управління туристичною діяльністю – міністерства, в обов'язки якого входить контролювання діяльності усіх підприємств туристичної індустрії в країні. За використання децентралізованої моделі управління допускається відсутність центральної державної адміністрації.

Така модель функціонує у країнах з розвиненою економікою, бо від туризму не очікують великих надходжень. У разі використання змішаної (або європейської) моделі управління функції регулювання туристичної діяльності покладено на відповідний підрозділ міністерства, який, зазвичай, здійснює державне регулювання і координує маркетингову діяльність у цій сфері. Змішану модель використовують в Україні, адже туризм в нашій державі проголошено пріоритетною галуззю господарства.

Для об'єктивного вибору моделі організації туристичного

господарства ґрунтуються на певних характеристиках [10]:

- значущість (пріоритетність) туризму в економіці регіону;
- стратегічна мета економічного регулювання туристичної галузі;
- тип регіональної туристичної політики;
- панівні форми організаційно-економічних відносин у туристичній галузі;
- методи мезоекономічного регулювання, що переважають;
- переважний тип туристичного виробництва;
- рушійні мотиви туристичного бізнесу;
- механізми захисту учасників туристичного ринку;
- стратегія фінансування туристичної галузі.

Державне регулювання розвитку туризму - це багаторівнева система, що передбачає [5]:

- координацію та сприяння розвитку туризму в глобальному масштабі, які здійснюються за допомогою Всесвітньої туристичної організації за участю міжнародних фінансових організацій;
- узгодженість туристської політики на міждержавному рівні, яка досягається через регіональні туристичні організації та спеціальні органи міждержавних об'єднань (наприклад, Європейське Співтовариство);
- узгодженість політики в галузі туризму на національному та регіональному рівнях, що здійснюється через спеціально створені державні органи і громадські асоціації туристичних організацій.

Виділяють декілька ієрархічних рівнів формування та реалізації туристичної політики: глобальний (міжнародний), національний, регіональний (локальний), а також рівень окремого туристичного підприємства. Кожен рівень туристичної політики характеризується певним змістом, набором принципів і пріоритетів, організаційною структурою, правовою основою, конкретними механізмами реалізації та іншими атрибутами, але усі вони мають об'єднуватись у єдину Національну

систему інформаційного забезпечення туристичної діяльності в державі. Такою системою може слугувати Національна мережа офіційних туристичних інформаційних центрів, яку запропоновано створити згідно із проектом Закону України «Про туристичні ресурси». Туристично-інформаційний центр повинен бути найнижчою ланкою у системі державного регулювання та управління туризмом у державі.

Регіональна туристична політика має здійснюватись узгоджено з національною політикою у галузі туризму, враховуючи забезпеченість туристичними ресурсами та особливості кліматичних умов і розташування місцевостей, привабливих для туристів. Основна її мета – створення конкурентоспроможного туристичного продукту на місцях та його промоція у світі. Досягненню цієї мети сприятимуть туристично-інформаційні центри, які охоплюють найменші міста та містечка з наявними туристичними ресурсами. Держава у цьому процесі має відігравати провідну роль, як показує міжнародний досвід країн, які досягли успіху на туристичному ринку.

Структура Національної мережі офіційних туристичних інформаційних центрів в Україні може об'єднати регіональні системи туристично-інформаційних центрів (РТІЦ), які, своєю чергою, повинні об'єднати системи інформаційного забезпечення туристичної діяльності міст (МТІЦ).

Основою РТІЦ і МТІЦ є офіційні туристично-інформаційні центри (ТІЦ), розташовані у приміщеннях місцевих органів влади. До складу офіційних туристичних інформаційних центрів повинні входити автоматизовані інформаційні системи для поширення первинної інформації з місць, привабливих для туристів. Упровадження автоматизованої інформаційної системи дасть змогу зменшити витрати на робочу силу приблизно на 30 %, знижуючи потребу в ній, а, отже, й підвищити продуктивність праці. Тобто робочий час і витрати на оплату праці з надання послуг будуть менші від цих самих показників у разі

використання старого підходу [8].

Всі місцеві офіційні туристично-інформаційні центри одного регіону повинні бути об'єднані локальною мережею центру інформаційного забезпечення туристичної діяльності, через яку можуть обмінюватись інформацією, наприклад, про кількість вільних місць у готелях, про заплановані культурні чи інші заходи, якими цікавляться туристи, про наявність квитків на засоби сполучення тощо. Координуючий туристично-інформаційний центр створюється у місцевих органах влади.

Неофіційні туристично-інформаційні центри можуть створювати та діяти в готелях, на вокзалах, в аеропортах, кіосках, туристичних агенціях та туристичних бюро, які мають отримувати інформацію від офіційних туристично-інформаційних центрів національної мережі таких закладів.

Як організаційна структура системи управління сферою туризму та курортів туристично-інформаційний центр повинен виконувати широкий спектр послуг для підприємців у сфері туристичного бізнесу, відпочивальників, а також потенційних споживачів. За замовленням зацікавлених організацій у ньому можуть проводити маркетингові та соціологічні опитування; виконувати роботи щодо збору і систематизації статистичної та іншої інформації про результати туристсько-екскурсійної діяльності в межах території міста; аналізу ринків збуту послуг для майбутніх інвестиційних проектів; контролювання якості туристичних послуг, які надаються на території міста [5].

Про необхідність державного регулювання розвитку туризму в Україні свідчить досвід розвинених країн світу, де туризм за державної підтримки приносить чималі прибутки.

Аналіз нормативно-правової бази державного регулювання інформаційного забезпечення туристичної індустрії в Україні свідчить про необхідність її удосконалення. Зокрема, незважаючи на проголошення пріоритетності туристичної діяльності в Україні, не прийнято ряд законопроектів, зокрема: «Про туристичні ресурси», Типове положення про

туристично-інформаційний центр тощо.

В Україні доцільно використовувати змішану модель державного управління туристичною галуззю, або європейську, адже туризм в нашій державі проголошено пріоритетною галуззю господарства.

Національна мережа офіційних туристичних інформаційних центрів в Україні може об'єднати регіональні системи туристично-інформаційних центрів, які, своєю чергою, повинні об'єднати системи інформаційного забезпечення туристичної діяльності міст.

Міжнародний досвід створення та діяльності ТІЦ демонструє реальне спрямування туристичних потоків у певний регіон та збільшення фінансових надходжень до місцевих бюджетів. Майже всі країни світу з розвинутою туристичною інфраструктурою мають розвинуті мережі ТІЦ, що охоплюють як внутрішні так і зовнішні інформаційні простори країни. Вперше ідея створення туристичного офісу виникла в 1889 році у Франції. Нині у цій країні ТІЦ демонструють сталі показники розвитку. Саме Франція є лідером в розвитку туризму та одним з найбільш успішних прикладів з інформаційного забезпечення та просуванню національного турпродукта.

На нашу думку, туристично-інформаційний центр – важливий інструмент туристичної інфраструктури, за допомогою якого туристи та інші суб'єкти туризму мають можливість отримати повну туристичну інформацію й консультативні послуги щодо туристичної діяльності в місцевості та за її межами.

Висновки до розділу 1

1. Туристично-інформаційний центр можна вважати елементом інноваційної інфраструктури туристичної індустрії, тому що за його допомогою туристи та інші суб'єкти туризму мають змогу отримати туристичну інформацію та консультативні послуги щодо туристичної

діяльності у місцевості та за її межами. Туристично-інформаційний центр – це організація, в якій надають інформацію та консультації про туристичні можливості та ресурси місцевості, яку відвідують туристи, а також здійснюють обмін такою інформацією з іншими пунктами, а також з іншими організаціями та управліннями.

2. Цілями туристично-інформаційних центрів є: приваблення у місцевість більшої кількості туристів; розвиток внутрішнього туризму; покращення конкурентних переваг місцевості через покращення інфраструктури, зокрема туристичної; поповнення місцевого бюджету за рахунок оподаткування суб'єктів туристичного бізнесу; раціональне використання туристично-рекреаційних ресурсів місцевості; залучення інвестицій у туристичний бізнес.

3. Завданнями туристично-інформаційних центрів мають бути: інформаційне забезпечення туристів і суб'єктів туристичного бізнесу; покращення якості туристичної продукції та якості послуг у місцевості; покращення транспортного сполучення, формування мережі засобів розміщення туристів та ТІЦ на національному рівні; планування, організування, мотивування, моніторинг і контролювання, регулювання туристичних, інформаційних та фінансових потоків; врахування рекреаційного та психологічного навантаження від туристів на місцевість; покращення інвестиційного клімату у місцевості.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ПРАКТИКИ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ЦЕНТРІВ

2.1. Діяльність туристичних інформаційних центрів в Україні

На сьогодні в Україні [5, с. 94], навіть у найбільш розвинених туристичних районах, туристично-інформаційних центрів недостатньо. Як відзначають фахівці туристичної сфери «в кожному привабливому місті України повинні бути як мінімум два туристичні пункти: один – на вокзалі, а інший – у центрі».

Державне агентство з розвитку туризму України (ДАРТ) перед початком осінньо-зимового сезону 2023 р. оновило перелік туристично-інформаційних центрів (ТІЦ) України.

Кількість туристів у регіоні безпосередньо залежить від якісної туристично-інформаційної інфраструктури. Однією з опор є туристично-інформаційні центри.

За час повномасштабного вторгнення кількість туристичних інформаційних центрів у країні збільшилася майже на третину. В Україні туристично-інформаційні центри (ТІЦ) функціонують лише у 13-ти містах, оскільки відсутня їх належна підтримка з боку держави. Наразі в Україні працюють 88 туристично-інформаційних центрів порівняно з 63, які працювали 2021 року (див. рис. 2. 1) [35].

Найбільше ТІЦ працюють у західних регіонах країни – 47. Зокрема, у Закарпатській області діє 17 ТІЦ, у Львівській – дев'ять, із них чотири розташовані у Львові, в Івано-Франківській – сім, у Тернопільській та Хмельницькій областях – по чотири ТІЦ, у Волинській – три, у Рівненській – два, на Буковині – один.

У центральній частині України працюють 22 ТІЦ, вони розташовані переважно у великих містах – Вінниці, Дніпрі, Черкасах, Кропивницькому, Полтаві, Умані та Каневі.

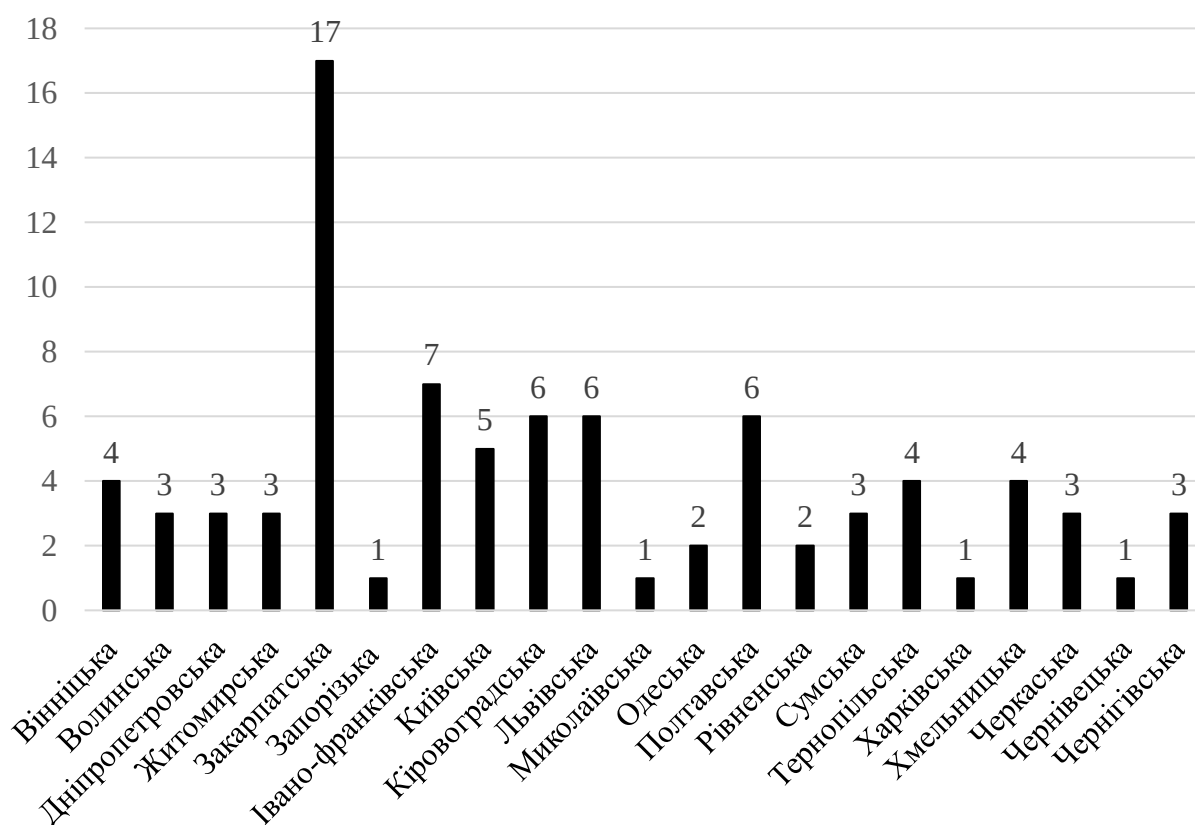


Рис. 2. 1 – Кількість працюючих Туристичних інформаційних центрів в Україні в 2023 році (побудовано за даним [35])

На півночі країни діють 14 ТІЦ: у столичному регіоні п'ять, із них два в Києві, у Житомирській області – три, два з них у Бердичеві, по три в Сумській і Чернігівській областях.

На півдні працюють чотири ТІЦ, які здебільшого розташовані в обласних центрах – Запоріжжя, Миколаїв, Одеса.

На сході України працює лише один туристично-інформаційний центр - у Харкові.

Нагадаємо, нещодавно ДАРТ оновило перелік «Туристичних магнітів України». До розширеного списку увійшли понад 170 визначних пам'яток з усіх 25 регіонів України, зокрема й Криму.

З 2003 року в Україні почали працювати ТІЦ у м. Вилкове Одеської області, м. Мукачеве, Києві, Харкові, Ужгороді, Львові, Керчі, Рівному,

Чернівцях, Кам'янці-Подільському, Одесі, Сімферополі та інших містах України. У Львові ТІЦ функціонує з 2009 року в межах проекту "Створення туристично-інформаційної інфраструктури у Львові", що був реалізований за допомогою гранту Європейського Союзу (Carpathian Tourist Road).

Створення розвинутої системи ТІЦ призведе до покращення туристичної інформаційної інфраструктури, що буде сприяти розвитку туристичного бізнесу в Україні. Проте, щоб цей механізм удосконалення процесів прийому та обслуговування туристів й просування українських туристичних продуктів на міжнародному та національному туристичних ринках призвів до очікуваних результатів, його необхідно впроваджувати комплексно із розвитком транспортної, комунальної, туристичної й іншої інфраструктури вітчизняних міст та курортів, з урахуванням сучасних технологій і світових тенденцій.

Криза COVID-19 підірвала зусилля з розвитку туристичної галузі, вжиті українською владою востанні роки, але в міру того, як країна знову відкривається зовнішньому світу, ведеться робота з її відновлення. На початку липня 2019 року був запущений портал VISIT Ukraine, який покликаний бути ключовим ресурсом для міжнародних відвідувачів, які мандрують до України. Також Міністерство закордонних справ створило інтерактивну карту для планування подорожей за кордон під час пандемії коронавірусу. Цей інструмент допоможе українцям зорієнтуватися, в які країни світу дозволено в'їзд і за яких умов. Дані карти, розробленої за підтримки посольства Великої Британії та ПРООН, регулярно оновлюються згідно з інформацією закордонних дипломатичних установ.

За даними Всесвітньої туристської організації, втрати сфери туризму в 2020 році склали 1,3 трлн. доларів. Кількість міжнародних поїздок знизилася на 74%. Число туристів, які подорожували в інші країни, знизилося в 2020 році на 1 млрд. в порівнянні з показником 2019 року.

Втрати туристичної галузі в Україні склали близько 60 млрд. грн. Експерти не очікують повернення до рівня, що був до пандемії, до 2023 року. Саме 43% респондентів вказують на 2023 рік, а 41 % очікують, що повернення до рівня 2019 року відбудеться тільки в 2024 році чи пізніше (Державна служба статистики України).

Рада Карпатського регіону схвалила концепцію міжнародного туристичного маршруту «Карпатський туристичний шлях». На його основі розроблено і реалізуються близько десяти проектів у рамках міжрегіонального та транскордонного співробітництва, а також більше десяти інвестиційних проектів з розбудови інфраструктури туризму. В останні роки в Карпатах з'явилась велика кількість нових котеджів, які здаються в оренду. Також українці почали обирати відпочинок у Карпатах, оскільки з 2020 року подорожчали Єгипет і Туреччина. Тому українські мандрівники знову звернули увагу на курорти всередині країни.

Як бачимо з рисунку 2.1 найбільша кількість у Закарпатській області. Географічне розташування Закарпатської області надає хороші можливості для того, щоб область співпрацювала із сусідніми державами. Віднесення України до Шенгенського простору робить цю співпрацю ще більш ефективною. А такі заходи, як організовані в Мукачеві та Ужгороді круглі столи, конференції, які мають на меті розкрити потенціал внутрішнього туризму, допомагають у співпраці й розвитку областей та регіонів. З липня 2006 року по червень 2007 року реалізувався транскордонний проект в рамках програми Сусідства Угорщина-Словаччина-Україна INTERREG III A/TACIS під назвою «Створення регіонального туристичного інформаційного центру в Закарпатській області». Проект передбачав реалізацію таких заходів:

- 1) створення регіонального ТІЦ в м. Берегові Закарпатської області;
- 2) формування і постійне оновлення бази даних про туристичні організації, послуги, які надаються туристам в межах прикордонного регіону;

- 3) розробка та підтримання інтернет-сторінки ТІЦ;
- 4) підвищення якісного рівня туристичних послуг шляхом проведення низки навчальних семінарів;
- 5) підтримання контактів із ТІЦ сусідніх регіонів Угорщини;
- 6) підготовка та публікування туристичної карти та путівника Карпатського регіону (Офіційний туристично-інформаційний портал).

Закарпатський туристичний інформаційний портал – це веб-ресурс мережі ТІЦ Закарпаття, до якої належать Ужгородський, Берегівський, Мукачівський, Рахівський, Воловецький, Свалявський ТІЦ Закарпатської області. На порталі можна переглянути інформацію про туристичний потенціал Закарпатської області, а саме про музеї, архітектурні пам'ятки, замки, дерев'яні церкви, природні цінності; дізнатися про можливі місця проживання (готелі, мотелі, пансіонати, хостели, санаторії, сільські садиби), а також інформацію про маршрути туристичні новини краю. Портал створено у рамках проекту «Управління транскордонними DESTINACIAMI в Закарпатській області та Саболч-Сатмар-Березькому регіоні Угорщини» HUSKROUA/0901/048, який впроваджувався Центром українсько-угорського регіонального розвитку в рамках Програми прикордонного співробітництва ЄІСП Угорщина-Словаччина-Румунія-Україна 2007-2013 і співфінансувався Європейським Союзом через Європейський інструмент сусідства та партнерства. На сайті діє й інтерактивна карта, на якій позначені туристично-привабливі об'єкти, вказані навіть їх GPS-координати. Спеціальна програма може прорахувати, скільки часу потрібно на дорогу до того чи іншого місця, враховуючи, де наразі перебуває мандрівник. Портал намагаються формувати так, щоб він був максимально зручним для іноземців. Цьому сприятиме як професійний переклад на шість мов, так і додаткова інформація про те, куди може звернутися іноземний гість у разі виникнення тієї чи іншої ситуації. На сайті працює і «веб-шоп» – так його засновники презентуватимуть сувеніри закарпатського виробництва, які гості можуть

придбати при турінфоцентрах (Офіційний туристично-інформаційний портал). Закарпатська область має кілька запитів до європейських інституцій, що займаються туризмом. По-перше, це пропозиція створити єдиний підхід по маркуванню та знакуванню туристичних маршрутів для кращої інтеграції у цю систему України. По-друге, приєднання ТІЦ

Закарпаття до єдиної системи таких центрів у Європі, що розширить можливості інформування туристів про туристичні продукти. А також важливим є покращення умов для перетину держкордону туристичними групами на велосипедах. Серед важливих речей останніх років є створення туристичних тематичних шляхів. Завдання стоїть не тільки прокладати шляхи, маркувати їх, але й встановлювати інформаційні стенди, вказівники. Тому необхідно працювати над інформуванням та покращенням інфраструктури туристичної сфери регіону (Carpathian Tourist Road).

У привабливому з туристичної точки зору місті важливими для туристичного попиту вважаються наступні фактори: культура, традиції, історія; визначні місця, мистецтво, архітектурні ансамблі; урбаністичні ландшафти; зручне транспортне сполучення; концентрація високих технологій; великий вибір закладів розміщення та харчування; доступність до різноманітних видів послуг; можливість робити покупки; мода, особливий стиль життя; нічне життя, молодіжні рухи; цивілізованість; своєрідна романтика; відносна безпека; можливість спілкування з великою кількістю людей. Дані чинники є вирішальними для існування туристичного попиту, але вони також підсилюються ще одним важливим фактором – іміджем міста (Глибовець, 2009).

Наведемо дане дослідження на прикладі м. Мукачево. Нині м. Мукачево має затверджену маркетингову стратегію, всі маркетингові зусилля спрямовані на реалізацію конкретної маркетингової мети і сприяють залученню певних категорій відвідувачів за допомогою діяльності туристично-інформаційного центру. У м. Мукачеве сформованого

туристичний імідж та бренд, є туристичний сайт та зовнішню реклами, видається рекламно-інформаційна продукція, орієнтована на широкі кола відвідувачів, працює туристсько-інформаційний центр.

Комунальне підприємство «Мукачівський міський туристично-інформаційний центр» (КП «ММТІЦ») створене відповідно до Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», Господарського кодексу України, Цивільного кодексу України. Засновником (власником) Підприємства є Мукачівська міська рада. Розглянемо діяльність КП «ММТІЦ» у 2020 році.

У січні 2020 року КП «ММТІЦ» було організовано та проведено: 25-й ювілейний фестиваль-конкурс «Червене вино»; дегустація-конкурс виноробів-учасників фестивалю за участю професійних сомельє; винна конференція-семінар за підсумками конкурсу. У 2020 році вперше в рамках фестивалю «Червене вино» був проведений еногастрономічний конкурс серед учасників фестивалю з метою популяризації еногастрономії в регіоні, сприяння розвитку місцевих брендів та розвитку існуючих та створення нових майданчиків еногастрономічного туризму.

У лютому 2020 року КП «ММТІЦ» з метою органічного поєднання закарпатських традицій з сучасними поглядами, та залученням різних вікових груп мешканців та гостей м. Мукачева, була проведена театралізована екскурсія «Сватанки в Паланку на Валентина». 23 лютого 2020 року проведена тематична відкрита екскурсія про життя видатного митця Мігая Мункачі, уродженця та почесного громадянина Мукачева, з нагоди 176 років з Дня його народження – «Закоханий у Сонце». 26 лютого 2020 року проведений квест-варіант театралізованої екскурсії «Володарки замку» для вчителів початкових класів Мукачівської ОТГ. 29 лютого 2020 року проведений міський фестиваль-конкурс «Варишська палачінта» – святомлинців, встановлено рекорд «Вежа з млинців» проведено тематичний гастро-конкурс, Палачінтакіада, сімейна розважально-спортивна олімпіада. В рамках фестивалю відбулось відкриття велосезону 2020 –

«ВелоПалачінтакіада» –змагання для дітей, та велопробіг містом для дорослих.

У березні 2020 року відбулися установчі збори Громадської спілки «Дорога вина та смаку Закарпаття», в яких взяли участь понад 30 учасників. Було сформовано спільний план дій, обрано керівні органи організації, затверджено статут та стратегію розвитку, також відбулася презентація унікальної продукції місцевих виробників. Захід відбувся в рамках реалізації Проекту ЄС Geographical Indications in Ukraine/Географічні зазначення в Україні. В переддень міжнародного жіночого дня, 7 березня 2020 року в Мукачівському історичному музеї «Замок Паланок» проведена тематична вечірня відкрита екскурсія з театралізацією «Володарки замку» про історію і значний вклад жінок-історичних постатей замку в його становлення.

В умовах, спричинених пандемією COVID-19, масові заходи, заплановані на другий квартал 2020 року, а саме: дитячий та дорослий велопробіг, Дні японської культури «Ханамі», гастро-фестиваль «Огинь і м'ясо», театралізовані відкриті екскурсії тощо, скасовані. Пристосуючись до карантинних умов виготовлена серія відео-продукції промоційного характеру: «Мукачево унікальне», «Мукачево сакурове», «Мукачево квітуче», «Мукачево весняне», «Ханамі в Мукачеві» для підтримки інформованості про туристичні принади міста. В травні 2020 року КП «ММТІЦ» підготовлений сценарій та організовано зйомку відео-матеріалу з нагоди святкування Міжнародного дня музею. Випущений відеоматеріал про всі музейні кімнати та експозиції Мукачівського історичного музею «Замок «Паланок», в поєднанні з театралізованою екскурсією-розповіддю про історію замку та самого міста. Проведено ряд он-лайн екскурсій на різну тематику, проведені он-лайн зустрічі та форуми з представниками туристичної сфери.

13 серпня 2020 р. був проведений семінар-презентація проекту «Ремісничча мануфактура «Паланок» координатором проекту Михайлом

Белеканич, менеджером проекту Беатою Столяренко. Даний проект має на меті створення конкурентоздатного культурного продукту на території пам'ятки культури національного значення Мукачівського замку «Паланок» на засадах співпраці культурно-мистецьких інституцій, органів місцевого самоврядування та місцевої креативної ремісничої спільноти. Результатом проекту став креативний ремісничий простір –Реміснича мануфактура «Паланок», діяльність якої у проекті представив туристам та місцевим мешканцям культуру і творчість регіону шляхом активного залучення цільових груп до запланованих заходів за допомогою цифрових технологій «он-лайн». В рамках проекту проведений он-лайн фестиваль «Весілля Ілони Зріні», а також серія он-лайн майстер-класів та квест-екскурсій.

Культурний продукт проекту пов'язаний з реальними історичними подіями, що мають виняткову історичну важливість для транскордонного регіону (Україна, Угорщина, Румунія, Словаччина, Польща, Хорватія). Продукт є унікальним з точки зору базису культурних традицій, притаманних регіону, які існували колись, існують тепер і потребують уваги та збереження, ілюструють значний період історії регіону. Унікальною є і продукція, яка створена в ході впровадження культурного продукту –вироби майстрів, сувеніри, твори прикладного мистецтва, –створені під час майстер-класів безпосередньо в стінах пам'ятки; унікальним є застосований підхід проекту щодо залучення цільової групи за допомогою цифрових технологій в он-лайн форматі. Учасники заходів мають змогу спостерігати за роботою майстрів, отримувати цінну інформацію про секрети ремісничої майстерності та повторювати нескладні операції вдома. Інноваційність проекту полягав у застосуванні методики створення конкурентоздатного спроможного культурного продукту на засадах державно-приватного партнерства в галузі туризму, відповідно до вимог Закону України «Про державно-приватне партнерство». Прикладів діяльності продукту такого виду в

Закарпатській області на даний момент немає (Офіційний туристично-інформаційний портал).

Фестивальний рух в Мукачівській ОТГ передбачає передусім збереження ідеї фестивалю і перетворення його на емоційно насичену подію. Проект в середньостроковій перспективі створив умови для виробництва в замку унікальної сувенірної продукції для наповнення замкової сувенірної крамниці. Проект реагує на потреби відвідувачів фіксувати свою причетність до вивчення історії під час візиту в замок: були проведені театралізовані заходи-квести, костюмовані ремісничі майстер-класи. У 2020 році проект орієнтувався на застосуванні цифрових технологій, пропагував місцеві культурні цінності та пам'ятку історії у форматі он-лайн. Такий підхід дозволив охопити широку цільову аудиторію, і викликав бажання відвідати пам'ятку та скористатися створеними культурними продуктами в майбутньому. В майбутньому планується проведення «Сімейних днів», де гості безпосередньо зможуть стати учасниками життя замку, виробляючи сувенірну продукцію своїми руками.

Згідно офіційної статистики, за 2021 рік Мукачівський замок «Паланок» відвідало 198 тисяч відвідувачів, з них: понад 112 тис. – дорослих, 44 тис. – діти, ще понад 40 тис. – студенти та пенсіонери. Майже 20 тис. людей відвідали замок безкоштовно – це учасники АТО/ООС, діти-сироти, інваліди I і II груп та інваліди війни. У 2021 році Мукачівський замок «Паланок» проводив сумісно з туристично-інформаційним центром різноманітні заходи: конкурс виноробів «Червене вино», театралізований захід «Сватанки в Паланку на Валентина», День відкритих дверей з нагоди Міжнародного дня музеїв, нічний театралізований захід «Легенди Мукачівського замку», реконструкція «Весілля Ілони Зріні та Імре Текелі», V регіональний етно-гастрономічний форум, заходи з нагоди святкування річниці Незалежності України, церемонія посвяти учасників патріотичної гри «Сокіл-Джура»,

перед різдвяно-новорічним святом працювала резиденція святого Миколая. У 2021 році у Мукачівському замку «Паланок» проводилися виставки картин О. Брензович, Т. Рибар, С. Дзедзей, І. Кравець, Н. Овсієнко, виставка сучасного українського іконопису «Величаємо» та виставка робіт «Зимовий калейдоскоп» (Офіційний туристично-інформаційний портал).

У Мукачівському історичному музеї (Замок «Паланок») реалізується проект «Хроніки замку «Паланок» 4REG21-29851 в межах партнерської програми «Культура. Туризм. Регіони» Українського культурного фонду, Державного агентства розвитку туризму. Метою проекту є підвищення атрактивності замку для відвідувачів за рахунок впровадження смарт-рішень у експозиційній, промоційній та навчально-виховній діяльності Мукачівського історичного музею. Проект «Смарт Музей – сучасні форми представлення культурної спадщини», HUSKROUA/1702/3. 1/0026 реалізовується за підтримки Європейського Союзу в рамках Програми транскордонного співробітництва Європейського інструменту сусідства «Угорщина-Словаччина-Румунія-Україна».

У межах реалізації зазначених угод 10 листопада 2021 року відкрито експозицію «Хроніки замку «Паланок» і фотозону «Замкову сторожу». Концепт експозиції, спрямований на висвітлення основних історичних подій та постатей, а також відображення стану замку у різні епохи за допомогою інтерактивного дизайну. Завдяки поєднанню сучасних інтерактивних і цифрових технологій та цікавого історичного контенту, створено сучасний багатофункціональний інтерактивний простір для представлення історії замку «Паланок», просвітницької та навчальної діяльності, реалізації творчих проектів та активного дозвілля мешканців громади. Це перетворить відвідувача з пасивного споглядача на активного учасника експозиції.

Наступним досвідом є Тернопільська область. Початки формування інформаційного супроводу розвитку туризму в Тернопільській області пов'язані із застосуванням у 2010 році Комунального підприємства

Тернопільської обласної ради «Тернопільський обласний інформаційно-туристичний краєзнавчий центр». Згодом у 2011 році у смт Микулинці було створено Інформаційно-довідковий центр розвитку зеленого туризму. Також досвід функціонування ТПЦів наявний у місті Борщеві та селищі міського типу Гусятин. Це був перший етап створення мережі інформаційного забезпечення туризму у регіоні. Наступний етап – це формування центрів у рамках реалізації реформи децентралізації, де туристично-інформаційна складова постала інструментом підтвердження успішності та спроможності новоутворених громад.

Сучасна мережа туристично-інформаційних центрів досліджуваного регіону представлена закладами різноманітних форм власності, підпорядкування та специфіки функціонування. Основним критерієм для підтвердження функціонування та подальшого аналізу ТПЦу є його інституційність та наявність актуальної інформації у медійному та інтернет (соцмережі, вебсайти, блоги тощо) середовищі. На початок 2023 року в Тернопільській області налічувалось 7 ТПЦів, які розташовуються у найбільших міських поселеннях. За типологією вони відносяться до класичних міських ТПЦів. Інші окремі ТПЦи у містах і селищах міського типу перебувають у стані переформатування та підготовки до початку роботи.

Розглянути детально мережу ТПЦів області та специфіку функціонування кожного з них нами вирішено зреалізувати у розрізі адміністративно-територіальних одиниць районного рівня. Це є оптимально, адже дані райони та їх адміністративні центри відповідають ключовим туристичним дестинаціям та туристично-рекреаційному районуванню області.

Найбільше досліджуваних центрів зосереджено у центральному Тернопільському районі – 4, а саме: у Тернополі, Теребовлі, Збаражі, Бережанах. Це міста, де сконцентрована значна частина історико-культурної спадщини регіону, наявна досить розвинена туристична інфраструктура та

з огляду на транспортну доступність завжди стабільний і постійно нарощується туристичний трафік.

Головний ТІЦ регіону, який зорієнтований не тільки на інформаційний супровід туристичної діяльності у місті.

Тернопіль і громаді, але й в усій області, це – Комунальне підприємство «Туристично-інформаційний центр міста Тернополя». Він активно функціонує з 2016 року.

Основними цілями його діяльності є такі:

- 1) інформування туристів щодо історико-культурного потенціалу, рекреаційної інфраструктури, закладів культури (музеїв, галерей, кінотеатрів, театрів, тощо), транспортної системи, спортивних, культурних подій, ярмарок, виставок, фестивалів м. Тернополя;
- 2) розробка, виготовлення та поширення інформаційної та поліграфічної продукції і видань з метою реклами та просування туристичної діяльності;
- 3) формування та просування комплексних туристичних продуктів, включаючи екскурсійні, готельні, рекреаційні, транспортні та інші послуги;
- 4) надання інших послуг, пов'язаних з запитами туристів. Серед основних послуг – інформування туристів про м. Тернопіль, організація екскурсій (по місту, підземеллями, квести), фестивалів, ярмарок, реалізація сувенірної продукції та надання в оренду майна [2].

Позиціонування міста Тереховлі як креативного туристичного міста завдячується місцевому ТІЦу [6]. Сьогодні місія функціонування Туристично-інформаційного центру міста Тереховля полягає у промоції історичного міста і громади, застосуванні мистецького потенціалу міста у туризмі та створенні умов для його розвитку. Він функціонує із 2017 року. На якісному та доступному веб-сайті центру присутня уся актуальна тематична інформація за розділами: «Що подивитись?» (замки та палаци, храми та монастирі, мости і віадуки, пам'ятки природи), «Де поїсти?», «Де зупинитись?», «Екскурсії» (Стара Тереховля, Нічна екскурсія із Князем

Теребовлянським, Ексклюзив), «Майтер-класи» (декоративний розпис порцелянового посуду, розпис великодніх писанок, друк зображення на дереві, виготовлення виробів на гончарному крузі), «Велопрокат» (прокат велосипедів, велоквест, велоекскурсії, веломаршрути), «Сувенір з Теребовлі» «Польоти на паратрайку», «Пікнік біля Замку» та ін.

У 2021 з метою сприяння розвитку туристичної діяльності у м. Збаражі, підтримки розвитку малого бізнесу у галузі туристичної інфраструктури, розробки та просування туристичних продуктів на внутрішньому та міжнародному ринках було створено Комунальне підприємство «Збаразький туристично-інформаційний центр» [5].

На Заході області інформаційне забезпечення туристичної діяльності у найбільшому місті здійснює Туристичноінформаційний центр м. Бережани, що діє із 2013 року. Він розташовується у центральній частині міста, у ратуші – пам'ятці архітектури національного значення.

Решта ТІЦів області розташовується у містах південного Чортківського району (Чортків, Заліщики, Хоростків). Даний район характеризується унікальною культурною та природною спадщиною у поєднанні із значними відпочинковими можливостями. У районному центрі, починаючи з 2021 року, діє Комунальне підприємство «Чортківський туристичноінформаційний центр» Чортківської міської ради. Його функція – це візит-центр, який спрямовує туриста до найцікавіших локацій та подій у громаді. Окрім того, туристи у центрі мають змогу придбати сувенірну продукцію, замовити екскурсію та отримати комплекс туристичних послуг та інформацій [7]. Перелік послуг ТІЦу представлено на сайті міської ради у відповідному тематичному розділі.

У «перлині» Тернопільського Придністер'я – м. Заліщики з 2015 року активно працює Комунальне підприємство «Заліщики туристичні». Його основні види діяльності такі: організація сплавів річкою Дністер; організація велосипедних екскурсій; організація екскурсійної діяльності (автобусних, автомобільних, пішохідних) по місту Заліщики та околицями;

організація спелеоекскурсій (печери Борщівщини); організація подорожей Україною. На веб-сайті корисна інформація структурована за розділами: «Де ночувати», «Де поїсти», «Що подивитися», «Куди піти» та ін.

Відзначається інноваційністю у своїй діяльності Комунальний заклад «Хоростківський культурний інформаційно-туристичний центр» Хоростківської міської ради. Заклад утворено у 2021 році, у структурі центру – краєзнавчий музей.

Станом на сьогодні туристично-інформаційні центри відсутні у північному Кременецькому районі, де розташовуються об'єкти культурно-пізнавального туризму національного значення. Очевидно, що елементи інформаційної складової туризму тут забезпечує Кременецько-Почаївський державний історико-архітектурний заповідник.

З огляду на сучасні постковідні реалії і воєнний стан, активна робота ТІЦів зменшилась, залишились не реалізованими багато проєктів. Водночас перспективними постали інші напрямки діяльності, зокрема туристичне обслуговування людей, які знайшли прихисток через війну у місцевих громадах.

Наразі перспективним напрямком вдосконалення досліджуваної мережі є її розширення. Зокрема у сільських громадах таке можливо здійснити за рахунок наступного:

- 1) колаборація із закладами культури і мистецтва;
- 2) створення офісів та дорожніх ТІЦів;
- 3) функціонування ТІЦів на сезонній основі;
- 4) діяльність ТІЦу у якості структурного підрозділу у складі інших комунальних підприємств тощо.

На сьогодні видається перспективним створення ТІЦів у Кременці, Почаєві, Вишнівці, Бучачі, Борщеві, Гусятині.

Відзначаємо, що нині проблема якісного донесення туристичної інформації набуває первинного значення, оскільки від її рішення залежить ефективність діяльності суб'єктів регіонального туристичного ринку. Отже,

формування національної мережі ТІЦ покращить управління та регулювання туристичною діяльністю на державному рівні, що має привести до приваблення в Україну більшої кількості туристів. Задля успішного розвитку туризму у державі необхідна тісна співпраця органів влади, місцевого самоврядування і підприємств туристичної галузі. Обмін інформацією між цими інституціями має здійснюватися працівниками ТІЦ, що актуалізує потребу підготовки висококваліфікованих фахівців.

Загалом, підсумовуючи викладене, слід сказати, що мережа туристично-інформаційних центрів відіграє неабияке значення у системі управління регіональним розвитком туризму. Їх мережа у Тернопільській області є ще не достатньо розгалуженою та потребує вдосконалення та остаточної сформованості. ТІЦи у сучасних умовах діють в рамках інформаційного, екскурсійного, подієвого забезпечення розвитку туризму у громаді. Крім того, вони активно залучаються як бази практичної підготовки фахівців із гостинності, як соціокультурні і гуманітарні центри територіальних спільнот.

2. 2. Практика діяльності туристичного інформаційного центру м. Запоріжжя

У березні 2018 р. відповідно до рішення Запорізької міської ради було створено Комунальне підприємство «Туристичний інформаційний центр», метою діяльності якого є отримання прибутку від надання туристично-інформаційних послуг, покращення соціально-економічного розвитку міста шляхом упорядкування й розвитку туристичної діяльності як пріоритетного виду економічної діяльності [18].

Серед основних напрямів діяльності ТІЦ м. Запоріжжя таке:

- формування бази даних об'єктів туристичної й рекреаційної привабливості інфраструктури туристичного ринку міста та об'єктів культурного надбання м. Запоріжжя;

- проведення маркетингових досліджень, моніторинг стану розвитку туризму та сфери послуг, дослідження туристичних потоків;
- надання консультативно-довідкової інформації для туристів та екскурсантів в усній формі й у формі рекламної продукції;
- організація роботи екскурсійного бюро та транспортного забезпечення екскурсантів;
- налагодження контактів і співробітництва в Україні та за кордоном, поширення інформації й промоційних матеріалів з метою просування туристичного продукту міста та обміну інформацією;
- підготовка й реалізація міжнародних проектів у сфері культури туризму тощо.

Серед основних туристичних продуктів Туристичного інформаційного центру м. Запоріжжя можливо зазначити:

- екскурсія «Знайомство з українською культурою» від ТІЦ м. Запоріжжя;
- «Кавові традиції з ISLA » гастрономічна екскурсія від ТІЦ м. Запоріжжя;
- «Кавові традиції з ISLA та пекарня Урожай» гастрономічна екскурсія від ТІЦ м. Запоріжжя;
- «Екскурсія до Приватної Сироварні»;
- «Французький вікенд» гастрономічна екскурсія від ТІЦ м. Запоріжжя;
- «Welcome to adventure» автотур від ТІЦ м. Запоріжжя;
- «Назад у дитинство» гастрономічна екскурсія від ТІЦ м. Запоріжжя;
- екскурсії на приватну бджолярню Андрія Лебідя;
- «Французький вікенд з нотками саксофону» гастрономічна екскурсія від ТІЦ м. Запоріжжя;
- екскурсія на завод «Вина Запоріжжя»;

- екскурсія «Ніч на Січі» на території історико-культурного комплексу «Запорізька Січ»;
- екскурсія «Villa Del Wino та равликова ферма»;
- екскурсія в кафе-пивоварню «Заїмка»;
- фото-екскурсія «Один день у місті»;
- квест-екскурсія до Всесвітнього Дня Туризму;
- фотоконкурс «Портрет Туриста»; настільна гра «Монополія» в музеї Архітектури;
- нічна театралізована екскурсія старим Олександрівськом «Архітектурна темрява»;
- квест «Таємниця старого Олександрівська» в музеї Архітектури;
- екскурсія до Каменярі та PotteryIsland з майстер класом;
- фото-екскурсія «Старий Олександрівськ».

ТІЦ (туристичні інформаційні центри) виступають сервісними службами, основне завдання яких інформування про наявні туристичні ресурси, об'єкти та можливості регіону.

Місто Запоріжжя вже має позитивний туристичний імідж завдяки не тільки багатій історико-культурній спадщині – прославлена Хортиця, монументальний Дніпрогес, 700-річний Запорізький Дуб, мальовничі пейзажі та архітектурні пам'ятки, але і подіями, які вже стали брендовими: Всеукраїнський козацький фестиваль «Покрова на Хортиці», фестиваль «Покровський ярмарок», музичні фестивалі «Khortytsia Freedom» та «Zaporizhzhia Jazzy», Запорізький міжнародний кінофестиваль «ZIFF», регулярні вистави кінного театру «Запорозькі козаки», фестиваль вуличної їжі «Пікнік на Райдузі», літературно-мистецький фестиваль «Толока» та багато інших. Портал Zruchno.Travel відмітив Запоріжжя у ТОП-10 українських міст з найкращими напрацюваннями та перспективами розвитку туризму. Відзначено, що в 2019 році Запоріжжя отримало парламентську нагороду «За розвиток туристичної індустрії» як прорив

року.

Туристичний бренд міста активно просувається завдяки діяльності Туристичного Інформаційного Центру міста Запоріжжя. У березні 2018 р. відповідно до рішення Запорізької міської ради було створено Комунальне підприємство «Туристичний інформаційний центр», метою діяльності якого є отримання прибутку від надання туристично-інформаційних послуг, покращення соціально-економічного розвитку міста шляхом упорядкування й розвитку туристичної діяльності як пріоритетного виду економічної діяльності [4].

Регіональна політика розвитку туризму Запорізької області активно спрямована на поліпшення стану туристичної сфери в регіоні. Державними та науковими структурами спільно з громадськістю було розроблено «Стратегію розвитку туризму Запорізької області на 2021–2027 роки», основними цілями якої є вдосконалення та розвиток туристично-рекреаційної та допоміжної інфраструктури, розвиток людських ресурсів, формування та просування туристичних дестинацій Запорізької області, а також розбудова Національного заповідника «Хортиця». Реалізація даної стратегії дозволить перетворити сферу туризму Запорізької області на прибуткову та високоефективну галузь регіональної економіки.

На території Запорізької області зосереджено значний туристичний потенціал, професійне та обґрунтоване використання якого створить умови для підвищення ефективності сфери туризму як у межах області, так і країни в цілому, особливо в умовах нестабільності економічного та політичного середовища.

У Запорізькій області на державному обліку перебуває 8315 пам'яток, з них 6563 – пам'ятки археології, 1700 – історії, 32 – монументального мистецтва, 20 – науки і техніки; 12 об'єктів культурної спадщини регіону (3 пам'ятки історії, 9 – археології) занесено до Державного реєстру нерухомих пам'яток України національного значення. Найбільш туристично привабливими є заповідники. Забезпечення певного мінімуму культурних

послуг для всіх верств населення, збереження народних мистецьких традицій, етнокультурного різноманіття здійснюється потужним культурним потенціалом галузі області: 5 театрів, філармонія, 17 навчальних закладів I-IV рівнів акредитації, 66 шкіл естетичного виховання, 16 кінотеатрів, 510 бібліотек, 412 установ культури клубного типу [1].

В області налічується 6 історичних населених місць України – це міста Запоріжжя, Бердянськ, Мелітополь, Оріхів, Гуляйполе і Токмак, які частково зберегли свій історичний ареал з об'єктами культурної спадщини. У містах, які входять до списку історичних населених місць України, збереглася як архітектура кінця 19 початку 20 століття, так і зразки архітектури періоду конструктивізму.

Найбільшим містом області є Запоріжжя. Місто має значний туристичний потенціал, зумовлений географічним розташуванням, особливостями історичного розвитку, національно-культурним різноманіттям, специфічною архітектурою міста, природними об'єктами, наявністю потенційно брендових туристичних продуктів, унікальним поєднанням у межах міста урбанізованих та індустріалізованих майданчиків із заповідними територіями [2].

Запоріжжя є одним з найбільших адміністративних, індустріальних і культурних центрів півдня України. Це неповторне та багатогранне місто, яке має невичерпний туристичний потенціал, багатовікову історичну та культурну спадщину і входить до числа найбільш економічно розвинених міст країни. Запорізька область входить до першої десятки провідних областей за обсягами реалізованих послуг і кількістю ліцензіатів, що працюють на території України. Динаміка основних показників туристичної діяльності в межах області є типовою для України (див. табл. 2.1.) [3].

Як показали дані державної статистики, динаміка туристичної діяльності в Запорізькій області за 2019-2020 роки, на жаль, негативна, що скоріш за все пов'язано з епідеміологічною ситуацією у країні та світі. Але крім того потрібна підтримка з боку органів місцевого самоврядування

муніципальних утворень, які в умовах децентралізації можуть самостійно визначати форми підтримки туристичної галузі та її розвитку, зокрема встановлювати пільги з оплати комунальних послуг та орендної плати туристичним об'єднанням та ін.

Таблиця 2.1 – Динаміка кількості туристів, обслужованих туроператорами та турагентами в Запорізькій області, од.

Роки	Запорізька область	Приріст, %
2011	60055	0
2012	35428	-41,0
2013	54415	+53,5
2014	39010	-28,3
2015	30922	-20,7
2016	40376	+30,5
2017	47675	+18,1
2018	31679	-33,5
2019	31521	-0,5
2020	17984	-43

Вагомий внесок у розвиток подієвого туризму в Запоріжжі приносить робота Туристичного Інформаційного Центру (ТІЦ) міста Запоріжжя, що виконує такі функції як інформування туристів та місцевих жителів щодо тих чи інших туристичних подій, організація та проведення різноманітних заходів, звітна діяльність, розвиток та просування загального бренду міста в Україні та світі. Просторий офіс у центрі міста завжди відкритий для своїх гостей та нерідко виступає як місце проведення деяких цікавих зустрічей, виставок, лекцій та форумів. Дизайнерський інтер'єр із власною айденитикою вигідно підкреслює сучасний туристичний напрям розвитку Запоріжжя.

Так, наприклад, у вересні цього року ТІЦ було організовано такі заходи:

- зустріч Олега Сенцова з читачами, флешмоб «Танцюй під

українське»;

- виставка сучасного мистецтва “Час, що не втрачено”;
- презентація практичного курсу «Маркетинг для підприємців: розумій і застосовуй» від Анастасії Інешиної;
- зустріч зі скульпторкою Людмилою Єлецькою – однією з авторів виставки «PRO людей...»;
- фото-конкурс «Портрет туриста»;
- лекція Льони Радченко, присвячена таємницям життя і творчості Пікассо;
- лекція стиліста Анастасії Атрощенко «Спочатку база – потім тренд” та ін.

Окрім того Туристичний Інформаційний Центр має якісно розроблену онлайн-платформу. Офіційний сайт ТІЦ та його профілі в соціальних мережах пропонують потенційним туристам безліч варіантів цікавого відпочинку, що подарують незабутні емоції. Формат онлайн-афіші відображає актуальні дати проведення заходів з можливістю придбання квитків, що досить зручно для сучасного туриста. Особливо цікавою розробкою ТІЦ є віртуальні тури до популярних туристичних об’єктів міста (наприклад до музею «Фаєтон” та ін.). Також кожен має можливість переглянути так звану «туристичну мапу», яка налаштовується відповідно до ваших інтересів завдяки переліку «фільтрів”.

Діяльність Туристичного Інформаційного Центру позитивно впливає на розвиток регіонального туризму, популяризацію туристичного бренду міста загалом і подієвого напрямку відповідно.

Згідно звіту ТІЦ упродовж 2019 –2020 років в галузі туризму були досягнуті якісні показники, а саме [43]:

- кількість відвідувачів за 2019 –2020 рік – 50 тис. осіб;
- кількість надання інформаційних послуг – 47 тис.;
- кількість туристів – 9 тис.;
- кількість іноземних туристів – 3,5 тис.;

- кількість туристичних продуктів – 45;
- кількість проданих сувенірів – 7 тис.

Регіональна політика туризму у Запоріжжі активно спрямована на вдосконалення та розвиток туристично-рекреаційної та допоміжної інфраструктури, розвиток людських ресурсів, формування та просування туристичних дестинацій Запорізької області та розбудову Національного заповідника «Хортиця». Про це сказано в офіційній Стратегії розвитку туризму Запорізької області. Яким чином це пов'язано з брендом подій у Запоріжжі.

Модернізація інфраструктури загального користування та створення сучасних територій відпочинку і рекреації позитивно вплине на загальний імідж міста, а комфортна облаштовані рекреаційні території можуть стати відмінною базою для проведення різноманітних подій.

Розбудова транспортної інфраструктури якісно вплине на зручність переміщень по регіону, відповідно збільшиться і кількість охочих відвідати організовані заходи.

Розвиток людських ресурсів передбачає створення активних об'єднань, партнерські відносини та інвестування в цікаві проекти. Саме за таких умов народжуються яскраві ідеї та ініціативи, що роблять бренд міста унікальним.

Щодо розбудови Хортиці, то цей факт також неодмінно вплине на розвиток подієвого туризму, адже ця територія є не тільки візитівкою Запоріжжя, а й нерідко виступає місцем проведення багатьох заходів. На острові дійсно особлива енергетика, що створює незабутню атмосферу для будь-якого фестивалю чи ярмарки. Тож цей простір насправді має високий потенціал для розвитку.

2. 3. Проблеми організації та функціонування туристичних інформаційних центрів в Україні

Однієї з головних проблем роботи туристичних інформаційних центрів в Україні є нерозвиненість мережі туристичних інформаційних центрів. Перешкодою у цьому напрямі є невизначеність законодавства та неспроможність держави фінансувати туристично-інформаційні центри на усій території України.

Організація роботи ТІЦ передбачає задоволення комплексу вимог щодо облаштування приміщення, якості інформаційних матеріалів, професійної компетентності персоналу. Для підвищення ефективності діяльності ТІЦ необхідно покращити доступність інформаційного обслуговування. У зв'язку із цим важливо забезпечити гнучкий режим роботи центру, а також при вході розмістити графік його роботи (на теперішній час така інформація відсутня). Варто також розмістити інформаційні стенди ТІЦ на авто- та залізничному вокзалах, в аеропорту. Важливим є відновлення роботи веб-сайту ТІЦ як джерела інформації про місто для туристів і відвідувачів.

Для створення інформаційного комфорту гостей під час перебування в DESTINATION важливим є функціонування не лише ТІЦ, а всієї мережі об'єктів туристично-інформаційної інфраструктури, що повинні забезпечувати інформаційну підтримку й розміщуватися в місцях найбільшого скупчення туристів [20].

Численні спроби створення ТІЦ не вирішують низку їхніх проблем, до яких слід віднести:

1) недостатню їх ефективність у зв'язку з не оптимальністю організаційно-правової форми, організаційно-економічного механізму управління;

2) автономність діяльності у зв'язку з відсутністю або недостатнім розвитком координації діяльності з органами влади регіону, де функції ТІЦ перетинаються із завданнями розвитку свого регіону або з ТІЦ інших регіонів найчастіше менш ніж на 50%;

3) неповне вирішення кадрової проблеми, що пов'язано з певними

витратами або часом на самонавчання персоналу, все це знижує рівень якості обслуговування туристів;

4) недостатнє інформаційне забезпечення, внаслідок чого інформація про регіон не відображає все різноманіття його життєдіяльності;

5) недостатня кількість ТІЦ та недостатній рівень їх розвитку [5].

Для вирішення проблем, що виявляються, проводяться різні форуми і конференції, в яких беруть участь представники ТІЦ зі всієї країни.

Висновки до розділу 2

1. Державне агентство з розвитку туризму України (ДАРТ) перед початком осінньо-зимового сезону 2023 р. оновило перелік туристично-інформаційних центрів (ТІЦ) України. Кількість туристів у регіоні безпосередньо залежить від якісної туристично-інформаційної інфраструктури. За час повномасштабного вторгнення кількість туристичних інформаційних центрів у країні збільшилася майже на третину. В Україні туристично-інформаційні центри (ТІЦ) функціонують лише у 13-ти містах, оскільки відсутня їх належна підтримка з боку держави. Наразі в Україні працюють 88 туристично-інформаційних центрів порівняно з 63, які працювали 2021 року.

2. Туристичний Інформаційний Центр міста Запоріжжя має якісно розроблену онлайн-платформу. Офіційний сайт ТІЦ та його профілі в соціальних мережах пропонують потенційним туристам безліч варіантів цікавого відпочинку, що подарують незабутні емоції. Формат онлайн-афіші відображає актуальні дати проведення заходів з можливістю придбання квитків, що досить зручно для сучасного туриста. Особливо цікавою розробкою ТІЦ є віртуальні тури до популярних туристичних об'єктів міста (наприклад до музею «Фаєтон» та ін.). Також кожен має можливість переглянути так звану «туристичну мапу», яка налаштовується відповідно до ваших інтересів завдяки переліку «фільтрів». Діяльність Туристичного

Інформаційного Центру позитивно впливає на розвиток регіонального туризму, популяризацію туристичного бренду міста загалом і подієвого напрямку відповідно.

3. Серед основних проблем діяльності туристичних інформаційних центрів в Україні можна віднести: недостатню їх ефективність у зв'язку з не оптимальністю організаційно-правової форми, організаційно-економічного механізму управління; автономність діяльності у зв'язку з відсутністю або недостатнім розвитком координації діяльності з органами влади регіону, де функції ТІЦ перетинаються із завданнями розвитку свого регіону; неповне вирішення кадрової проблеми, що пов'язано з певними витратами або часом на самонавчання персоналу, все це знижує рівень якості обслуговування туристів; недостатнє інформаційне забезпечення, внаслідок чого інформація про регіон не відображає все різноманіття його життєдіяльності; недостатня кількість ТІЦ та недостатній рівень їх розвитку.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ЦЕНТРІВ ЯК ЕЛЕМЕНТУ ІННОВАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ТУРИЗМУ

3. 1. Перспективні функції та завдання туристичних інформаційних центрів

Поряд з основною функцією (надання консультаційних послуг) ТІЦ може виконувати такі завдання:

- збирання, обробка інформації про привабливість регіону в туристичному плані та розміщення її на туристичних сайтах та інших ЗМІ;
- розробка та видавництво різних матеріалів туристичної спрямованості, таких як путівники, карти з позначенням пам'яток, буклети тощо;
- підбір туристам, що звернулися, найбільш підходящих місць і маршрутів відпочинку, надання допомоги в рамках наявних можливостей;
- здійснення роботи з просування регіону, області, міста на міжнародних та внутрішніх туристичних ринках.

З метою розширення асортименту послуг, що надаються ТІЦ, є доцільним використання digital-сервісів, що дозволить:

- підвищити операційну ефективність інформаційних центрів;
- здійснювати підтримку туристів у режимі реального часу за допомогою обраного ними каналу зв'язку в доповнення до онлайн підтримки;
- створити умови для надання актуальної інформації туристу в місцях, де відсутня можливість живого контакту;
- підвищити рівень клієнтського сервісу у місцях надання інформаційних послуг;
- привернути увагу до міста та його пропозицій для туристів;

- стимулювати покупки туристичних продуктів міста;
- дослідити актуальні потреби та запити туристів;
- створити атмосферу, сприятливу для вивчення міста, дослідження його окремих місць, об'єктів та отримання задоволення від цих процесів;
- оптимізувати процес пошуку туристичних пропозицій за допомогою SEO-технологій та ін.

Більшість ТІЦ функціонують як бюджетні установи (державні або муніципальні), а також як підрозділи державних організацій, тобто так чи інакше, спираються на бюджетне фінансування.

Але, на нашу думку, цілі створення ТІЦ можуть бути такими (див. рис. 3. 1).



Рис. 3.1 – Запропновані цілі створення туристичних інформаційних центрів в Україні

Часто інформуванням туристів про регіон займаються туристичні офіси та бюро для відвідувачів з визначеними годинами роботи, які орієнтовані не тільки на людей, які потребують певної інформації, вони також пропонують і надають туристичні послуги й продукти [12].

3.2. Створення сучасної національної мережі туристичних інформаційних центрів в Україні

Туристичні інформаційні центри в Україні – досить молоді організації, але, тим не менше, вони вже вирішують чимало завдань: по-перше, вони покликані створювати сприятливе інформаційне поле як для українських туристів, так і для іноземних мандрівників; по-друге, вони надають послуги бронювання, в їх компетенцію входить також допомога в замовленні послуг екскурсаводів і гідів. За необхідності в ТІЦ туристу нададуть транспортні послуги, а також проконсультують щодо тих туристичних напрямів, які цікаві туристу. Отже, ефективне використання туристичних інформаційних центрів є перспективним сучасним елементом туристичної індустрії, який сприяє значному зростанню потоку туристів та екскурсантів в Україну. Концепція створення та функціонування мережі туристично-інформаційних центрів в Україні визначає основні технології впровадження туристично-інформаційних центрів [6, с. 70].

Національна мережа туристичних інформаційних центрів має формуватися шляхом об'єднання наявних туристичних інформаційних центрів в єдину систему зі спільною метою та завданнями. Така загальнодержавна мережа акредитованих ТІЦ має діяти у структурі Національної туристичної організації України, яку, своєю чергою, підтримує уряд країни у вигляді Департаменту туризму та курортів (на сьогодні входить до Міністерства розвитку громад, територій та інфраструктури України).

Національна туристична організація (НТО), створена в 2016 р., спрямована на приведення сектора туризму до найбільш збалансованої і

стійкої моделі розвитку. Її метою є створення постійно діючої мережі-платформи об'єднання регіональних, міських і галузевих туристичних організацій для підвищення якості національного туристичного продукту, розвитку системи професійних знань і підготовки фахівців, а також усього комплексу маркетингу туристичного бренду України на внутрішньому і глобальному ринках.

Оскільки формування національної мережі передбачено шляхом удосконалення діючих туристично-інформаційних центрів у різних населених пунктах України, варто відзначити зміни їх цілей та завдань на спільні [2, с. 83].

Цілі ТІЦ у складі національної мережі:

- маркетинг туристичного бренду України на внутрішньому і глобальному ринках;
- приваблення у країну в цілому та в її регіони більшої кількості туристів для розвитку міжнародного та внутрішнього туризму;
- підвищення якості національного туристичного продукту;
- поліпшення конкурентних переваг місцевості через покращення інфраструктури, зокрема туристичної;
- підготовки професійних фахівців у цій сфері;
- поповнення державного та місцевого бюджетів за рахунок туристичних валютних надходжень;
- раціональне використання туристично-рекреаційних ресурсів;
- залучення інвестицій у туристичний бізнес.

Завдання ТІЦ у складі національної мережі:

- інформаційне забезпечення туристів і суб'єктів туристичного бізнесу;
- поліпшення якості туристичної продукції та якості туристичних послуг у місцевості та у цілому;
- поліпшення транспортного сполучення, формування мережі засобів розміщення туристів на національному рівні;

- планування, організація, мотивування, моніторинг і контролювання, регулювання туристичних, інформаційних та фінансових потоків;
- постійна статистична звітність про туристичні потоки; врахування рекреаційного та психологічного навантаження на місцевість;
- поліпшення інвестиційного клімату в місцевості.

Для успішного розвитку туризму в державі необхідна тісна співпраця органів влади, місцевого самоврядування і підприємств туристичної індустрії. Обмін інформацією між цими інституціями здійснюватиметься працівниками туристично-інформаційних центрів, мережа яких буде покривати всю територію держави в місцях, де наявні туристичні ресурси. Структуру мережі ТІЦ можна запропонувати у вигляді наведеного на рисунку 3. 2.

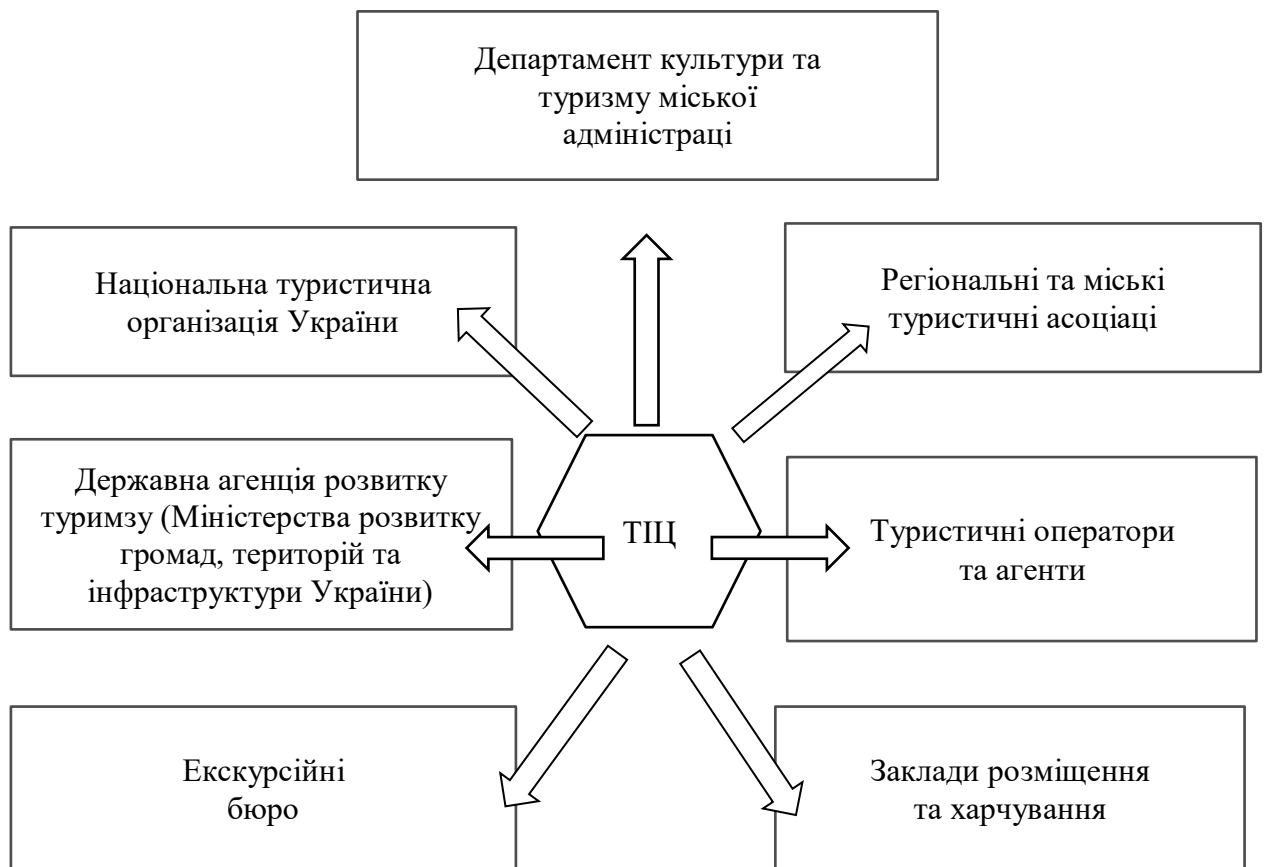


Рис. 3.2 – Організаційна структура національної мережі туристичного інформаційного центру

Ураховуючи аналіз наявних туристичних інформаційних центрів України, а саме характеристику та перелік послуг, що вони надають, спостерігається неоднорідність та відмінність між ними, оскільки не існує законодавчо встановлених вимог. Саме тому існує необхідність у формуванні переліку обов'язкових послуг, що має надавати кожен ТІЦ національної мережі України. Таким чином, туристичні інформаційні центри національної мережі обов'язково та безкоштовно мають надавати такі послуги туристам та гостям міста:

- комплексну туристичну інформацію як про місцевість, залежно від місця розташування центра, так і загальну інформацію про розвиток туризму в Україні (про готелі та інші заклади розміщення туристів; про музеї, театри, концертні зали, парки, виставкові зали, туристичні підприємства);
- інформування про заклади харчування: ресторани, кафе, заклади харчування з національною кухнею;
- інформування туристів про культурні заходи міста, регіону та країни: про фестивалі, концерти, виставки, ярмарки тощо;
- консультування туристів щодо інформації про країни, курорти і місця відпочинку, візовий режим, оформлення проїзних документів;
- замовлення послуг екскурсоводів та гідів (для груп чи індивідуально), страхування туристів;
- бронювання місць у засобах розміщення;
- замовлення квитків на культурні заходи (в театри, концертні зали, музеї, кінотеатри);
- інформування про транспортні послуги: таксі, громадський транспорт, водний транспорт, автобусні перевезення та замовлення квитків;
- інформування про екскурсійні маршрути по місту та за його межами;
- допомога в організації семінарів, конференцій у місті чи регіоні;

- інформування про спеціальні пропозиції туристичних підприємств міста та регіону: тури вихідного дня, програми сімейного та інших видів відпочинку;
- замовлення (оренда) і страхування транспорту для подорожей;
- безкоштовне надання інформаційно-туристичних матеріалів (туристичні карти населеного пункту, путівники);
- надання спеціальної інформації: про лікарні, міліцію, аптеки, консульства, урядові установи тощо.

Отже, сформована національна мережа туристично-інформаційних центрів є елементом інноваційної інфраструктури туристичної індустрії, тому що з її допомогою туристи та інші суб'єкти туристської галузі мають змогу отримати туристичну інформацію та консультативні послуги щодо туристичної діяльності у місцевості та за її межами.

У результаті формування національної мережі ТІЦ поліпшиться управління та регулювання туристичної діяльності на державному рівні, що має призвести до приваблення в Україну більшої кількості туристів [3, с. 56].

План упровадження національної мережі туристично-інформаційних центрів означає дотримання основних етапів технологічного процесу як головних стратегічних кроків. Вони передбачають: узагальнення міжнародного досвіду з урахуванням вітчизняних особливостей розвитку туристичної галузі; моніторинг місцевих об'єктів туристичної інфраструктури, туристично-рекреаційних ресурсів та визначення ефективності їх використання; інвентаризацію туристично-інформаційних центрів (визначення їх дієздатності, розміщення, охоплення території для надання державної підтримки та включення їх до єдиної мережі, що створюється) [6, с. 129].

Враховуючи, що створення національної мережі туристично-інформаційних центрів є одним зі стратегічних напрямів діяльності органів виконавчої влади в галузі туризму, важливо дотримуватися технології

організації та функціонування таких інституцій. Тобто план упровадження національної мережі ТІЦ (див. табл. 3.1) передбачає етапи: підготовчий, налагодження діяльності, сталого розвитку [1, с. 153].

Таблиця 3. 1 – Перелік етапів плану впровадження національної мережі туристичних інформаційних центрів

Етапи технологічного процесу, тривалість	Основні напрями діяльності
1	2
I. Підготовчий (не більше ніж півроку)	Організаційна робота: вибір організаційно-правової форми та реєстрація кожного центру; визначення місця розташування, облаштування та оформлення офісу відповідно до міжнародних норм і стандартів; розроблення системи послуг; формування проекту бюджету, визначення зони відповідальності; підбір та підготовка персоналу; відкриття центру та його презентація. Дослідницька робота: визначення стану та перспектив розвитку туризму в регіоні; вивчення зарубіжного і вітчизняного досвіду створення ТІЦ; формування робочої групи для налагодження діяльності центру та розроблення внутрішньої документації, яка її регламентує.
II. Налагодження діяльності (2, 5–3 роки)	Надання якісних інформаційних послуг: випуск друкованої туристичної інформаційно-рекламної продукції; проведення маркетингових досліджень; налагодження співпраці з місцевою владою, громадськими організаціями, підприємницькими структурами; формування бази даних об'єктів туристичної інфраструктури, туристичних продуктів, маршрутів, розроблення веб-сайту, налагодження рекламно-інформаційної діяльності; забезпечення уніфікації, проходження акредитації, входження в єдину мережу.
III. Сталого розвитку (розпочинається після переходу до	Повне перетворення туристичних інформаційних центрів: підвищення конкурентоспроможності персоналу туристично-інформаційного центру, проведення тренінгів, семінарів,

Продовження таблиці 3. 1

1	2
фінансування)	презентацій; створення вдалого позитивного іміджу місцевої туристичної інфраструктури та об'єктів туристичних відвідувань на вітчизняних та зарубіжних виставках і ярмарках, розширення співробітництва з іншими мережами туристично-інформаційних центрів за кордоном.

Діяльність мережі ТІЦ має підтримуватися за умови використання сучасних інформаційних та комунікаційних технологій, які включатимуть автоматизовану базу даних туристично-інформаційних центрів; проведення широкої рекламної кампанії в регіонах країни та за кордоном (на міжнародних та національних туристичних виставках, форумах, конференціях), створення веб-порталу.

Національна мережа ТІЦ як суб'єкт господарювання повинна бути некомерційним утворенням, адже метою її діяльності не є отримання прибутку для розподілу між учасниками цієї організації. Ціллю національної мережі ТІЦ є забезпечення ефективного використання державних коштів та отримання соціального ефекту.

Організаційно-правова форма туристично-інформаційних центрів національної мережі, відповідно до чинного законодавства, визначена як комунальне підприємство, що діє на основі комунальної власності територіальної громади, утворене органами місцевого самоврядування (Департаментом культури та туризму міської ради), та контролюється ними, а також підзвітне Національній туристичній організації України (яка, своєю чергою, відноситься до Департаменту туризму та курортів України).

Важливим складником діяльності національної мережі туристичних інформаційних центрів є розроблення механізму надходження коштів на її утримання. У фінансовому плані враховуються можливості надходження коштів. Фінансування мережі туристично-національних центрів для її

повноцінного функціонування має відбуватися за рахунок [5, с. 95]:

- виділених коштів із держбюджету на розвиток туризму в Україні;
- виділених коштів від місцевих бюджетів на розвиток туризму в регіоні;
- фінансових внесків від засновників Національної туристичної організації;
- регіональних та міських туристичних асоціацій;
- галузевих асоціацій і організацій (Федерація роботодавців санаторно-курортних і оздоровчих закладів, Всеукраїнська профспілка працівників туристичної галузі, Національний комітет міжнародної торгової палати ICC Ukraine, Асоціація екологічного та активного туризму, Kyiv Convention & Visitors Bureau, Всеукраїнська асоціація гідів та екскурсоводів, «Укрзовніштранс»);
- національних і міжнародних компаній, що є одними із засновників Національної туристичної організації («Укрзалізниця», «Міжнародні авіалінії України», Visa, InterContinental, GST Group, PLASKE, Premier Expo);
- туристичних, готельних, ресторанних підприємств України (провідні туроператори та турагенти, готельно-ресторанні комплекси).

Забезпечення ефективної діяльності національної мережі туристично-інформаційних центрів буде здійснено завдяки врахуванню таких чинників:

1. Вдале місце розташування ТІЦ має принципове значення, оскільки забезпечує зручність та доступність під час отримання інформації, близькість до об'єктів туристичних показів (історична частина міста, перетин транспортних шляхів, місця великого скупчення людей тощо).

2. Завдяки створенню туристично-інформаційних центрів у великих містах, містах-мільйонниках, поблизу об'єктів туристичного показу національного значення поступово формується локальна мережа

регіонального рівня.

3. Туристично-інформаційні центри утворені вздовж міжнародних транспортних коридорів та магістралей, на перетинах кордонів сусідніх з Україною держав, сприяють утворенню загальнонаціонального рівня мережі інформаційних осередків. За таких умов обов'язковим є створення центру координації діяльності ТІЦ з осередком у м. Києві.

4. Зовнішній вигляд туристично-інформаційних центрів має відповідати міжнародним стандартам корпоративної уніфікації (ідентичності): наявність на видному місці розпізнавального знаку «і» (від англ. information – інформація), розміщення на першому поверсі будівлі або в окремій споруді.

5. Структурно до туристично-інформаційних центрів можуть входити інфопункти (невеликі кіоски), розташовані в місцях активної концентрації людей, які самостійно надаватимуть безкоштовну інформацію та реалізовуватимуть рекламно-інформаційну продукцію мешканцям міста, гостям та туристам.

Туристично-інформаційні центри як структури мають функціонувати на всіх рівнях виконавчої влади, що дасть змогу об'єднати їх у місцеву локальну, регіональну і, як результат, загальнонаціональну мережу надання якісних інформаційних послуг стосовно туристичних можливостей України. Активізація туристичної діяльності сприятиме наповненню місцевих бюджетів додатковими коштами за рахунок збільшення потоків внутрішнього та в'їзного туризму, підвищенню якості й рівня туристично-екскурсійного обслуговування, позитивно впливатиме на формування туристичного іміджу певної території [7, с. 119].

Діяльність осередків туристичної інформації спрямовується на підбір та підготовку кадрів, тісний взаємозв'язок із навчальними закладами туристичного профілю, розроблення, закріплення функціональних обов'язків за працівниками та проведення семінарів і тренінгів. Кадровий склад кожного ТІЦ у національній мережі має бути високо-професійним,

адже чисельність персоналу такого центру невелика, до п'яти осіб, а отже, й відповідальність за обов'язки кожного працівника одразу зростає.

Отже, створення плану впровадження національної мережі ТІЦ, ефективної моделі туристично-інформаційних центрів можливе за рахунок об'єднання зусиль та інтересів державних інституцій і бізнесових структур шляхом дотримання основних етапів технологічного процесу організації та функціонування. Забезпеченість туристично-інформаційних центрів кваліфікованим персоналом (із відповідним рівнем освіти, знаннями іноземних мов, комп'ютерних технологій, маркетингових досліджень) позитивно впливатиме на якість та оперативність надання туристичних послуг, сприятиме розбудові рекламно-інформаційної інфраструктури туристичної галузі України та служитиме підґрунтям для розроблення державної програми організації та функціонування туристично-інформаційних центрів і перетворення їх на центри гостинності.

У нинішню інформаційну еру значення інформації для туристичної індустрії важко переоцінити, тому надзвичайно актуальною проблемою сьогодні є створення механізму інформаційного забезпечення, формування привабливого міжнародного іміджу, бренду та популяризації туристичних територій, що є основою діяльності туристичних інформаційних центрів.

У кожній країні діяльність туристично-інформаційних центрів відрізняється своїми особливостями, організацією, послугами, що надаються, механізмами фінансування. В Україні становлення системи туристичних інформаційних центрів тільки починається, але деякі історичні передумови для її розвитку вже є. Створення мережі національної мережі туристично-інформаційних центрів сприяє системному розвитку сфери туризму та рекреації країни загалом, адже надає можливість отримання доступної інформації про її туристично-рекреаційний потенціал. Це, своєю чергою, сприяє підвищенню конкурентоспроможності галузі, оскільки якісна та своєчасно отримана інформація стимулює попит на турпослуги.

Туристичні інформаційні центри в Україні – досить молоді організації,

але, тим не менше, вони вже вирішують чимало завдань, тому ефективно використання туристичних інформаційних центрів є перспективним сучасним елементом туристичної індустрії, який сприяє значному зростанню потоку туристів і екскурсантів в Україну. Туристично-інформаційні центри є важливими структурними елементами рекламно-інформаційної інфраструктури туристичної галузі. Концепція створення та функціонування національної мережі туристично-інформаційних центрів в Україні як організаційної інновації визначає основні технології впровадження туристично-інформаційних центрів в Україні. Дана концепція розроблена, враховуючи успішний міжнародний досвід розвинених країн у цій сфері. Національна мережа туристичних інформаційних центрів має формуватися шляхом об'єднання наявних туристичних інформаційних центрів в єдину систему зі спільними метою та завданнями. Така загальнодержавна мережа акредитованих ТІЦ має діяти у структурі Національної туристичної організації України, яку, своєю чергою, підтримує уряд країни у вигляді Департаменту туризму та курортів.

Сформована національна мережа туристично-інформаційних центрів є елементом інноваційної інфраструктури туристичної індустрії, тому що з її допомогою туристи та інші суб'єкти туризму мають змогу отримати туристичну інформацію та консультативні послуги щодо туристичної діяльності у місцевості та за її межами. У результаті формування національної мережі ТІЦ поліпшиться управління та регулювання туристичної діяльності на державному рівні, що має призвести до приваблення в Україну більшої кількості туристів.

Створення плану впровадження національної мережі ТІЦ, ефективної моделі туристично-інформаційних центрів можливе за рахунок об'єднання зусиль та інтересів державних інституцій і бізнесових структур шляхом дотримання основних етапів технологічного процесу.

Створення та діяльність національної мережі туристичних інформаційних центрів демонструє реальне спрямування туристичних потоків

у певний регіон та збільшення фінансових надходжень до державного та місцевих бюджетів.

Висновки до розділу 3

1. На сучасному етапі виникла певна необхідність у формуванні партнерських відносин державних та приватних структур, головним завданням яких є розвиток внутрішнього туристичного ринку. Прикладом таких відносин є проведення збору та систематизації даних про туристичні ресурси, в сучасному розумінні – сприяння у просуванні туристичних послуг. Сьогодні в Україні, навіть у найбільш розвинених туристичних районах, туристично-інформаційних центрів недостатньо. Як відзначають фахівці туристичної сфери, «у кожному привабливому місті України повинні бути як мінімум два туристичні пункти: один – на вокзалі, а другий – у центрі».

2. Для успішного розвитку туризму в державі необхідна тісна співпраця органів влади, місцевого самоврядування і підприємств туристичної індустрії. Обмін інформацією між цими інституціями здійснюватиметься працівниками туристично-інформаційних центрів, мережа яких буде покривати всю територію держави в місцях, де наявні туристичні ресурси. Ураховуючи аналіз наявних туристичних інформаційних центрів України, а саме характеристики та перелік послуг, що вони надають, спостерігається неоднорідність та відмінність між ними, оскільки не існує законодавчо встановлених вимог. Саме тому існує необхідність у формуванні переліку обов'язкових послуг, що має надавати кожен ТІЦ національної мережі України. Таким чином, туристичні інформаційні центри національної мережі обов'язково та безкоштовно мають надавати різноманітні послуги туристам та гостям міст.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційної роботі досліджено теоретичні, методичні та практичні аспекти діяльності туристичних інформаційних центрів в Україні. Одержані в процесі дослідження результати та їх узагальнення надають змогу сформулювати такі висновки й внести пропозиції, які мають теоретичне та практичне значення.

1. Досліджено теоретичні основи розвитку туристичних інформаційних центрів. Туристично-інформаційний центр, як організаційна структура системи управління сферою туризму та курортів, повинен виконувати широкий спектр послуг для підприємців у сфері туристичного бізнесу, відпочивальників, а також потенційних споживачів. За замовленням зацікавлених організацій він може проводити маркетингові та соціологічні опитування; виконувати роботи зі збору й систематизації статистичної та іншої інформації про результати туристично-екскурсійної діяльності на території міста; аналізу ринків збуту послуг для майбутніх інвестиційних проектів; контроль якості туристичних послуг, які надають на території міста.

2. З'ясовано сутність туристичних інформаційних центрів. На нашу думку, туристично-інформаційний центр можна вважати елементом інноваційної інфраструктури туристичної індустрії, оскільки за його допомогою туристи та інші суб'єкти туризму мають змогу отримати туристичну інформацію та консультативні послуги щодо туристичної діяльності у місцевості та за її межами.

3. Охарактеризовано основні функції та завдання ТІЦ. Основними цілями ТІЦ є: приваблення більшої кількості туристів; розвиток внутрішнього туризму; покращення конкурентних переваг місцевості; поповнення місцевого бюджету за рахунок оподаткування суб'єктів туристичного бізнесу; раціональне використання туристичних ресурсів; залучення інвестицій у туристичну сферу регіону [11]. Основними завданнями ТІЦ є: інформаційне забезпечення туристів; покращення якості туристичної продукції та послуг;

покращення транспортного сполучення, формування мережі туристичних інформаційних центрів; планування, організування, мотивування, моніторинг і контроль, регулювання туристичних, інформаційних та фінансових потоків; врахування рекреаційного та психологічного навантаження від туристів на місцевість; покращення інвестиційного клімату місцевості (Офіційний туристично-інформаційний портал).

4. Проаналізовано діяльність туристичних інформаційних центрів в Україні. Зазначено, що на сьогодні в Україні, навіть у найбільш розвинених туристичних районах, туристично-інформаційних центрів недостатньо. За час повномасштабного вторгнення кількість туристичних інформаційних центрів у країні збільшилася майже на третину. В Україні туристично-інформаційні центри функціонують лише у 13-ти містах, оскільки відсутня їх належна підтримка з боку держави. Наразі в Україні працюють 88 туристично-інформаційних центрів порівняно з 63, які працювали 2021 року.

5. Сформульовано проблеми розвитку туристичних інформаційних центрів в Україні. Серед основних проблем діяльності туристичних інформаційних центрів виокремлено: недостатня їх ефективність у зв'язку з не оптимальністю організаційно-правової форми, організаційно-економічного механізму управління; автономність діяльності у зв'язку з відсутністю або недостатнім розвитком координації діяльності з органами влади регіону, де функції ТІЦ перетинаються із завданнями розвитку свого регіону або з ТІЦ інших регіонів найчастіше менш ніж на 50%; неповне вирішення кадрової проблеми, що пов'язано з певними витратами або часом на самонавчання персоналу, все це знижує рівень якості обслуговування туристів; недостатнє інформаційне забезпечення, внаслідок чого інформація про регіон не відображає все різноманіття його життєдіяльності; недостатня кількість ТІЦ їх в Україні та недостатній рівень їх розвитку.

6. Запропоновано перспективні напрями подальшого розвитку туристичних інформаційних центрів як елементу інноваційної інфраструктури туризму. Серед них: створення плану впровадження національної мережі ТІЦ,

ефективної моделі туристично-інформаційних центрів можливе за рахунок об'єднання зусиль та інтересів державних інституцій і бізнесових структур шляхом дотримання основних етапів технологічного процесу організації та функціонування. Забезпеченість туристично-інформаційних центрів кваліфікованим персоналом (із відповідним рівнем освіти, знаннями іноземних мов, комп'ютерних технологій, маркетингових досліджень) позитивно впливатиме на якість та оперативність надання туристичних послуг, сприятиме розбудові рекламно-інформаційної інфраструктури туристичної галузі України та служитиме підґрунтям для розроблення державної програми організації та функціонування туристично-інформаційних центрів і перетворення їх на центри гостинності.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Коніщева Н. Й., Рудь Д. В. Пропозиції щодо створення міських інформаційних туристичних центрів. *Наукові і практичні проблеми створення і функціонування туристичних центрів і тематичних парків*: матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. (27–28 трав. 2005 р.). Донецьк: Донецький ін-т туристичного бізнесу, 2005. С. 148–151.
2. Кучеренко В. Особливості та сучасні тенденції управління туристичною сферою. *Науковий вісник Інституту міжнародних відносин НАУ. Серія: економіка, право, політологія, туризм*. 2010. Вип. 1. С. 197–205.
3. Про туристичні ресурси: Проект закону України. URL: <http://www.tourism.gov.ua> (дата звернення: 20.11.2023).
4. Про схвалення Стратегії розвитку туризму і курортів: Розпорядження Кабінету Міністрів України № 1088-р., 2008 р. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/1088-2008-p> (дата звернення: 20.11.2023)
5. Прикордонне та регіональне співробітництво між Україною й Румунією з питань національних меншин. URL: <http://histans.com/JournALL/journal/2011/1/8.pd>(дата звернення: 20.11.2023).
6. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO World Tourism Organization). URL: <http://www.world-tourism.org> (дата звернення: 20.11.2023).
7. Музиченко-Козловська О. В. Туристично-інформаційний центр як елемент інноваційної інфраструктури туризму. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління*. 2013. № 754. С. 47–52.
8. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). Київ: Альтерпрес, 2005. 436 с.
9. Експерти назвали міста, які стали туристичними лідерами України. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2610679-eksperti->

nazvali-mista-aki-stali-turisticnimi-liderami-ukraini.html (дата звернення: 20.11.2023).

10. Волчецький Р. В. Роль туристичних інформаційних центрів у сучасній індустрії туризму. *Наукові праці. Державне управління*. 2012. Вип. 182. Т. 194. С. 126–128.

11. Створення та діяльність туристичних інформаційних центрів в Україні: практ. посібник / за ред. В. Рінова. Київ, 2006. 176 с.

12. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності. Київ: Грамота, 2004. 327 с.

13. Створення та діяльність туристичних інформаційних центрів в Україні: практ. посібник / за ред. Р. Вольфа. Київ, 2006. 176 с.

14. Туристично-інформаційні центри України. URL: http://www.touristinfo.sitegist.net/ru/about/TIC_Ukraine/ (дата звернення: 20.11.2023).

15. Торпої Й. Як створити успішну мережу ТІЦів і як фінансувати їхню діяльність: Закарпатський досвід. URL: http://www.linc.com.ua/documents/storage/Zakarpattya_TICs.pdf (дата звернення: 20.11.2023).

16. Чайка-Петегиріч Л. Б. Туристично-інформаційний центр як ефективний інструмент розвитку туризму малих міст. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/12_ukr/72.pdf (дата звернення: 20.11.2023).

17. Статут комунального підприємства «Туристично-інформаційний центр» Запорізької міської ради: Рішення Запорізької міської ради № 50 від 28.03.2018. Запоріжжя, 2018. 13 с.

18. Туристично-інформаційний центр Чернівецької міської ради. URL: <http://chernivtsy.eu/portal/> (дата звернення: 20.11.2023).

19. Скутар Т. Д. Аналіз сучасного стану інформаційного забезпечення туристичної діяльності в м. Чернівцях. *Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки*. 2017. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2017_1_14. (дата звернення: 20.11.2023).

20. Туристично-інформаційні центри: організаційно-економічні аспекти функціонування / П. А. Горішевський, Ю. В. Зінько, М. П. Мальська.

Наукові вісті Галицького інституту менеджменту. 2010. Спец. вип. 226 с.

21. Клейменов А. М., Сергеев Б. І. Інноваційні процеси в розвитку туризму. *Культура народів Причорномор'я*. 2004. № 52. Т. 2. 310 с.

22. Музиченко-Козловська О. В. Механізм започаткування та функціонування туристичного кластера. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика*. 2006. № 552. 273 с.

23. Створення та діяльність туристичних інформаційних центрів в Україні: практ. посіб. / За ред. В. Рінова. К., 2006. 176 с.

24. Чухрай Н. І. Організаційно-управлінські інновації в економіці, що спирається на знання. Інновації: проблеми науки і практики: монографія. Х.: ІНЖЕК, 2006. 125 с.

25. Закон України «Про інноваційну діяльність». URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws>. (дата звернення: 20.11.2023).

26. Modeling of strategic control system in the context of sustainable development of enterprise / Marianna Stehnei, Inna Irtysheva, Ksenya Khaustova, Yevheniia Boiko. Problems and Perspectives in Management – LLC «Consulting Publishing Company «Business Perspectives». 2017 № 3/15. P. 212–223.

27. Створення та діяльність туристичних інформаційних центрів в Україні: практ. посіб. / за ред. В. Рінова. Київ, 2006. 176 с.

28. Задворний С. Перспективна мережа баз управлінської підготовки майбутніх фахівців за спеціальністю 242 Туризм у Тернопільській області. Практична підготовка здобувачів вищої освіти в умовах воєнного стану: матеріали міжфакультетського навчально-методичного семінару. Тернопіль : Вектор, 2022. С. 35-39.

29. Інформація про КП «Туристично-інформаційний центр міста Тернополя». URL: <https://ternopilcity.gov.ua/komunalni-pidприємства/kptmr/komunalnepidприємство-turistichno-informatsiyniy-tsentr-mista-ternopolya>. (дата звернення 03.10.2023).

30. Музиченко-Козловська О. В. Державне регулювання діяльності туристично-інформаційних центрів. *Вісник Національного університету*

«Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2013. № 776. С. 122–127.

31. Музиченко-Козловська О. В. Туристичноінформаційний центр як елемент інноваційної інфраструктури туризму. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління.* 2013. № 754. С. 47–52.

32. Шелеметьєва Т. В., Булатов С.В. Діяльність туристичних інформаційних центрів: світовий досвід та вітчизняна практика. *Вісник економічної науки України.* 2019. № 2 (37). С. 205–211.

33. ДАРТ оновило перелік туристично-інформаційних центрів України. URL: <https://interfax.com.ua/news/general/941086.html> (дата звернення: 12.10.2023).

34. Шелеметьєва Т. В. Туристичний інформаційний центр як ефективний інструмент управління розвитком туризму в Україні. *Стратегічні пріоритети трансформації економіки в умовах цифровізації* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 29–30 жовтня 2019 р. Запоріжжя. НУ «Запорізька політехніка». С. 275–278.

35. Створення та діяльність туристичних інформаційних центрів в Україні: практ. посібник / за ред. Р. Вольфа. Київ, 2006. 176 с.

36. Проєкт закону України «Про туристичні ресурси». URL: <http://www.tourism.gov.ua> (дата звернення: 12.10.2023).

37. Створення і діяльність туристичних інформаційних центрів в Україні : [практичний посібник]. К., 2006. 176 с.

38. Модельный Закон «О туристической деятельности», утвержден Постановлением Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ № 27-15 от 16 ноября 2006 года.

39. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Державної цільової програми підготовки та проведення в Україні фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу» від 14 квітня 2010 р. № 357.

40. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності / Т. Г.Сокол. К. :

Грамота, 2004. 327 с.

41. Чичкалюк Т. О. Проблеми розвитку туризму як соціально спрямованої складової національної економіки. Наукові праці. Соціологія. Т. 156. Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили. С. 92–95.

42. Закон України «Про туризм» від 5.09.95 р. *Відомості Верховної Ради*. 1995. №31 від 1.08.1995 р. С. 241–254.

43. Державна цільова програма розвитку туризму і курортів на 2011-2015 роки: проект постанови Кабінету Міністрів України. URL: <http://www.tourism.gov.ua>. (дата звернення: 12.10.2023).

44. Проект Закону України «Про туристичні ресурси». URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/NT0237.html. (дата звернення: 12.10.2023).

45. Музиченко-Козловська О. В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території: монографія. Новий світ-2000, 2012. 176 с.

46. Коніщева Н.Й. Організація діяльності туристсько-інформаційних центрів у регіоні. *Інформаційні технології в управлінні туристичною та курортно-рекреаційною економікою*: Друга наук.-практ. конф. Бердянськ: Академія управління та інформаційних технологій «АРІУ», 2006. С. 5–7.

47. Гаврилук А.М. Державне регулювання комунікаційного забезпечення туристичної індустрії в Україні: автореф. дис... д.е.н.: спец. 25.00.02. К.: Національна академія державного управління при Президентові України, 2011. 20 с.

48. Мальська М.П. Просторові системи послуг (теорія, методологія, практика): монографія. К.: Знання, 2009. 363 с.

49. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту: навч. посіб. / Х.Й. Роглев. К.: Кондор, 2005. 408 с.

50. Закон України «Про внесення змін до Закону України Про туризм». *Відомості Верховної Ради*. 2004. №13 від 01.08.1995 р. С.180.

51. Положення про Державне агентство України з туризму та курортів. Указ Президента України від 8 квітня 2011 р. №444. URL:

<http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/444/2011>. (дата звернення: 22.10.2023).

52. Біль М. М. Механізм державного управління туристичною галуззю на регіональному рівні: теоретико-прикладний аспект: монографія / Мар'яна Біль. Львів : ЛРІДУ НАДУ, 2011. 226 с.

53. Глибовець В.Л. Підходи до вивчення міст як центрів туризму.. *Географія і сучасність*. 2019. № 20. С. 146–151.

54. Коніщева Н. Й. Пропозиції щодо створення міських інформаційних туристичних центрів. *Наукові і практичні проблеми створення і функціонування туристичних центрів і тематичних парків: V міжнар. наук.-практ. конф.*, 27–28 трав. 2005 р.: тези допов. Д: [б.в.], 2005. С. 148–151.

55. Організаційно-економічний механізм розвитку регіону: трансформаційні процеси та їх інституційне забезпечення: Монографія / Кол. авт.; за ред. д.е.н., проф. А.Ф.Мельник. Тернопіль: Економічна думка, 2003. – 608 с.

56. Орленко О. І. Як створити життєздатний ТІЦ або Етапи великого шляху. *Новини турбизнесу*. 2007. №15. С. 16–18.

57. Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні. Оновлення до документа «Дорожня картаяконкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні». URL: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf>7. (дата звернення: 24.10.2023).

58. Регіональна стратегія розвитку Закарпатської області на період 2021-2027 років. Міністерство розвитку громад та територій України. Офіційний веб-сайт Міністерства. URL: <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/derzhavna-rehional-na-polityka/strategichne-planuvannya-regionalnogo-rozvitku> (дата звернення: 12.10.2023).

59. Державна служба статистики України (офіційний сайт). URL: <http://www.lutsk.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 25.10.2023).

60. Офіційний туристично-інформаційний портал. URL:

www.transcarpathiatour.com.ua (дата звернення: 26.10.2023).

61. «Carpathian Tourist Road». URL:
<http://www.carpathianroad.com/ua/index> (дата звернення: 27.10.2023).

62. Ткаченко В. М. (МТЕ-132м), Шелемєтьєва Т. В. Роль туристичних інформаційних центрів в розвитку туризму в регіонах. *Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства*: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, м. Запоріжжя, 10 листопада 2023 р. [Електронний ресурс] : колектив авторів ; за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої ; Електрон. дані. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2023. 1268 с. 1 електрон. опт. диск (DVD-ROM); 12 см. Назва з тит. екрана. С. 623–627.

ДОДАТКИ

Додаток Б
Місто Запоріжжя



Додаток В

Туристичний інформаційний центр міста Запоріжжя



Додаток Г
Айдентика міста Запоріжжя



Історичне



Козацьке



Історичне



Запоріжжя



Видовищне



Подієве



Природне



Індустріальне