

УДК 338.48(477.46):061.66

Світлана Беляєва
Людмила ФрейSvitlana Belyaeva
Ludmila Frey**ТУРИСТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЦЕНТР ЯК ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНИЙ
СЕГМЕНТ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ****TOURIST INFORMATION CENTRE AS AN INVESTMENT AND INNOVATIVE
SEGMENT OF TOURISM PROMOTION**

Сучасний стан економіки, соціального спектру життя населення України дає усі підстави стверджувати про назрілу необхідність спрямовувати значні зусилля на розвиток певних кластерів народногосподарського комплексу, серед яких вагому роль може відіграти, зокрема, внутрішній туризм. Це зумовлює стимулювання створення в регіонах України, в усіх адміністративно-територіальних одиницях, в окремих населених пунктах (містах, селах тощо) вільного доступу до туристично-інформаційної бази. На прикладі туристично-інформаційного центру (ТІЦ) у м. Черкаси досліджуються проблемні питання функціонування відповідних комунікаційно-інформативних суб'єктів господарювання в туристичному секторі економіки.

У статті досліджено існуючий стан у сфері впливу діяльності ТІЦ, здійснено аналіз їх кращого досвіду та запропоновано напрямки активізації щодо застосування ТІЦ як інвестиційно-інноваційного сегменту для просування туристичних послуг у м. Черкаси. Робота має прикладний характер і може бути представлена для визначення напрямків дій на розгляд місцевим органам самоврядування у м. Черкаси.

Ключові слова: *інвестиції, інновації, інформація, інфраструктура, кластери, комунікації, туризм, туристично-інформаційні центри, Черкаси, Україна.*

Постановка проблеми. Процеси створення та діяльності туристично-інформаційних центрів (далі – ТІЦ) в Україні сьогодні недостатньо досліджені. Серед наукових, науково-методичних і науково-публіцистичних робіт основний спектр дослідження сфери діяльності ТІЦ стосується здебільшого західного регіону України, який по праву вважається лідером в Україні за досвідом їх організації та ефективного функціонування. Актуальність наукового дослідження полягає в дослідженні досвіду організації та діяльності ТІЦ в Україні з метою активізації роботи з питання створення та підтримки діяльності ТІЦ в інших регіонах України, зокрема в м. Черкаси. У статті сформульовано сучасні проблемні питання доступу до інформації про туристичний потенціал м. Черкаси; акцентовано увагу на проблематиці створення привабливого туристичного продукту, комунікаційних засобах зв'язку.

Протягом останніх п'яти років в Україні активно розпочався рух ініціювання створення та ефективного функціонування туристично-інформаційних центрів. Одним із важливих факторів, які мотивували різних суб'єктів господарювання, місцеві органи самоврядування, громадські об'єднання, установи та організації створювати ТІЦ, стала підготовка до «ЄВРО-2012», тобто динаміка розвитку ТІЦ має тенденцію до збільшення. ТІЦ мають надавати допомогу мандрівникам; серед їх основних функцій – повідомляти гостям країни, туристам, подорожуючим, місцевим мешканцям про туристичні об'єкти, події та різноманітні заходи, які можуть бути цікавими та привабливими для відвідування, та завчасно інформувати про очікувані події, туристичні пропозиції, надавати усю потрібну довідкову інформацію; популяризувати туристичні продукти та сприяти просуванню туристичних пропозицій. Державною програмою до Євро-2012 було передбачено створення близько 40 ТІЦ, але через брак фінансування, недостатню організаційно-матеріальну базу для їх ефективного функціонування були створені ТІЦ, у першу чергу, в Івано-Франківську, Львові, Закарпатті, Криму, Києві. ТІЦ мають різні форми власності: є комунальні підприємства, є приватні. Серед перших ТІЦ, створених в Україні, починаючи з 2003 р., почали активно працювати такі структури у м. Вилково Одеської області, в Івано-Франківську, у м. Мукачево Закарпатської та м. Жовква Львівської областей, а згодом – у Керчі, Ужгороді, Рівному, Чернігові. Розпочали свою діяльність регіональні туристично-інформаційні центри у Криму, Карпатському регіоні, на Київщині. Фактично значна частина із зазначених ТІЦ почала активно здійснювати діяльність лише через певний час після їх створення та активізували свою

діяльність в основному, починаючи з 2012 р. Не винятком була ситуація й у м. Київ: з десяти столичних районів інформаційні послуги надавав лише один туристично-інформаційний центр, заснований Шевченківською районною у м. Київ радою та державною адміністрацією [1, с. 78–85]. За офіційними даними, в Україні протягом 2008 – 2013 років мало місце збільшення кількості туристів, які відвідували Україну [2].

За результатами діяльності ТІЦ можна стверджувати, що діяльність осередків туристичної інформації має спрямовуватися на підбір та підготовку кадрів, тісний взаємозв'язок з навчальними закладами туристичного профілю, розробку, закріплення функціональних обов'язків за працівниками та проведення семінарів і тренінгів.

Аналіз останніх джерел досліджень і публікацій. Матеріалом для написання статті є аналіз наукових, літературних та архівних матеріалів. Значний обсяг інформації отриманий з офіційних Інтернет-джерел місцевих органів самоврядування, Інтернет-порталів вітчизняних урядових і міжнародних суб'єктів (установ, організацій, відомств, підприємств тощо) [3–6]. Проблематику діяльності осередків туристичної інформації розробляють журналісти фахових туристичних видань, серед яких «Українська туристична газета», «Новини турбізнесу», «Український туризм», «Welcome to Ukraine» та ін. Серед зарубіжних науковців, які досліджують цю проблематику, – англійці Дж. Крістофер Халловей та Нейл Тейлор; серед українських – Ю. В. Алексеєва, Р. В. Волчецький, Н. П. Горбунов, Л. І. Давиденко, Н. І. Конищева, Л. С. Ляхова, О. В. Музиченко-Козловська, І. А. Небога, І. В. Нога, Д. В. Рудь, В. Н. Шаталова, О. Н. Яценко та ін..

Популярним і затребуваним для ознайомлення та практичного застосування в діяльності ТІЦ є 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», реалізований за фінансової підтримки Європейського Союзу [7]. Практичне значення посібника полягає в адаптації європейського законодавства до українських реалій у процесі заснування та діяльності туристично-інформаційних центрів, що відповідає сучасним українським потребам наближення до сучасного європейського простору.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Основні цілі наукового дослідження – дослідити механізм і методи формування туристичного інформаційного простору з метою залучення потенційних туристів, сприяння створенню мотивації для розвитку внутрішнього та в'їзного туризму, покращення інвестиційної привабливості туристичних пропозицій у конкурентному середовищі.

Мета статті – розкрити на прикладі туристично-інформаційного центру м. Черкаси проблемні питання їх створення та функціонування як інвестиційно-інноваційного сегменту просування туристичних послуг.

Виклад основного матеріалу. Для управління процесом сприяння ефективному розвитку туризму в країнах світу важливе значення має безпосереднє залучення якомога більшої кількості туристів. Не виключенням є й Україна та умови розвитку в нашій країні привабливих пропозицій у сфері туризму. Відповідно до п. 1 ст. 11 Закону України «Про туризм», зокрема, на місцеві державні адміністрації в межах їх повноважень покладено відповідальність за створення інформаційних центрів [1, с. 12]. На сьогоднішній день нормативно-правова база з питань створення та діяльності туристично-інформаційних центрів в Україні потребує подальшого удосконалення. Загальні правові, організаційні, соціально-економічні засади реалізації державної політики в галузі туризму та, зокрема, інституційні основи створення туристично-інформаційних центрів були задекларовані в Законі України «Про туризм», Програмі розбудови туристичної інфраструктури за напрямками національної мережі міжнародних транспортних коридорів та основних транспортних магістралей у 2004 – 2010 роках, Державній програмі розвитку туризму на 2002 – 2010 роки, Стратегії розвитку туризму і курортів, нормативно-правових актах, що визначають основні напрями реалізації державної політики, зокрема, у туристичній галузі під час підготовки до проведення Чемпіонату з футболу «ЄВРО-2012».

Українським інститутом підприємництва розроблена Концепція створення та функціонування мережі туристично-інформаційних центрів в Україні, яка визначає основні технології впровадження туристично-інформаційних центрів в Україні. Міністерством культури та туризму України, Державною службою туризму і курортів у свій час здійснювалася підготовка проекту Типового положення про туристично-інформаційні центри та інформаційні пункти в Україні.

Програмою розбудови туристичної інфраструктури за напрямками національної мережі міжнародних транспортних коридорів та основних транспортних магістралей у 2004 – 2010 роки було

передбачено створення «... систем інформаційного та довідкового обслуговування туристів і суб'єктів туристичної індустрії; інформаційно-довідкового центру для обслуговування туристів, інформаційних туристичних центрів та пунктів за напрямками національної мережі міжнародних транспортних коридорів та основних транспортних магістралей» [9]. Державною програмою розвитку туризму на 2002 – 2010 роки було визначено необхідність «створення мережі спеціалізованих центрів туристичної інформації у регіонах України [10]. Сьогодні ця робота здебільшого покладена на ініціативу громадськості та спонукання з боку територіальних громад місцевих органів самоврядування створювати та підтримувати комунальні підприємства ТІЦ, а також на ініціативу вищих навчальних закладів, які готують майбутніх працівників сфери туризму, індустрії гостинності.

Враховуючи, що у розвинених країнах світу створена та успішно функціонує розгалужена мережа установ, закладів туристичної інфраструктури, до якої належать відповідні інформаційні та безпосередньо туристично-інформаційні центри, а в Україні процес організування та ефективного функціонування ТІЦ активізований в основному в західному регіоні країни, актуальною вбачається необхідність спрямувати роботу місцевих органів самоврядування в усіх регіонах на створення та реальну підтримку діяльності ТІЦ. Порівнюючи дані про кількісний та якісний склад ТІЦ у регіонах України, можна зробити висновок про те, що Черкаська область і м. Черкаси, зокрема, мають найнижчі показники за фактом кількості створення та ефективності функціонування ТІЦ. Для прикладу, наведемо дані порівняння Закарпатської, Полтавської та Черкаської областей [11]. Так, станом на ц.ч. в Закарпатській області налічується 34 діючих ТІЦ; у сусідній з Черкаською Полтавській області – 17 ТІЦ, а в Черкаській області – 2 ТІЦ (комунальне підприємство «Туристичний Інформаційний Центр м. Канева» та ТІЦ Чигиринського району).

На останньому засіданні сесії міської ради у вересні 2011 р. було створено комунальне підприємство «Туристично-інформаційний центр м. Черкаси». Основним видом діяльності підприємства мало стати надання інформаційних послуг туристам про наявні в місті туристичні послуги, про мережу розважальних, оздоровчих закладів тощо. Саму ідею створення такого комунального підприємства як першого кроку до розвитку туризму в Черкасах міський голова м. Черкаси С. Одарич висловив під час зустрічі з представниками туристичної галузі міста та звернувся до них з проханням протягом тижня проінформувати його про всі послуги, які вони можуть надавати гостям [8]. Ця інформація планувалася до поширення саме новоствореним «Туристично-інформаційним центром», який мав бути тим основним сегментом збору інформації, куди повинні надходити всі необхідні відомості, й мав стати своєрідною довідковою службою для туристів. Одночасно ТІЦ у Черкасах мав займатися рекламуванням усіх наданих туроператорами послуг, а також популяризацією міста Черкаси в Україні та країнах ближнього зарубіжжя. У 2011 р. під час створення та планування діяльності ТІЦ головний пріоритет міської влади протягом лише одного року його діяльності передбачав виведення м. Черкаси на новий туристичний рівень, заохочення якомога більше туристів у місто. У зв'язку з цим у Черкаському міськвиконкомі після створення ТІЦ активно розпочалася робота над розробкою ідеї бренду Черкас. На той час мали місце сподівання на те, що Черкаси можуть вступити в конкурентну боротьбу з іншими містами України за приваблення туристів відвідати туристичне місто Черкаси.

Аналіз потоків туристів до м. Черкаси в 70-ті роки ХХ ст. дає усі підстави стверджувати про туристичний потенціал міста, його рекреаційної та туристичної інфраструктури. Враховуючи соціально-економічне становище українців та нескінченну потребу пізнання нового, розширення спектра вражень та отримання економічно прийнятних санаторно-лікувальних і оздоровчих послуг, пропозиції закладів відпочинку та оздоровлення Черкас, природні ресурси, кліматичні умови, культурні заходи, пам'ятки історії та культури, гостинність сфери готельно-ресторанного господарства мають усі підстави стати конкурентами в сучасних умовах господарювання. Таким чином, може бути створена приваблива ринкова ніша для надання послуг місцевими оздоровчими закладами.

Для цього має бути задіяне активне використання можливостей Інтернет-ресурсів; створення вільного доступу до інформації про туристичні пропозиції; врахування даних статистичного рейтингу потенційних споживачів туристичних послуг (фінансово-економічні можливості; вікові, статеві, інші соціальні та психофізичні аспекти категорій споживачів турпослуг тощо), розміщення в найбільш відвідуваних і зручних для огляду мешканцями та гостями міста місцях інформаційних стендів, афіш, білбордів про Черкаси, телевізійних і радіодайджестів, відеороликів тощо. Серед нагальних стратегічних питань активізації створення привабливого туристичного продукту та його ефективного просування на ринку послуг – забезпечення постійно оновлюваного та доступного для потенційного споживача інформаційного поля. Серед реального інструментарію для збалансованого, оперативного та

правдивого й постійно оновлюваного інформаційного банку даних у сфері туризму практично виправдані є фактичне створення та застосування туристично-інформаційних центрів як інвестиційно-інноваційного сегменту просування туристичних послуг.

Туристичний сегмент економіки може стати актуальним і перспективним у пошуках залучення інвестицій у розвиток економіки України та її регіонів, адміністративно-територіальних одиниць (далі – АТО), галузей народногосподарського комплексу країни, зокрема й м. Черкаси як молодого (порівняно з іншими АТО) обласного центру. Серед реальних прикладів застосування інструменту сприяння поширенню інформації про потенціал суб'єкта та об'єкта господарювання, окремий туристичний продукт, інфраструктуру, особливості пропозицій на ринку послуг доцільно зазначити переваги застосування спектру розгалуженої діяльності туристично-інформаційних центрів. Розрізняють такі типи ТІЦ, як постійні й тимчасові; місцеві, регіональні, національні та міжнародні; загальнодержавні (як правило, мережа акредитованих ТІЦ) [1, с. 29]. Серед факторів ефективної діяльності ТІЦ необхідно враховувати:

1) вдале місце розташування, що має принципово важливе значення, адже 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) формування локальних мереж регіонального рівня, що створюються завдяки діяльності ТІЦ у великих містах, містах-мільйонниках, поблизу об'єктів туристичного показу національного значення;

3) створення центру координації діяльності ТІЦ із осередком у м. Київ, що є обов'язковим; ТІЦ у таких випадках виникають уздовж міжнародних транспортних коридорів та магістралей, на перетинах кордонів сусідніх з Україною держав і сприяють утворенню загальнонаціонального рівня мережі інформаційних осередків;

4) відповідність зовнішнього вигляду ТІЦ міжнародним стандартам корпоративної уніфікації (ідентичності): наявність розпізнавального знаку «і» (information), розміщення на першому поверсі будівлі або в окремій споруді;

5) структурна належність до ТІЦ інфопунктів (невеликих кіосків), розташованих у місцях активної концентрації людей, що надаватимуть безкоштовну інформацію та реалізовуватимуть рекламно-інформаційну продукцію мешканцям міста, гостям і туристам;

6) забезпечення завдяки ТІЦ державного регулювання галузі через використання місцевих туристичних об'єктів для організації та здійснення туристично-екскурсійного обслуговування [1, с. 78–85, с. 83].

За умов дотримання основних етапів технологічного процесу як головних стратегічних кроків важливо забезпечити в Україні створення мережі туристично-інформаційних центрів. Вони передбачають:

1) узагальнення міжнародного досвіду з урахуванням вітчизняних особливостей розвитку туристичної галузі;

2) моніторинг місцевих об'єктів туристичної інфраструктури, туристично-рекреаційних ресурсів та визначення ефективності їх використання;

3) інвентаризацію туристично-інформаційних центрів (визначення їх дієздатності, розміщення, охоплення території з метою надання державної підтримки та включення їх до єдиної мережі, що створюється) [1, с. 83].

Створення ефективної моделі ТІЦ можливе за рахунок об'єднання зусиль та інтересів державних інституцій і бізнесових структур через дотримання основних етапів технологічного процесу організації та функціонування. Забезпеченість ТІЦ кваліфікованим персоналом (з 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 має служити підґрунтям для розробки державної програми організації та функціонування туристично-інформаційних центрів і перетворення їх на центри гостинності [1, с. 78–85, 15, 16]. У цьому напрямку увагу доцільно зосередити на визначених бізнес-кластерах і природно-економічних кластерах регіонів.

Розвиток бізнес-кластерів, реалізація механізму публічно-приватного партнерства в туристичній сфері, муніципальні туристичні центри – про це та багато іншого говорили, зокрема, на фаховій майстерні «Розвиток туризму в містах та селах Черкащини», що пройшла за сприяння Асоціації міст України в Черкасах. Відвідати майстерню, перейняти досвід і поділитися своїми думками приїхали представники з різних міст Черкащини [16]. Радник міського голови Черкас С. Неухацька, у минуло-

му керівник КП «Туристично-інформаційний центр», розповіла, що Україна, зокрема Черкащина, має унікальну можливість розвивати туристичний потенціал саме в цей час. Наголошувалось на тому, що Черкащина завжди мала свою нішу в сфері туризмі, у т.ч. й те, чого не мають інші: Буддистський храм і найвищий собор, черкаське море і хвойні цілющі ліси, а також безмірно багату історію – батьківщину Тараса Шевченка і Богдана Хмельницького.

Питання публічно-приватного партнерства в туристичній галузі та створення асоціації є одним із найважливіших напрямів пошуку та реалізації інноваційно-інвестиційної складової туризму. Учасники фахової майстерні зійшлися на думці, що треба відроджувати туристично-інформаційні центри в Черкасах та містах районного значення. Тим більше база для цього вже є. Через останні події в Україні туристична галузь та її розвиток відійшли на задній план. Однак, як переконували учасники фахової майстерні, нині відродження і розширення туристичних можливостей регіону є найбільш актуальним.

Щодо технології створення туристично-інформаційного центру, доцільно зазначити про необхідність врахування специфіки та особливостей етапів технологічного процесу та їх тривалості. Виділяють: підготовчий (не більше ніж півроку) етап; етап налагодження діяльності (2,5–3 роки); етап сталого розвитку (розпочинається після переходу до самофінансування). Серед основних напрямів діяльності підготовчого етапу виділяють організаційну та дослідницьку роботу.

Організаційна робота першого етапу включає:

- 1) вибір організаційно-правової форми та реєстрацію центру;
- 2) визначення місця розташування, облаштування та оформлення офісу відповідно до міжнародних норм і стандартів;
- 3) розробку системи послуг; формування проекту бюджету, визначення зони відповідальності;
- 4) підбір та підготовку персоналу; відкриття центру та його презентацію.

Дослідницька робота першого етапу – це:

- 1) визначення стану та перспектив розвитку туризму в регіоні;
- 2) вивчення зарубіжного і вітчизняного досвіду створення туристично-інформаційних центрів;
- 3) формування робочої групи для налагодження діяльності центру та розробки внутрішньої документації, яка її регламентує.

Під час налагодження діяльності мають надаватися якісні інформаційні послуги, зокрема, це можуть бути:

- 1) випуск друкованої туристичної інформаційно-рекламної продукції;
- 2) проведення маркетингових досліджень; налагодження співпраці з місцевою владою, громадськими організаціями, підприємницькими структурами;
- 3) формування бази даних об'єктів туристичної інфраструктури, туристичних продуктів, маршрутів, розробка веб-сайта, налагодження рекламно-інформаційної діяльності; забезпечення уніфікації, проходження акредитації, входження в єдину мережу ТІЦ.

На етапі сталого розвитку має здійснюватися перетворення ТІЦ на центр гостинності:

- 1) розробка системи додаткових платних послуг, перехід від бюджетного фінансування до самофінансування;
- 2) підвищення конкурентоспроможності персоналу туристично-інформаційного центру, проведення тренінгів, семінарів-презентацій;
- 3) промоція місцевої туристичної інфраструктури та об'єктів туристичних відвідувань на вітчизняних та зарубіжних виставках і ярмарках, розширення співробітництва з мережею туристично-інформаційних центрів.

Сьогодні у населених пунктах України, навіть у містах, ще недостатньо використовують Інтернет. Технічне забезпечення та інформаційні можливості не дозволяють їм створити місцеві (селищні, міські) портали, де оперативно та фахово розміщуватимуться новини міст, інвестиційні пропозиції та інші матеріали. Це гальмує процес співпраці з потенційними бізнес-партнерами, місцевою територіальною громадою, які не мають можливості розміщувати свої сторінки в каталогах Інтернет-ресурсів суб'єктів АТО для створення єдиної бізнес-інформаційної системи населеного пункту або громадського утворення. Інститут трансформації суспільства (далі – ІТС) створив якісно новий Інтернет-продукт – інтегральний веб-портал «Українські міста в Інтернеті». У межах проекту ІТС створює для українського міста власний інформаційний сервіс. Розроблена структура цих сторінок дозволяє швидко зорієнтуватися в тому, яка інформація і де знаходиться на сервісі. Фірми також знайшли своє місце на сторінках міст (рубрика «Підприємства та бізнес», підрубрика «Основні підприємства та бізнес-структури») і мають там власні сторінки.

Унікальним для України є й Інтернет-продукт «Інтегральний веб-портал «Українські міста в Інтернеті»», який сьогодні об'єднує 41 місто (близько 10 % усіх українських міст), сайти яких розробив та підтримує ІТС. Окрім новин, які надходять безпосередньо з цих міст, на сайті представлені новини з усіх регіонів України, м. Київ, актуальна економічна та політична інформація загальнонаціонального характеру. На сайті також міститься законодавча база з питань місцевого самоврядування; інформація про чинний адміністративно-територіальний устрій України та моделі адміністративно-територіальної реформи, проведення якої планується в Україні; матеріали про формування та діяльність Всеукраїнської ради міських голів; міжнародний досвід місцевого самоврядування (Нідерланди, Франція, Норвегія, Фінляндія, Словаччина, Польща); «Інформаційний бюлетень українських міст», що видає ІТС; та ін. Сайт запроваджено в рамках програми «МАТРА-КАП» Посольства Королівства Нідерланди в Україні. Завдяки матеріалам, розміщеним на сайті, можна дізнатися про сучасний стан та проблеми розвитку українських міст. Серед учасників проекту «Українські міста в Інтернеті» є й м. Черкаси.

Значний вплив на інформаційну базу в туристичній галузі та популяризацію туризму в Україні, зокрема й у м. Черкаси, має запровадження мережі довідкових служб, Інтернет-мережі, офіційних веб-порталів влади. Так, наприклад, завдяки діяльності прес-служби Черкаської міськради можливо отримати інформацію про основні події міста, заплановані заходи в житті міста, зокрема й у сфері туризму. На період бездіяльності та припинення роботи ТІЦ у Черкасах ця інформативна база стає в нагоді для україномовних і частково російськомовних блогерів, але для багатьох потенційних туристів відсутність ТІЦ стає суттєвою перешкодою у вирішенні нагальних питань інформування у туристичній сфері.

Згідно з рішенням виконавчого комітету Черкаської міської ради № 140 від 13.02.2015 р. «Про проект рішення міської ради «Про затвердження звіту про виконання міського бюджету за 2014 рік» та «Інформацією про використання коштів міського бюджету (пояснювальна до звіту про виконання міського бюджету м. Черкаси за 2014 рік)» міський бюджет за 2014 р. виконано, зокрема, по доходах – на 97,4 % до уточненого річного плану; по видатках – на 88,4 % до уточненого річного плану. В цілому на утримання галузей соціально-культурної сфери за 2014 р. по загальному фонду спрямовано 862931,7 тис. грн., або 98,2 % до уточненого річного плану. Порівняно з 2013 р. ці видатки зросли на 49060,5 тис. грн., або на 6,0 %. У табл. 1 подано динаміку виконання видатків загального фонду міського бюджету по галузях соціально-культурної сфери.

Таблиця 1

**Динаміка виконання видатків загального фонду міського бюджету
по галузях соціально-культурної сфери**

Один. виміру	Освіта		Охорона здоров'я		Соцзахист населення		Культура і мистецтво		Фізична культура і спорт	
	роки		роки		роки		роки		роки	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
млн. грн.	280,7	288,9	198,4	197,2	287,8	328,6	36,0	36,6	11,0	11,6

Щодо місцевих податки і зборів, доцільно звернути увагу на те, що Податковим кодексом України на 2014 р. встановлений перелік із п'яти місцевих податків і зборів, що діють на території України. Серед цих видів податків поруч з іншими є й туристичний збір. За 2014 р. до загального фонду міського бюджету надійшло 6450,8 тис. грн. місцевих податків і зборів, що становить 94,0 % до плану на 2014 р. В розрізі податків надходження є наступними (табл. 2) [15].

Таблиця 2

Надходження окремих видів податків у м. Черкаси за 2014 р., тис. грн.

Назва податку	План на 2014 рік	Фактичні надходження за 2014 рік	Відсоток виконання плану на 2014 рік
Туристичний збір	70,0	70,1	100,1
Збір за провадження деяких видів підприємницької діяльності	6790,0	6380,7	94,0
ВСЬОГО	6860,0	6450,8	94,0

Важливою складовою діяльності ТЩ є розробка механізму надходження коштів на його утримання. У фінансовому плані необхідно врахувати можливості надходження коштів, зокрема з державного/місцевого бюджету; донорських організацій; фондів, що надають гранти в цій сфері; від зацікавлених підприємств туристичної галузі. Зазвичай у разі ефективної діяльності вже через три роки ТЩ здатний вийти на рівень самофінансування. Враховуючи, що створення ТЩ є одним із стратегічних напрямів діяльності органів виконавчої влади в галузі туризму, важливо дотримуватись технології організації та функціонування таких інституцій, якими передбачені такі етапи, як: підготовчий, налагодження діяльності, сталого розвитку, про особливості яких зазначено вище.

Протягом останніх п'яти років в Україні пройшло ряд семінарів, «круглих столів», засідань фахівців сфери туризму, представників громадянського суспільства з питань діяльності ТЩ. Так, наприклад, координатор програм з розвитку туризму в регіонах України проекту USAID ЛІНК Г. Друзенко запропонував створити Всеукраїнську асоціацію ТЩів, яка допоможе скоординувати зусилля та в перспективі просувати до Верховної Ради України «Закон про туристично-інформаційні центри». Поки питання про асоціацію ТЩів залишається відкритим, адже ще не всі підтвердили бажання брати в цьому участь. Туристично-інформаційний центр Черкас узяв участь у форумі «Перемагай з левом», що відбувся у Львові 21 – 22 листопада 2012 р., а також у майстерні «Українські ТЩи: стан, проблеми та перспективи розвитку» 19 – 20 листопада 2012 р., що об'єднала представників понад 40 турінфоцентрів з усієї України. Робота майстерні ТЩів відбулася у межах проекту USAID «ЛІНК» у партнерстві з проектом GIZ «Консультавання та створення управлінських потужностей для Євро-2012», за підтримки Управління туризму Львівської міськради і Львівського Туристичного Альянсу. Учасники мали змогу оглянути розвинену інфраструктуру західної столиці України та відвідати ТЩ цього старовинного міста. Протягом заходу його учасники були ознайомлені з досвідом організації та ефективної діяльності муніципального ТЩ. Участь у подібних заходах є вкрай важливою для навчання, обміну досвідом та озброєння інструментарієм для практичного втілення в окремих регіонах, містах тощо. Допоки в Черкасах функціонував ТЩ, очолюваний спеціалістом високого гатунку, а не популістом, черкащани мали пересвідчитися на практиці в ефективній реалізації знань і навичків, набутих під час перебування та роботи в міжнародних і вітчизняних проектах щодо діяльності ТЩ. «Спеціальні види туризму» – так називався, наприклад, захід, до якого 16 червня 2012 р. долучилися фахівці Туристично-інформаційного центру Черкас. Семінар відбувся в межах Європейського селища, створеного за ініціативи Німецько-українського партнерства заради розвитку, представництва Європейського Союзу в Україні й Київської міськдержадміністрації. Організаторами семінару стали Німецьке бюро міжнародного співробітництва (GIZ) і ВСГО «Рада з питань туризму та курортів». Звіт про діяльність Черкаського КП «ТЩ» є й на сьогодні у вільному доступі для бажаючих ознайомитися з його змістом. Про недоліки, недолугість та непрофесіоналізм в подальшому керівників ТЩ (допоки він мав діяти як КП Черкаського міськвиконкому), можна, за браком інформації для наповнення сайту ТЩ, зробити висновки з окремих інформаційних Інтернет-сайтів м. Черкаси та Черкаської області; будь-яка форма звіту відсутня для вільного доступу громади з її ознайомленням.

Отже, за умови високопрофесійного керівництва ТЩ, діяльність осередків туристичної інформації має також спрямовуватися на підбір і підготовку кадрів; тісний взаємозв'язок з навчальними закладами туристичного профілю; розробку, закріплення функціональних обов'язків за працівниками та проведення семінарів і тренінгів; розміщення відповідної інформації в ЗМІ, на сайті ТЩ та інших Інтернет-ресурсах тощо, тобто бути правдивою, публічною, професійною, простою та зрозумілою до сприйняття.

Таким чином, аналіз теоретико-методологічних засад організації та функціонування ТЩ в Україні підтверджує важливість створення функціональної мережі осередків надання туристичної інформації по всій Україні як одне із стратегічних завдань, що постало перед державними інституціями, бізнесовими структурами української туристичної галузі та громадянським суспільством у сучасних умовах.

Висновки. За результатами дослідження сформульовано основні фактори впливу на організацію та надання послуг інформаційного забезпечення туристів; покращення якості туристичної продукції, послуг та інфраструктурного забезпечення; формування мережі туристичних інформаційних центрів; планування, організування, мотивування, моніторингу і контролювання, регулювання туристичних, інформаційних і фінансових потоків; врахування рекреаційного та психологічного навантаження від туристів на місцевість; покращення інвестиційного клімату у місцевості. Перелічено види послуг, які можуть надавати туристично-інформаційні центри, на прикладі ТЩ у Черкасах здійснено аналіз недоліків і запропоновано модель для ефективної діяльності туристичного інформаційного центру.

Серед інструментаріїв туристичної інформативної бази переважне місце має посідати туристично-інформаційний центр. Інформація цього підприємства будь-якої форми власності та організаційно-правової форми має бути абсолютно доступною для оперативного інформування та визначення стратегії розвитку туризму. Варто усвідомити унікальність міста Черкаси та об'єднати зусилля влади, бізнесу і активного громадського сектора, розробити дієвий план дій, визначити професійних виконавців. Важливим є розуміння місцевою владою і бізнесом того, що туризм – це прибуткова галузь, яка може давати користь місту, збільшувати надходження до бюджету. На жаль, через брак надійної статистики та зручної системи обліку туристів в Україні фахівці з туризму не можуть ефективно переконати владні та бізнесові структури в необхідності інвестувати в туризм. Як організаційна структура ТІЦ має забезпечувати надання інформаційних, координаційних і навчальних послуг. Першочергова функція таких осередків полягає в наданні безкоштовних інформаційних послуг, що стосуються широкого спектра місць розташування об'єктів туристичного показу, засобів розміщення та харчування, дозвілля, транспорту, торговельних установ тощо. ТІЦ має розповсюджувати серед відвідувачів рекламно-інформаційну продукцію та може здійснювати продаж сувенірів. Координаційні функції ТІЦ полягають у накопиченні інформації про взаємодію установ, які задовольняють туристичні запити відвідувачів, а також сприяють презентації місцевого туристичного продукту на виставках та ярмарках.

ТІЦ – це одночасно і навчально-просвітницькі осередки, оскільки вони організують проведення семінарів, тренінгів, презентацій для потенційних учасників ринку туристичних послуг у певному регіоні. Запропонована організаційна структура туристичних інформаційних осередків здатна впливати на інформаційне забезпечення державного регулювання та управління туризмом у місті, регіоні, оскільки ТІЦ – це сучасний інвестиційно-інноваційний сегмент просування туристичних послуг, що має сприяти удосконаленню нормативно-правової та оприлюдненню інформаційно-аналітичної бази для широкого загалу користувачів Інтернет. Головною метою туристичних інформаційних центрів визначено саме створення механізму інформаційного представлення, створення позитивного міжнародного іміджу та популяризації туристичних територій. Черкаси мають усі можливості стати з провінціального сучасним і перспективним містом, сприятливим для інноваційних технологій у сфері туризму, рекреації. Тож треба спонукати владу відновити в обласному центрі КП «Туристично-інформаційний центр» як осередок інвестиційно-інноваційного спрямування для створення привабливого іміджу місцевих ресурсів.

Список використаної літератури

1. Гаврилюк А. Туристично-інформаційні центри як чинники державного регулювання туристичної галузі України / А. Гаврилюк // Вісник Національної академії державного управління. – К. : НАДУ, 2014. – С. 78–85.
2. Офіційний сайт Державної служби туризму та курортів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.tourism.gov.ua/publ.aspx?id=532>
3. Черкаська обласна державна адміністрація [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ckoda.gov.ua/?article=185>
4. Офіційний сайт Міністерства культури і туризму України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.mincult.gov.ua
5. Урядовий портал КМУ України [Електронний ресурс] / Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України. – Режим доступу : http://www.kmu.gov.ua/control/publish/article?art_id=245041372
6. Горбунов Н. П. Конкурентоспособность туристических услуг. Проблемы и способы оценки / Н. П. Горбунов, О. Н. Яценко, И. А. Небога // Вісник НТУ «ХПІ». – Харків : НТУ «ХПІ». – 2013. – № 53 (1026). – С. 35–43. – (Серія : Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства).
7. Створення та діяльність туристичних інформаційних центрів в Україні : практ. посіб. / [за ред. Р. Вольфа]. – К. : [б.в.], 2006. – 176 с.
8. Інтернет-щоденник міського голови Черкас Сергія Одарича [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sergiyodarych.livejournal.com>
9. Про затвердження Програми розбудови туристичної інфраструктури за напрямками національної мережі міжнародних транспортних коридорів та основних транспортних магістралей у 2004 – 2010 роках : Постанова Кабінету Міністрів України від 12 трав. 2004 р. № 612 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.gdo.kiev.ua/files/db.php?st=2041&god=2008>
10. Державна програма розвитку туризму на 2002 – 2010 роки : Постанова Кабінету Міністрів України від 29 квіт. 2002 р. № 83 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua>
11. Інтегральний веб-портал «Українські міста в Інтернеті» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://blog.cityukraine.info/druk.php?ch=3&fl=swiss>

12. Орленко О. І. Як створити життєздатний ТІЦ або Етапи великого шляху / О. І. Орленко // *Новости турбізнесу*. – 2007. – № 13–14. – С. 20–22.
13. Орленко О. І. Як створити життєздатний ТІЦ або Етапи великого шляху / О. І. Орленко // *Новости турбізнесу*. – 2007. – № 15. – С. 16–18.
14. Орленко О. І. ТІЦ : подорожі з відкритими очима / О. І. Орленко // *Новости турбізнесу*. – 2007. – № 18. – С. 35–37.
15. <http://procherk.info/news/7-cherkassy/32679-u-cherkasah-obgovorili-jak-investuvati-v-turizm>
16. Про це говорять Черкаси [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://procherk.info/>

References

1. Gavrylyuk, A. (2014) Turystychno-informacijni centry yak chynnyky derzhavnogo regulyuvannya turystychnoyi galuzi Ukrainy. *Visnyk Nacionalnoyi akademiyi derzhavnogo upravlinnya*. Kyiv: NADU, s. 78–85.
2. Oficijnyj sajt Derzhavnoyi sluzhby` turyzmu ta kurortiv [Elektronnyj resurs]. Rezhym dostupu: <<http://www.tourism.gov.ua/publ.aspx?id=532>>
3. Cherkas'ka oblasna derzhavna administraciya [Elektronnyj resurs]. Rezhym dostupu: <<http://www.ck-oda.gov.ua?article=185>>
4. Oficijnyj sajt Ministerstva kul'tury` i turyzmu Ukrainy [Elektronnyj resurs]. Rezhym dostupu: <www.mincult.gov.ua>
5. Uryadovyj portal KMU Ukrainy Yedynyj veb-portal organiv vykonavchoyi vlady Ukrainy [Elektronnyj resurs]. Rezhym dostupu: <http://www.kmu.gov.ua/control/publish/article?art_id=245041372>
6. Gorbunov, N. P., Yacenko O. N., Neboga I. A. (2013) Konkurentosposobnost' turisticheskikh uslug. Problemy i sposoby ocenki. *Visnyk NTU «XPI»*. Seriya: Aktual'ni problemy upravlinnya ta finansovo-gospodars'koyi diyal'nosti pidpnyemstva. Xarkiv: NTU «XPI», 53 (1026), s. 35–43.
7. Stvorennya ta diyal'nist turystychnyh informacijnyh centriv v Ukraini (2006). Za red. R. Vol'f. Kyiv, 176 s.
8. Internet-shhodennyk mis'kogo golovy Cherkas Sergiya Odarycha [Elektronnyj resurs]. Rezhym dostupu: <<http://sergiyodarych.livejournal.com>>
9. Pro zatverdzhennya Programy rozbudovy turystychnoyi infrastruktury za napryamkamy nacional'noyi merezhi mizhnarodnyh transportnyh korydoriv ta osnovnyh transportnyh magistralej u 2004–2010 rokax: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 12 trav. 2004 r. N 612 [Elektronnyj resurs]. Rezhym dostupu: <<http://www.gdo.kiev.ua/files/db.php?st=2041&god=2008>>
10. Derzhavna programa rozvytku turyzmu na 2002 – 2010 roky : Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 29 kvit. 2002 r. N 83 [Elektronnyj resurs]. Rezhym dostupu: <<http://www.kmu.gov.ua>>
11. Integral'nyj veb-portal «Ukrayins'ki mesta v Interneti» [Elektronnyj resurs]. Rezhym dostupu: <<http://blog.cityukraine.info/druk.php?ch=3&fl=swiss>>
12. Orlenko O. I. (2007) Yak stvoryty zhytlyezdatnyj TICz abo Etapy velykogo shlyahu. *Novosti turbiznesa*, (13-14), s. 20–22.
13. Orlenko, O. I. (2007) Yak stvoryty zhytlyezdatnyj TICz abo Etapy velykogo shlyahu. *Novosti` turbiznesa*, (15), s. 16–18.
14. Orlenko, O. I. (2007) TICz : podorozhi z vidkrytymy ochyma. *Novosti turbiznesa*, (18), s. 35–37.
15. <<http://procherk.info/news/7-cherkassy/32679-u-cherkasah-obgovorili-jak-investuvati-v-turizm>>
16. Pro ce govoryat' Cherkasy [Elektronnyj resurs]. Rezhym dostupu: <<http://procherk.info/>>

Svitlana Belyaeva, Ludmila Frey

TOURIST INFORMATION CENTRE AS AN INVESTMENT AND INNOVATIVE SEGMENT OF TOURISM PROMOTION

Introduction. *Current state of the economy and social spectrum of life of the population of Ukraine gives grounds to assert the urgent need for significant efforts on the development of certain clusters of national economic complex, among which domestic tourism can play a significant role. This determines the promotion of free access to tourist information database in regions of Ukraine, in all administrative-territorial units and settlements (towns, villages, etc).*

The aim of the work is to reveal problematic issues of the creation and functioning of tourist information centre (TIC) as an investment and innovation segment of tourism promotion on the example of Cherkasy tourist information centre.

Statement of the problem. *The main goal of research is to investigate the mechanism and methods of the formation of tourist information space with the aim to attract potential tourists, to form facilities for motivation of the development of domestic and inbound tourism; to improve investment attractiveness of tourist offers in competitive environment.*

Today in Ukraine there is a need to study current state in the sphere of influence of TIC activities. On the example of Cherkasy TIC the task has been set to study problematic issues of the functioning of corresponding communication and information economic entities in economy tourism sector; to offer applied aspects of TIC creation, organization and effective functioning; to determine directions of action for ensuring TIC effective operation in Cherkasy city.

The main material of the article. To manage the process to facilitate tourism effective development in the countries of the world direct involvement of an increasing number of tourists is of great importance. The Ukraine and conditions for the development of attractive offers in tourism sphere in our country aren't an exception. Today, regulatory framework on the establishment and operation of tourist information centres in Ukraine requires further improvement. Given that in developed countries of the world extensive network of institutions, establishments of tourist infrastructure, which includes relevant informative and tourist information centres is created and successfully operates, and in Ukraine the process of TIC organization and effective functioning is activated mainly in Western region of the country, the need to guide the work of local authorities in all regions to create real support for TIC activities is urgent.

Results and their discussion. Comparing data on quantitative and qualitative TIC structure in regions of Ukraine, we can conclude that Cherkasy region and Cherkasy, in particular, have the lowest indices in the quantity of TIC establishment and operation efficiency. The types of services that can be provided by tourist information centres are listed, on the example of Cherkasy TIC the analysis of deficiencies is made and the model for effective operation of tourist information centre is offered.

The proposed organizational structure of TICs is able to influence an information support of state regulation and tourism management in a city and a region, since TIC is a modern investment and innovation segment of tourism promotion, which should contribute to the improvement and disclosure of normative legal information-analytical base for a wide range of Internet users.

The conclusions and recommendations. According to the results of the research the main factors to influence on the organization and provision of information services for tourists; to improve the quality of tourism products, services and infrastructure provision; to form a network of tourist information centres; to plan, organize, motivate, monitor, control and manage tourism, information and financial flows; to account recreational and psychological stress from tourists to the area; to improve investment climate in the area are formulated.

The creation of a mechanism for information representation, creation of positive international image and promotion of tourist areas is the main purpose of tourist information centres. Cherkasy has the potential to be modern and perspective city, favourable to innovative technologies in the sphere of tourism and recreation. So it is necessary to force the authorities to resume in the city «Tourist information centre» as a centre of investment and innovative direction to create an attractive image of local resources.

Keywords: investment, innovation, information, infrastructure, clusters, communications, tourism, tourist information centres, Cherkasy, Ukraine.

Рецензенти: І. П. Мігус, д.е.н., професор, зав. кафедри менеджменту та економічної безпеки Черкаського національного університету ім. Б. Хмельницького; Л. М. Ченурда, д.е.н., професор, зав. кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Черкаського державного технологічного університету.