

УДК 911.3

Пендерецький О.В.

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЦЕНТР ПРОМИСЛОВОГО ТУРИЗМУ

У даній статті досліджується структура інформаційного центру промислового туризму, основним завданням якого є надання інформаційних послуги для туристів, управління туристичним процесом та налагодження функціональних взаємозв'язків між туристичними суб'єктами і адміністративними одиницями. Складовою інформаційного центру є туристичний паспорт промислового туру, який поєднує кадастрову, екологічну та технічну інформацію про промислові туристичні ресурси.

Ключові слова: Інформаційний центр, промисловий туризм, тури, промислові туристичні ресурси, туристичний паспорт, структура.

This article examines the structure of industrial tourism information center whose primary purpose is to provide information services for tourists, travel management process and establish functional relationships between travel agents and administrative units. As part of the Information Center is a tourist passport Industrial tour that combines cadastral, environmental and technical information about tourist industry resources.

Keywords: Information center, industrial tourism, tours, industrial tourism resources, tourist passport, structure.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день найважливішим елементом туристичної інфраструктури є туристично-інформаційні центри (ТІЦ) різного рівня діяльності, які сприяють налагодженню взаємодії її складових: закладів розміщення та харчування, місцевого транспорту, об'єктів торгівлі, розважальних закладів, виробництва сувенірів. Тому становлення ТІЦ є одним із першочергових заходів, зумовлених необхідністю більш ефективного використання туристичних ресурсів та подальшого розвитку туристичної сфери в цілому. Основна функція ТІЦ – повідомляти гостям країни і місцевим мешканцям про найцікавіші туристичні ресурси, події, заходи, що можуть зацікавити туриста, а в

першу чергу допомогти порадою та довідковими матеріалами приїжджих мандрівників.

Для промислового туризму [1] характерною особливістю таких центрів повинна бути наявність кадастрової, екологічної та технічної інформації про стан промислових підприємств, використання сировини для виготовлення готової продукції, а також системи маркетингу. Основна задача промислового туризму – вирішення багатьох соціально-економічних завдань місцевих громад, найважливішими серед яких є збільшення робочих місць, наповнення місцевих бюджетів, забезпечення соціокультурного розвитку краю та поліпшення якості життя. Організація турів на осередки промислового туризму може зацікавити бізнесменів, промисловців, громадських та державних діячів (VIP туристів). При цьому основна задача тур операторів – надати повну інформацію про вказані об'єкти, їх технічний, екологічний та економічний потенціал. Згідно А.Тофлеру, поруч з основними факторами виробництва, його важливим ресурсом стають інформація та знання, які дозволяють знизити всі інші вкладення, необхідні для зростання національного багатства [6].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед останніх досліджень і публікацій з окресленої теми слід насамперед назвати навчальний посібник О. О. Любіцевої «Методика розробки турів» [4], де автор охарактеризувала тур як програму, в межах якої реалізується мета перебування людини поза постійним місцем проживання, складена з урахуванням індивідуальних побажань і комплекс заходів по її реалізації на відповідному якісному рівні, роботу Александрової А. Ю. про зміст та механізм функціонування туристичних кластерів [5], а також авторські дослідження [1;2].

Мета статті. Метою даного дослідження є на основі кластерного підходу розробити структуру Інформаційного центру промислового туризму для покращення інформованості туристів.

Основний виклад матеріалу. Туристично-інформаційний центр – це місце де надається інформація про туристично-рекреаційні можливості, в тому числі місця, ресурси, обраного туристами регіону. Тут вони можуть купити сувеніри, отримати безкоштовні карти та путівники, отримати інформацію про промислові туристичні об'єкти, пораду щодо готелю або транспорту і навіть записатися на безкоштовну екскурсію.

Є різні типи центрів – міські центри, екологічні, маркетингові, презентаційні, культурницькі, дорожньо-інформаційні, допоміжні офіси та ін. Головні завдання ТЦ: отримання та надання інформації про сектор розміщення, транспортні послуги, культурні заклади та події, природне середовище. Мандрівникам надають тут загальну туристичну інформацію про регіон: туристичні карти, базовий план місцевості, туристичну літературу, креативність тур індустрії, якість людських ресурсів в тур індустрії, ставлення влади та населення щодо туризму і т.д.

У кожному цікавому місті країни має бути як мінімум два туристично-інформаційні пункти: один – на вокзалі, а інший – в центрі.

Його роботу слід побудувати так, щоб турист міг дізнатися, що ж саме подивитися в місті та його околицях, а також замовити екскурсію на вибраний об'єкт. Так в Словенії дуже розгалужена система туристично-інформаційних центрів, які є навіть у крихітних гірських містечках, де можна англійською мовою отримати інформацію про місто, регіон, які ще є цікавинки неподалік, інформаційні матеріали: мапи, як туди проїхати, фотографії, коротка історія. Всюди у таких пунктах працює система безкоштовної інформації. Це дуже зручно, не треба хвилюватися, що в тебе немає маршруту, чи думати куди їхати далі. Вони тебе направляють. Тут мандрівник завжди буде зорієнтований та отримає інформаційну допомогу [7].

У Відні туристичний інформаційний центр розташований в центрі міста, недалеко від Опери – саме там, де багато туристів. Центр обладнаний сучасними комп'ютерами, в нім багато барвистих буклетів і карт. Співробітники розмовляють на кількох мовах.

Дуже грамотно організована робота туристичного інформаційного центру в Ніщі. Просторе приміщення, оформлене з використанням сучасних матеріалів. Тут вам запропонують безліч видань туристичної спрямованості, гарячу каву, індивідуального екскурсовода.

Добре працюють інформаційні центри в Барселоні. За суттю, це навіть не центри, а «інфо-будки», в яких зібрана прекрасна продукція. До речі, мало хто знає, що ціни на книги і буклети тут значно нижчі, ніж на звичайних сувенірних розкладках, а багато корисних книжечок взагалі віддаються безкоштовно. На питання туристів завжди готові відповісти фахівці з відповідною підготовкою і знанням кількох мов. Причому співробітники інформаційних центрів орієнтовані на результат, а не на процес – навіть з мінімальним знанням англійського будь-який наш турист зможе дізнатися все, про що питав.

Креативно працюють туристичні інформаційні центри в Парижі. Туристові вручать карту, буклет, розкажуть, як найшвидше дійти до Лувру або іншого музею. Втім, кожен паризький готель туристичного класу можна вважати туристичним інформаційним центром, оскільки тут є безліч рекламно-інформаційної продукції, а також карт міста з вказівкою найпопулярніших туристичних ресурсів.

У нашій країні туристичних інформаційних центрів в тому розумінні, до якого звикли західноєвропейські туристи, просто немає. У ситуації недостатньої уваги держави до питань розвитку сучасної туристичної інфраструктури вирішити проблему розвитку центрів туристичної інформації намагаються керівники окремих міст. За рахунок місцевих бюджетів в різних містах України вже відкриті такі центри, де туристи можуть отримати інформацію, купити сувеніри і буклети, навести довідки про ліцензовані тур фірми і сертифіковані готелі.

Для промислового туризму, як складової загально туристичного процесу, характерним є те, що для туристів бізнесменів, науковців та державних діячів важливо мати інформацію про екологічний стан об'єкту,

техногенну безпеку, а також кадастрові і економічні показники. Такі туристи ставлять собі за мету ознайомитися з особливостями технологічного процесу виготовлення продукції, налагодити партнерські стосунки, укласти договори купівлі-продажу товарів, наукових розробок та інвестувати кошти у обране виробництво. Для промислового підприємства і народних промислів запровадження турів на власному виробництві створює сприятливі умови для покращення реклами своєї продукції, іміджу компанії і галузі загалом, а для туристів – це можливість побачити на власні очі виробничі потужності, ознайомитися з історією розвитку виробництва, налагодити контакти і перспективи подальшої співпраці. Важливим, при цьому, є завчасна інформованість таких туристів, реклама промислового туристичного підприємства. Таку функцію повинен виконувати інформаційний центр промислового туризму, який може працювати як у складі туристичного інформаційного центру так і самостійно.

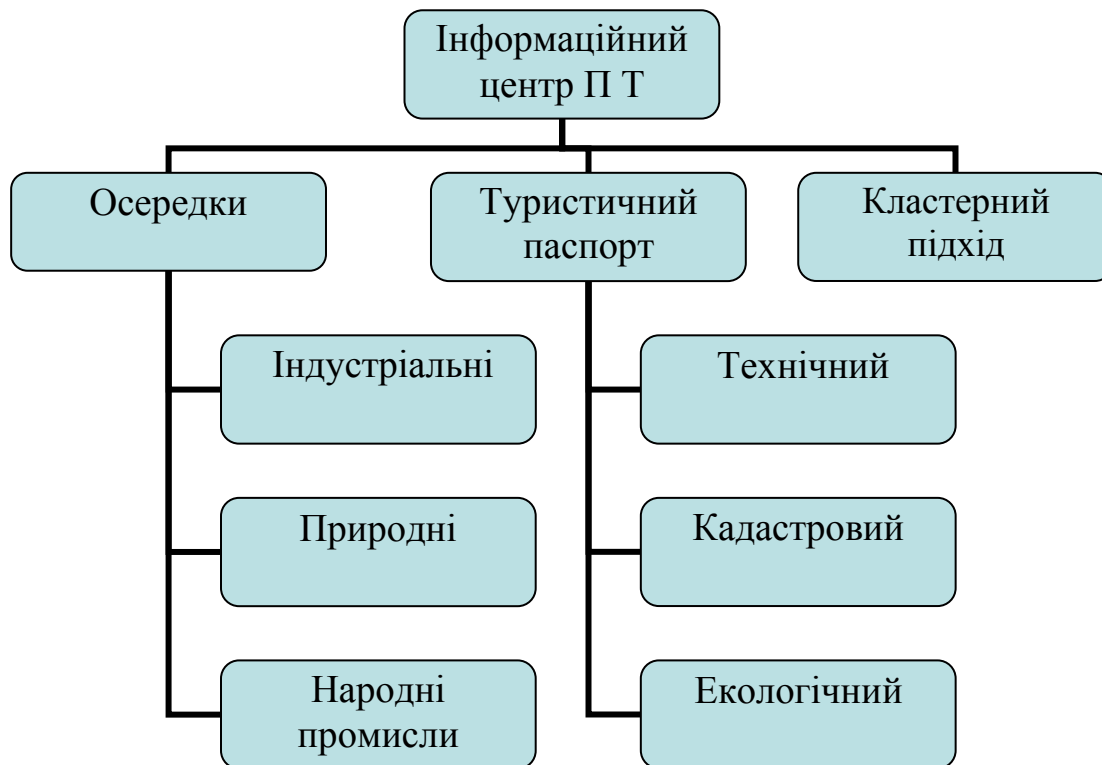


Рис. 1. Структура Інформаційного центру промислового туризму

За своїм призначенням інформаційні центри промислового туризму, завдяки своїм комунікаційним технологіям, виконують роль осередків розвитку туризму, надають консалтингові послуги, інформують не лише безпосередніх відвідувачів, а й потенційних туристів. Тут можна отримати інформацію про туристично-рекреаційні можливості і ресурси промислового туризму обраного регіону.

Ресурсний потенціал промислового туризму складають індустриальні та природні осередки, а також народні промисли [2, с.17]. Індустриальні:

заводи, фабрики, електростанції, комбінати, левовища; природні: соляні промисли, карстові утворення, озокеритові утворення, нафтові промисли, промислові кар'єри, зоо-і фіто промисли, грязьовий вулкан, лікувальні грязі, мінеральні води; народні промисли: килимарство, ткацтво, вишивання, різьба по дереву, кістці, рогу, лозоплетіння, художня обробка шкіри, декоративний розпис, гончарство, склороби-гутники, золотарі-ювеліри, ковалі.

Всі ресурси промислового туризму відповідають одній умові – отримання готової продукції відбувається завдяки технології виготовлення з допомогою технічного устаткування та обладнання. З метою підвищення інвестиційної привабливості регіону, формування механізмів стимулювання підприємницької ініціативи, створення сприятливого підприємницького клімату, залучення підприємців до формування туристичних інформаційних центрів в індустрії туризму використовують кластерний підхід. Туристичний кластер [5] – це ключова організаційна основа, яка поєднує підприємства туристичної та інших суміжних галузей у єдину систему, що дає змогу реалізувати пріоритетні задачі, які стоять перед підприємствами, установами, організаціями та сприятиме посиленню конкурентних переваг цього регіону. Формування туристичного кластера – логічно продумана, чітко впорядкована діяльність, яка передбачає консолідований механізм дій усіх учасників об'єднання, завдяки якому можна забезпечити фінансування та виконання навіть дуже амбіційних проектів у туристичній галузі, які були б непосильними для одного окремо взятого з них. Кластер дає можливість вести моніторинг промислового туризму, який полягає в аналізі динаміки показників діяльності туристичної галузі впродовж останніх років і на цій основі приймати необхідні рішення та визначати пріоритети розвитку промислового туризму на перспективу.

Інформацію про екологічний стан об'єкта містить в собі екологічний паспорт підприємства [3, с.21] – нормативно-технічний документ, який має характеристику взаємин підприємства з навколишнім середовищем, загальні відомості про підприємство, використовуваному сировину, опис технологічних схем вироблення основних видів продукції, схем очищення стічних вод та викидів в повітря і т.д., а також перелік планованих заходів, спрямованих на зниження навантаження на навколишнє середовище. Він також повинен містити детальну інформацію, що стосується потужності та спеціалізації виробництва, технічної оснащеності, отриманої сировини і випущеної продукції. У інформації, що відбиває виробничу діяльність підприємства, необхідно виділити ту її частину, яка пов'язана з природоохоронними проблемами. Характеристика промислового майданчика, особливостей її природних компонентів дуже важливі, тому що в значній мірі впливає на характер розповсюдження або накопичення викидів, визначає гостроту екологічної ситуації та спрямовує на вирішення вказаних проблем. Ресурси промислового туризму та туристичний паспорт туру [2, с.18], який поєднує кадастровий, технічний і екологічний паспорти

об'єктів маршруту, є основними складовими Інформаційного центру промислового туризму (ІЦПТ), завдання якого – сприяння ефективнішому використанню та розвитку туристичних ресурсів, підвищення їх конкурентоспроможності, надання необхідної інформації і консалтингових послуг. Реалізацію своїх завдань ІЦПТ здійснює через створення бази даних та налагодження зв'язків між власниками туристичної інфраструктури. Інформаційні центри працюють як осередки розвитку промислового туризму і повинні володіти достовірною інформацією про туристичні ресурси, зберігати їх технічні, функціональні, правові та юридичні дані. Важливе значення мають оптимальні взаємозв'язки з різними суб'єктами туризму та державними органами влади, вихідні дані яких формують інформацію про промислові ресурси, їх кількісний і якісний стан, підвищення рівня ефективності управління та раціонального використання. Робота Інформаційного центру повинна бути динамічною, вести безперервно контроль за процесами, які впливають на вихідний продукт. Основні завдання реалізуються через створення бази даних та налагодження зв'язків між власниками туристичної інфраструктури і надання туристам необхідної інформації.

Висновки та перспективи. Розроблена структура Інформаційного центру промислового туризму дозволить підвищити якість туристично-екскурсійного обслуговування, рівень його сервісу, а також покращить туристичний імідж території. Це дає можливість вести моніторинг нових інформаційних показників, враховувати зміни структурних та функціональних зв'язків між різними туристичними ресурсами, збору, аналізу і поширення даних про них, що є так необхідно для приїжджих туристів. Інформаційні центри промислового туризму створять сприятливі умови для залучення прихильників цього нового виду туризму в нашу країну, що значною мірою сприятиме створенню належних умов для розвитку сфери промислового туризму та суміжних галузей економіки. Це допоможе першочерговому стимулюванню в'їзного та внутрішнього туризму, збільшенню надходжень до державного та місцевих бюджетів і, відповідно, зростанню добробуту та зайнятості населення, підвищить міжнародний авторитет України як туристичної держави.

Використані джерела:

1. Пендерецький О.В. Промисловий туризм в Україні: стан, перспективи розвитку. *Український географічний журнал.* / О. В. Пендерецький. – 2010. – № 3. – С. 48 – 51.
2. Пендерецький О.В. Територіальна організація промислового туризму Карпатського суспільно-географічного району та основні напрямки її вдосконалення. *Монографія* / О.В. Пендерецький. – Івано-Франківськ: ІФНТУНГ. – 2011. – 225 с.
3. Білявський Г.О. Основи екології: теорія та практикум. *Навчальний посібник* / Г.О. Білявський, Л.І. Бутченко. – К. Лібра. – 2006. – 368 с.
4. Любіцева О.О. *Методика розробки турів. Навчальний посібник* / О.О. Любіцева. – К.: Альтерпрес. – 2003. – 104 с.
5. Александрова А.Ю. Туристские кластеры: содержание, границы, механизм функционирования // *Экономические проблемы развития сервиса и туризма.* – 2007. – № 2 – С. 51 – 61.
6. <http://www.geograf.com.ua/geoinfocentre/20-human-geography-ukraine-world/269-ref22041103>.
7. http://aratta-ukraine.com/text_ua.