

Туристичні інформаційні центри, як основа галузі відпочинку та рекреації в країні

Нещодавно, Закарпаття поповнилось ще одним туристичним інформаційним центром (ТІЦ), який було відкрито в гуцульській столиці краю - в Ясіня. Здавалось би, що в пандемію через COVID-19: карантину, «червоних зон» тощо така ініціатива організаторів, трохи чи не марна. Однак, ТІЦ в найвіддаленішій територіальній громаді краю - потрібна та корисна річ й давно на часі, незважаючи на те: хто ініціатор, як та чому «відкрили» й де розташований МАФ. Адже, важливо інше, як працюватиме ТІЦ та чи витримає перевірку часом, адже це далеко не "хлібний магазин" з регламентованим режимом роботи, який неодмінно мусить "стояти на дорозі" та й "заробити на себе", як правило така інституція не в змозі. Тим не менше, класичний ТІЦ має діяти 24 години на добу, 7 днів на тиждень та 365 днів на рік. Більше того, така інституція є корисною лише за наявності власної а головне - діючої веб-сторінки й бажано на кількох мовах та яка доєдналась до мережі ТІЦів, принаймні нашого краю.

Як й коли в Україні було започатковано виникнення ТІЦів

Відомо, що доброю нагодою створення туристичних інформаційних центрів в Україні, однозначно, можна вважати підготовку країни до організації Євро-2012. Загалом же, до цієї акції мало бути відкрито 49 ТІЦів у Києві, Донецьку, Львові та Харкові, що було визначено Державною цільовою програмою. На кінець Євро-2012, як проінформував Інформаційний центр «Україна-2012», в країні діяв 61 туристичний центр, хоч мало який з них відповідав європейським стандартам. Закарпаття ж станом на 2012 рік, могло похизуватись майже півтора десятком ТІЦів, які ще в 2011 році об'єднались у своєрідну мережу із 14-ти туристичних інформаційних центрів, представники яких підписали між собою відповідну угоду. На сьогодні, за даними Управління туризму та курортів Закарпатської ОДА (<https://zaktour.gov.ua/info/>), в краї діє 25 ТІЦів але значна частина з них навіть не має власної веб-сторінки, низка посилань просто не відкривається а «доля» мережі ТІЦів наразі невідома. Причин такого стану речей, немало: відсутність реальної підтримки з боку державних інституцій та місцевої й муніципальних влад, війна на Сході, COVID-19 тощо.

Отже, майже 10 років тому, тоді ще діюча - Держслужба туризму та курортів передбачала два можливих шляхи розвитку мережі ТІЦів, а саме - створення «туристичних довідкових»: приватними підприємцями (фізичними особами) та/чи компаніями (юридичними особами) або за рахунок місцевих бюджетів. У першому випадку фінансування (забезпечення матеріально-технічної бази та оплата роботи персоналу) ТІЦу, мало здійснюватись приватним коштом фізичної/юридичної особи, які надаватимуть необхідні послуги, перелік, норми, строки та якість яких мали регламентуватись центральним органом. Держава ж бралась забезпечувати всі центри інформаційною продукцією на які мали виділятися окремі кошти з бюджету країни. Так чи інакше, обмежились тільки прискореною організацією ТІЦів до проведення Євро - 2012, за державний кошт, з єдиним завданням для останніх - інформувати гостей футбольної фієсти.

Перспективи розвитку діючих та виникнення нових ТІЦів

Вищевказана ситуація, вкупі з нерозвиненістю туристичної сфери, яка більше 20 років працювала на виїзний туризм (outbound tourism) коли, здебільшого вивозили співгромадян за кордон, що було через низький попит й відсутність інтересу українців саме до внутрішнього туризму (domestic tourism), призвели до певної стагнації галузі, що не сприяло, в тому числі й розвитку ТІЦів. Натомість, війна на Сході, економічні негаразди й COVID-19 не стільки «призакрили» Захід щодо мандрювань, скільки посприяли виникненню нових та поживавленню вже діючих, українських туристичних інформаційних центрів. З цієї когорти й нововідкритий Туристичний інформаційний центр Ясіня. Й не дивлячись на те, що «ініціатива» поки що не має не тільки веб-сторінки але й логотипу, як й постійних клієнтів, ідея першого в цій територіальній громаді ТІЦу має «право на життя». Більше того, перша акція: «Вільна екскурсія для ясінчан», яка таки відбулась - підтверджують доцільність створення такої інституції на Гуцульщині й правильність дій її ініціаторів-організаторів.

Тим не менше, варто зазначити: в Україні й надалі зростатиме потреба в туристичних інформаційних центрах, які будуть активно створюватись, особливо у нових територіальних об'єднаннях громад. Це пов'язано зі значно більшою територією України (на відміну від ряду Східних та Центральноєвропейських країн, де ТІЦи виникали, в основному, для інформування іноземних туристів), що дозволить організовувати й ознайомчі відвідування інших регіонів країни, в режимі, наприклад, «вихідного дня», а також потребою в рекреаційно-курортному оздоровленні, наприклад жителів Східної і Центральної частин України в лікувально-курортному відпочинку, саме: Львівська, Закарпатська й Івано-Франківська області, регіонах країни.

З другого боку, по мірі насичення ринку зарубіжними пропозиціями, співвітчизник, з часом буде все більше й частіше шукати й повинен знаходити задоволення своїм вимогам щодо якості відпочинку та рекреації й пропозиції, зокрема по гідному оздоровленню, безпосередньо, в Україні. Саме в цей момент, організатори внутрішнього прийому туристів та відпочиваючих (готелі, мотелі, садиби, будинки відпочинку, санаторії, турбази тощо, надавачі транспортних послуг, оператори ринку: туристичні фірми, туроператори та тур агентства тощо) в повній мірі відчують потребу в туристично-інформаційній організації своєї діяльності, в тому числі й з використанням сучасних засобів зв'язку та комунікації, включно неперевершених можливостей світової мережі Інтернет (наприклад, в частині використання сервісу, який пропонує Booking, яким вже сьогодні активно користуємось). Звідси роль ТПЦів, як основи туристичної галузі якої країни буде тільки зростати, що не є виключенням й для Гуцульщини.

Натомість, учасники туристичного ринку всередині України, ще й сьогодні, відчувають значні труднощі у своїй діяльності та туристичних інформаційних центрів, зокрема. Насамперед, це відсутність системного підходу до формування мережі ТПЦів України, через нерозуміння їх важливості та актуальності для розвитку туристичної галузі; відсутність на державному рівні законодавчо-нормативної бази та досвіду створення і роботи ТПЦів; недостатність/відсутність спеціалістів та/чи низький рівень підготовки кадрового потенціалу по цій проблематиці в регіонах; ігнорування та нерозуміння реальних можливостей таких центрів на місцевому рівні, а також - актуальності й сучасності завдань для таких інституцій; недостатня/неналежна допомога (наприклад, надання методичних порад, преференцій, приміщень, пільг тощо) чи фінансування (спів фінансування), з боку місцевих громад, муніципальних об'єднань та держави взагалі. Прикладом може слугувати факт, що, практично, кожне європейське місто чи регіон, на своєму Інтернет-сайті, чи не в першу чергу розміщують власний, міський інформаційний, чи регіональний туристично-інформаційний ресурс, як правило - центр. Про це докладно висвітлено в матеріалі «Роль, місце і значення туристичних інформаційних центрів (ТПЦ) в процесі транскордонних, міжрегіональних взаємин та співробітництва між містами-партнерами» (<https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/22756/1/роль%2c%20місце%20і%20значення%20туристичних%20інформаційних%20центрів.pdf>).

Доцільність використання європейського досвіду у становленні та розбудові ТПЦів

Для вирішення вищевказаних проблем, уже сьогодні, варто скористатись цілим рядом програм транскордонного та між регіонального співробітництва, можливостями проектів Єврорегонів та угодами, укладеними між містами-партнерами, а в разі необхідності – доповнити вищевказані програми, проекти та угоди пунктами про таке. Крім того, цілий ряд пропозицій доцільно звести до узгоджених заходів, що періодично прописуються в Державній програмі розвитку транскордонного співробітництва із заходами, передбаченими в Державній програмі розвитку туризму. Окремими пунктами варто відзначити створення і регіональних інформаційно-промоційних структур та ТПЦів, з використанням моделей приватно-державного партнерства й коштів міжнародної технічної допомоги, місцевих громад, муніципальних об'єднань та держави.

В питаннях співробітництва у сфері туризму, взагалі й створення, розвитку туристичних інформаційних центрів, зокрема, важливим для України та нашого краю є потреба максимально скористатись досвідом міжнародних, міждержавних, регіональних, інших подібних інститутів. Корисною для Закарпаття може бути категоризація вже діючих ТПЦів, наприклад в країнах Вишеградської групи. Так, цікавим є практика категоризації ТПЦів у Чеській Республіці, яку детально висвітлено в публікації «Досвід Чехії у розбудові інформаційно-інституційних підвалин сприяння туризму» (<https://www.uzhnu.edu.ua/en/infocentre/get/2777>).

Насамперед треба відмітити, що наші європейські сусіди, які ще вчора були країнами так званого соціалістичного табору, буквально за кілька років доєднались до світової туристичної мережі, насамперед через прийняття норм та стандартів й, відповідно, сертифікації власних послуг. Так, чеська Асоціація туристичних інформаційних центрів (А.Т.І.С.), як професійна, незалежна організація - діє в сфері туризму та координує діяльність своїх членів: представляє їх інтереси в органах влади, забезпечує обмін досвідом між ними, включаючи й із-закордонням тощо. Спеціалісти Секретаріату, виконавчого органу Асоціації - сертифіковані відповідно до норм ISO 9001:2008. Натомість, усі ТПЦи країни, які є членами А.Т.І.С. повинні дотримуватись певних стандартів, відповідно до яких і присвоюється категорія кожному ТПЦу.

Отже, в Чеській Республіці, до категорії «А» віднесено ТПЦ, які діють 7 днів на тиждень, цілорічно та володіють інформацією про цілу Чехію. ТПЦ цієї категорії повинен безперервно бути в Інтернет-контакті, надавати безкоштовну інформацію про свою країну не менше як на трьох

світових мовах, пропонувати послуги екскурсовода у своєму регіоні, виступати посередником з бронювання і поселення туристів та може забезпечити екскурсовода по всій країні. ТПЦ цієї категорії позначається 4-ма зірочками.

До категорії «В» прийнято відносити ТПЦ регіонального (крайового/обласного) значення, що працює 6 днів на тиждень, цілорічно і надає інформацію по регіону свого місцезнаходження. ТПЦ цієї категорії повинен безкоштовно надавати інформацію про свій регіон не менше як на двох світових мовах, пропонувати посередницькі послуги екскурсовода та виступати посередником з бронювання і поселення туристів. Такий ТПЦ позначається 3-ма зірочками.

До категорії «С» віднесено ТПЦ місцевого рівня, що працює 5 днів на тиждень, цілорічно та надає інформацію по місце своєї діяльності. Такий ТПЦ повинен безкоштовно надавати інформацію про місто своєї діяльності не менше як на одній світовій мові та позначається 2-ма зірочками.

До категорії «D» віднесено сезонний ТПЦ, який не працює цілорічно, але діє в сезон не менше 5 днів на тиждень та надає інформацію за місцем своєї діяльності не менше як на одній світовій мові. ТПЦ цієї категорії позначається однією зірочкою.

Отже, як бачимо класифікація ТПЦів в Чеській Республіці доволі гнучка та пристосована до місцевого ринку туристичних послуг. При цьому, що може бути корисним і для нашого краю, державне адміністрування бізнесу у сфері туризму акцентовано не на дозвільно-ліцензійній та контрольно-каральній практиці, а на інформаційному та методично-практичному сприянні туристичному бізнесу, при мінімальній фінансовій підтримці з боку платників податків.

Й ще, з цікавого та корисного із Європи: виявляється, що ТПЦи можуть бути організовані не тільки приватниками, муніципальною владою чи державними/відомчими структурами (при державних музеях, наприклад), але й конфесійними приходами (в монастирях та церквах). Так, сертифікований ТПЦ може запросто діяти в замку, у приватній винарні чи при байк-центрі.

Як та що робити, щоб наблизити власний ТПЦ до європейських стандартів

Однозначно, що ТПЦ, це швидше філософія наріжного каменю у великій піраміді туристичної індустрії, якої в Україні на жаль ще нема. І якщо хтось думає, що туризм в країні починається з міністерства, управління чи департаменту, тобто з чиновників, той помиляється. Більше того, в українському законодавстві навіть нема терміну «туристичний інформаційний центр». Українців, а особливо туризмологів, не кажучи вже про організаторів місцевих ТПЦів могли б здивувати вимоги стандарту ISO 14785:2014, які регламентують саме діяльність останніх. Так, відповідно до вимог, доступ в приміщення ТПЦів повинен бути без бар'єрним, з можливістю відвідання такого людьми з інвалідністю; ТПЦ мав би мати... місця для паркування автомобілів та велосипедну стоянку; туристична мапа місцевості в зоні дії ТПЦу та його номери телефонів повинні бути на видному (вітрина приміщення) місці, повідомлення автовідповідача повинно бути, мінімум на двох мовах а дзвінок не може перевищувати чотирьох гудків тощо.

А тепер, озирнемось й побачимо, на прикладі того ж ясінянського ТПЦу, що перед нами не зовсім те, про що йшлося вище. Однак, все можна й варто надолужити. Це і відповідний логотип, й веб-сторінка, й укладення угод з іншими ТПЦами Закарпаття та сусідніми областями, й формування баз даних та корисної інформації, починаючи від місць розташування/поселення по територіальній громаді й списку екскурсій та подорожей аж до розкладу руху автобусного та залізничного сполучень. Більше того, солідний ТПЦ мав би оприлюднити й вартість послуг (своїх та партнерів: готельєрів, рестораторів, перевізників тощо) а також вказати що в ТПЦі буде безкоштовним (наприклад, мапа територіальної громади та району). Адже сучасний ТПЦ, це поєднання зусиль: ініціативних організаторів, територіальної громади, місцевої влади, відділів (секторів, управлінь, департаментів) туризму виконавчої влади й інших зацікавлених сторін, щоб туристичний інформаційний центр не залишався лише сувенірним шопом, в якому до Великодня пропонуватимуться «великобічківські паски».

Й насамкінець, важливо розуміти, що ТПЦ, принаймні, найвищої категорії - доцільно та вигідно фінансувати з бюджету громади за кошти від туристичного збору. Більше того, саме сучасний ТПЦ є одним з дійових інструментів в організації туризму й чи не найкращою рекламою для територіального об'єднання. Правда, для цього варто підготувати Концепцію ТПЦу, узгодити «дорожню карту» з територіальним об'єднанням та діяти публічно для громади, щоб виключити непорозуміння з громадою. За таких умов, ТПЦ може стати своєрідним центром уваги не тільки для потенційних туристів та відпочиваючих й гостей територіального об'єднання, але й для громади, включаючи і їх громадські організації, тобто для всіх мешканців Гуцульщини.