

О.В. Музиченко-Козловська  
 Національний університет “Львівська політехніка”,  
 кафедра економіки підприємства та інвестицій

## ТУРИСТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЦЕНТР ЯК ЕЛЕМЕНТ ІННОВАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ТУРИЗМУ

© Музиченко-Козловська О.В., 2013

Означено поняття “туристичний інформаційний центр”, сформульовано проблеми розвитку туристично-інформаційних центрів в Україні, а саме: недостатнє фінансування з боку держави; неналежне інформування туристів про Україну; не виконуються програми розвитку туризму щодо формування інформаційного туристичного простору. Визначено основні цілі: 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 туризм. Сформульовано завдання: інформаційного забезпечення туристів; покращення якості туристичної продукції та послуг; покращення транспортного сполучення, формування мережі туристичних інформаційних центрів; планування, організування, мотивування, моніторингу і контролювання, регулювання туристичних, інформаційних та фінансових потоків; врахування рекреаційного та психологічного навантаження від туристів на місцевість; покращення інвестиційного клімату у місцевості. Перераховано види послуг, які можуть надавати туристично-інформаційні центри, запропоновано організаційну структуру туристичного інформаційного центру.

Ключові слова: туристичний інформаційний центр, інноваційна інфраструктура туризму, державне управління, організаційна структура туристично-інформаційного центру.

## TOURIST INFORMATION CENTER AS AN ELEMENT OF TOURISM INNOVATIVE INFRASTRUCTURE

© Muzychenko-Kozlovs'ka O.V., 2013

The concept of “a tourist information center” is defined; the problems of developing tourist information centers in Ukraine are identified, they being insufficient state financing; lack of appropriate tourist information about Ukraine; failure of programs on tourism development concerning formation of tourist information space. Primary objectives are determined as follows: attracting more tourists; developing internal tourism; improving competitive advantages of tourist areas; filling in the local budgets through taxation of tourist businesses; rational use of tourist resources; attracting investments in tourism. The following tasks are formulated: to provide tourists with necessary information; to improve the quality of tourist products and services; to improve tourist transportation, to form a network of tourist information centers; to plan, organize, motivate, monitor and control, regulate tourist, information and financial flows; to take into account the recreational and psychological loading caused by tourists on tourist areas and population; to improve investment climate in a tourist place. The types of services that can be provided by tourist information centers are listed, the organizational structure of a tourist information center is proposed.

Key words: tourist information center, innovative infrastructure of tourism, state administration, organizational structure.

### **Постановка проблеми**

Стрімкий розвиток туризму у світі та Україні стимулює державні органи влади використовувати усі можливості для покращення управління цим процесом з метою залучення більшої кількості туристів. У розвинених країнах створена та успішно функціонує розгалужена мережа закладів туристичної інфраструктури, яка включає інформаційні центри. Через такі заклади туристи, які відвідують певну дестинацію, отримують необхідну їм інформацію про місце перебування. В Україні туристично-інформаційні центри (ТІЦ) функціонують лише у 13-ти містах, оскільки відсутня їх належна підтримка з боку держави.

Процес організування та діяльності вітчизняних ТІЦ ще не достатньо висвітлений у вітчизняній науковій літературі. Західний регіон України є лідером щодо формування ТІЦ, отже, дослідження організаційних та економічних аспектів функціонування ТІЦ цієї території є сьогодні актуальним завданням для науковців та практиків.

### **Аналіз останніх досліджень і публікацій**

Проблеми організування та функціонування туристичних інформаційних центрів в Україні лише почали досліджувати. Так, проблеми створення та діяльності ТІЦ висвітлює В. Рінов [1] та Н.Й. Коніщева [4], досвід зарубіжних країн створення ТІЦ передає І.Л. Семичастний [2], організаційні аспекти діяльності ТІЦ розглядає П.А. Горішевський та інші у [3].

Однак в існуючих публікаціях недостатньо досліджена роль туристичних інформаційних центрів в управлінні та промоції туристичної діяльності у межах окремої території.

### **Постановка цілей**

З'ясувати сутність туристичних інформаційних центрів, визначити їхнє місце в інноваційній інфраструктурі туризму регіону та роль у системі управління туристичною діяльністю.

### **Виклад основного матеріалу**

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) [5]. За цим законом одним з видів інноваційних послуг вважаються інформаційно-комунікативні. Саме для надання таких послуг у туристичній галузі створюють туристично-інформаційні центри.

І.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.

Про необхідність створення Національної мережі офіційних туристичних інформаційних центрів йдеться у ст. 26 проекту закону України “Про туристичні ресурси”, розробленому Державним агентством України з туризму і курортів у 2011 р., але досі не прийнятому, що свідчить про неналежну увагу органів влади до розвитку туристичної галузі в Україні. Відсутні програми розвитку ТІЦ, а отже, і державне фінансування. У цьому законодавчому акті визначено функції офіційних туристичних інформаційних центрів, які полягають у забезпеченні інформацією та інформаційно-консультаційними послугами туристів [6].

Теоретично у законодавстві України задекларовано надання пріоритетності розвитку туризму, а насправді програми не виконуються. Про необхідність “формування інформаційного простору сфери туризму і курортів” та “створення єдиної системи маркетингової підтримки національного туристичного продукту на внутрішньому та зовнішньому ринку” задекларовано у Стратегії розвитку туризму і курортів України [11].

Туристично-інформаційні центри створено у Києві, Львові, Одесі, Миколаєві, Запоріжжі, деяких містах Криму, у малих містах західного регіону України. У західному регіоні України ТІЦ функціонують за підтримки місцевих органів влади, тобто без державного фінансування.

На нашу думку, туристично-інформаційний центр (ТІЦ) – 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.

Діяльність ТІЦ має бути спрямована на інформування та консультування туристів та інших суб'єктів туристичної галузі економіки, промоцію та 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 спричиняє підвищення доходів туристичної галузі економіки [10].

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 та надають туристичні послуги і продукти [1].

У сучасних умовах функціонування туристичної галузі зацікавлені у діяльності туристичних інформаційних центрів усі сторони 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 і агенції, готелі, ресторани, театри, туристичні бази, супермаркети тощо – очікують збільшення прибутків.

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. Але, на нашу думку, діяльність ТІЦ не має обмежуватись наданням інформаційно-консультаційних послуг, а поширюватись на просування туристичних принад місцевості серед туристів.

Конкретні цілі і завдання створення ТІЦ можуть бути такими, які зазначено у таблиці, складеній за даними Е.А. Сергєєвої [8] та на основі власних розробок автора.

### Цілі та завдання створення туристично-інформаційних центрів

№ з/п	Цілі ТІЦ	Завдання ТІЦ
1	Приваблення у місцевість більшої кількості туристів	Інформаційне забезпечення туристів і суб'єктів туристичного бізнесу
2	Розвиток внутрішнього туризму	Покращення якості туристичної продукції та якості туристичних послуг у місцевості
3	Покращення конкурентних переваг місцевості через покращення інфраструктури, зокрема туристичної	Покращення транспортного сполучення, формування мережі засобів розміщення туристів та ТІЦ на національному рівні
4	Поповнення місцевого бюджету за рахунок оподаткування суб'єктів туристичного бізнесу	Планування, організування, мотивування, моніторинг і контролювання, регулювання туристичних, інформаційних та фінансових потоків
5	Рациональне використання туристично-рекреаційних ресурсів місцевості	Врахування рекреаційного та психологічного навантаження на місцевість
6	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 ТПЦ здійснюється з бюджетних надходжень чи власних (залучених) грошових засобів підприємців, а також за рахунок коштів користувачів цих закладів.

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

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

Управління ТПЦ 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 ТПЦ 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 екскурсів 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, ТПЦ 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;

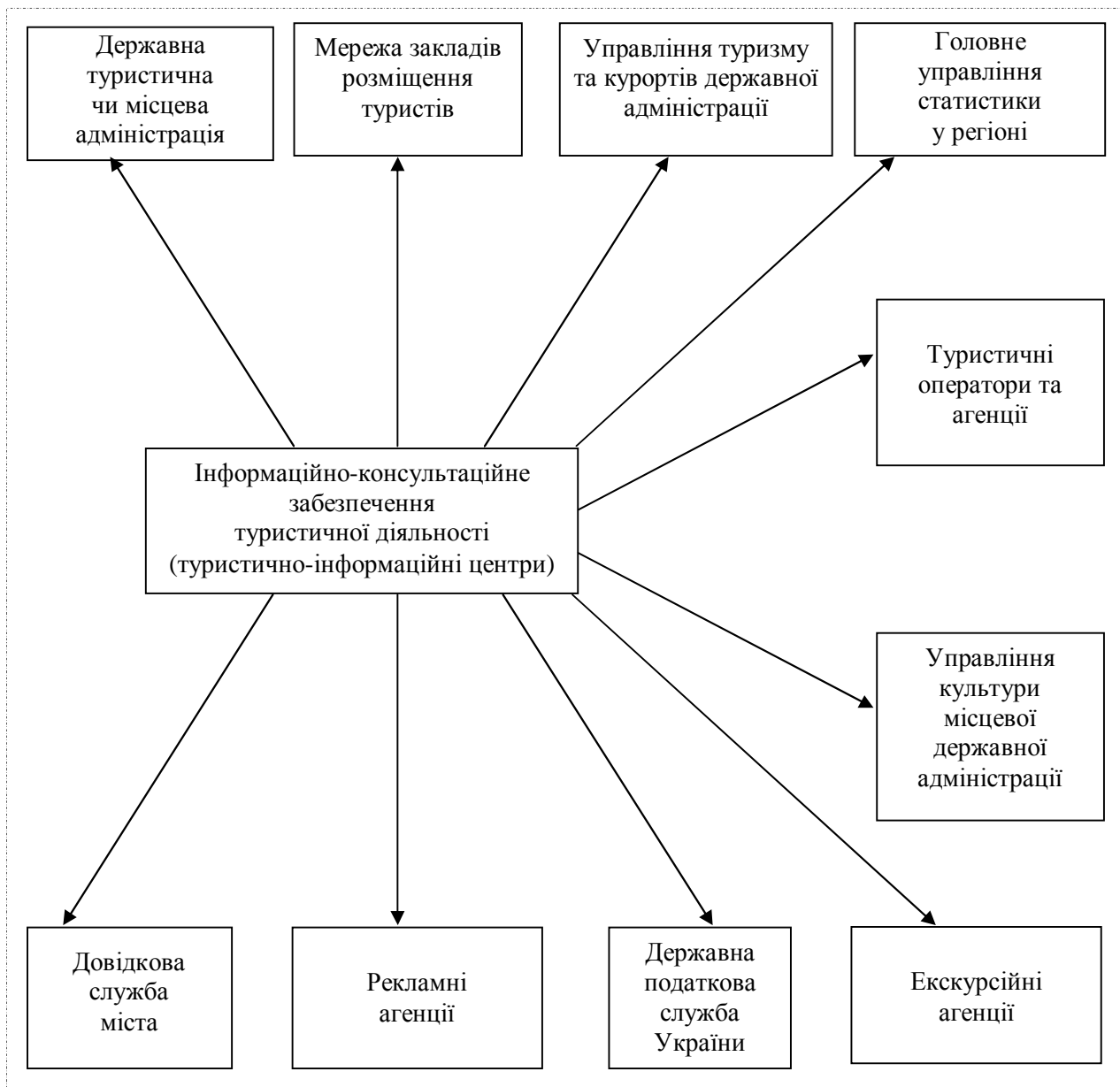
- інформування про заклади харчування: ресторани, кафе, заклади харчування з національною кухнею;

- 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.

Структуру ТПЦ можна запропонувати у вигляді рисунка.



*Організаційна структура туристично-інформаційного центру*

За допомогою національної мережі ТІЦ покращиться управління та регулювання туристичною діяльністю на державному рівні, що має привести до приваблення в Україну більшої кількості туристів.

### **Висновки**

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.

2. 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.

3. 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.

4. 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.

5. В результаті формування національної мережі ТІЦ покращиться управління та регулювання туристичною діяльністю на державному рівні, що має привести до приваблення в Україну більшої кількості туристів.

### **Перспективи подальших досліджень**

У подальших публікаціях доцільно дослідити економічну ефективність функціонування туристичного інформаційного центру, наприклад, у м. Львові як одного з найперших в Україні.

1. Створення та діяльність туристичних інформаційних центрів в Україні: *практ. посіб.* / за ред. В. Рінова – К., 2006. – 176 с. 2. Семичастный И.Л. *Международный опыт развития туристских информационных центров: проблемы, тенденции и перспективы* / И.Л. Семичастный. // *Вісник ДІТБ.* – Донецьк, 2010 – № 14. 3. Горішевський П.А. *Туристично-інформаційні центри: організаційно-економічні аспекти функціонування* / П.А. Горішевський, Ю.В. Зінько, М.П. Мальська // *Наукові вісті Галицького інституту менеджменту.* – Спец. вип. – 2010. – С. 20–26. 4. Коніщева Н.Й. *Створення віртуального інформаційного центру для розвитку туризму на територіях природно-заповідного фонду України* / Н.Й. Коніщева, В.Н. Шаталов, І.В. Нога, Д.В. Рудь, Л.С. Ляхова, О.О.Козак // *Социально-экономические, экологические и гуманитарные проблемы развития туристического бизнеса: сб. науч. тр.* – Донецк: Донецкий институт туристического бизнеса, 2003. – С. 169–174. 5. Закон України “Про інноваційну діяльність”. – ВВР України, 2002. – № 36. – С. 266. 6. Проект закону України “Про туристичні ресурси”. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua>. 7. Семичастный И.Л. *Обоснование структуры туристского информационного центра города Донецка, концепции создания и основных направлений его деятельности как обязательного элемента управления информационной поддержкой “Евро-2012” в Украине: сб. науч. тр.* – Донецк: Донецкий институт туристического бизнеса, 2010. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.stattionline.org.ua](http://www.stattionline.org.ua). 8. Сергеева Е.А. *Управление туристской деятельностью путем создания Крымской сети туристских информационных центров: сб. науч. тр.* – Ялта: Ялтинский университет менеджмента, 2009. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.stattionline.org.ua](http://www.stattionline.org.ua). 9. Музиченко-Козловська О.В. *Механізм започаткування та функціонування туристичного кластера* / О.В. Музиченко-Козловська // *Вісник Національного університету “Львівська політехніка” “Логістика”.* – 2006. – № 552. – С. 267–273. 10. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO World Tourism Organization). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.world-tourism.org>. 11. Розпорядження Кабінету Міністрів України “Про схвалення Стратегії розвитку туризму і курортів”. – № 1088-р., 2008 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/1088-2008-p>.