

Т. В. Шелеметьєва
академік АЕН України
канд. екон. наук

ORCID 0000-0003-0672-2971
e-mail: t.shelemetieva@gmail.com,

С. В. Булатов
старший викладач

ORCID 0000-0002-0851-8272
e-mail: sergiibulatov85@gmail.com,

Національний університет «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя

ДІЯЛЬНІСТЬ ТУРИСТИЧНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ЦЕНТРІВ: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА ВІТЧИЗНЯНА ПРАКТИКА

Постановка проблеми. Зростаюча частка туризму в національній економіці та міжнародній торгівлі, поживлення соціально-культурних процесів в Україні зумовили підвищення наукового інтересу до управління розвитком туризму як перспективної бюджетотворюючої сфери національного господарства. Бурхливі зміни, що відбуваються в світовому туризмі, і розмір доходів від нього змушують дослідників і керівників звертати все більш пильну увагу до розробки та впровадження адекватних підходів та інструментів щодо управління його розвитком. Управління туристичною галуззю на сучасному етапі трансформаційних змін в економіці України вимагає пошуку нетрадиційних підходів і нових поглядів. Одним з ефективних інструментів управління сферою туризму та курортів у регіонах може стати формування мережі міських туристичних інформаційних центрів (далі – ТІЦ), що сприятиме підвищенню туристично-екскурсійної діяльності міста та активізації туристично-екскурсійної діяльності на його території. У розвинених туристичних країнах світу успішно функціонує розгалужена сучасна мережа закладів туристичної інфраструктури, яка включає інформаційні центри. Такі заклади дозволяють отримувати туристам необхідну туристичну інформацію та консультативні послуги про туристичну дестинацію.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. 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-Петегірич, Т. Чичкалюк, Л. Ткачук. Проте, враховуючи значення туризму як глобального феномену «світу мобільностей» в умовах сучасних трансформаційних процесів, питання дослідження світового досвіду організаційних та економічних аспектів діяльності туристичних інформаційних центрів та впровадження його у вітчизняну практику управління та промощі туристичної діяльності у межах окремої території залишається актуальним.

Метою статті є дослідження сутності туристичних інформаційних центрів, визначення їх ролі як одного

з інструментів інформаційної підтримки розвитку сучасного туризму, розгляд світового досвіду організаційних та економічних аспектів діяльності туристичних інформаційних центрів та особливостей його використання у вітчизняній практиці.

Виклад основного матеріалу дослідження. 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 дестинацій 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) [1]. 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. 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; аналіз 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 ст. 26 проекту закону України «Про туристичні ресурси», розробленому Державним агентством України з туризму і курортів у 2011 р. У цьому законодавчому акті 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 відображає 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. Семичастиного, «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 ТПЦ, 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].

Представники порталу Zruchno.Travel склали список 10 найбільш туристичних міст України. За підсумками 2018 р. топ-десятьку туристичних міст України представлено у табл. 1.

Саме на успішний розвиток туризму в цих містах України посприяли відкриття туристичних інформаційних центрів та тісна співпраця органів влади, місцевого самоврядування й підприємств туристичної індустрії.

Таблиця 1

Топ-десятька туристичних міст України за підсумками 2018 р.

Місце	Місто
1	Кам'янець-Подільський – фестивальна столиця України
2	Чернігів – місто легенд
3	Запоріжжя – прорив року
4	Львів – гастрономічна столиця
5	Луцьк – найтаємничіше місто
6	Тернопіль – форпост України
7	Одеса – столиця гумору
8	Харків – місто молоді
9	Ужгород – столиця винного туризму
10	Київ – лідер внутрішнього туризму

Складено авторами за даними джерела [10].

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].

Здебільшого держава була ініціатором створення ТПЦ з метою кращої організації туристичного руху в місті. Основна мета таких ТПЦ – надати туристові будь-яку інформацію про місце перебування, наприклад, про кількість вільних місць у готелях чи про найпопулярніші пам'ятки [8, с. 49]. Але, на нашу думку, цілі створення ТПЦ можуть бути такими, як представлено на рисунку.

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].

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, ТПЦ 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.

тично-інформаційні центри в США часто розробляють туристичну кампанію міста, ініціюють події заходи тощо.

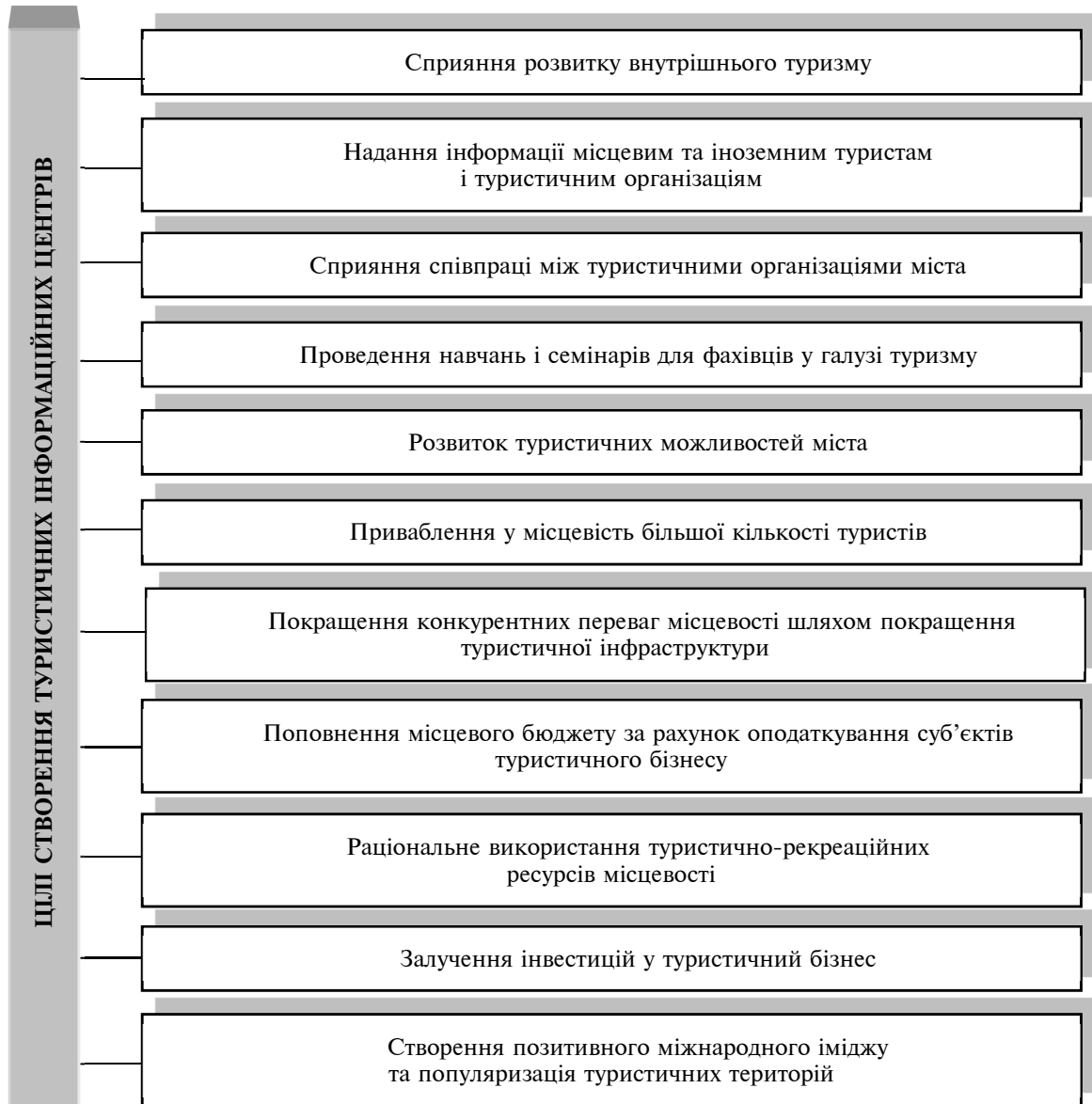


Рисунок. Цілі створення туристичних інформаційних центрів в Україні (запропоновано авторами)

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 туристично-інформаційні центри в США часто розробляють туристичну кампанію міста, ініціюють події заходи тощо.

тичної 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 теле-

фону, здебільшого стосується плану міста, адреси окремих організацій чи об'єктів інфраструктури, громадського транспорту тощо. ТІЦ 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). ТІЦ 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. ТІЦ має 400 досвідчених та сертифікованих гідів-екскурсоводів, що можуть надавати послуги 13 іноземними мовами (найчастіше вживані – німецька, англійська, угорська, італійська, французька та російська). ТІЦ 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. ТІЦ 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].

Сьогодні туристично-інформаційні центри створено в більшості областей України та у малих містах Західного регіону України (табл. 2).

Таблиця 2

Туристично-інформаційні центри України

Область	Місто, назва туристично-інформаційного центру
1	2
Вінницька	м. Вінниця, Подільський туристично-інформаційний центр
Волинська	м. Луцьк, Центр туристичної інформації та послуг м. Луцька
Дніпропетровська	м. Дніпро, Туристичний інформаційний центр м. Дніпро
Житомирська	м. Житомир, Житомирський обласний туристичний інформаційний центр
Закарпатська	м. Ужгород, Туристично-інформаційний центр Закарпатської ОДА; м. Берегове, Берегівський туристичний інформаційний центр; м. Мукачево, Мукачівський міський туристично-інформаційний центр; м. Ужгород, Туристично-інформаційний центр в готелі «Інтурист-Закарпаття»; м. Мукачево, Туристично-інформаційний центр «Сторнац»
Запорізька	м. Запоріжжя, Комунальне підприємство «Туристичний інформаційний центр» Запорізької міської ради
Івано-Франківська	м. Івано-Франківськ, Регіональний туристично-інформаційний центр; м. Калуш, Туристично-інформаційний центр м. Калуш; м. Надвірна, Надвірнянський туристично-інформаційний центр; м. Яремче, Екотуристичний візит-центр Карпатського національного природного парку
Київська	м. Київ, Мережа київських туристично-інформаційних центрів «TourInfo»
Кіровоградська	м. Олександрія, ТІЦ Олександрія
Луганська	м. Кремінна, «GREEN KREMINNA»
Львівська	м. Дрогобич, Туристичний інформаційний центр м. Дрогобич; м. Жовква, Туристичний інформаційний центр м. Жовква; м. Львів, Центр туристичної інформації м. Львів – центр міста; м. Львів, Центр туристичної інформації м. Львів – Залізничний вокзал; м. Львів, Центр туристичної інформації м. Львів – аеропорт; м. Самбір, Туристично-інформаційний центр м. Самбір
Миколаївська	м. Миколаїв, ТІЦ Миколаївської області; м. Вознесенськ, Туристичний інформаційний центр
Одеська	м. Біляївка, Регіональний інформаційно-туристичний візит-центр «Дністер»; м. Вилкове, Інформаційно-туристичний центр Дунайського біосферного заповідника; м. Одеса, Туристичний Інформаційний Центр міста Одеси
Полтавська	м. Полтава, Обласний центр туристичної інформації Полтавщини
Рівненська	м. Рівне, Туристично-інформаційний центр Рівного
Сумська	м. Суми, Центр туристичної інформації; м. Охтирка, Туристичний інформаційний центр в м. Охтирка
Тернопільська	м. Тернопіль, Туристично-інформаційний центр м. Тернополя; м. Тернопіль, Тернопільський обласний туристично-інформаційний краєзнавчий центр; м. Березани, Туристично-інформаційний центр м. Березани
Харківська	м. Харків, Харківський обласний туристично-інформаційний центр

1	2
Херсонська	м. Херсон, Херсонський туристично-інформаційний центр
Хмельницька	м. Кам'янець-Подільський, Кам'янець-Подільський туристично-інформаційний центр
Черкаська	м. Черкаси, Туристично-інформаційний центр м. Черкаси; м. Канів, Комунальне підприємство «Туристичний Інформаційний Центр міста Канева»
Чернівецька	м. Чернівці, Туристичний інформаційний центр Чернівецької міської ради
Чернігівська	м. Чернігів, Туристичний інформаційний центр

Складено автором за даними джерела [15].

Так, наприклад, мережа ТІЦ на Закарпатті почала розвиватися у 2004 р., коли було створено Туристично-інформаційний центр Закарпаття, що є засновником Інформаційного агентства «Турінформ Закарпаття», яке безкоштовно поширює інформацію про туристичні можливості Закарпаття. У липні 2006 р. у рамках проекту «Створення регіонального туристичного інформаційного центру в Закарпатській області» було відкрито турінфоцентр у м. Берегови. Реалізація цього проекту є відправною точкою у формуванні ТІЦ на Закарпатті [16].

У березні 2016 р. у м. Дрогобич для популяризації туристичної привабливості міста, відповідно до рішення Дрогобицької міської ради, було створено промоційну інституцію – Комунальне підприємство «Туристично-інформаційний центр м. Дрогобича».

Його основними завданнями є:

- організація та надання громадянам і юридичним особам, у тому числі іноземним, комплексних туристично-екскурсійних та інших послуг;
- формування нових економічних основ туризму як високорентабельної галузі економіки та важливого засобу культурного розвитку міста Дрогобича;
- залучення інвестицій для вдосконалення і розвитку матеріальної бази туризму в м. Дрогобичі;
- підвищення ефективності туристичних послуг;
- просування іміджу міста Дрогобича та Дрогобицького району в Україні та за кордоном [17, с. 428].

Туристично-інформаційний центр має на меті підвищення конкурентоспроможності міста на туристичній мапі України шляхом виділення конкурентних переваг, створення якісного туристичного продукту на основі раціонального використання туристичних ресурсів, правильної, фахової промоції. Зазначеної мети досягають за допомогою інформаційної підтримки, облаштування туристичних маршрутів та їх маркування, брендингу.

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.

На сьогодні у Чернівцях створено лише один ТІЦ, який знаходиться в приміщенні Чернівецької міської ради. Він пропонує такі послуги:

– надання безкоштовної інформації про місто фахівцями центру;

– безкоштовні карти, схеми, путівники, довідники;

– аудіогід для самостійного ознайомлення з містом;

– інформація щодо послуг професійних гідів, екскурсуючих, перекладачів (допомога в замовленні екскурсуючих і гідів); готелів та хостелів, закладів харчування у Чернівцях; музеїв, закладів проведення дозвілля, культурних подій, фестивалів та інших цікавих заходів; транспортного обслуговування, розкладу руху [19].

Чернівецький ТІЦ надає комплексну туристичну довідку чотирма мовами (українською, російською, англійською та німецькою), також є частина поліграфічної продукції румунською мовою.

Організація роботи ТІЦ передбачає задоволення комплексу вимог щодо облаштування приміщення, якості інформаційних матеріалів, професійної компетентності персоналу. Для підвищення ефективності діяльності Чернівецького 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 дестинації 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].

Розглянувши детальніше діяльність туристичних інформаційних центрів міст України, можна стверджувати, що їх основною метою є поширення інформаційного матеріалу про туристичні можливості та ресурси місцевості. На нашу думку, відкриття мережі

туринфоцентрів суттєво вплинуло на системний розвиток сфери туризму та рекреації в Україні. Отримуючи більш повну й точну інформацію, туристи можуть раціональніше планувати відпочинок, а туристичні заклади – ефективніше організувати свою роботу. Так, основним результатом діяльності туристично-інформаційного центру м. Дрогобича є збільшення туристичного потоку з 20 тис. осіб в 2016 р. до 35 тис. у 2017 р. Це свідчить про те, що туристичні ресурси міста постають для споживача як сформований привабливий туристичний продукт [17, с. 430]. Місто Запоріжжя протягом одного сезону відвідало близько 300–400 тис. осіб. Планується, що після трьох-п'яти років роботи ТІЦ місто відвідають близько мільйона туристів.

Висновки. Таким чином, створення мережі ТІЦ та їх взаємодія з іншими регіональними центрами – один із важливих напрямів підвищення ефективності та вдосконалення системи управління розвитком туризму в Україні, який сприятиме системному розвитку сфери туризму й рекреації регіонів, адже надає можливість отримання доступної інформації про туристично-рекреаційний потенціал в Україні. Це, у свою чергу, сприяє підвищенню конкурентоспроможності туристичної галузі, оскільки якісна та своєчасно отримана інформація стимулює попит на туристичні послуги. Але без організаційної та фінансової підтримки з боку місцевої та державної влади довгострокові проекти в цій сфері неможливі. В умовах недостатності державного фінансування для багатьох галузей дійсно стає державно-приватне партнерство, яке дозволяє об'єднати зусилля партнерів та розподілити відповідальність та ризики інвестування. Розвиток національної мережі ТІЦ допоможе покращити управління та регулювання туристичної діяльності як на державному, так і місцевому рівнях, що має привести до збільшення туристичних потоків в Україні, підвищення конкурентоспроможності країни на світових ринках, покращення добробуту населення та зростання національної економіки.

Список використаних джерел

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: 20.11.2019).
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: 20.11.2019).
5. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO World Tourism Organization). URL: <http://www.world-tourism.org> (дата звернення: 20.11.2019).

6. О туристической деятельности: Модельный Закон, утвержден Постановлением Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ № 27–15 от 16 ноября 2006 года.

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. *Вісник ДІТБ*: сб. науч. тр. Донецк: Донецкий институт туристического бизнеса, 2010. URL: www.stationline.org.ua. (дата звернення: 20.11.2019).

8. 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.

9. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). Київ: Альтерпрес, 2005. 436 с.

10. Експерти назвали міста, які стали туристичними лідерами України. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2610679-eksperti-nazvali-mista-aki-stali-turistichnimi-liderami-ukraini.html> (дата звернення: 20.11.2019).

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

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

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

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

15. Туристично-інформаційні центри України. URL: http://www.touristinfo.sitegist.net/ru/about/TIC_Ukraine/ (дата звернення: 20.11.2019).

16. 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: 20.11.2019).

17. Чайка-Петегірич Л. Б. Туристично-інформаційний центр як ефективний інструмент розвитку туризму малих міст. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/12_ukr/72.pdf (дата звернення: 20.11.2019).

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

19. Туристично-інформаційний центр Чернівецької міської ради. URL: <http://chernivtsy.eu/portal/> (дата звернення: 20.11.2019).

20. 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: 20.11.2019).

References

1. Konishcheva N. Y., Rud D. V. (2005) Propozytsii shchodo stvorennia miskykh informatsiinykh turystychnykh tsentriv [Proposals for the creation of urban information

- tourist centers]. *Naukovi i praktychni problemy stvorennia i funktsionuvannia turystychnykh tsestriv i tematychnykh parkiv: materialy V Mizhnar. nauk.-prakt. konf.*, pp. 148–151 [in Ukrainian].
2. Kucherenko V. (2010) Osoblyvosti ta suchasni tendentsii upravlinnia turystychnoiu sferoiu [Features and current trends in tourism management]. *Naukovyi visnyk Instytutu mizhnarodnykh vidnosyn NAU. Serii: ekonomika, pravo, politolohiia, turyzm*, 1, pp. 197–205 [in Ukrainian].
 3. Pro turystychni resursy: Proekt zakonu Ukrainy [On Tourism Resources: Draft Law of Ukraine]. Retrieved from <http://www.tourism.gov.ua> [in Ukrainian].
 4. Pro skhvalennia Stratehii rozvytku turyzmu i kurtortiv: Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy [On approval of Tourism and Resorts Development Strategy: Executive Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine] Retrieved from <http://www.zakon.rada.gov.ua/laws/show/1088-2008-p> ([in Ukrainian].
 5. Ofitsiyni sait Vsesvitnoi turystychnoi orhanizatsii (UNWTO World Tourism Organization) [Official site of the UNWTO World Tourism Organization] Retrieved from <http://www.world-tourism.org> [in Ukrainian].
 6. O turisticheskoy deyatel'nosti: Model'nyy Zakon, utverzhden Postanovleniem Mezhpaparlamentskoy Assamblei gosudarstv-uchastnikov SNG № 27–15 ot 16 noyabrya 2006 goda. [On Tourism Activities: Model Law, approved by the Decree of the Inter-Parliamentary Assembly of the CIS Member States No. 27-15 of November 16, 2006.] [in Russian].
 7. Semichastnyy I. L. (2010) Obosnovanie struktury turistetskogo informatsionnogo tsestra goroda Donetska, kontseptsii sozdaniya i osnovnykh napravleniy ego deyatel'nosti kak obyazatel'nogo elementa upravleniya informatsionnoy podderzhkoy «Evro-2012» v Ukraine [Justification of the structure of the tourist information center of the city of Donetsk, the concept of creation and the main directions of its activity as a mandatory element of the management of information support of Euro 2012 in Ukraine]. *DITB Newsletter: Sat. scientific tr. Donetsk: Donetsk Institute of Tourism Business* Retrieved from www.stat-online.org.ua. [in Ukrainian].
 8. Muzychenko-Kozlovska O. V. (2013) Turystychno-informatsiyni tsestr yak element innovatsiynoi infrastruktury turyzmu [Tourist information center as an element of innovative tourism infrastructure]. *Bulletin of Lviv Polytechnic National University. Problems of economy and management*, 754, pp. 47–52. [in Ukrainian].
 9. Liubitseva O. O. (2005) Rynok turystychnykh posluh (heoprosorovi aspekty) [Tourist services market (geospatial aspects)]. Kyiv: Alterpres [in Ukrainian].
 10. Eksperty nazvaly mista, yaki staly turystychnymy lideramy Ukrainy [Experts have named the cities that have become Ukraine's tourism leaders] Retrieved from <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2610679-ekspert-nazvali-mista-aki-stali-turistichnimi-liderami-ukraini.html> [in Ukrainian].
 11. Volchetskyi R. V. (2012) Rol turystychnykh informatsiynykh tsestriv u suchasniy industrii turyzmu [The role of tourist information centers in the modern tourism industry]. *Scientific works. Governance*, 182, 194, pp. 126–128 [in Ukrainian].
 12. Stvorennia ta diialnist turystychnykh informatsiynykh tsestriv v Ukraini (2006) [Creation and operation of tourist information centers in Ukraine]: prakt. posibnyk, Kyiv [in Ukrainian].
 13. Sokol T. H. (2004) Osnovy turystychnoi diialnosti [Basics of tourist activity]. Kyiv, Hramota [in Ukrainian].
 14. Volf R. (2006) Stvorennia ta diialnist turystychnykh informatsiynykh tsestriv v Ukraini [Creation and operation of tourist information centers in Ukraine]. Kyiv [in Ukrainian].
 15. Turystychno-informatsiyni tsestry Ukrainy [Tourist information centers of Ukraine] Retrieved from http://www.touristinfo.sitegist.net/ru/about/TIC_Ukraine/ [in Ukrainian].
 16. Torpoi Y. Yak stvoryty uspishnu merezhu TITsLv i yak finansuvaty yikhniu diialnist: Zakarpatskyi dosvid [How to create a successful network of TICs and how to finance their activities: Transcarpathian experience] Retrieved from http://www.linc.com.ua/documents/storage/Zakarpattya_TICs.pdf [in Ukrainian].
 17. Chaika-Petehyrych L. B. Turystychno-informatsiyni tsestr yak efektyvnyi instrument rozvytku turyzmu malykh mist [Tourist information center as an effective tool for development of tourism in small cities] Retrieved from http://economy-and-society.in.ua/journal/12_ukr/72.pdf [in Ukrainian].
 18. Statut komunalnoho pidpriemstva «Turystychno-informatsiyni tsestr» Zaporizkoi miskoi rady [The charter of the utility enterprise "Tourist Information Center" of Zaporizhzhia City Council] [in Ukrainian].
 19. Turystychno-informatsiyni tsestr Chernivetskoi miskoi rady [Tourist Information Center of Chernivtsi City Council] Retrieved from <http://chernivtsy.eu/portal/> [in Ukrainian].
 20. Skutar T. D. (2017) Analiz suchasnoho stanu informatsiynoho zabezpechennia turystychnoi diialnosti v m. Chernivtsiakh [Analysis of the current state of information support of tourist activity in Chernivtsi]. *Economy. Management. Innovation. Series: Economic Sciences*, 1. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2017_1_14. [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 27.11.2019
Прийнято до друку 19.12.2019

Формат цитування:

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. doi: [https://doi.org/10.37405/1729-7206.2019.2\(37\).205-211](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2019.2(37).205-211)

Shelemetieva T. V., Bulatov S. V. (2019). Activities of tourist information centers: world experience and domestic practice. *Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy*, 2 (37), pp. 205-211. doi: [https://doi.org/10.37405/1729-7206.2019.2\(37\).205-211](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2019.2(37).205-211)