

УДК 338.486 : 659.2 (477)

Лола Ю.Ю., Кісь О.П.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ЦЕНТРІВ В УКРАЇНІ

Враховуючи недоліки в розвитку вітчизняного туризму та розгляд закордонного досвіду, обґрунтовано необхідність розвитку туристичних інформаційних центрів в Україні, побудовано модель організаційної структури туристичного інформаційного центру Харківського регіону.

Учитывая недостатки развития туризма в нашей стране и преимущества зарубежного опыта, обоснована необходимость развития туристических информационных центров в Украине, построена модель организационной структуры туристического информационного центра Харьковского региона.

Researched the disadvantages of tourism in our country and the benefits of international experience, the necessity of tourist information centers development in Ukraine are founded, a model of the organizational structure of the tourist information center in Kharkov region are built.

Постановка проблеми. Для просування національного туристичного продукту на міжнародному ринку та підвищення інтенсивності внутрішніх туристичних потоків необхідна державна підтримка та ефективна програма створення та функціонування туристичних інформаційних центрів. У зв'язку з цим тема є актуальною та потребує подальших теоретичних та практичних розробок.

Аналіз останніх джерел та публікацій. Дослідженнями створення та ефективного функціонування туристичних інформаційних центрів займалися ряд авторів: Каніщева Н. Й., Ковалева Е. Н., Орленко О. І., однак недостатньо уваги було приділено комплексному аналізу ефективності розвитку мережі таких центрів в Україні.

Метою статті є виявлення тенденцій в розвитку туристичних інформаційних центрів в Україні.

Виклад основного матеріалу. Підвищенню інтенсивності в'їзних потоків в Україні заважає недостатньо скоординована система дій з просування туристичного продукту на світовий ринок. Проблеми виникають насамперед з рекламою вітчизняних курортів. У 2008р. на телеканалі CNN International Україна розпочала першу рекламно-інформаційну кампанію «Україна. З красою, Ваша», на що було витрачено 2,5 млн. гривень. Однак ефект від цього заходу був невідчутним. Туристично розвинуті країни витрачають значно більше на формування свого іміджу та реклами свого національного туристичного продукту. Наприклад, Великобританія витрачає на подібні цілі 80 млн. фунтів стерлінгів [1].

Для формування позитивного іміджу нашої країни до Євро-2012 був створений рекламний ролик "Увімкни Україну", який буде транслюватися на провідних європейських телеканалах: Euronews, Eurosport и ВВС, в рамках промоційної кампанії України до Євро-2012.

Позитивним моментом в просуванні національного туристичного продукту є постійна участь національних стендів України у престижних туристичних ярмарках в Лондоні, Берліні, Варшаві, Мілані, Москві, Санкт-Петербурзі.

В Україні недостатньо застосовуються туристичні технології, які в розвинутих країнах набули ознак повсякденного використання: електронні інформаційні довідники щодо готелів, транспортних маршрутів і туристичних фірм з переліком і вартістю послуг, які ними надаються. Internet-технології надають їх користувачам можливість бронювати місця в готелях і на транспорті у режимі реального часу - "on-line".

У той же час дії з розвитку в'їзного туризму не мають комплексного та збалансованого характеру, що не дозволяє стабільно підвищувати потоки іноземних туристів, які відвідують Україну. У зв'язку з цим доцільно використати світовий досвід із формування туристичних інформаційних центрів, що створюються адміністрацією області, регіону, міста, в кожному туристському центрі для просування національного туристичного продукту на міжнародному туристичному ринку та надання інформаційних і супутніх послуг всім категоріям відвідувачів. Туристичні інформаційні центри (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, а також виробниками туристичних та супутніх послуг. Це має особливе 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.

Майже всі країни світу з розвинутою туристичною інфраструктурою мають розвинуті мережі туристичних інформаційних центрів, що охоплюють як внутрішні так і зовнішні інформаційні простори країни. Вперше ідея створення туристичного офісу виникла в 1889 році у Франції. У наші часи їх кількість в цій країні перевищила 2494, діяльність яких фінансується, в основному, з місцевих і регіональних бюджетів. Близько 12 760 чоловік є співробітниками даних офісів, а загальні витрати на їх утримання складають близько півмільярда євро. Наслідком такої політики є те, що вже довгий час саме ця країна є лідером в розвитку туризму та одним з найбільш успішних прикладів з інформаційного забезпечення та просуванню національного турпродукта.

Перші ТІЦ во Франції створювалися на засоби приватного бізнесу, їх діяльність носила локальний характер. Однак з часом їх фінансування стало здійснюватися, в основному, на бюджетні кошти, з метою підтримки і розширення їх діяльності, а також забезпечення стабільного розвитку туристського бізнесу в країні. Державна підтримка дозволила збільшити масштабність діяльності туристичних офісів, поліпшити систематизацію інформації, процес прийому і організації подорожі туристів по різних регіонах країни, консолідувати зусилля з просування турпослуг на внутрішні і зовнішні ринки та вписати роботу французьких туристських центрів в світовий туристичний інформаційний простір. Така системна робота забезпечила французькому турпродукту значну частку міжнародного туристичного ринку.

Внаслідок необхідності розробки ефективної маркетингової стратегії просування національного українського туристичного продукту, вимогою відповідності міжнародних стандартів якості при обслуговуванні туристів в процесі прийому та відпочинку, з'явилася необхідність створення аналогічних туристичних інформаційних центрів. Намір створення ТІЦ на території України затверджений в основних положеннях чинного законодавства:

Законі України «Про туризм» в п.1 ст.11 визначені відповідальні за створення інформаційних центрів органи виконавчої влади та місцевого самоврядування [2];

Указі Президента України «Про забезпечення підготовки та проведення в Україні чемпіонату Європи Євро-2012 з футболу» схвалено план дій, що передбачає створення ТІЦ з метою популяризації національного туристичного продукту [3];

Постанові КМУ «Державна програма розвитку туризму на 2002-2010 роки» [4];

Розпорядженні КМУ «Концепція створення та функціонування мережі туристично-інформаційних центрів в Україні» [5];

Програма розвитку туризму в місті Харкові на 2010-2012 роки [6].

В різних містах України за рахунок місцевих бюджетів вже відкриті туристичні інформаційні центри, однак планується, що з часом ці організації перейдуть на повне самооповування.

З 2003 р. в Україні почали працювати туристичні інформаційні центри у м. Вилкове Одеської області, м. Мукачеве Івано-Франківської області, 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 в розмірі 700 тис. євро. В Закарпатському регіоні нараховується сім туристичних інформаційних центрів, а к футбольному чемпіонату Євро-2012 їх чисельність збільшиться, оскільки Закарпаття є прикордонною областю, через яку будуть проїжджати вболівальники із багатьох європейських країн.

В Києві відкрито два інформаційні центри. Однак, у зв'язку з тим, що Київ приймає значну частину внутрішніх та іноземних туристів, такі структури повинні бути створені в кожному районі, а в центральній частині міста їх повинно бути більше.

Такі центри співробітничать із професійними асоціаціями й підприємствами, державними й комерційними організаціями, видавництвами, засобами масової інформації. Відвідувачі можуть одержати повну інформацію про туристичні об'єкти, ознайомитися з анонсами культурно-масових заходів, всеукраїнських виставок і фестивалів. Також є можливість замовити екскурсії по місту й передмістю, придбати історико-краєзнавчу літературу, буклети й фотоальбоми, путівники, картографічну й сувенірну продукцію [7]. Планується, що такі центри будуть презентувати українські міста за кордоном.

Однак необхідно відмітити, що туристичні інформаційні центри в Україні поки що не відповідають європейським стандартам, а модель їх розвитку не є ефективною. Спеціалісти з туризму, що працюють в інформаційних кіосках, не мають можливості забронювати місця в готелях, продати квиток в музей або на концерт, що зв'язано із слабим розвитком електронної комерції в Україні.

Важливою подією, яка буде сприяти формуванню єдиного ІТЦ в Україні, є проведення міжнародного чемпіонату з футболу Євро-2012. Подія такого масштабу дозволить ефективно провести маркетингові заходи з просування країни на міжнародній туристичній арені. Із держбюджету України планується виділити 1 млн. грн. для створення каталогів-путівників для кожного міста, що приймає Євро-2012. Таким чином, туристичні інформаційні центри в Києві, Львові, Харкові та Донецьку отримають по 50 тис. каталогів-путівників, які будуть розповсюджуватися серед гостей міста та їх мешканців. Планується, що мережа інформаційних центрів буде створена до кінця 2011 року [8].

Для спільного просування Польщі та України на міжнародному туристичному, як об'єктів туризму, в рамках спільної підготовки України і Польщі до Євро-2012 підписаний Меморандум про співпрацю між Національним туристичним офісом і Польською туристичною організацією, який був підписаний в Міністерстві культури і туризму України. Крім того, в межах підготовки до Євро-2012 Польська туристична організація,

яка має 14 закордонних представництв, запропонувала українським партнерам працювати у своїх офісах у 7 провідних країнах Європи.

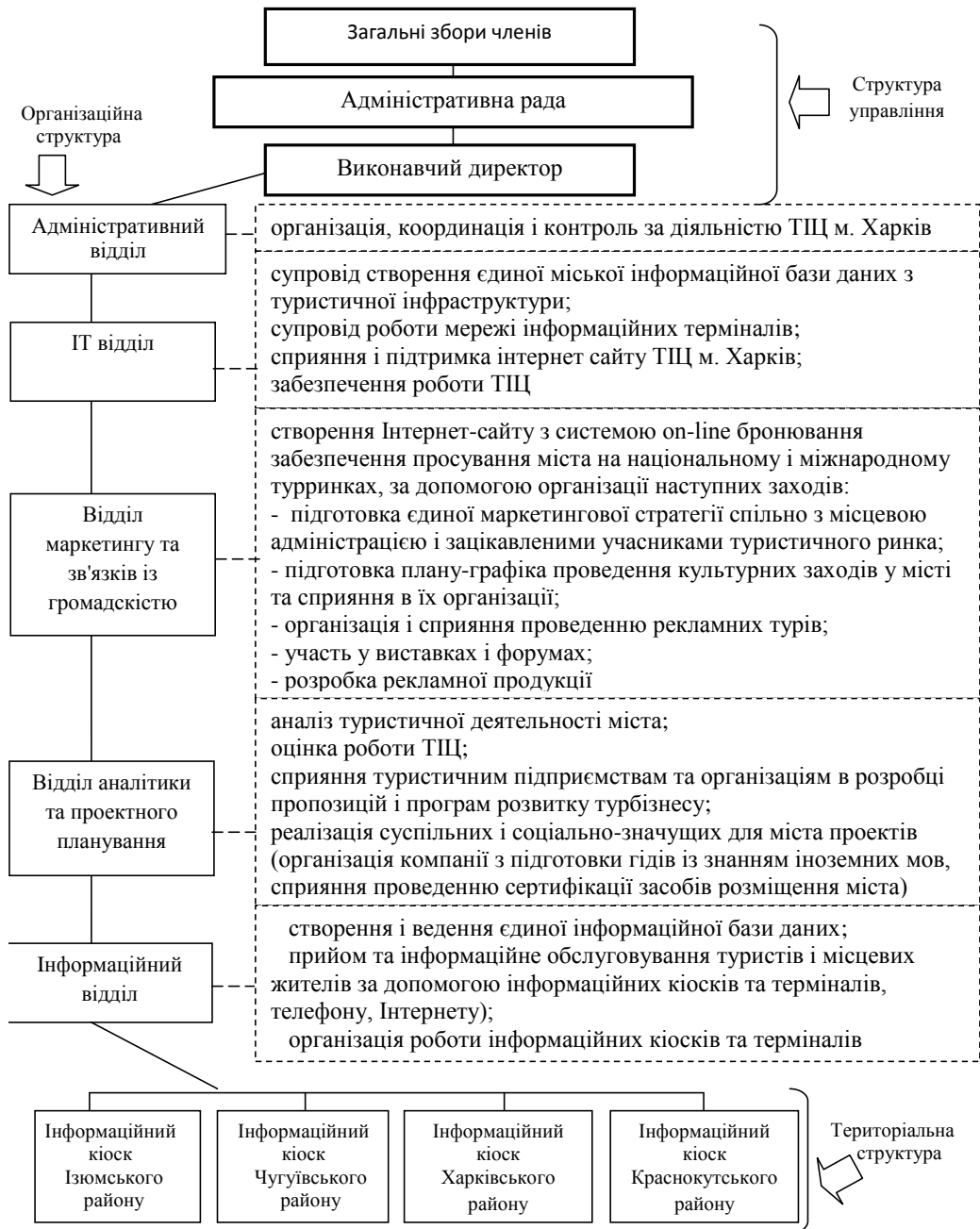


Рис. 1. Організаційна структура ТІЦ м. Харкова

Для просування Польщі за кордоном держава витрачає 10 млн. євро на рік, унаслідок чого одержує близько 2 млрд. євро прибутку з туристичної галузі. Фінансування Держслужби туризму і курортів України з року в рік падає – у 2009 р. порівняно з 2008 р. воно зменшилося в 10 разів.

Для створення ефективної моделі мережі туристичних інформаційних центрів необхідно сформувати управлінську, організаційну та територіальну їх структуру. Організаційно-економічний механізм функціонування ТІЦ на прикладі м. Харкова наведено на рис. 1. Як видно з

рис. 1. для кожного відділу розроблено свої функціональні обов'язки, які не дублюються та не суперечать роботі інших відділів. Така організаційна структура створює єдину систему контролю та забезпечує поточне функціонування інформаційних туристичних центрів.

В створенні та розвитку ТІЦ, що носять переважно некомерційний характер, може приймати участь Харківська обласна рада, Головне Управління зовнішньоекономічних зв'язків та європейської інтеграції обласної державної адміністрації, Управління з координації підготовки та проведення фінальної частини Євро-2012 обласної державної адміністрації та міської ради, громадські організації, приватний бізнес та місцеві жителі.

Висновки. Таким чином, створення розвинутої системи українських ТІЦ призведе до покращення туристичної інформаційної інфраструктури, що буде сприяти розвитку туристичного бізнесу в Україні. Однак, 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.

1. «МедіаБізнес» / Режим доступу: 13258/42/lang,ru/
2. Закон України «Про туризм» N 325/95-ВР від 15.09.95р. // Відомості Верховної Ради України, 1995 р., N 31, ст. 241.
3. Указ Президента України «Про забезпечення підготовки та проведення в Україні чемпіонату Європи Євро-2012 з футболу», від 8.05.2007р., № 387/2007. – Режим доступу : <http://www.president.gov.ua>
4. Постанова КМУ «Державна програма розвитку туризму на 2002-2010 роки» від 29.04.2002р., № 83. – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua>
5. Розпорядженні КМУ «Концепція створення та функціонування мережі туристично-інформаційних центрів в Україні» від 6.09.2008 р., № 1088-р. – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua>
6. Рішення 39 сесії Харківської міської ради 5 скликання „Про затвердження Програми розвитку туризму в місті Харкові на 2010-2012 роки” від 23.12.09 р. № 356/09. – Режим доступу : www.city.kharkov.ua/documents/40493.doc
7. <http://ua-reporter.com/novosti/43802>
8. Укрінформ Спорт футбол 2012 // Режим доступу : <http://www.sport.ukrinform.ua/news/11/>