

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА
ШЕВЧЕНКА ГЕОГРАФІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА КРАЇНОЗНАВСТВА ТА ТУРИЗМУ

ТУРИСТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНІ ЦЕНТРИ ТА ЇХНЯ РОЛЬ У
РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ РОСІЙСЬКОЇ АГРЕСІЇ
(НА ПРИКЛАДІ ТІЦ «КАМ'ЯНЕЦЬ»)

за спеціальністю: 242 Туризм
галузі знань: 24 Сфера обслуговування
за освітньо-професійною програмою: Туризм
на здобуття освітнього ступеню: Бакалавра

Кваліфікаційна робота бакалавра
студентки денного відділення IV курсу
Варгалюк Ілони Романівни

Науковий керівник:
д.геогр.н, економіко-географ, геологіст,
країнознавець, проф. Смирнов І.Г.

Київ -2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНИХ ЦЕНТРІВ (ТІЦ)	6
1.1. Туристично-інформаційні центри міста та їх функціональне наповнення. Організаційно-правові засади функціонування ТІЦ	6
1.2. Світовий досвід створення та розвитку туристично-інформаційних центрів	14
1.3. Роль та значення ТІЦ для регіонального розвитку	19
1.4. Методика дослідження.....	23
РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА РЕСУРСНОЇ БАЗИ М. КАМ'ЯНЦЯ - ПОДІЛЬСЬКОГО ДЛЯ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТА ІНОЗЕМНОГО ТУРИЗМУ	26
2.1. Ресурси національно-патріотичного туризму: Кам'янець-Подільський – столиця УНР	26
2.2. Ресурси Середньовіччя:.....	29
2. 2. 1. Литовський Кам'янець	29
2. 2. 2. Польський Кам'янець.....	31
2. 2. 3. Турецький Кам'янець	34
2. 2. 4. Вірменський Кам'янець	35
2. 2. 5. Єврейський Кам'янець	37
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЄКТУ ТУРИСТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНОГО ЦЕНТРУ НА ПРИКЛАДІ ТІЦ «КАМ'ЯНЕЦЬ»	41
3.1. Мета та завдання ТІЦ в умовах російської агресії	41
3.2. Діяльність віртуального ТІЦ Кам'янець.....	44
3.3. Просування туристичних продуктів Кам'янця-Подільського можливостями ТІЦ	48
ВИСНОВКИ	52
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ.....	57
ДОДАТКИ	62

ВСТУП

Туристичні інформаційні центри, або центри обслуговування відвідувачів, центри прийому призначені для надання інформації та допомоги фактичним або потенційним туристам у межах пункту призначення та прилеглих територій. Центр діє, як головний контактний пункт для запитів щодо планування подорожей, а також місце, де місцеві підприємства та туристичні агенції можуть отримати поради та допомогу для просування своїх продуктів і послуг. Звичайно, жоден світовий досвід не зможе надати вичерпної відповіді на багато запитань, які керівники туристичних компаній повинні розглянути, уявляючи, як повинен працювати центр, і багато з відповідей залежать від пропозицій місця призначення (дестинації). Основні характеристики такого центру включають години роботи, кількість персоналу на місці, види місцевих товарів, що реалізуються, друковану продукцію рекламного типу і т.д. Хоча це не вичерпний список, центр гарантовано допоможе прийняти правильне рішення під час проектування власної подорожі.

Центри туристичної інформації відповідають на запитання: куди піти і що робити. Місцевий туристичний інформаційний центр може виконувати різноманітні ролі, і його слід автоматично вважати ключовим гравцем у розвитку та маркетингу дестинації. Хоча центр може надавати всі або більше, ніж вищезгадані послуги, він також може відігравати певну роль у збільшенні кількості чи різноманітності послуг у межах дестинації. Центр повинен використовувати свій потенціал та потенціал території, як інструмент для створення попиту та заохочення людей відвідувати не лише загально відомі і популярні райони, але й райони, котрі зазвичай не включено до провідних туристичних маршрутів. Таким чином збільшуються туристичні потоки загалом. Особливості діяльності туристичних інформаційних центрів досліджували у своїх роботах Коніщева Н.Й., Рудь Д.В. [14], Кучеренко В. [15], Любіцева О.О. [17], Музиченко-Козловська О.В. [18], Волчецький Р. В. [6], котрі у своїх працях висвітлили не лише особливості використання туристичних ресурсів території, а

також і діяльність різних суб'єктів, таких як туристичні центри, направлену на покращення практики залучення великої кількості відвідувачів на ці території. Разом з тим, значний пласт питань за обраним напрямом дослідження залишається невисвітленим, оскільки діяльність центрів напряму залежить від особливостей території, ступеню освоєння її туристичних ресурсів тощо.

Метою роботи є дослідження особливостей функціонування туристично-інформаційних центрів та їхньої ролі у розвитку туризму в Україні в умовах російської агресії (на прикладі ТІЦ «КАМ'ЯНЕЦЬ»). Відповідно до обраної мети сформульовано наступні завдання дослідження:

1. Розробити організаційно-правові засади функціонування ТІЦ.
2. Розглянути світовий досвід створення та розвитку туристично-інформаційних центрів.
3. Визначити роль та значення ТІЦ для регіонального розвитку.
4. Викласти методiku дослідження.
5. Проаналізувати ресурси національно-патріотичного туризму Кам'янець-Подільського, як столиці УНР у 1919-1920 рр..
6. Розкрити середньовічні ресурси Кам'янець-Подільського, як значного фортифікаційного центру, навколо якого точилися значні воєнні, політичні та інші події, пов'язані з експансією інших країн на українські землі Поділля.
7. Сформулювати мету та завдання ТІЦ в умовах російської агресії.
8. Окреслити особливості діяльності віртуального ТІЦ «Кам'янець».
9. Обґрунтувати просування туристичних продуктів Кам'янець-Подільського можливостями ТІЦ.

Об'єктом дослідження є ресурсна база ТІЦ «Кам'янець» включаючи ресурси національно-патріотичного туризму (Кам'янець – столиця УНР) та ресурси Середньовіччя, у т.ч. «Литовського» Кам'янець; «Польського» Кам'янець; «Турецького» Кам'янець; «Вірменського» Кам'янець; «Єврейського» Кам'янець.

Предметом дослідження є сучасні особливості діяльності ТІЦ «Кам'янець» в умовах російської агресії.

Методи дослідження. Для досягнення мети та виконання поставлених завдань в роботі використано загальнонаукові та спеціальні методи досліджень, зокрема: системно-структурний аналіз – для встановлення сутності і структури сфери туризму, системи її економічних та соціальних результатів; аналіз та синтез – для виявлення проблем та перспективних напрямів розвитку ТПЦ; кількісний та якісний аналіз – для визначення основних тенденцій розвитку туризму території та оцінки змін; порівняння – для встановлення взаємозв'язків між провідним світовим досвідом та українськими реаліями розвитку ТПЦ; узагальнення – для формулювання висновків до розділів та загального висновку до роботи.

Інформаційну базу роботи становили закони України, у т.ч. закон «Про туризм», укази Президента України, постанови Кабінету Міністрів України, офіційні дані Державної служби статистики України, Міністерство розвитку громад, територій та інфраструктури України, до якого належить Державне агентство розвитку туризму України, котре здійснює державне регулювання у сфері рекреації і туризму; звіти національних та міжнародних організацій, аналітичні матеріали та інформація, розміщена в мережі Інтернет, наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених, матеріали періодичних видань тощо.

Наукова новизна. У роботі досліджено сучасний стан, тенденції та проблеми розвитку ТПЦ «Кам'янець» в умовах російської агресії.

Результати роботи можуть бути застосовані у вищих навчальних закладах, туристичних підприємствах, центрах розвитку туризму, курсах з підготовки фахівців з туризму, для поширення краєзнавчого матеріалу серед населення та формуванню пропозицій щодо розвитку туристичної діяльності на базі туристично-рекреаційних ресурсів Кам'янця.

Структура роботи. Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, переліку використаних інформаційних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНИХ ЦЕНТРІВ (ТІЦ)

1.1. Туристично-інформаційні центри міста та їх функціональне наповнення. Організаційно-правові засади функціонування ТІЦ

ТУРИСТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЦЕНТР — це певна організаційна структура, яке надає можливість мешканцям регіону отримувати будь-яку інформацію, яка буде корисною та привабливою для туристів, дізнатись про основні туристичні об'єкти, природні, археологічні, історичні, культурні та духовні пам'ятки, культурні та культурно-розважальні заклади та заклади харчування, готелі, санаторії, бази відпочинку, головні туристичні маршрути, обласні та районні свята і фестивалі, туристичні компанії і послуги, а також багато іншої інформації стосовно туризму і відпочинку в регіоні.

Туристичні інформаційні центри є суб'єктами, діяльність яких напряму пов'язана із поширенням важливої та корисної інформації про туристичну дестинацію. Чим центр може бути найбільш корисним? Які найбільші потреби відвідувачів? Чого не вистачає? У деяких випадках центр відвідувачів може бути просто організований, як зона відпочинку з туалетами, кондиціонерами та Wi-Fi. Інші можуть функціонувати як інформаційний центр із друкованими копіями путівників і карт, продажем квитків. Деякі з них можуть ще більше збільшити дохід туристичної галузі за рахунок продажу туристичних товарів. Туристично-інформаційний центр – це надважливий інструмент комунікації між містом, дестинацією та туристом. Головна мета ТІЦ – консультування мешканців та гостей міста щодо актуальної туристичної інформації для безпечних та цікавих подорожей як окремими містами чи регіонами, так і по всій Україні [20].

Діяльність туристичного інформаційного центру не обмежується лише інформаційно-консультаційним обслуговуванням. Туристичний інформаційний центр функціонує як елемент туристичної інфраструктури, який безпосередньо впливає на задоволення потреб туристів та туристичну привабливість дестинації.

Серед основних напрямів діяльності турінфоцентрів: розробка власних туристичних послуг, нових туристичних маршрутів (у тому числі екскурсійне обслуговування); збирання та аналіз статистичних даних, моніторинг відгуків туристів; просування бренду дестинації, включаючи підготовку та розміщення інформації про ресурси регіону в соціальних мережах, ЗМІ, підтримку туристичного Інтернет-порталу регіону, створення єдиного інформаційного простору [31].

Коли люди відчувають стрес, нудьгу або втому від міського життя, вони їдуть у відпустку. Просте перебування поза середовищем, яке створює монотонність і нудьгу, може розслабити та зцілити. Хоча подорожі можуть бути лікувальними або нести інше рекреаційне навантаження, спланувати їх непросто. Вирушаючи в далеку подорож, потрібно підготуватися заздалегідь. Наприклад, туристи повинні добре ознайомитися з пунктом призначення перед поїздкою, щоб почуватися впевненіше та мати загальне уявлення про те, чого очікувати. Саме такими інформаційними функціями наділені більшість ТІЦ у різних країнах світу. Нещодавно до мережі звичайних ТІЦ додалися віртуальні. Так, розвивається TravelTube – туристична соціальна медіа-платформа, яка зосереджена на зміні наративу шляхом надихання, інформування та надання можливостей мандрівникам [43]. У 2018 р. вони запустили перший у світі центр цифрової туристичної інформації для задоволення потреб туристів, котрі подорожують до Африки. Туристичний інформаційний центр зазвичай є локацією, куди мандрівники йдуть, щоб отримати інформацію про місто чи країну. Така інформація включає карти, рекомендовані ресторани в місті, місця для відвідування, маршрути і, що більш важливо, місцевого консультанта, який може відповісти на будь-які запитання мандрівника.

Центр цифрової туристичної інформації TravelTube містить усі послуги, які пропонує фізичний інформаційний центр, але у цифровому вигляді. Туристи можуть отримати доступ до кількох мап міста, визначних місць, мап доріг та багато іншого. Цифровий туристичний інформаційний центр також має екстрений центр, до якого мандрівники можуть звернутися у разі надзвичайної

ситуації. Розділ надзвичайних ситуацій цифрового туристичного інформаційного центру також містить функцію під назвою «режим подорожі». Коли режим подорожі ввімкнено, щоразу, коли мандрівник набирає екстрену лінію, точне місцезнаходження туриста негайно фіксується та передається місцевій владі. Важливою особливістю цифрового туристичного інформаційного центру є наявність місцевих радників. Функція місцевого консультанта – це функція миттєвого чату та обміну повідомленнями, де мандрівники можуть запитувати будь-яку інформацію, яка їм може знадобитися. Ці місцеві консультанти складаються з місцевих експертів, які добре знають місто, його пам'ятки, об'єкти гостинності, туроператорів [46].

Є переваги, яких можна очікувати від використання туристичного інформаційного центру. Так, центр може збільшити задоволення та впевненість туристів, надаючи детальну інформацію про те, що ви можете робити та бачити на території певної дестинації. Озброївшись цими даними, турист може мати сміливість продовжити своє перебування навіть у місці, яке ніколи раніше не відвідував. Крім того, центр може дати розуміння, як можна розумно розподілити свої гроші, щоб уникнути фінансових проблем у чужій країні. Також ТІЦ повинен знайомити із ціновою політикою, розказати які ціни в ресторанах, магазинах, готелях.

Зазвичай туристичний інформаційний центр співпрацює з бізнес-спільнотою в індустрії турів і подорожей. Він збирає інформацію про різні туристичні пам'ятки та тісно співпрацює з громадським сектором. З цієї причини він є надійним постачальником інформації, яка корисна для туристів. Окрім отримання важливих деталей через туристичний сайт, відвідувачі можуть зв'язатися з місцевими туроператорами та постачальниками послуг безпосередньо через інформаційний центр.

Крім того, туристичні інформаційні центри часто створюють гостинне середовище для мандрівників, щоб надати інформацію про туристичні продукти та послуги, які їх цікавлять. Розглядаючи туристичний центр як засіб збирання даних, з точки зору бізнесу, він вигідний для підприємців та цільових клієнтів.

Інформація, яку вони можуть зібрати, може допомогти їм адаптувати свої продукти та послуги до потреб цільових туристів (розказати про їхні потреби). Тобто, туристичний центр може працювати у двох напрямках: на задоволення потреб туристів та на збір й підготовку інформації про туристів для місцевого бізнесу. Ці центри також можуть принести користь місцевим організаціям у туристичному секторі, підтримуючи їхні ініціативи розвитку. Прикладами таких ініціатив можуть бути посадка дерев, очищення пляжів, організація місцевих фестивалів, покращення фермерських ринків, переробка відходів, збереження зникаючих видів рослин і тварин тощо.

Вперше прообраз ТІЦ з'явився у Франції в кінці 1890-х рр. Сьогодні Франція є міжнародним орієнтиром в питанні функціонування інформаційної туристської інфраструктури. Усі ТІЦ та інформаційні пункти як елементарні інформаційні структури об'єднані в Національну Федерацію ТІЦ Франції [20].

Отже, спираючись на міжнародний досвід, можна підсумувати, що пріоритетна довгострокова мета роботи інформаційних центрів, незалежно від масштабу діяльності та місця розташування, це зростання вкладу туристичної галузі в економіку регіону. Діяльність туристичного інформаційного центру не повинна обмежуватися інформаційно-консультаційним обслуговуванням. Інформаційний центр має функціонувати як елемент туристичної інфраструктури, який безпосередньо впливає на задоволення потреб туристів та туристичну привабливість дестинації. Основні напрями діяльності, реалізовані інформаційним центром, мають безпосередній вплив на підвищення вкладу туристичної галузі в економіку регіону.

Сьогодні ці центри концентрують зібрану інформацію про туристів, які завітали до міста, з метою актуалізації інформації про туристичні потоки.

У 2019 р. Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України оприлюднило наказ, згідно якого могли бути реалізовані проєкти регіонального розвитку за рахунок коштів державного бюджету, отриманих від Європейського Союзу [35].

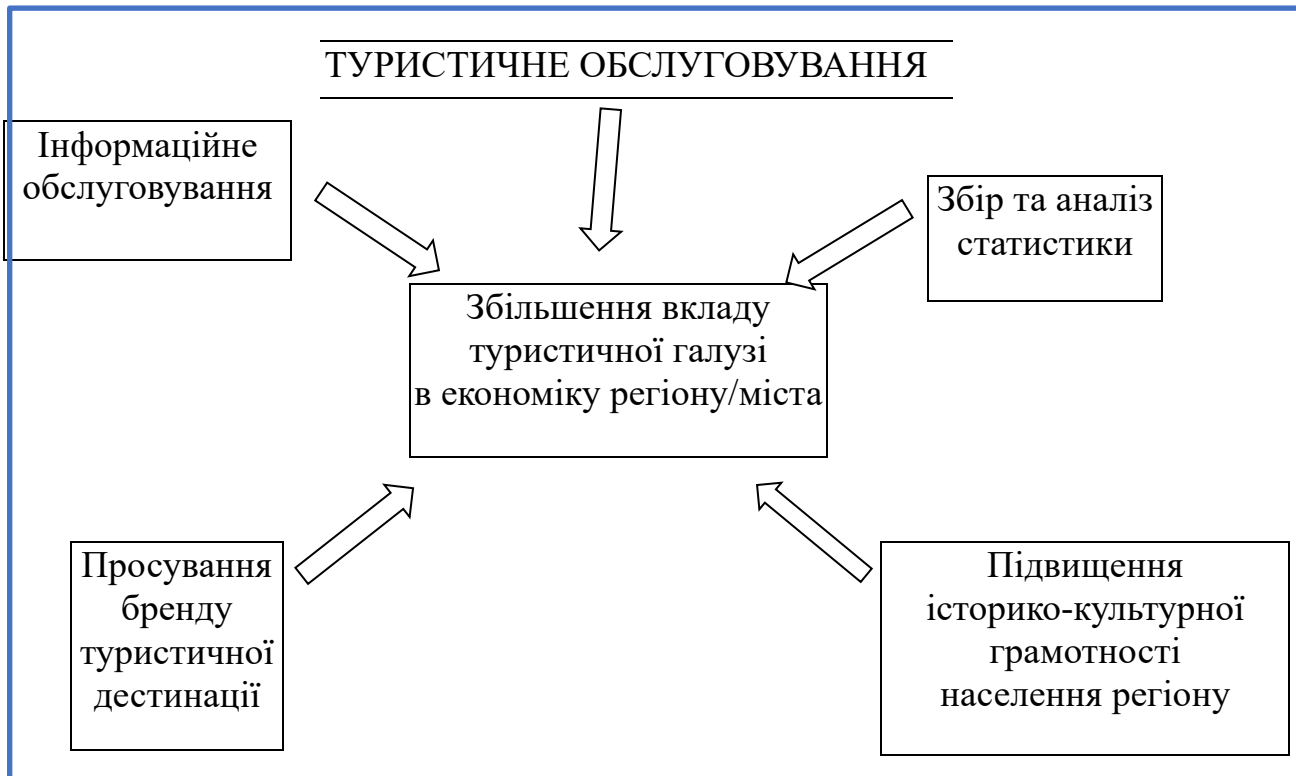


Рис. 1.1. Основні напрямки діяльності туристського інформаційного центру (складено автором за [9; 17; 20])

Серед останніх, за напрямом «Туристична інфраструктура» із обсягами фінансування проєктів з державного бюджету – 5 000 000 грн – 24 000 000 грн передбачено впровадження туристично-інформаційних продуктів для покращення туристичної привабливості територій (обсяг відвідувань веб-ресурсів і відвідувачів інформаційно-туристичних центрів та туристично-інформаційних пунктів, підвищення місця регіону (держави) в національних та міжнародних туристичних рейтингах). Це нові туристичні додатки, інтернет-сайти, бази даних, інформаційно-туристичні центри. Таким чином на державному рівні не лише було підтримано створення нових ТІЦ, але й передбачалися кошти для цієї мети. Процедура потребувала розробки та подання проєкту, але це був реальний шанс для створення ТІЦ в Кам'янці. Раніше його туристичні ресурси представлені розпорошено, на різних он-лайн платформах, таких як Booking.com, Tripadvisor, Airbnb, у мережі Тік-Ток, Фейсбук тощо, нині ж все це концентрується в ТІЦ «Кам'янець», який представлений в фейсбуці.

Що надає туристичний інформаційний центр для іноземних туристів? Щоб задовольнити потреби іноземних відвідувачів, центр обробки даних відвідувачів повинен забезпечувати наступне:

1. Він повинен забезпечити інформацію іноземними мовами. Найперше англійською мовою, польською мовою та за можливістю іншими мовами. (Інформація в соціальних мережах та друкована).
2. Надання мап і маршрутів англійською мовою та польською мовами.
3. Поділитися практичною інформацією про такі важливі речі, як громадський транспорт, громадські туалети, державні лікарні, банкомати, банки, пункти обміну валюти, місцеві торгові центри тощо.
4. Сприяти створенню безпечного та гостинного середовища для місцевих жителів та іноземних гостей.

Основна мета індустрії гостинності, загалом, і туристичного напрямку зокрема, полягає в тому, щоб задовольнити потреби туристів в якісних туристичних послугах. Для туризму важливо проінформувати туристів у потрібному місці та в потрібний момент. Інформування туристів означає поінформованість потенційних туристів, місцевого населення, так і реальних туристів [22].

З точки зору туристичного інформування, ТІЦ є цінним ресурсом для надання інформації на місці та для впливу на вибір відвідувача. Вони можуть вплинути на продовження тривалості перебування і це може спонукати відвідувачів повернутися. Існування ТІЦ базується на послідовній, неупередженій та актуальній інформації. Обізнаність у сфері туризму означає розуміння основних принципів гостинності та туризму, переваг і наслідків туризму та його розвитку для країни, розуміння задоволеності відвідувачів і турботи про клієнтів, а також умов для успішного та сталого туризму [22].

Управління туристичними дестинаціями досягається за допомогою спеціальних структур, які повинні керувати синергією місцевих гравців для досягнення подвійного ефекту: задоволення туриста та місцевих жителів та отримання прибутку спільноти.

Організація управління напрямком розвитку ТІЦ означає відповідальність за оцінку іміджу місця призначення, яку можна використовувати для оцінки різних засобів його просування. Недарма ЮНВТО визначає ТІЦ як «організації, відповідальні за управління та/або маркетинг місць призначення» [35].

Неможливо уявити собі роботу інформаційних центрів без спільної координації зусиль та намірів на рівні держави. Наприклад, у Румунії на регіональному чи місцевому рівні ТІЦ представлені або Асоціацією сприяння та розвитку туризму, або агентством сталого розвитку [35]. Подібна практика є цілком реальною і для України, тим паче, що вона поширена на території Європейських країн. Щоб туристичний напрямок створив конкурентну перевагу, він повинен взяти за основу бенчмаркінг, що означає процес пошуку досконалості, кращих показників у порівнянні з конкуруючими напрямками, щоб краще пізнати себе та оцінити ефективність управління. Відповідно до Європейського кодексу практики бенчмаркінгу, він використовується, як сукупність порівнянь між організаціями та вивчення досвіду (найкращих практик), які можна винести з цих порівнянь.

Сьогодні на думку багатьох учених у світі існує три моделі управління сферою туризму:

1) перша модель: управління на принципах відсутності єдиного державного органу управління;

2) друга модель – централізоване державне управління із наданням повноважень щодо управління єдиному державному органу влади (міністерству, відомству);

3) третя модель: державне управління із наданням повноважень управління різним державним органам влади, кожне з яких відповідає за вузький специфічний лише для нього вид діяльності [16].

При обранні відповідної моделі управління туристичні ринки країн можуть бути емісійними та рецептивними. Разом з тим, необхідно, щоб процес функціонування ТІЦ вписувався у кожен із цих моделей. На сьогодні важливо, щоб в Україні ця функція залишалась в орбіті діяльності ДАРТ (рис. 1.2).

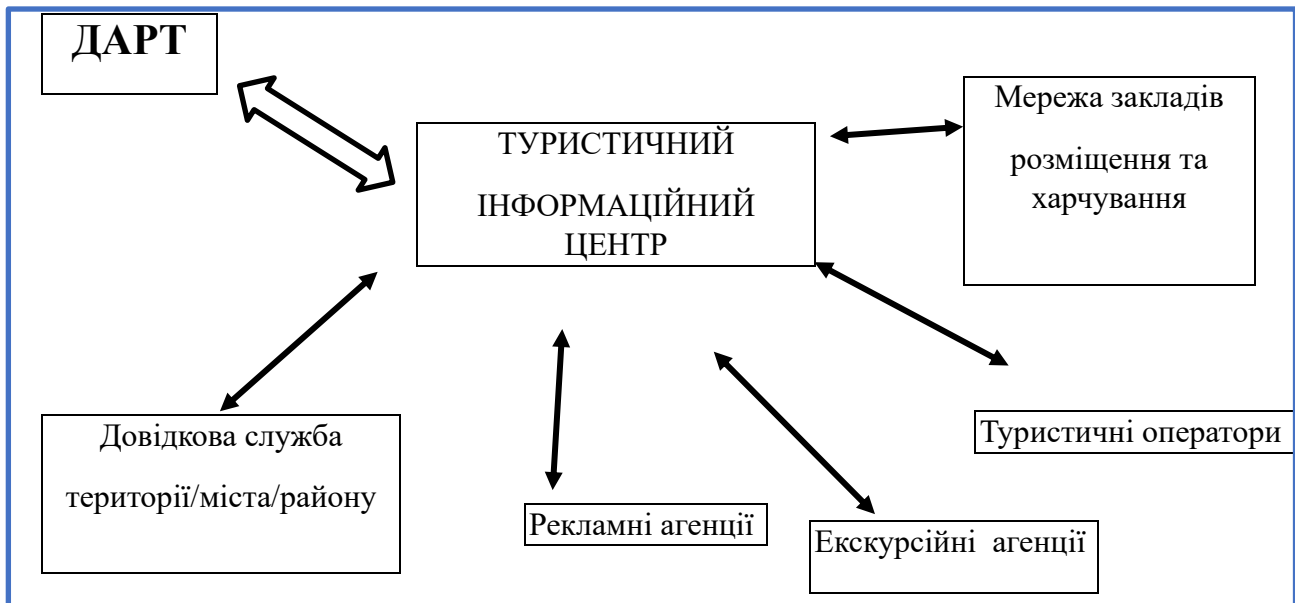


Рис. 1.2. Структура взаємодії ТІЦ, органу управління та суб'єктів у дестинації (складено автором на основі офіційних даних ДАРТ та Постанови КМУ від 24 грудня 2019 р. № 1162 «Деякі питання діяльності Державного агентства розвитку туризму») [2]

Для аналізу діяльності будь-якого ТІЦ використовують один із найпопулярніших видів маркетингових досліджень, а саме методику оцінки очікувань споживача. Це ефективний метод покращення якості контактів із клієнтами, стимулювання співробітників та залучення нових клієнтів, оскільки це процес, у якому використовуються думки споживачів, які керуються заздалегідь визначеними сценаріями, оцінюючи на основі анкет добросовісність та лояльність співробітників, операції, які вони здійснюють, поведінку співробітників перед клієнтами, якість продукції та/або послуг, а також мерчандайзинг. Проте, потрібно не забувати про масштаби конкретного ТІЦ, його організацію та керування ним (на волонтерських засадах, проєкт органів місцевої влади, проєкт, створений за сприяння партнерів сусідніх країн тощо).

Про необхідність створення Національної мережі офіційних туристичних інформаційних центрів зазначено в ст. 26 проєкту 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 [3]. 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 [3].

1.2. Світовий досвід створення та розвитку туристично-інформаційних центрів

Світовий досвід показує: для ТІЦ основна задача – бути релевантним із ресурсами дестинації. Разом з тим, більшість світових практик показують, що майбутнє для ТІЦ – в інтегруванні до локальної мережі. Інтеграція частини громади, яка отримує вигоду від туризму, з частиною, яка не має зв'язку з туризмом, має вирішальне значення для сприяння відкритому діалогу та взаємній вигоді між різними частинами території. Роль ТІЦ полягає в тому, щоб діяти як модератор і знайти спосіб зв'язати відносини спільноти з туризмом.

Незважаючи на те, що туристичний центр має широкий спектр переваг, його потенціал не втрачає вагомості. Так само, як не кожен напрямок функціонує, як інший, ці інформаційні центри пропонують різноманітні варіанти того, як вони обслуговуватимуть і допомагатимуть гостям, приносячи користь для дестинації та її громади. З огляду на унікальні обставини подорожей, спричинені пандемією Covid-19 та російською агресією, ТІЦ повинен бути чутливим до таких змін. Гості більше, ніж будь-коли, покладаються на інформаційний центр,

як на основний актив будь-якого видатного місця призначення.

Туристичні інформаційні центри – дуже популярна практика у багатьох країнах світу. Розглянемо детальніше функціонування ТІЦ у країнах Європи та перші із них, котрі розпочали роботу ще на початку минулого століття.

Австрія. На території країни функціонує комплекс із 9 ТІЦ, відповідно до адміністративно-територіального поділу в державі, що підпорядковуються Національній туристичній організації [19]. Фінансування здійснюється з допомогою державних коштів. На місцевому рівні функціонує приблизно 1700 відділень [19], що додатково діють як розповсюджувачі офіційної туристичної інформації, але по суті здійснюють туроператорську діяльність у внутрішньому туризмі. Ці відділення позначені літерою "I" та містять логотип регіону.

Франція. У Франції працює велика мережа з близько 3500 [9] відділень туристично-інформаційних центрів (Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative), які відповідають за місцеву туристичну інформацію та функціонують за фінансової підтримки туристської галузі на базі «туристського податку». До характерних особливостей системи слід зарахувати: акцент на державно-приватній співпраці шляхом укладання добровільних територіальних угод щодо просування того чи іншого суб'єкта підприємницької діяльності туристичного ринку потенційним споживачам послуг; система категоризації інформаційних офісів від 1 до 4 зірок, залежно від розміру населеного пункту, діапазону послуг, режиму роботи, знання персоналом іноземних мов тощо; відсутність єдиної уніфікованої організаційної моделі; співробітництво з приватним сектором у рамках вирішення конкретних завдань чи сезонних проєктів: ярмарки, конгреси тощо; розміщення інформаційних офісів у містах, які є основними транспортними вузлами у системі туристської логістики [9].

Німеччина. На німецькому ринку забезпечення безперебійного функціонування туристичної інформаційної системи забезпечується Німецькою асоціацією туризму, установою з більш ніж віковою традицією, що поєднує, серед іншого, 17 регіональних туристичних організацій. Так, Асоціація надає право розміщення логотипу інформаційної системи приватним туристським

компаніям із зазначенням мінімальних вимог, які повинні бути дотримані під час ведення відповідної діяльності [9].

У Чехії ще на початку 90-х рр. минулого століття розпочалося створення та розвиток інформаційної системи для туристів, які відвідують країну. У січні 1993 р. був прийнятий Радою з туризму при Міністерстві економіки проєкт створення Національної Системи інформації та бронювання. У жовтні 1994 р. у Празі було створено Асоціацію інформаційних центрів туризму, яку пізніше було перейменовано на Асоціацію туристичних інформаційних центрів Республіки Чехія. Члени цієї асоціації є офіційними центрами поширення туристської інформації у країні. Центри одержують акредитацію та право на використання спеціалізованого логотипу. Туристичні інформаційні центри піддаються процесу категоризації, який схожий на той, що вже реалізований у низці країн Західної Європи.

Угорщина. Перше екскурсійне бюро було засноване в 1982 р., в даний час система туристичної інформації в Угорщині добре функціонує та об'єднує понад 120 офісів. Експлуатацією та технічним обслуговуванням туристських інформаційних офісів зайняті місцеві органи влади та інші установи, які мають статус органів місцевого самоврядування, а також асоціації, фонди та установи, некомерційні організації.

Великобританія. У країні добре розвинена система стандартів, що регламентують функціонування національної інформаційної системи. Ці стандарти визначають: робочий час туристичного інформаційного центру залежно від місця локалізації; мінімальний діапазон туристської інформації, доступної, наприклад, на інформаційному щиті, розташованому у відкритому доступі у час доби; перелік інформації, що безкоштовно надається, включаючи інформацію про розміщення; асортимент платних послуг населенню. Крім того, принаймні один із співробітників офісу повинен пройти спеціалізований курс туристського інформатора, а персонал повинен продемонструвати знання іноземних мов.

Із запуском Італійського туристичного інформаційного центру та

«Маленької книги Італії» (за сприяння VFS Global) у країнах Сходу прагнуть надати заявникам інформацію з перших рук про візові процедури та поради щодо подорожей [45]. VFS Global найбільший у світі спеціаліст із аутсорсингових послуг для дипломатичних представництв по всьому світу, відкрив новий туристичний інформаційний центр «Італія» в Манамі, Бахрейн. Секретар кабінету міністрів з питань туризму Наджиб Балала запустив єдиний центр для отримання інформації для туристів на узбережжі Індії. Центр туристичної інформації в Момбасі створили після відкриття офісу туристичної асоціації на узбережжі Кенії.

Туристичний інформаційний центр (ТІЦ) у центрі міста Кардіфф знову відкрився після того, як його закрили більше двох років тому з міркувань безпеки. Туристичний інформаційний центр Грейт Ейтон – це самофінансована організація, якою керують волонтери, які надають інформацію про визначні місця в цьому районі. Тут буде безкоштовний чай, кава та печиво. Туристичний інформаційний центр Balsall Heath є центральною частиною Balsall Heath Biennale [41], проєкту сучасного мистецтва, який періодично запускається із оновленими експозиціями. Таким чином, ТІЦ відіграють свою провідну роль не лише для великих дестинацій, але й для точкових краєзнавчих проєктів.

У Європі надзвичайно популярними є туристичні інформаційні центри сезонного характеру. Зазвичай їх створюють на літній період силами місцевих волонтерів на території бібліотеки. Так, туристичний інформаційний центр біля Тайнмутської бібліотеки відкривається в рамках основного літнього сезону [44].

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, ТІЦ 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 ТЩ, 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 подієві заходи тощо.

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 ТЩ. 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 ці назви прибрати або розшифрувати) 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 (VISIT BRITAIN), а також інші туристичні центри, якими керують місцеві влади або приватні організації у співпраці із цим департаментом. В Уельсі діяльність ТЩ 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 (яка структура управління туризму, хто займається ТЩ), який проводить маркетингові заходи в усіх сферах туризму на замовлення уряду Німеччини.

1.3. Роль та значення ТІЦ для регіонального розвитку

Більшість туристичних продуктів виробляються і споживаються одночасно; отже, у туристів немає часу пробувати продукти чи фізично досліджувати компоненти, які вони бажають купити. Тобто, туристи купують образ того, що вони очікують [28]. Імідж є результатом інформації, яку вони отримують з різних джерел інформації. Відповідно, інформація є джерелом життя індустрії туризму. З цією метою інформаційні центри для відвідувачів відіграють важливу роль у поширенні важливої інформації, яка може сприяти прийняттю туристами рішень. Окрім розповсюдження туристичної інформації, ТІЦ відіграють певну роль у маркетингу та просуванні туристичних напрямків, які мають потенціал для збільшення туристичної активності. Тому надання інформації є важливою частиною маркетингового процесу; і це додає до образу місця призначення. Туристи, швидше за все, відвідають місце призначення, про яке вони мають позитивний відгук. Тому своєчасна та точна інформація, яка відповідає потребам туристів, часто є ключем до задоволення відвідувачів та успіху місця призначення. Ця інформація на місці призначення має позитивний економічний вплив на дестинацію.

Пошук інформації можна розділити на внутрішній і зовнішній. Цей пошук починається всередині, коли «відвідувачі» використовують свою довгострокову пам'ять, щоб врахувати альтернативні продукти. Якщо цієї інформації достатньо для прийняття рішення, починається етап оцінювання. Однак, якщо внутрішня пам'ять не може надати достатньо інформації, туристи звертаються до зовнішніх джерел. Зовнішнім джерелом інформації є інформація з ринку надання туристичних послуг. Деякі відвідувачі навіть відкладають свої рішення до прибуття до місця призначення, щоб скористатися місцевими джерелами інформації.

У всьому світі інформаційні центри для відвідувачів стають все більш визнаними точками взаємодії між відвідувачами дестинації та наявним ресурсом.

ТІЦ сприяють успіху туристичних напрямків. Проте, через зростання напруги у світових відносинах (на території Африки, Сходу, в Україні тощо внаслідок військових конфліктів, а в цілому в світі – внаслідок пандемій) їх чисельність скоротилася, але зараз відновлює роботу [28]. Рівень обслуговування ТІЦ також знижується, і у тих, що залишилися, відрізняється між собою та є нижчим від очікуваного. Крім того, більшість моделей роботи регіональних центрів є застарілими, і ці центри мають мінімальний вплив на практику прийняття рішень у туристичній діяльності користувачів. В цілому дослідники роботи подібних центрів погоджуються із думкою, що рамкова основа модернізації їх виступає за інтеграцію традиційних і нових медіа-сервісів й платформ щодо розповсюдження туристичної інформації на основі фінансування, доступного для конкретного регіону. Передбачається, що якщо менеджери запровадять систему найкращих практик, це може запобігти подальшому зменшенню кількості ТІЦ. Більше того, це могло б підвищити їхню ефективність у задоволенні потреб користувачів різного рівня: від молоді, котра вільно користується соціальними мережами, до осіб старшого віку, котрі не так активно користуються новітніми технологіями.

Туристів потрібно інформувати, коли вони вирішують поїхати і в новий туристичний напрямок. Необхідною є інформація: що вони можуть відвідати в цьому місці, де вони можуть знайти житло або де пообідати, як вони можуть провести час там, де вони можуть купити сувеніри тощо. Більшу частину цієї інформації можна отримати завчасно, відвідуючи веб-сайти або звертаючись до інших інформаційних джерел. Однак відвідувачі місця, регіону чи країни часто шукають саме туристичні інформаційні центри (ТІЦ). ТІЦ часто є першим контактним партнером туристів з певного туристичного напрямку. Тут туристам пропонуються нові ідеї для дозвілля, рекомендації щодо розміщення чи харчування та інша важлива інформація. Крім того, приїхавши в незнайоме місто, ТІЦ для багатьох туристів є першим місцем, куди вони дзвонять, щоб отримати інформацію про туристичну пропозицію цієї дестинації.

Перед початком осінньо-зимового сезону 2021 року Державне агентство розвитку туризму оновило перелік туристично-інформаційних центрів (ТІЦ)

України. За час повномасштабного вторгнення їхня кількість у країні збільшилася майже на третину. За інформацією, що була зібрана ДАРТ 2021 року, в Україні діяли та надавали інформаційні послуги туристам 63 ТІЦ. Наразі в Україні працює 88 Туристично-інформаційних центрів (дод. Ж).

Найбільше – у західних регіонах країни – 47. Так, у Закарпатській області діє 17 ТІЦ, у Львівській – 9, з них 4 знаходяться у місті Лева, в Івано-Франківській – 7, у Тернопільській та Хмельницькій областях – по 4 ТІЦ, у Волинській – 3, у Рівненській – 2, на Буковині – 1. У центральній частині України працює 22 Туристично-інформаційних центри. Розташовані вони в основному у великих містах – Вінниці, Дніпрі, Черкасах, Кропивницькому, Полтаві, Умані та Каневі. На півночі країни діють 14 туристично-інформаційних центрів. У Житомирській області – 3. У Сумській та Чернігівській областях теж діє по 5 ТІЦ. У Київській області загалом працює 5 подібних центрів, два з них розташовані у центрі столиці. Проте, окремі історичні райони (Поділ, Видубичі, Шевченківський район міста) таких центрів не мають. Їх можна було б розмістити у вестибюлях станцій метро або біля знакових споруд (Цирк, фунікулер, Поштова площа, Контрактова площа).

На півдні працюють 4 ТІЦ, які в основному знаходяться в обласних центрах – Запоріжжя, Миколаїв, Одеса, Херсон. На сході України наразі працює лише один туристично-інформаційний центр – у Харкові. Голова Державного агентства розвитку туризму Мар'яна Олесків підкреслює, що карта туристично-інформаційних центрів має стати для українців, які пересуваються країною, своєрідним путівником, що допоможе отримати подорожуючим актуальну туристичну інформацію і зробити їхню подорож Україною цікавою і безпечною (дод. А).

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 туризму 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) [27]. 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 проєктів; контроль якості туристичних послуг, які надаються на території міста [27].

Криза COVID-19 підірвала зусилля з розвитку туристичної галузі, вжиті українською владою в останні роки, але в міру того, як країна знову відкривається зовнішньому світу, ведеться робота з її відновлення. На початку липня 2019 року був запущений портал VISIT Ukraine, який покликаний бути ключовим ресурсом для міжнародних відвідувачів, які мандрують до України. Також Міністерство закордонних справ створило інтерактивну карту для планування подорожей за кордон під час пандемії коронавірусу. Цей інструмент допоможе українцям зорієнтуватися, в які країни світу дозволено в'їзд і за яких умов. Дані карти, розробленої за підтримки посольства Великої Британії та ПРООН, регулярно оновлюються згідно з інформацією закордонних дипломатичних установ.

Окремі наукові дослідження вказують на значні відставання України у процесі формування ТІЦ від сусідніх держав [12]. Наприклад, для українсько-польського транскордонного регіону ТІЦ є важливим елементом інфраструктури, оскільки значна частка туристів є неорганізованими і потребують інформації. Проте, у прикордонних регіонах України, які межують з Польщею ТІЦ функціонують лише у кількох містах (у Закарпатській області – у мм. Берегове, Рахів, Ужгород, Мукачево, Міжгір'я, Косів; у Волинській – у м. Луцьк; у Львівській – у мм. Жовква, Львів), а у польському прикордонні мережа ТІЦ розвинена нерівномірно (у Любельському воєводстві ТІЦ функціонують у мм. Бяла Подляска, Хелмі, Люблін, Замость, а у Подкарпатському воєводстві функціонують 36 ТІЦ у мм. Бірч, Цісна, Дукла, Динув, Горинець Здруй, Іваніч Здруй, Ярослав, Ясло, Команьча, Кросно, Леско, Лежайськ, Лютовіска, Ланьцут, Полянчик, Перемишль, Риманув Здруй, Жешув, Санок, Свільча, Устшики Дольні, Пшеворськ, Стальова Воля). Польські ТІЦ більш розвинені та функціонують у формі підрозділів органів влади або на базі музеїв чи туристичних баз. В Україні при створенні ТІЦ виникають питання щодо юридичного статусу, виділення місця та фінансування їх діяльності.

1.4. Методика дослідження

При проведенні дослідження було використано ряд наукових методів дослідження. Серед них відмітимо наступні [8].

Аналіз – як поділ досліджуваного цілого явища чи процесу частини з метою більш ретельного вивчення. Аналіз є частиною практично кожної наукової роботи, першою його фазою, коли автор переходить до опису будови, складу та ознак предмета, що вивчається. У випадку із ТІЦ досліджувалась їх структура, змістовне наповнення елементів та сфера відповідальності .

Синтез – смислове поєднання різних властивостей предмета в ціле. Часто обидва методи взаємопов'язані. Наприклад, при характеристиці діяльності ТІЦ, наприклад, можна його мету поділити на окремі завдання та скласти потім

взаємозв'язки між ними до конкретного результату, зробити загальні висновки, наприклад про досягнення чи недосягнення поставлених завдань.

Індукція – спосіб переходу від знання окремих фактів до загального стану, коли з одиничних тверджень робиться загальний висновок. Наприклад, проаналізувавши організаційну структуру ТІЦ можна дійти висновку, що саме такий тип оргструктури характерний загалом для організації, проте він може бути доповнений елементами, залежно від перспектив розвитку. Особливість індукції у тому, що отримані висновки завжди мають імовірнісний характер.

З огляду на той факт, що досліджувалась діяльність онлайн версії ТІЦ, то використано метод аналізу інформаційного ресурсу. Детальніше за наступними критеріями:

1. Інформаційний критерій: змістовне наповнення ресурсу, яке має відповідати таким вимогам: а) відповідати тематиці сайту та привертати увагу відвідувачів, надаючи їм потрібну інформацію; б) бути унікальним (не бути плагіатом чи репостом – вторинною публікацією) та грамотно написаним текстом; в) постійно оновлюватись, тобто бути актуальним. Цей показник легко перевірити за розділом новин на сайті, відгуках тощо; г) мати хорошу читабельність (легкість сприйняття), при цьому ключові слова, які використовуються для просування ресурсу, повинні оптимально співвідноситися з рештою лексики.

2. Структура та навігаційні функції сайту: а) для туристських сайтів краща широка структура, коли основні елементи розташовуються на головній сторінці. Глибока структура (із суворою ієрархією розділів) менш приваблива для відвідувачів таких ресурсів; б) простота та зручність переміщення між розділами – відвідувач сайту повинен розуміти, де він знаходиться в даний момент, які сторінки відвідав та які ще може переглянути; в) веб-представництво із значною кількістю сторінок-вкладень має містити карту сайту та мати можливості пошуку всередині ресурсу (особливо актуально для візит-сайтів туристських дестинацій); г) коректна робота всіх посилань.

3. Дизайн сайту також повинен відповідати певним вимогам: а) мати в

основі оригінальну ідею, тобто унікальне оформлення, що відповідає напрямку діяльності ТІЦ або брендбуку дестинації, а не просто шаблонний варіант, завдяки останнім в Інтернеті знаходяться сотні ідентичних за зовнішнім виглядом ресурсів; б) для фону переважно вибирати м'які, нейтральні тони, що не дратують користувачів та сприяють тривалому знаходженню на сайті; в) кольори, шрифти та графіка мають бути витримані в єдиному стилі; г) слід логічно поєднувати фото- та відеоматеріали, підбирати їх за тематикою, розміром кадру, при цьому бажані зображення реальних людей та об'єктів, а не просто красиві картинки.

4. Комунікаційний критерій включає такі характеристики: а) привабливе доменне ім'я – адреса сайту має бути простим, таким, що запам'ятовується, що відображає суть діяльності організації. Контактна інформація (телефон та електронна пошта) повинна розміщуватись на кожній сторінці сайту, наприклад у верхньому його розділі, праворуч від назви. Необхідна і карта розташування компанії (внизу головної сторінки або окремого розділу).

5. Технічні характеристики вимагають перевірки кількох показників: а) індекс якості сайту (ІКС) показує, наскільки корисним є ресурс для користувачів; б) час завантаження сайту позитивно впливає на лояльність користувачів; в) сайт повинен коректно відображатись у різних браузерих і мати мобільну версію (хоча більшість мобільних пристроїв адаптують сторінки).

Оскільки онлайн версія аналізованого нами ТІЦ розташована на загальній платформі соціальної мережі та має її характеристики, котрі вирізняються високим стандартом, досить складно об'єктивно оцінити онлайн версію ТІЦ.

РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА РЕСУРСНОЇ БАЗИ М. КАМ'ЯНЦЯ - ПОДІЛЬСЬКОГО ДЛЯ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТА ІНОЗЕМНОГО ТУРИЗМУ

2.1. Ресурси національно-патріотичного туризму: Кам'янець-Подільський – столиця УНР

Кам'янець-Подільський — одне з найдавніших міст в Україні, історичний центр Поділля. Протягом своєї довгої історії він завжди служив яблуком розбрату між античним та праслов'янським світами, між Заходом та Сходом, християнством та ісламом, між різними світоглядами та культурами. Своєрідне геополітичне становище, перебування поблизу історичних кордонів, сухопутних колій та водних артерій, найважливішою з яких був Дністер, а також розміщення міста на неприступному скелястому острові визначили його головну функцію — прикордонну фортецю [24].

3 червня 1919 року Третя дивізія УНР прорвала фронт Червоної армії та штурмом взяла Кам'янець, а 6 червня до міста переїхали Директорія та кабінет міністрів. За короткий період існування УНР республіка змінила чимало столиць — Київ, Житомир, Вінницю, Рівне та навіть такі провінційні міста як Сарни та Старокостянтинів. Знущальна приказка "У вагоні Директорія, під вагоном територія" адекватно відображає ситуацію 1918 - 1919 років.

Тим часом на початку червня 1919-го війська УНР форсували Збруч і з боями взяли Кам'янець. Місто мало стратегічне значення, і українська влада зробила все, щоб закріпитися тут серйозно та надовго. 4 червня до міста прибув військовий міністр Григорій Сиротенко, а через два дні до Кам'янця перебрався весь уряд УНР на чолі з прем'єром Борисом Мартосом. Деяким відомствам виділили окремі будинки, інші продовжували тулитися у вагонах. Члени кабінету міністрів мешкали у готелі «Бель в'ю» на Троїцькій площі — зараз у цій будівлі центральна бібліотека та музична школа.

10 червня до міста прибув сам верховний отаман Петлюра, на честь якого

наступного дня було дано обід за участю міністрів та представників місцевої влади.

Під резиденцію Директорії відвели особняк поміщиці Осавулової – цей будинок зберігся, міністерство військових справ зайняло будівлю окружного суду – зараз тут меморіальна дошка. До Кам'янця переїхала також друкарня казначейства УНР, де друкувалися українські гривні та цінні папери. У липні до Кам'янця-Подільського прибув голова ЗУНР Євген Петрушевич, у якого з Директорією загалом та Петлюрою зокрема були дуже напружені стосунки. Незважаючи на розбіжності, лідерам вдалося домовитися про злиття УГА та армії УНР. Сам Петрушевич теж осів у Кам'янці. Військова ситуація складалася не найкращим чином, червоні наступали, але життя тривало — 11 липня пройшов Кам'янецький ярмарок, у міському театрі виступали оперна діва Марія Шекун-Коломійченко, хор Кирила Стеценка, працювала читальня «Просвіти», кінотеатри, йшов набір до Народної консерваторії, був засновано Спілку українок, у місті виходили 16 газет та журнал УДА «Стрілець».

Тут же виявився і майбутній лауреат Сталінської премії першого ступеня, класик української поезії Володимир Сосюра — тоді 20-річний козак армії УНР, який мав вахту біля резиденції Директорії. 3 серпня 1919 року у газеті «Селянська громада» з'явився вірш, підписаний козаком гайдамацького полку В. Сосурою: «Я знаю, розцвітуть чудових чар надії, душею спалахне і старець, і боєць».

14 жовтня 1919 року члени Директорії, міністри, воєначальники урочисто присягнули на вірність Українській Народній Республіці. Церемонію присяги та військовий парад відвідали представники польської та румунської місії. 22 жовтня відкрився Кам'янець-Подільський народний університет, навчання якого велося українською мовою, а українська мова, історія та література були обов'язковими предметами на всіх факультетах. До речі, одним із перших студентів університету став побратим Сосюри за письменницьким цехом — Павло Губенко, відомий нам як Остап Вишня.

Тим часом протиріччя між УНР та ЗУНР ставали дедалі важливішими.

Лідери ЗУНР та командування УГА були не проти домовитися з Денікіним, але категорично заперечували проти мирних переговорів із Польщею. Директорія, навпаки, відкидала будь-який компроміс із Білим рухом, який заперечував право України на суверенітет.

7 листопада більшовики перейшли в наступ і війська УНР опинилися перед загрозою війни на три фронти — з червоними, білогвардійцями та поляками. Того ж дня стало відомо про перехід УГА на бік Денікіна. 15 листопада уряд УНР востаннє провів засідання у Кам'янці. У ніч із 16 на 17 листопада 1919 року Кам'янець зайняли польські війська — кортеж Петлюри було затримано, поляки намагалися конфіскувати автомобілі, але сторони розійшлися миром.

Що сьогодні нагадує про перебування Директорії у Кам'янці-Подільському [23]? Особняк Осавулової, де зараз дитячий тубдиспансер; будівлю колишньої міської управи, де 1919-го розміщувалося Міністерство охорони здоров'я УНР, а нині розташований коледж будівництва, архітектури та дизайну: Південно-Руський банк, відданий владою УНР під Головне казначейство України, — тепер тут коледж культури та мистецтв.

В одному з будинків комплексу колишнього францисканського монастиря мешкав голова ЗУНР Петрушевич – сьогодні у цій будівлі канцелярія Кам'янець-Подільської єпархії. У нинішньому корпусі історичного факультету університету 1919-го квартирувало Міністерство народного господарства та засідала Рада Міністрів. Із перебуванням УНР в місті пов'язано чимало відомих в історії України постатей (табл. 2.1).

У 2019 році рівно століття минуло з дня проголошення Кам'янця-Подільського столицею УНР, і що далі від нас ті події, то більший інтерес викликає кожна деталь становлення української державності.

Таблиця 2.1

Столиця УНР Кам'янець-Подільський та особистості які були там задіяні

Історична особа	Діяльність у місті
Грушевський Михайло	Розробляв Конституцію УНР. Згідно з цим документом Україна ставала суверенною парламентською державою, яка гарантувала права всім народам, які тут проживали. Влада ділилася на виконавчу, законодавчу та судову. Верховним органом УНР проголошувалося Всенародне зібрання – законодавча влада Української Республіки.
Петлюра	10 червня 1919 року до Кам'янця-Подільського вперше прибув голова Директорії та головний отаман армії УНР Симон Петлюра. Розпочав Кам'янецький період Директорії УНР (Кам'янецька доба УНР), що тривав майже півроку у 1919. Симон Петлюра у Кам'янці протягом вересня налагоджував міжнародні відносини. Сподівався на зміну поглядів Антанти щодо України.
Русова Софія	На початку 1919 року Софія Русова разом з українським урядом була евакуйована до Кам'янця-Подільського. Міністерство освіти розмістилося у місцевому університеті. В останні роки української державності Софія Русова плідно працює у Червоному Хресті, рятує життя багатьом українським воїнам, які перебувають у полоні. За часів радянської влади патріотка все ще мріє про національний розвиток педагогіки.
Степанів Олена	Командувала жіночою чотою Українських Січових Стрільців у Першій світовій війні. 1919 року Олена Степанів навчається недовго в Кам'янець-Подільському університеті, працює референтом преси Міністерства закордонних справ Української Народної Республіки.

2.2. Ресурси Середньовіччя:

2. 2. 1. Литовський Кам'янець

У 1362 великий князь Литовський Ольгерд переміг татар на Синіх Водах і заволодів Поділлям, приєднавши його до Великого князівства Литовського, і в другій половині XIV століття Кам'янець став володінням литовських князів Кор'ятовичів, і наступного ж року Кам'янець став столицею князівства [18]. За Кор'ятовичів по всьому Поділля почалося масштабне будівництво замків, а в місті — католицьких монастирів [13]. У 1366 у місті з'явився Орден домініканців.

В 1374 Кам'янець отримав самоврядування за наданим йому Магдебурзькому праву. Відповідно до виданої місту грамоти, Кам'янець на 20 років звільнявся від податків, а також отримував у підпорядкування та використання великі ліси та пасовища аж до берегів Дністра.

У 1375 р. папа римський Григорій XI затвердив у Кам'янці католицьку єпархію та першого єпископа Вільгельма Домініканіна. У 1377 році в центрі міста було збудовано дерев'яний Кафедральний католицький костел. У 1379 р. князі Кор'ятовичі розпочали масштабну реконструкцію старої кам'яної фортеці та міських укріплень. У 1380 році на території фортеці була побудована Покровська православна церква. Згідно з легендами, пізніше в ній були поховані Юрій та Олександр Кор'ятовичі. Близько 1390 у Кам'янці з'явився Орден францисканців. Поступово місто перетворилося на форпост католицизму на південному заході Русі.

У 1393 р. великим князем литовським був обраний Вітовт . Князь Федір Кор'ятович відмовився визнати Вітовта і повстав проти нього. Того ж року розпочалася інтервенція на Поділлі польських військ під командуванням короля Владислава II Ягеллона. Одночасно на Поділля, на території від Вінниці до Тереховлі, сталося велике антифеодалне повстання. На нетривалий час литовські та польські вельможі були вигнані з подільської землі.

1394 став початком «сорокалітньої війни» між Литвою і Польщею за Поділля. Противником Польщі виступив брат Ягайла – литовський князь Свидригайло . Після низки взаємних збройних конфліктів, на Поділлі виступив Вітовт. Він володів замками Брацлав, Сокилець, Скеля та Червоноград, потім за допомогою артилерійського штурму захопив кам'янецьку фортецю, і зрештою заволодів містом. Федір Кор'ятович був змушений тікати в Угорщину, передавши свої права на Поділлі угорському королю і отримавши натомість жупи Березька і Шарош , а в 1396 - у довічне володіння Мукачівську і Маковицьку домінії, де і правив до своєї смерті в 1414 р. У червні 1395 передав своє право на Кам'янець воєводі краківському Спитку з Мельштина.

На початку XV століття жителі Поділля відзначилися доблесною участю у

військових демаршах Великого князівства Литовського проти Тевтонського ордена. У 1410 бойові подільські загони входили до складу об'єднаних збройних сил Корони Польської та ВКЛ, очолюваних королем Ягайлом і князем Вітовтом, зокрема брали участь у Грюнвальдській битві, що закінчилася повною поразкою хрестоносців. У підсумку серед нагороджених за виявлену хоробрість лицарськими титулами були і подоляни — вихідці з сіл Плешовіц (Пліскавиць), Фрідровець, Суржі та Кадиєвець.

В 1411 литовський князь Вітовт викупив Кам'янець і місто залишалося в складі Литовського князівства до 1434 року.

2. 2. 2. Польський Кам'янець

В 1434 Кам'янець увійшов до складу Польського королівства і був проголошений королівським містом [26]. У місті запроваджено польську адміністративно-суднову систему та сформовано польську юрисдикцію. Для захисту своїх інтересів православне населення почало об'єднуватися в церковні братства. З 1463 до 1793 року місто було адміністративним центром Подільського воєводства.

Під час польського панування Поділля отримало свій герб — сонце, над яким зображено хрест. За час своєї присутності поляки звели тут величезну кількість культових та оборонних споруд, що багато в чому сформували сучасний образ міста.

На початку XVI століття у місті було збудовано головний католицький храм Поділля — кафедральний собор апостолів Петра та Павла. Одночасно було розпочато будівництво домініканського та францисканського монастирів. Водночас у Кам'янці налічувалося 16 православних церков.

Собор Петра та Павла (1502-1517) приписується домініканцям, переходив із рук до рук. Ще його називають «костел з мінаретом» — мінарет прибудували турки, а 1762 року поляки поставили нагору Богоматір. При археологічних дослідженнях уточнено православне походження собору, дзвіниця збудована 1555 р. вціліла досі, а сам собор був зруйнований у 1950-і роки.

Протягом чотирьох століть у місті сформувався величезний костельно-монастирський комплекс, куди увійшли монастирі домініканок, кармелітів, єзуїтів, францисканців та тринітаріїв. Фінансову підтримку фортифікаційної програми міста надавали як польський король, так і папа римський Юлій II, виділяючи значні суми на зміцнення обороноздатності міста.

У період з 1450 по 1550 місто було піддано 25 випадкам збройних нападів. У зв'язку з цим, починаючи з другої половини XIV століття місті розгорнулися значні фортифікаційні роботи. У 1541—1551 у місті працював військовий інженер і королівський архітектор Іов Бретфус, ім'я якого відображено на одній із веж фортеці. У 1617—1621 військовий інженер Теофіл Шомберг збудував перед західним фасадом замку кам'яно-земляні бастіони, відомі як Нова фортеця. Одночасно навколо міста було збудовано кільце оборонних систем, що складаються з веж, ровів, шлюзів та кам'яних укріплень. Трохи пізніше за участю архітектора Камерино Рудольфіно було збудовано башту Стефана Баторія та східні міські укріплення.

Наприкінці XVI століття у місті організуються численні ремісничі цехи — збройові, ливарні, ювелірні, гончарні, пекарні і т. д. Цехи мали свої статuti та дотримувалися своїх комерційних інтересів. Кам'янець був важливим пунктом по дорозі транзитної торгівлі, посередником на торгових магістралях між Заходом і Сходом. Важливий водний шлях проходив Дністром. Торгівля у Кам'янці була монополізована вірменами, які конкурували із львівськими купцями [25].

Дві брами — Руська та Польська по різні боки фортеці — одна з найдоцінніших пам'яток Кам'янця, унікальний фортифікаційно-гідротехнічний комплекс. У разі небезпеки русло Смотрича перекривалося на Руській брамі, і каньйон заповнювався водою. Для спуску води, навпаки, зачинялася Польська брама і відчинялася Руська.

До кінця XVI століття Поділлям пройшла хвиля народних повстань. Антифеодальний рух злився із класовою боротьбою селян під керівництвом С. Наливайка. Під час повстання Хмельницького у серпні 1648 року до міста увійшли загони повстанців під командуванням М. Кривоноса, у 1651 році місто

атакували загони козаків під командуванням Івана Богуна. У 1652 р. Кам'янець три тижні облягало 60-тисячне військо Богдана Хмельницького. Місто вціліло лише завдяки спалаху всередині козацького війська епідемії чуми. Восени 1653 р. в районі Жванця загонами Б. Хмельницького було оточено та заблоковано польську армію на чолі з королем Яном II Казимиром.

З 1699 по 1793 р. Кам'янець-Подільський вдруге знаходився у володінні Речі Посполитої. На початку XVIII століття у місті було відновлено ремісничі цехи. У 1702 створено цехи кравців та шкіряників, у 1712 — золотників, ливарників, бляхарів і мідників, у 1724 — кравців та ювелірів, у 1731 — хірургів та аптекарів. У 70-ті роки XVIII століття у місті жив і працював ливарник Йоганн Франк Водіц, який відливав дзвони; зокрема у 1769 р. він відлив дзвін для місцевого Тринітарського костелу. 1767 року відкрито першу в місті аптеку Павла Ленкевича, а через рік — аптеку при алхімічній лабораторії Григорія Чайковського.

У 1767-1785 міський військовий гарнізон знаходився під командуванням коменданта кам'янецької фортеці та всіх прикордонних фортець та замків, військового інженера та архітектора Яна де Вітта. Під його керівництвом у місті було збудовано багатопверхові військові казарми, порохові склади, зроблено реконструкцію та ремонт польської Ратуші, закладено міський сад та здійснено прибудови домініканського костелу та монастиря. В 1781 під керівництвом де Вітта, на честь приїзду в місто останнього польського короля Станіслава Августа, була побудована тріумфальна арка.

У 1737 – 1753 в Кам'янці працював військовий інженер Християн Дальке, який перебудував вірменські (1746) та турецькі (1753) бастіони та інші оборонні укріплення. З 1763 року у Кам'янці створено поштову службу. У 1784 році, за підтримки Яна де Вітте, над містом злетіла перша повітряна куля. У 1700 році в місті введена примусова унія православ'я та католицизму. У 1756 році на мінареті кафедрального костелу встановлено статую Богородиці, відлиту з бронзи в Данцизі. У 1767 відбудовано зруйнований турками вірменський храм. У 1773 видана була папи римського Климента IV про скасування Ордену єзуїтів.

2. 2 .3. Турецький Кам'янець

Влітку 1671 р. козаки П. Дорошенка разом із татарами за указом турецького султана розорили околиці міста. 8 серпня 1672 р. османська армія на чолі з султаном Магометом I, з усіх боків обложила місто . В облозі брали участь козаки П. Дорошенко. Місто захищала 9-тисячна армія під командуванням лицаря пана Є. Володієвського та 6-тисячне народне ополчення. 18 серпня турецькі артилерійські батареї розпочали масоване бомбардування фортеці. 24 серпня турки захопили оборонні вали Нового Замку, а 25 серпня безуспішно штурмували фортецю. Під час цього штурму, з втратами 2000 яничарів, туркам все ж таки вдалося підірвати фортечні ворота і завдати серйозних пошкоджень оборонним укріпленням. Зрештою, 26 серпня польський гарнізон фортеці капітулював, і наступного дня турецька армія увійшла до міста. Увійшовши до міста, турки дозволили безперешкодно піти з нього всім охочим. 28 серпня турецька армія святкувала взяття Кам'янця. Султан Магомет IV видав наказ святкувати взяття Кам'янця у всій імперії Османа 3 дні. Частина видобутку дісталася П. Дорошенку та його козакам. Жителям міста та військової частини було дозволено залишити Кам'янець у триденний термін. 30 серпня 1672 р. більшість жителів на 300 возах залишили місто, а 3 вересня пройшов урочистий в'їзд турецького султана, його почти та гарему через Руські ворота до міста.

У 1672 р. Кам'янець увійшов до складу імперії Османа.

27 років турки господарювали у Кам'янці. Більшість корінного населення залишило місто, завмерла торгівля. Майже всі церкви та костели Кам'янця були перетворені на мечеті. Був заборонений дзвін. До найбільшого міського костелу був прибудований мінарет. У місті були дозволені та діяли по 1 храму кожної релігії, включаючи синагогу. Більше третини міських будов було розібрано на камінь, що йшов на будівництво укріплень. Турки врахували прорахунки польської оборони та перетворили Кам'янець на потужний фортифікаційно-артилерійський вузол. Між фортецею та містом було збудовано кам'яний міст. Після кількох років оборонного будівництва місто було перетворено на одну з найпотужніших фортець Османської імперії. Дві третини гарнізону складала

піхота та артилерія. Фортеця охороняло понад 200 гармат, які обслуговували понад 1 тис. артилеристів – гумбараджі.

З 1672 по 1699 роки турки забрали в яничари 800 хлопчиків і вивезли кілька тисяч дівчат. Також за цей час до Стамбула було вивезено близько 100 возів награваних цінностей. У 1685 році в місті був публічно страчений Юрій Хмельницький.

Захоплення міста турками викликало велике сум'яття не лише у Польщі, а й у всьому християнському світі. Поляки неодноразово намагалися повернути собі Кам'янець. У 1673 році місто було безуспішно атаковане військами великого гетьмана коронного Яна Собеського . При цьому було знищено 2000 татар, які оселилися на околицях міста восени 1672 р. У 1683 р. польське військо на чолі з Андрієм Потоцьким розгромило турецькі та татарські загони на околицях міста. У 1687 – безуспішна облога міста загонами Якова Собеського, сина польського короля. У 1698 – невдалий похід на Кам'янець військ польського короля Августа II.

У жовтні 1699 р. згідно з Карловіцьким договором Поділля та Кам'янець були повернуті Речі Посполитій. Залишаючи місто, турки вивезли з фортеці 270 гаубиць і 22 мортири.

2 .2. 4. Вірменський Кам'янець

Вірмени жили у Кам'янці здавна. Одна з гіпотез виникнення вірменської громади пов'язана з іменами французького сходознавця, місіонера та дипломата Луї Марі Пиду де Сент-Олона (1637-1717 рр.) та вірменського культурного діяча початку ХІХ століття Мінаса Бжишкянця. Посилаючись на документ, вписаний у 1641 році до Державного реєстру (Коронну метрику), вони стверджували, що у 1062 році князем Федором Дмитровичем до Києва, Львова та Кам'янця були запрошені вірмени з міста Ані [4].

До кінця ХІV століття вірменська громада в Кам'янці була досить численною. Вважається, що не в останню чергу завдяки вірменським майстрам у місті широко поширилося кам'яне будівництво, розпочався ремонт стародавніх

міських укріплень та будівництво нових оборонних споруд. У XV-XVII століттях вірменська громада стала однією з найважливіших у місті та найбільшою у великому регіоні Східної Європи – зокрема, у XVI столітті її чисельність перевищувала 5 тис. осіб. Вона користувалася самоврядуванням, підкорялася власним законам і суду. Герб міста включав герби трьох громад, на вірменському гербі зображався Агнець Божий.

У 1398 р. вірмени збудували в місті православну церкву-фортецю Св. Миколи, що збереглася до наших днів. Община вірмен у Кам'янці-Подільському була найбільшою у Речі Посполитій, та й у Європі. Складатися вона почала ще в 11 столітті, і тутешній Вірменський квартал відчутно більший за львівський.

Вірмени брали участь у формуванні міста, будівництві знаменитої фортеці, неодноразово у складі міського ополчення захищали Кам'янець від іноземних загарбників – турків та татар, а у мирний час займалися переважно ремісництвом та торгівлею зі східними країнами. З XIII століття став формуватися Вірменський квартал. Вірмени компактно проживали у південній частині міста, де збудували собор, кілька церков, безліч громадських та житлових будівель. У Кам'янці знаходилися вірменський магістрат, вірменська школа, жили та працювали письменники та історики.

Письмові пам'ятники вірменських громад Поділля та Галичини, що збереглися, налічують десятки тисяч сторінок і охоплюють період з 1524 по 1669 рік. Це, зокрема, 28 актових книг вірменського в'їтківського суду м. Кам'янця-Подільського (1572-1663), актові, касові та метричні книги Львівського вірменського духовного суду за ці ж роки, «Кам'янецька хроніка», що описує події Цецорської кампанії та Хотинської війни 1620-1621 років, «Венеціанська хроніка», «Хроніка Польщі», зразки «Судебника» Мхітара Гоша з великою кількістю додаткових статей та коментарів, затвердженого польським королем Сигізмундом у 1519 році, твір «Секрети філософського каменю» Андрія Торосовича молитовники, псалтирі, життя святих, календарі, приватне листування. В основному, вони написані вірменськими літерами так званою вірмено-кіпчацькою мовою, що була довгий час у ході у вірмен Подолії. Сьогодні

ця спадщина активно вивчається істориками та мовознавцями в Казахстані, адже кипчаки вважаються предками казахів, а давня кипчацька мова, що збереглася практично лише в вірменських текстах, – попередником сучасної казахської. Завдяки насамперед Вірменській Церкві кам'янецька громада значною мірою повернулася до рідної мови. Однак Унія з Римо-Католицькою Церквою призвела до більшої інтеграції та поступового витіснення вірменської мови польською [5].

Якщо запитати місцевих жителів про головні пам'ятки міста, вам неодмінно назвуть три: середньовічну фортецю, стару ратушу і Вірменську площу. 1699 – Після звільнення Кам'янця та решти Поділля від турків-османів сюди частково повертаються вірмени, що переселилися з міста на початку 70-х років. Відновлює роботу вірменський магістрат, знову відкриваються вірменські церкви. 1790 – Влада Речі Посполитої ліквідувала вірменське місцеве самоврядування у Кам'янці.

2. 2. 5. Єврейський Кам'янець

Після повернення Кам'янця під владу польської корони християнське населення стало перешкоджати поселенню у місті євреїв, громада яких сильно збільшилася за турків. Відомий указ 1447, в якому євреям заборонялося зупинятися в Кам'янці-Подільському на термін, що перевищує три дні. Мабуть, ця заборона через деякий час почала ігноруватися, оскільки в 1598 році король Сигізмунд III знову підтверджує триденний ценз на перебування євреїв у місті, категорично заборонивши їм селитися та торгувати не лише в самому Кам'янці, а й у передмісті [11].

Під час повстання Хмельницького питання щодо заборони проживання євреїв у місті відійшло на другий план. Багато євреїв намагалися знайти притулок у фортеці, яка витримала облогу козаками у 1652 році. Згодом король Ян II Казимир скасував обмеження для євреїв. І хоча періодично заборону реанімували в 1654, 1665 і 1670 роках, євреї продовжували жити в Кам'янці; міська влада, усвідомивши переваги єврейської участі в економіці міста, закривала на порушення ока.

Після захоплення Кам'янця-Подільського військами Османської імперії єврейське населення міста значно зросло. Турки сприяли єврейській громаді, бачачи в євреях союзників і помічників в управлінні захопленими територіями.

Заборона підтверджувалася в 1725 році, але частина євреїв, за підтримки місцевої влади, зуміли залишитися в місті. У 1750 р. указом Августа III євреї були за 24 години вигнані з Кам'янця, їхні будинки були захоплені міською владою, а синагога була знесена. Проте незабаром у місті знову влаштувався кагал. У 1757 у Кам'янці було проведено публічний диспут між євреями-талмудистами та євреями-франкістами. Перемогли франкісти, в результаті талмудисти були оштрафовані, а на площі біля Ратуші було спалено понад 1000 екземплярів талмуду. Всупереч гонінням, єврейська громада швидко збільшувалася, і з середини XVIII століття Кам'янець-Подільський стає одним із оплотів хасидизму.

З 1797 року євреям дозволено проживати в місті. Вже в 1800 році євреї були власниками 62 з 573 кам'яних будинків, а також 14 з 35 вино-горілчаних складів міста. З початку XIX століття більшість євреїв Кам'янця стають хасидами цаддиків Меджибожа. Після того, як по другому поділу Польщі Кам'янець-Подільський відійшов до Росії, цар Павло I у 1797 році підтвердив право євреїв проживати у місті. Але у місцевих жителів була стара добра традиція. У 1832 році вони звернулися до царського уряду з проханням знову вигнати євреїв із міста, як аргумент посилаючись на підписані ще Сигізмундом папери. Цілком логічно, що гордість не дозволила Миколі I, що царював на той час, повторити дії далекого попередника-конкурента, але все ж таки, під тиском оточення, він обмежив право євреїв на будівництво в місті нових будинків. 1859 року це обмеження було скасовано. У 1814 р. у кам'янецькому замку містився "український Робін Гуд" Устим Кармалюк, єдиний із численних повстанських лідерів за всю історію України, якого підтримували євреї, і навіть брали участь у його операціях. Після вбивства Кармалюка та проведеного розслідування було накладено великий штраф на єврейську громаду міста Деражня – за сприяння "розбійникові". Устима Кармалюка можна сміливо заносити в книгу рекордів Гінесса, в розділ "кількість пагонів із в'язниць". Але "єврейське щастя" подільників, мабуть, перекинулося і

на нього - після кожної втечі Устима знову ловили. Втік Кармалюк і з Кам'янця, правда, того разу невдало – був поранений і незабаром повернутий назад.

У 1832 р. християни міста подали уряду петицію з проханням вигнати євреїв з Кам'янця-Подільського. Клопотання було відхилено, але в 1833 уряд заборонив євреям будувати та купувати в місті нові магазини, склади та будинки (за винятком двох передмість). Це обмеження було анульовано в 1859 році. За даними 1892 р., у місті проживали 13 714 євреїв (37 % всього населення міста). У 1897 у Кам'янці жили 16 211 євреїв (40 % від населення), а напередодні 1-ї світової війни — 23 430 (47 % населення).

У період Громадянської війни у місті постійно змінювалася влада, євреї страждали від погромів, які проводили всі протиборчі сторони. Коли радянська влада утвердилася остаточно, становище євреїв почало погіршуватися, які число скоротилося до 29%.

Німці окупували місто на початку липня 1941-го. На євреїв було накладено грошову контрибуцію, а вже 20 числа гітлерівці створили гетто. Кам'янець-Подільський був окупований німецькими та угорськими військами 11 липня 1941 року. Незабаром після початку окупації близько 60 єврейських чоловіків було розстріляно у Старому місті. Німецька військова влада призначила місцеву адміністрацію, що складається з українських ультранаціоналістів, які розпочали проведення антисемітської пропаганди. Українська адміністрація відповідала за реєстрацію єврейського населення міста, призначення членів Юденрату, та змушувала євреїв носити зірку Давида. 5 серпня 1941 р. євреї Кам'янець-Подільський були змушені переселитися в гетто в Старому місті. До кінця серпня понад 10 тисяч депортованих прибули до Кам'янця-Подільського, де вони були поміщені в замок, а потім у гетто разом із місцевими євреями. Депортованих євреїв було розстріляно 26 серпня 1941 року. 27 та 28 серпня 1941 року було вбито близько 10 000 кам'янець-подільських євреїв. 5000 євреїв міста, що залишилися, були розміщені в новому гетто в районі колишнього хімічного інституту. Влітку 1942 року було вбито близько 800 єврейських дітей та старих людей. Вбивство євреїв із Кам'янця-Подільська тривало протягом усього 1942

року [39].

Масові розстріли єврейського населення міста розпочалися у серпні — тоді було розстріляно 23 600 євреїв. А вже у лютому 1943 року практично всі кам'янець-подільські євреї були знищені німцями. Більшість євреїв міста репатріювалися в Ізраїль або інші країни Заходу в 1970-1980-х роках. 1979 року в Кам'янці-Подільському проживало близько 1800 євреїв.

Більшість євреїв у 1990-х роках виїхали до Ізраїлю чи Заходу. У 2015 році у місті проживало близько 150 євреїв. І хоча сьогодні в місті євреїв залишилося мало, проте в ньому організовано єврейську громаду, працює недільна школа, відділення «Хеседа» музей, общинний центр [42].

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЄКТУ ТУРИСТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНОГО ЦЕНТРУ НА ПРИКЛАДІ ТІЦ «КАМ'ЯНЕЦЬ»

3.1. Мета та завдання ТІЦ в умовах російської агресії

Однією зі стратегічних завдань розвитку туризму є стимулювання розвитку малого і середнього бізнесу. Формування нових малих та середніх суб'єктів дозволить посилити конкуренцію та якість послуг, а також дозволить підвищити різноманітність туристичної пропозиції, щільність рекреаційних зон та рівень інфраструктурної забезпеченості території. ТІЦ та методи їх функціонування – досить перспективний напрям, проте він носить несистемний характер. Це є однією із суттєвих причин низької ефективності використання наявних регіональних туристичних ресурсів, їхнього слабого просування на внутрішніх та зовнішніх турринках. Метою створення такого центру на території міста є: надати туристові будь-яку інформацію про місце перебування, наприклад, про кількість вільних місць у готелях чи про найпопулярніші пам'ятки, а також поширювати інформацію про ресурси території серед туристів [34]. Зважаючи на мету, завданнями роботи такого центру є:

- 1) збір та обробка інформації про туристичні можливості регіону та її розміщення на регіональному туристичному сайті;
- 2) розробка та видання рекламних матеріалів (туристичних карт, буклетів, путівників тощо);
- 3) надання допомоги туристам під час виборів місця відпочинку;
- 4) просування дестинації на внутрішньому та міжнародному туристичних ринках.

Пропонований нами центр спрямований на вирішення таких завдань у місті. Як зазначено у Стратегії соціально – економічного розвитку до 2025 року [38], активний розвиток туризму у регіоні не може бути досягнуто без розвитку туристичного сервісу з урахуванням малих підприємств. Відсутність єдиної концепції регіональної системи інформаційних центрів у сфері туризму

найчастіше гальмує розвиток усієї індустрії. У цьому необхідність створення ТЩ та його розвиток, який формував би туристську і маркетингову політику на регіональному рівні, проводив дослідження споживачів, інфраструктурного забезпечення сфери туризму цілком очевидна. Отже, метою створення цього центру є здійснення повного комплексу послуг у сфері туризму, формування інформаційного середовища задоволення потреб усіх зацікавлених осіб (як юридичних, і фізичних).

На певному рівні розвитку цей центр може і має стати єдиною мережевою організацією, яка об'єднує всіх учасників турбізнесу на території. Робота центру загалом сприятиме формуванню позитивного іміджу дестинації як безпечної та комфортної для туристів регіону.

Втілення в життя програм і стратегії розвитку сфери туризму регіону дозволить залучити іноземних та місцевих туристів і встановити оптимальне співвідношення між виїзним і в'їзним туризмом, орієнтуючись на щорічне збільшення в'їзного потоку, створити великий багатопрофільний туристично-рекреаційний комплекс «КАМ'ЯНЕЦЬ» [30].

Реалізація цього центру послужить здійсненню головної мети стратегії сталого функціонування та розвитку, тобто, створення сучасної високоефективної та конкурентоспроможної туристської сфери, що забезпечує, як широкі можливості задоволення потреб населення в туристських послугах, так і значний внесок у соціально-економічний розвиток регіону, у тому числі за рахунок податкових надходжень до бюджету, притоку іноземної валюти, збільшення кількості робочих місць, збереження та раціонального використання культурного, історичного та природного потенціалу [40].

На території міста нині функціонує ТЩ Кам'янець-Подільський, котрий розташований за адресою пл. Польський ринок, 18. Із доступної інформації тут є інформаційні стійки з англomовним персоналом та друкованою продукцією, а також періодично практикують мобільні інфопоінти з друкованими інформаційними продуктами – для розміщення в місцях топ – відвідувань туристами: транспортна інфраструктура, готелі, музеї та ін. Проте, в умовах

сучасної військової агресії функціонування такого ТІЦ є досить обмеженим, послуги не надаються в періоди військової тривоги. Разом з тим, перспективним є перенесення частини послуги у віртуальну мережу.

На нашу думку, оптимізація роботи віртуального ТІЦ дасть змогу досягти високих результатів [29; 32; 36]. Серед них:

- створення доступного єдиного інформаційного простору у туристичній галузі регіону;
- збільшення кількості туристів та рекреантів (збільшення загального потоку організованих туристів (на 15 – 20 %.);
- поліпшення сервісної політики та якості послуг у сфері туризму та рекреації;
- розширення асортименту послуг у сфері туристичної діяльності (диверсифікація діяльності);
- збільшення середньорічного завантаження готелів (на 20%);
- збільшення вкладу туризму у соціально-економічний розвиток регіону;
- організація активно – оздоровчого відпочинку мешканців та гостей міста;
- розвиток пізнавальної діяльності засобами туризму та організація екскурсійних маршрутів активного відпочинку дітей, сімей, корпоративних гостей та мешканців міста всіх категорій населення;
- підвищення інтересу до туристичного потенціалу міста, його історії;
- впровадження сучасних технологій формування та просування регіонального туристичного продукту та взаємовигідне співробітництво з партнерами;
- впровадження нових інформаційних технологій у сфері реалізації та створення туристського продукту;
- виховання екологічної свідомості населення регіону, залучення уваги до збереження культурної та історичної спадщини, популяризація міста, просування інформації про об'єкти туристичного показу, залучення населення регіону до розробки нових туристичних маршрутів, сприяння збереженню

народних традицій.

Реалізація заходів проєкту розвитку туризму на найближчі роки дозволить досягти позитивної динаміки розвитку туристичної індустрії. Загалом реалізація даного проєкту сприятиме подальшому розвитку економічного потенціалу регіону, збільшенню доходної частини бюджетів усіх рівнів, створенню сприятливих умов вирішення певної частини соціально – економічних проблем. Ефект центру в довгостроковій перспективі: різноманітність форм подання інформації, використовуваних у проєкті, дозволить максимально охопити всі соціальні верстви і показати всі туристичні можливості регіону, а також розвиток туристичного сервісу. Демонстрація турпродукту на різних виставках та презентаціях (в тому числі віртуальних) дозволить створити позитивний імідж туризму та рекреації у регіоні та залучити нових туристів.

3.2. Діяльність віртуального ТІЦ Кам'янець

У зв'язку з військовою агресією та в цілях розширення асортименту наданих послуг видається доцільним використання digital – сервісів, що дозволить:

- підвищити операційну ефективність інформаційних центрів;
- здійснювати підтримку туристів як реального часу за допомогою обраного ними каналу зв'язку та на додаток до офлайн підтримки;
- створити умови для надання актуальної інформації туристу в місцях, де відсутня можливість живого контакту;
- підвищити рівень клієнтського обслуговування в місцях надання інформаційних послуг;
- привернути увагу до міста та рекламувати його для туристів;
- стимулювати покупки туристичних продуктів міста;
- дослідити актуальні потреби та запити туристів;
- оптимізувати процес запитів та туристичних пропозицій з допомогою SEO – технологій та інші.

Наразі віртуальним ТІЦ є сторінка на Фейсбук, в Інстаграм, де діляться інформацією про ресурси регіону (дод. Б-В). Також тут розміщено велику кількість інформації про діяльність музею Кам'янця-Подільського та організовані маршрути для туристів (дод. Д).

Однією з особливостей формування віртуального ТІЦ є різноманітність шляхів генези. Віртуальний інформаційний туристичний сервіс може бути організований державною установою, може бути приватною комерційною організацією чи некомерційною громадською структурою, а може існувати як корпоративний інструмент асоціацій підприємств туризму. У цьому функціональні завдання принципово однорідні. У хорошому ТІЦ турист може отримати будь-яку інформацію, забронювати житло, тур, трансфер, придбати сувеніри, квитки, буклети, карти. У специфічній вітчизняній ситуації, що відображає поточне формування та недоліки сучасної інфраструктури туризму, а також військову нестабільність, ініціатором та основною рушійною силою ТІЦ може виступати місцевий університет: місія всіх значущих університетів набагато ширша за діапазон вузько освітніх завдань і охоплює сфери бізнесу та культури, взаємодії із громадами [36]. Вирішальну роль у цьому процесі відіграють факультети та кафедри, які безпосередньо ведуть наукову та освітню діяльність у туризмі.

Нерідко цьому сприяють обставини виникнення ТІЦ. Наприклад, ТІЦ може бути результатом взаємодії структур освіти, влади, бізнесу в рамках реалізації проекту програми, або гранту на запровадження нової інституції (в даному випадку – інформаційної). Віртуальний ТІЦ також може стати основою для формування інформаційного поля внутрішнього туризму та лабораторією підготовки студентів для практичної діяльності з просування туристичних продуктів та координування різноманітних туристських послуг. Істотною частиною діяльності ТІЦ є створення туристського порталу регіонального масштабу, розробка інтерактивної карти, складання календаря туристських подій [32]. ТІЦ сприяє комунікації між владою, бізнесом, культурою та освітою. Він може стати провідником як комерційних процесів, а й різноманітних

соціокультурних ініціатив. Віртуальний ТЩ, за формальною позицією, більш обмежений за можливостями та засобами комерційної діяльності, натомість має унікальний доступ до наукових, освітніх, інформаційних та людських ресурсів. ТЩ Кам'янець може стати інформаційним ядром «Стратегії розвитку туристично-рекреаційного кластера «Кам'янець».

Суспільно-важливий аспект діяльності ТЩ пов'язаний із високою роллю соціального туризму на внутрішньому ринку [36]. Серйозно налаштований турцентр може і повинен брати активну участь у цій діяльності та використовувати свої можливості для координації учасників та посилення суспільного резонансу заходів, причому не тільки в організації туристських маршрутів та екскурсій для груп, що складаються зі школярів, студентів тощо. Це також проведення різноманітних спортивних, культурно-історичних, релігійних та інших заходів та акцій, спрямованих не на комерційні, а на репрезентативні, виховні, патріотичні цілі. Їх роль серед організованих громадських подій останнім часом помітно зростає. Це не єдиний аспект соціальної актуалізації ТЩ: на регіональному рівні він може надати дієву підтримку атракціям і рекреаціям, що формуються в регіоні. Наприклад, допомагати інформаційним ресурсом у створенні дестинацій, котрі спеціалізуються на зеленому туризмі, місцевих археологічних ресурсах тощо. ТЩ може брати участь на комерційній (реклама, просування, продаж, поліграфія) та некомерційній основі. Як остання можуть бути, наприклад, інформаційна підтримка, допомога в організації наукової експертизи, сприяння студентським практикам і навіть безпосередня участь у краєзнавчій та етнографічній роботі.

Зрештою, на міському та регіональному рівні ТЩ може серйозно підтримати самодіяльні та вузівські спортивні туристичні клуби. Ці організації відіграють вирішальну роль у кадровому забезпеченні активного, спортивного та екстремального туризму, у підтримці специфічної національної туристської субкультури. Нерідко нечисленні (через комунальну неупорядкованість) та небагаті турклуби не мають власних сайтів та обмежені у просуванні своїх

туристських акцій. ТПЦ може надати клубам свій сайт для розміщення матеріалів.

Таким чином, специфіка розвитку місцевого віртуального ТПЦ, створеного на базі місцевих ресурсів та за участі різних суб'єктів, виявляється у розширеній постановці соціокультурних завдань. Це виходить за рамки класичного бізнес-проекту та привносить у проект просвітницькі, освітні, соціальні контексти. У ситуації, коли існує дефіцит інфраструктури, культури туризму, дискретність будь-якої інформації, ТПЦ має активно сприяти появі позитивної туристської субкультури, нових ділових стереотипів.

Для віртуального ТПЦ, у підсумку, важливо досягти наступного:

- інтеграція на регіональному, національному та міжнародному рівні у професійну спільноту ТПЦ; пошук та взаємодія з осьовими структурами, формування професійних горизонтальних зв'язків;
- інтеграція у професійне співтовариство туріндустрії, організація взаємодії з органами влади, установами культури, науки, освіти у сфері туризму;
- створення сайту, розробка реєстру туристських ресурсів регіону (контент сайту), складання календаря туристичних подій у регіоні;
- організація роботи візит-центру та call-центру;
- підвищення професійної кваліфікації співробітників ТПЦ, вивчення вітчизняного та зарубіжного досвіду, інновацій, технологій роботи, проходження курсів додаткової освіти, участь у грантових програмах професійної освіти та діяльності у сфері туризму;
- організація та проведення регіональних акцій, спрямованих на формування інформаційного поля діяльності ТПЦ, просування цілей та завдань ТПЦ; організація реклами та підтримки у ЗМІ; проведення науково-суспільної конференції на обласному рівні з просуванням образу, діяльності та завдань ТПЦ;
- на місцевому рівні - підтримка конкретного туристичного проекту, що дозволяє комплексно реалізувати професійні та соціальні ресурси та цілі ТПЦ.

3.3. Просування туристичних продуктів Кам'янця-Подільського можливостями ТІЦ

Продаж туристичних послуг передбачає комерційні та психологічні аспекти взаємодії зі споживачем. У цьому методи просування турпродукту слід адаптувати як під специфіку майданчика комунікації з цільовою аудиторією, а й під зовнішні чинники ринку. Так, при виборі способу просування турпродукту першому плані виходить й не так становище компанії у галузі, скільки позиціонування самого товару чи послуги.

Нині Україна – досить специфічна територія для просування її туристичних продуктів за межами країни. Проте, ТІЦ можуть орієнтуватися на внутрішнього споживача. У більшості випадків ТІЦ можуть працювати з клієнтами у кількох форматах одночасно:

- 1) підбір індивідуальних турів;
- 2) колективні заходи;
- 3) корпоративне співробітництво.

При цьому важливо враховувати доступні методи онлайн-просування, бо вони діють незалежно від розташування точки продажу та специфіки продукту, що реалізується.

Для просування ТІЦ та його послуг ми б рекомендували наступний набір інструментів.

Контекстну рекламу. Просування у пошукових ресурсах, які спрямовані на поточні запити потенційних туристів. Турфірми можуть розміщувати контекстну рекламу у вигляді банера або текстового блоку, орієнтуючись на ключові слова. Наприклад, «відпочинок Кам'янці-Подільському», «готелі Кам'янця-Подільського» [30]. При цьому формат контекстної реклами слід адаптувати відповідно до сезонності, поточних тенденцій у галузі та актуальних пропозицій турагентів. Оплату за контекстну рекламу розраховують залежно кількості цільових дій.

Таргетована реклама. Ще один варіант привернення уваги в пошукових

ресурсах чи соціальних мережах, але на відміну від контекстної реклами таргет працює не за встановленими ключовими словами або фразами, а адаптує покази під попередні запити аудиторії. Так, наприклад, можна налаштувати покази на основі конкурентних пропозицій або дій конкретного користувача онлайн-майданчику.

Співпраця з інфлюєнсерами. Одночасно варто використовують інші інструменти інтернет-маркетингу, спрямовані на зростання продажів і репутації Кам'янця-Подільського. Наприклад, інфлюєнс-маркетинг та email-розсилки. Співпраця з інфлюєнсерами передбачає взаємодію з блогерами або медійними особами на комерційній чи некомерційній основі, де інфлюєнсер публікує інформацію про туристичний продукт на власних майданчиках як активну чи нативну рекламу. Email-розсилки дозволяють пролонгувати взаємодію з відвідувачами онлайн-майданчика та перевести їх на наступний етап.

Разом з тим, досить високими показниками залучення потенційних клієнтів можуть бути традиційні інструменти поширення інформації [34].

1. Друкована реклама: запрошення та буклети, рекламні листівки. Всі ці види публікацій є рекламними та дають уявлення про можливості запропонованих послуг ТЩ. Їх можна використовувати на професійних виставках або симпозіумах, де є відповідна категорія учасників.

2. Радіореклама. Є одним із найпопулярніших і найдоступніших видів рекламування туристських послуг ТЩ. Така популярність реклами на радіо обумовлена доступністю мовлення більшості радіослухачів – потенційні клієнти.

3. Вулична реклама: стаціонарна (наприклад, на зупинках) та реклама на транспорті (оголошення, запрошення на транспорті). В цьому випадку, як і для будь-яких оголошень, велике значення має місце, бажано, щоб це був центр міста. Як правило, здебільшого така реклама передається через зображення та є доповненням до медійної реклами. Мета такої реклами – нагадування.

4. Участь у виставках та ярмарках спеціального призначення пропонує туристичній компанії безмежні можливості для одночасного поширення та отримання великої кількості економічної, організаційної, технічної та

комерційної інформації за відносно доступних витрат.

ТІЦ є важливим інструментом просування деяких туристичних напрямків. Це місце злиття всієї інформації в цьому районі. Пропоновані послуги є вирішальними, а також це перше враження, оскільки багато туристів асоціюють це з відпочинком у цьому районі. Проте, методики їх дослідження у світі різняться. На сьогодні, оскільки центри можуть знаходитися під впорядкуванням різних суб'єктів, на може бути використано єдиний методичний підхід. Дослідники одностайні в думці: найкраще досліджувати роботу ТІЦ через «таємні закупівлі». При цьому, обов'язково оцінюється туристична інформаційна мережа на рівні дестинації, чи відповідає центр належним чином різноманітним потребам туристів, чи є він самостійною одиницею (або частиною мережі), де розташований і чи доступний для усіх категорій туристів (для туристів, які звертаються в офіс безпосередньо, телефоном або електронною поштою). Оскільки діяльність туристично-інформаційного центру спрямована на популяризацію не лише певного міста чи іншого населеного пункту, а також і його околиць, відповідно необхідна інформація повинна надаватися і про суміжні території [20].

А) Діяльність туристського інформаційного центру, спрямована на просування бренду туристської дестинації, включає: заходи щодо підвищення привабливості туристської дестинації, реалізовані у офісі туристського інформаційного центру, і дестинації на національному і міжнародному ринках. Високий рівень якості інформаційно-консультаційного обслуговування в інформаційному центрі сприяє підвищенню привабливості дестинації та є джерелом формування додаткового туристичного потоку до регіону.

Заходи туристичного інформаційного центру, спрямовані на просування дестинації, включають:

- підготовку та розміщення інформації про туристичні ресурси регіону;
- підтримку туристичного Інтернет-порталу регіону (інформація про веб-сайти туристичних інформаційних центрів);
- участь у національних та міжнародних виставках;

- міжрегіональна співпраця, створення єдиного інформаційного простору.

Б) Інформаційне обслуговування туристів та мешканців регіону має здійснюватися туристичним інформаційним центром на безоплатній основі. Співробітники інформаційного центру мають надавати достовірну, об'єктивну та своєчасну інформацію.

В) Для підвищення економічної ефективності діяльності туристичного інформаційного центру рекомендується розробка власних послуг (зокрема екскурсійного обслуговування).

Г) Туристичний інформаційний центр повинен також здійснювати збирання статистичних даних за зверненнями туристів. Результати консолідації та аналізу, що акумулюються в туристичному інформаційному центрі, можуть стати інформаційною основою стратегії розвитку туризму у регіоні, а також базою для розвитку туристичних продуктів.

Д) У межах діяльності туристичного інформаційного центру формується обширна база знань краєзнавчої тематики, яку слід використовувати як для інформаційного обслуговування туристів і екскурсантів, так і для підвищення історико-культурної грамотності населення. Рекомендується здійснення міжвідомчої взаємодії, інформаційний обмін туристичного інформаційного центру із освітніми установами регіону.

ВИСНОВКИ

Досліджуючи туристично-інформаційні центри міста та їх функціональне наповнення, організаційно-правові засади функціонування ТІЦ встановили, що це місце, яке надає можливість мешканцям регіону або відвідувачам отримувати будь-яку інформацію, яка буде корисною та привабливою для туристів, дізнатись про основні туристичні об'єкти, природні, археологічні, історичні, культурні та духовні пам'ятки, культурні та культурно-розважальні заклади, готелі, санаторії, бази відпочинку, головні туристичні маршрути, обласні та районні свята і фестивалі, туристичні компанії і послуги, а також багато іншої інформації стосовно туризму і відпочинку в регіоні. Зазвичай туристичний інформаційний центр співпрацює з бізнес-спільнотою в індустрії турів і подорожей. Він збирає інформацію про різні туристичні пам'ятки та тісно співпрацює з громадським сектором. З цієї причини він є надійним постачальником інформації, яка приносить користь для туристів. Окрім отримання важливих деталей через туристичний сайт, відвідувачі можуть зв'язатися з місцевими туроператорами та постачальниками послуг безпосередньо через інформаційний центр. Оскільки інформаційний центр зберігає багато цінних порад для подорожей, він дуже надійний. Про необхідність створення Національної мережі офіційних туристичних інформаційних центрів зазначено в ст. 26 проєкту 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.

Світовий досвід створення та розвитку туристично-інформаційних центрів показує, що майбутнє для ТІЦ – в інтегруванні до локальної мережі. Туристичні інформаційні центри – дуже популярна практика у багатьох країнах світу. На території Австрії функціонує комплекс із 9 ТІЦ, відповідно до адміністративно-територіального поділу в державі. Ці відділення позначені літерою "I" та містять логотип регіону. У Франції працює велика мережа з близько 3500 відділень

туристично-інформаційних центрів (Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative), які відповідають за місцеву туристичну інформацію та функціонують за фінансової підтримки туристської галузі на базі «туристського податку». На німецькому ринку забезпечення безперебійного функціонування туристичної інформаційної системи забезпечується Німецькою асоціацією туризму, установою з більш ніж віковою традицією, що поєднує, серед іншого, 17 регіональних туристичних організацій. У Великобританії діє загальнонаціональна мережа туристичних інформаційних центрів, якими керує Британський туристичний департамент, а також інші туристичні центри, якими керують місцеві влади або приватні організації у співпраці із цим департаментом.

Встановлюючи роль та значення ТІЦ для регіонального розвитку, з'ясували, що інформаційні центри для відвідувачів відіграють важливу роль у поширенні важливої інформації, яка може сприяти прийняттю туристами рішень. Окрім розповсюдження туристичної інформації, ТІЦ відіграють певну роль у маркетингу та просуванні туристичних напрямків, які мають потенціал для збільшення туристичної активності. У всьому світі інформаційні центри для відвідувачів стають все більш визнаними точками взаємодії між відвідувачами дестинації та наявним ресурсом. ТІЦ сприяють успіху туристичних напрямків. Проте, через зростання напруги у світових відносинах (на території Африки, Сходу, в Україні тощо внаслідок військових конфліктів, а в цілому в світі – внаслідок пандемій) їх чисельність скоротилася, але зараз відновлює роботу. Рівень обслуговування ТІЦ також знижується, і у тих, що залишилися, відрізняється між собою та є нижчим від очікуваного. Перед початком осінньо-зимового сезону Державне агентство розвитку туризму оновило перелік туристично-інформаційних центрів (ТІЦ) України. За час повномасштабного вторгнення їхня кількість у країні збільшилася майже на третину. За інформацією, що була зібрана ДАРТ 2021 року, в Україні діяли та надавали інформаційні послуги туристам 63 ТІЦ. Наразі в Україні працює 88 Туристично-інформаційних центрів.

Аналізуючи ресурсну складову для функціонування ТІЦ Кам'янець,

дослідили історію Кам'янця-Подільського як столиці УНР. У 2019 році рівно століття минуло з дня проголошення Кам'янця-Подільського столицею УНР, і що далі від нас ті події, то більший інтерес викликає кожна деталь становлення української державності. Також було вивчено ресурси Середньовіччя для цієї дестинації. Місто має давню литовську історію від XIV століття, коли було володінням литовських князів Кор'ятовичів. В 1411 литовський князь Вітовт викупив Кам'янець і місто залишалося в складі Литовського князівства до 1434 року. Має Кам'янець і польську історію. В 1434 Кам'янець увійшов до складу Польського королівства і був проголошений королівським містом. Цей період протягом чотирьох століть сформував величезний костельно-монастирський комплекс, куди увійшли монастирі домініканок, кармелітів, єзуїтів, францисканців та тринітаріїв. Фінансову підтримку фортифікаційної програми міста надавали як польський король, так і папа римський, виділяючи значні суми на зміцнення обороноздатності міста. Турецьким Кам'янець став 1672 р. 27 років турки господарювали у Кам'янці. Майже всі церкви та костели Кам'янця були перетворені на мечеті. У місті були дозволені та діяли по 1 храму кожної релігії, включаючи синагогу. У жовтні 1699 р. згідно з Карловіцьким договором Поділля та Кам'янець були повернуті Речі Посполитій. Вірмени жили у Кам'янці здавна. До кінця XIV століття вірменська громада в Кам'янці була досить численною. Вважається, що не в останню чергу завдяки вірменським майстрам у місті широко поширилося кам'яне будівництво, розпочався ремонт стародавніх міських укріплень та будівництво нових оборонних споруд. Вірмени брали участь у формуванні міста, будівництві знаменитої фортеці, неодноразово у складі міського ополчення захищали Кам'янець від іноземних загарбників – турків та татар, а у мирний час займалися переважно ремісництвом та торгівлею зі східними країнами. Єврейська громада жила у місті теж тривалий період і лише ХХ століття принесло їм масові розстріли у лютому 1943 року, коли практично всі кам'янець-подільські євреї були знищені німцями. І хоча сьогодні в місті євреїв залишилося мало, проте в ньому організовано єврейську громаду, працює недільна школа, общинний центр.

Окреслено мету та завдання ТІЦ в умовах російської агресії. Метою створення такого центру на території міста є: надати туристові будь-яку інформацію про місце перебування, наприклад, про кількість вільних місць у готелях чи про найпопулярніші пам'ятки, а також поширювати інформацію про ресурси території серед туристів. Зважаючи на мету, завданнями роботи такого центру є: збір та обробка інформації про туристичні можливості регіону та її розміщення на регіональному туристичному сайті; розробка та видання рекламних матеріалів (туристичних карт, буклетів, путівників тощо); надання допомоги туристам під час виборів місця відпочинку; просування дестинації на внутрішньому та міжнародному туристичних ринках. На території міста нині функціонує ТІЦ Кам'янець-Подільський, котрий розташований за адресою пл. Польський ринок, 18. Із доступної інформації тут є інформаційні стійки з англomовним персоналом та друкованою продукцією, а також періодично практикують мобільні інфопоінти з друкованими інформаційними продуктами – для розміщення в місцях топ – відвідувань туристами: транспортна інфраструктура, готелі, музеї та ін. Проте, в умовах сучасної військової агресії функціонування такого ТІЦ є досить обмеженим, послуги не надаються в періоди військової тривоги. Разом з тим, перспективним є перенесення частини послуги у віртуальну мережу.

3) Запропоновано розвиток діяльності віртуального ТІЦ Кам'янець із використання digital – сервісів, що дозволить підвищити операційну ефективність інформаційних центрів; здійснювати підтримку туристів як реального часу за допомогою обраного ними каналу зв'язку та на додаток до офлайн підтримки; створити умови для надання актуальної інформації туристу в місцях, де відсутня можливість живого контакту; оптимізувати процес запитів та туристичних пропозицій з допомогою SEO – технологій тощо. Наразі віртуальним ТІЦ є сторінка на Фейсбук, де діляться інформацією про ресурси регіону. Також тут розміщено велику кількість інформації про діяльність музею Кам'янця-Подільського та організовані маршрути для туристів.

Досліджено можливості просування туристичних продуктів Кам'янця-

Подільського можливостями ТІЦ. Нині Україна – досить специфічна територія для просування її туристичних продуктів за межами країни. Проте, ТІЦ можуть орієнтуватися на внутрішнього споживача. Для просування ТІЦ та його послуг ми б рекомендували наступний набір інструментів: контекстну рекламу; таргетовану рекламу; співпрацю з інфлюенсерами. Разом з тим, досить високими показниками залучення потенційних клієнтів можуть бути традиційні інструменти поширення інформації: радіореклама; вулична реклама; участь у виставках та ярмарках спеціального призначення. ТІЦ є важливим інструментом просування деяких туристичних напрямків. Це місце злиття всієї інформації в цьому районі.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про туристичні ресурси: Проєкт закону України. URL: <http://www.tourism.gov.ua> (дата звернення: 25.04.2024).
2. Постанова КМУ від 24 грудня 2019 р. № 1162 «Деякі питання діяльності Державного агентства розвитку туризму». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1162-2019-%D0%BF#Text> (дата звернення: 21.05.2024).
3. Проєкт Закону про внесення змін до Закону України "Про туризм" та деяких інших законодавчих актів щодо основних засад розвитку туризму. URL: https://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=70072 (дата звернення: 25.04.2024).
4. Вірмени в Кам'янці-Подільському. URL: https://k-p.net.ua/istoriya_kamyantca/istoriya/6199-vrmeni-v-kamyanc-podlskomu.html (дата звернення: 25.04.2024).
5. Вірменська громада у Кам'янці-Подільському в XI-XVI ст. . URL: <http://prostir.museum/ua/post/28072> (дата звернення: 25.04.2024).
6. Волчецький Р. В. Роль туристичних інформаційних центрів у сучасній індустрії туризму. *Наукові праці. Державне управління*. 2012. Вип. 182. Т. 194. С. 126—128.
7. Вольф Р. Створення та діяльність туристичних інформаційних центрів в Україні. Київ, 2006. 176 с.
8. Грабченко А. Методи наукових досліджень. Х.: НТУ "ХПІ", 2019. 142 с.
9. Дорошенко В. Центри туристичної інформації: функціонування на сучасному етапі та перспективи діяльності в Україні з урахуванням досвіду європейських країн. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewById/543197> (дата звернення: 25.04.2024).
10. Експерти назвали міста, які стали туристичними лідерами України. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2610679-eksperti-nazvali-mista-aki-sta-li-turisticnimi-liderami-ukraini.html> (дата звернення: 25.14.2024).

11. Євреї на Поділлі - Історія та легенди Кам'янця-Подільського. URL: <https://turism-kp.com.ua/istoria/judu.shtml> (дата звернення: 25.04.2024).
12. Інституційне забезпечення розвитку сфери туризму в українсько-польському транскордонному регіоні. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/regionalniy-rozvitok/instituciynе-zabezpechennya-rozvitku-sferi-turizmu-v-ukrainsko> (дата звернення: 25.04.2024).
13. Кам'янець – литовський чи руський? URL: <https://podolyanin.com.ua/history/7842/> (дата звернення: 25.04.2024).
14. Коніщева Н. Й. 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. 2013 р.)*. Донецьк: Донецький ін-т туристичного бізнесу, 2005. С. 148—151.
15. Кучеренко В. Особливості та сучасні тенденції управління туристичною сферою. *Науковий вісник Інституту міжнародних відносин НАУ. Серія: економіка, право, політологія, туризм*. 2020. Вип. 1. С. 197—205.
16. Леоненко Н.А. Дослідження моделей державного регулювання у сфері туризму. 2019. URL: <http://www.pag-journal.iei.od.ua/archives/2019/11-2019/16.pdf> (дата звернення: 25.04.2024).
17. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). Київ: Альтерпрес, 2005. 436 с.
18. Музиченко-Козловська О. В. Туристично-інформаційний центр як елемент інноваційної інфраструктури туризму. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління*. 2018. № 754. С. 47—52.
19. Пріоритетні напрямки розвитку туризму в Австрії. URL: <https://dspace.nau.edu.ua/bitstream/NAU/58690.pdf> (дата звернення: 25.04.2024).

20. Рінова В. Створення та діяльність туристичних інформаційних центрів в Україні. К., 2016. 176 с.

21. Скутар Т. Д. Аналіз сучасного стану інформаційного забезпечення туристичної діяльності в м. Чернівцях. *Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки*. 2020. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2017_1_14. (дата звернення: 25.04.2024).

22. Смирнов І. Брендинг туристичних дестинацій та міст: світовий досвід. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/PDF#page=131> (дата звернення: 25.04.2024).

23. Смирнов І. Забута столиця Соборної України та її туристичний потенціал у сучасних умовах. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/29055/1832020.PDF#page=100> (дата звернення: 25.04.2024).

24. Смирнов І. Історико-архітектурний заповідник «Кам'янець» як туристичне диво України: логістичний вимір. URL: <http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/20455/1/002Smirnov.pdf> (дата звернення: 25.04.2024).

25. Смирнов І. Маркетингове використання культурно-історичних ресурсів міст для розвитку туризму: досвід українського Кам'янець-Подільського та польського Тарнова. URL: https://www.researchgate.net/profile/Yurii-Borsuk/publication/356998786_Aktualni_tendencii_rozvitku_miznarodnogo_turizmu/links/61b77384a6251b553ab659ec/Aktualni-tendencii-rozvitku-miznarodnogo-turizmu.pdf#page=56 (дата звернення: 25.04.2024).

26. Смирнов І. Напрямки поглиблення українсько-польської співпраці у сфері туризму в регіональному аспекті. URL: https://dspace.sfa.org.ua/bitstream/123456789/1088/1/Kolotukha_turyzm_2018.pdf#page=102 (дата звернення: 25.04.2024).

27. Смирнов І. Іміджмейкинг та брендинг туристичної дестинації (на прикладі міського туризму). URL: <https://library.sspu.edu.ua/wp->

content/uploads/2018/04/GN_8_2017.pdf#page=154 (дата звернення: 25.04.2024).

28. Смирнов І. Міжнародний туристичний бізнес періоду пандемії: нові тенденції, форми, терміни. URL: <https://r.donnu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/1666/25.pdf?sequence=1&isAllowed=y#page=1091> (дата звернення: 25.04.2024).

29. Смирнов І. Проблеми розвитку туризму в умовах російської агресії та напрямки відродження галузі в регіонах України після перемоги (на прикладі волонтерського туризму у м. Кам'янці-Подільському). URL: <https://pcs.journal.in.ua/index.php/pcs/article/download/41/34> (дата звернення: 25.04.2024).

30. Смирнов І.Г. Розвиток Кам'янця на Поділлі, як комплексної туристичної дестинації: ресурси культурно-пізнавального, національно-патріотичного, містичного та меморіального туризму. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Географія*. 2021. Вип. 4 (81). С. 47-55.

31. Сокол Т. Основи туристичної діяльності. Київ: Грамота, 2019. 327 с.

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

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

34. 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: 25.04.2024).

35. Туристична інфраструктура. URL: https://zakononline.com.ua/documents/show/141685__141685 (дата звернення: 25.04.2024).

36. Туристично-інформаційний центр Чернівецької міської ради. URL: <http://chernivtsy.eu/portal/> (дата звернення: 25.04.2024).

37. Туристично-інформаційні центри України. URL: http://www.touristinfo.sitegist.net/ru/about/ТІС_Ukraine/ (дата звернення: 25.14.2024).
38. Характеристика і стратегії розвитку Кам'янець-Подільського. URL: Заповідника <https://tour.km.ua/histori/planu-niaz.html> (дата звернення: 25.04.2024).
39. Хоптяр А. Голокост у Кам'янець-Подільській області. URL: <http://dspace.nbuu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/179781/09-Khoptiar.pdf?sequence=1> (дата звернення: 25.04.2024).
40. Чайка-Петегрич Л. Б. Туристично-інформаційний центр як ефективний інструмент розвитку туризму малих міст. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/12_ukr/72.pdf (дата звернення: 25.04.2024).
41. Balsall Heath. URL: <https://www.birminghammail.co.uk/all-about/balsall-heath> (дата звернення: 25.04.2024).
42. Jewish cemeteries in Kamianets-Podilskyi. URL: https://mitzvatemet.com/en/index.php?route=information/univernews&univernews_id=283 (дата звернення: 25.04.2024).
43. TravelTube. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCf-8VwP-4xjXEhNNQhIEiYA> (дата звернення: 25.04.2024).
44. Tynemouth Library. URL: <https://my.northtyneside.gov.uk/facility/997> (дата звернення: 25.04.2024).
45. VFS Global. URL: <https://www.vfsglobal.com/en/individuals/index.html> (дата звернення: 25.04.2024).
46. World First Digital Tourism Information Centre Launch In Africa. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/world-first-digital-tourism-information-centre-launch-africa/> (дата звернення: 25.04.2024).

ДОДАТКИ

ТУРИСТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНІ ЦЕНТРИ УКРАЇНИ



ЦЕНТР

ВІННИЦЬКА

м. Вінниця
(вул. Сергія Зулінського, 9)
м. Вінниця
(вул. Соборна, 89)
м. Хмільник
м. Тульчин

ДНІПРОПЕТРОВСЬКА

м. Дніпро
м. Кам'янське
смт Покровське

КІРОВОГРАДСЬКА

м. Кропивницький
м. Олександрія
м. Долинська
с. Катеринівка
смт Компаніївка
м. Світловодськ

ПОЛТАВСЬКА

м. Полтава
(вул. Шведська Могила, 5)
м. Полтава
(майдан Незалежності, 5)
смт Опішня
м. Лубни
смт Диканька
м. Кременчук

ЧЕРКАСЬКА

м. Черкаси
м. Канів
м. Умань

СХІД

ХАРКІВСЬКА

м. Харків

ЗАХІД

ВОЛИНСЬКА

м. Володимир
м. Луцьк
с. Жидичин

ЗАКАРПАТСЬКА

с. Ужок
с. Стужиця
с. Гукливій
смт Чинадієво
с. Синевир
с. Негровець

РІВНЕНСЬКА

м. Рівніч
м. Перечин
м. Рахів
(вул. Красне плесо, 77)
м. Рахів
(вул. Вербник, б/н)
смт Ясіня

ХМЕЛЬНИЦЬКА

м. Хмельницький
смт Чорний Острів
м. Кам'янець-Подільський
м. Дунаївці

ЧЕРНІВЕЦЬКА

м. Чернівці

ІВ.-ФРАНКІВСЬКА

м. Івано-Франківськ
м. Коломия
с. Вігода
м. Косів
м. Галич
с. Ільці
с. Поляниця

ЛЬВІВСЬКА

м. Львів (пл.Ринок, 1)
м. Львів (вул. Руська, 20)
м. Львів (пл. Двірцева)
м. Львів
(вул. Любінська, 168)
м. Жовква
м. Борислав
м. Трускавець
м. Самбір
м. Дрогобич

РІВНЕНСЬКА

м. Острого
м. Дубно

ТЕРНОПІЛЬСЬКА

м. Тернопіль
м. Теребовля
м. Чортків
м. Заліщики

ХМЕЛЬНИЦЬКА

м. Хмельницький
смт Чорний Острів
м. Кам'янець-Подільський
м. Дунаївці

ЧЕРНІВЕЦЬКА

м. Чернівці

ПІВДЕНЬ

ЗАПОРІЗЬКА

м. Запоріжжя

МИКОЛАЇВСЬКА

м. Миколаїв

ОДЕСЬКА

м. Одеса
м. Біляївка

ПІВНІЧ

ЖИТОМИРСЬКА

м. Бердичів
(пл.Центральна, 1)
м. Бердичів
(вул. Вінницька, 10)
м. Коростень

КІЇВСЬКА

м. Київ
(вул. Хрещатик, 36)
м. Київ
(вул. Терещенківська, 9)
м. Переяслав
с. Гатне
м. Славутич

СУМСЬКА

м. Конотоп
смт Недригайлів
м. Середина-Буда

ЧЕРНІГІВСЬКА

м. Чернігів
(вул. Коцюбинського, 70)
м. Чернігів
(вул. Шевченка, 9)
смт Короп

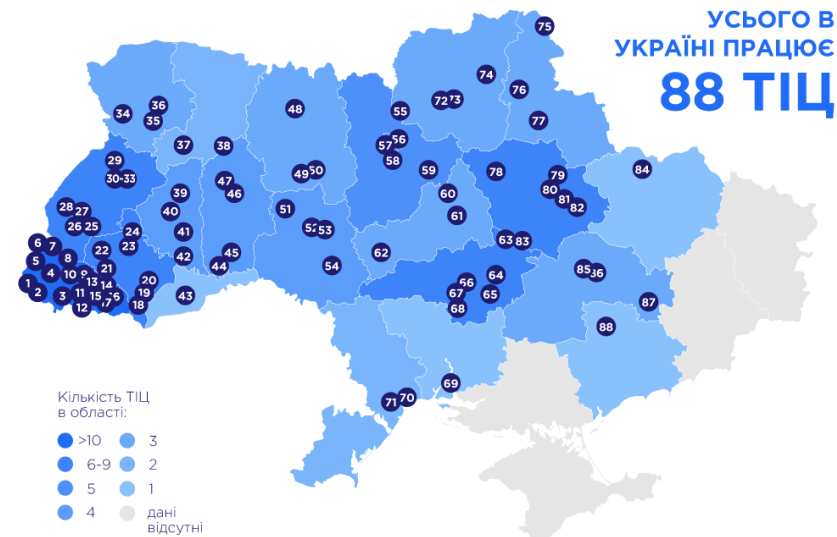


Рисунок. Мережа туристично-інформаційних центрів (ТІЦ) України (<https://www.tourism.gov.ua/blog/dart-onoviv-perelik-turistichno-informaciynih-centriv-ukrayini>)



Рисунок. Сторінка ТІЦ Кам'янець-Подільський на платформі соціальної мережі ФБ

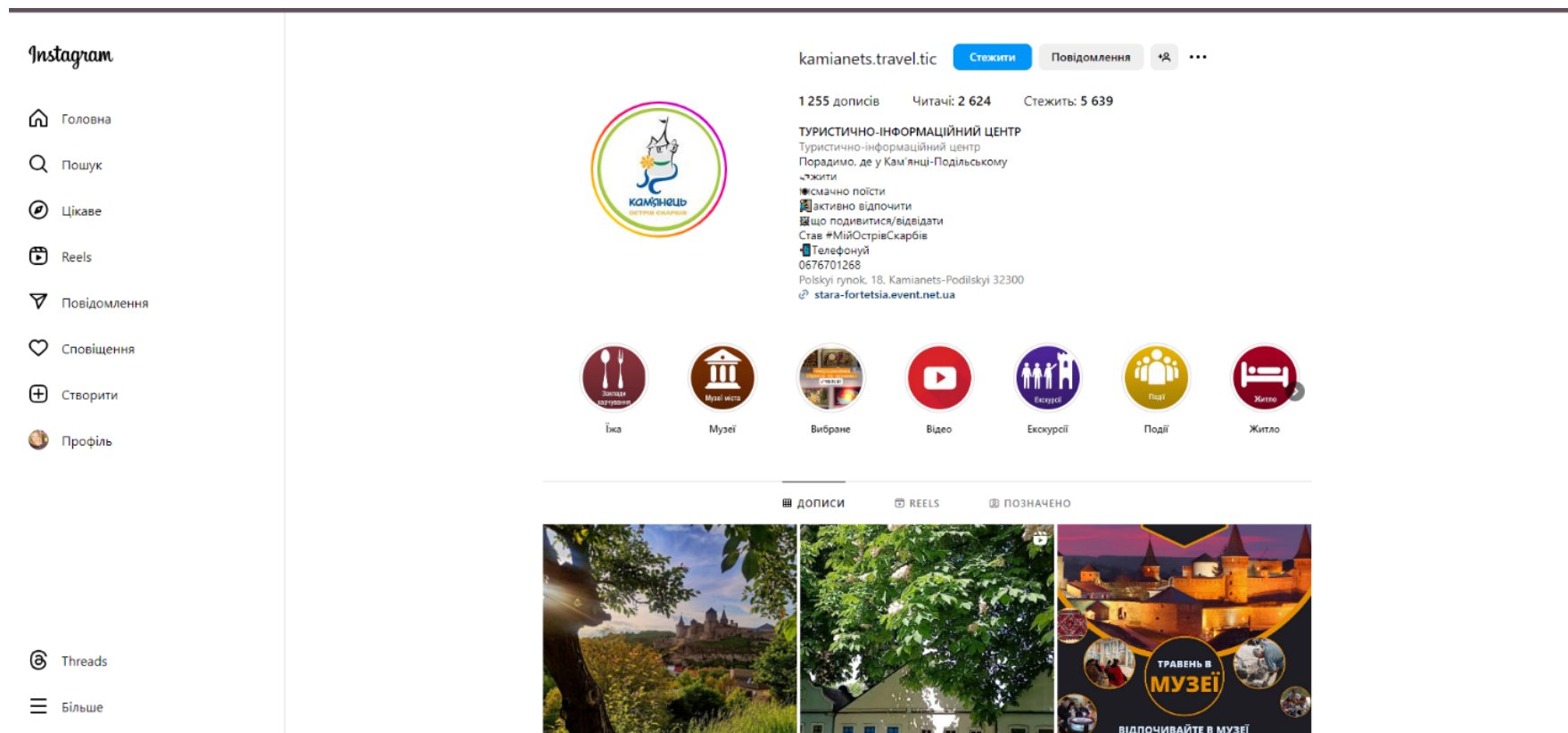


Рисунок. Сторінка ТІЦ на платформі соціальної мережі Інстаграм

МАРШРУТИ КАМ'ЯНЧАНАМ ПІДПРИЄМЦЮ ТУРИСТУ ВАКАНСІЇ WEB-КАМЕРИ ПОДАТКОВА ВПО СЛУЖБА 15-05 ВЕТЕРАНАМ ВІЙНИ Пошук...


**ОФІЦІЙНИЙ ВЕБ-САЙТ
КАМ'ЯНЕЦЬ-ПОДІЛЬСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ**

ГОЛОВНА **НОВИНИ** МІСЬКА РАДА ОФІЦІЙНІ ДОКУМЕНТИ ЕКОНОМІКА СУСПІЛЬСТВО НАШЕ МІСТО ГРОМАДЯНАМ КОНТАКТИ

Новини

ЗОРІЄНТУВАТИ В МІСТІ ДОПОМОЖЕ ТІЦ

INADMIN ВІВТОРОК, 14 ЧЕРВНЯ 2022 15:36



Сьогодні в туристично-інформаційний центр, що біля Ратуші, звертаються не лише поодинокі туристи. Але й вимушені переселенці, для яких чуже місто – зовсім незнайоме.

Гаряча лінія

"Гаряча" телефонна лінія

**ЗАПИТАННЯ
ДО МІСЬКОЇ ВЛАДИ**

Анонси

Для підтримки і безпеки кам'янчан у надзвичайній ситуації створено ПУНКТИ НЕЗЛАМНОСТІ

Тут можна безкоштовно відпочити, зігрітися чи підзарядити гаджет навіть в умовах тривалої відсутності світла.

Рисунок. Інформація про ТІЦ на головній сторінці Кам'янець-Подільської міської ради

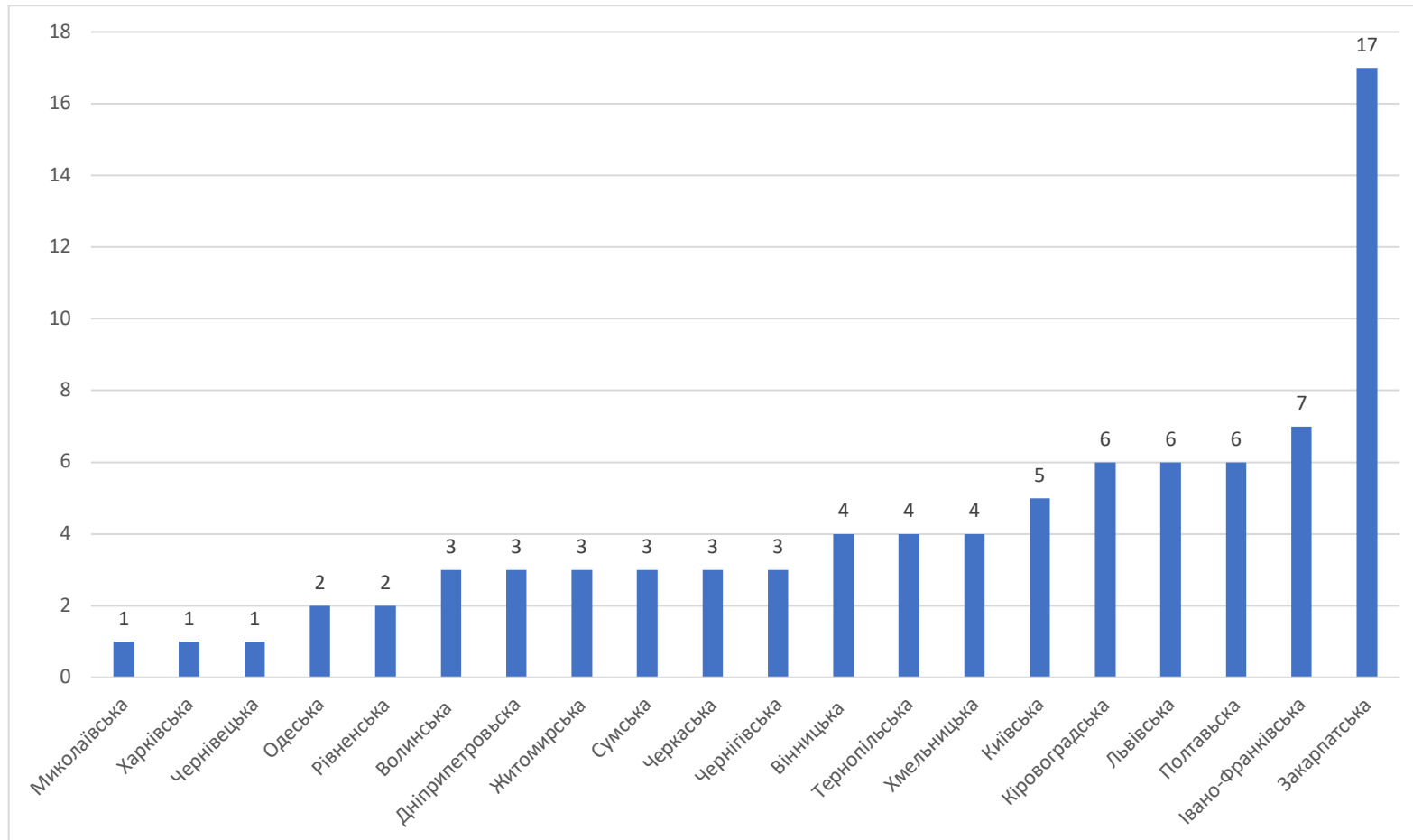


Рис. 1.3. Кількість та динаміка розміщення ТІЦ на території регіонів України (за інформацією, що була зібрана ДАРТ 2021 року)

