
КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ И ТУРИЗМ

КУЛЬТУРНАЯ СПАДЧИНА І ТУРЫЗМ

CULTURAL HERITAGE AND TOURISM

УДК 338.482.22

РОССИЙСКИЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ ТУРИСТИЧЕСКИХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ЦЕНТРОВ: ПУТИ ПРИМЕНЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Д. В. МОРОЗОВ^{1), 2)}

¹⁾Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь

²⁾Национальное агентство по туризму, ул. Кирова, 8, корп. 2, офис 909, 220030, г. Минск, Беларусь

Анализируется становление и функционирование системы туристических информационных центров (ТИЦ) в Российской Федерации. Описываются пути применения российского туристического опыта в Республике Беларусь. Исследуется белорусская и зарубежная историография по данной теме. Отмечается, что в научной литературе деятельность ТИЦ освещена недостаточно. Рассматриваются цели и задачи российских ТИЦ. Отмечаются их наиболее значимые достижения: создание некоммерческого партнерства «Национальная ассоциация информационно-туристских организаций», разработка ГОСТа, а также единого брендбука для ТИЦ, внедрение передвижных ТИЦ и т. д. Приводятся статистические данные некоммерческого партнерства «Национальная ассоциация информационно-туристских организаций», а также мнения экспертов в области туристической деятельности. Анализируются проблемы в указанной сфере, в частности нездоровая конкуренция среди ТИЦ, разных по организационно-правовой форме, перегруженность государственных ТИЦ административными задачами и т. д. Формулируются рекомендации по внедрению успешных российских практик в области туризма в Беларуси (например, партнерство ТИЦ с автозаправочными станциями, открытие ТИЦ на базе университетов и музейных учреждений). Предлагаются пути расширения профессиональных связей между белорусскими и российскими специалистами в данной области: обмен сведениями о наиболее актуальных туристических событиях для россиян в Беларуси и для белорусов в России, организация тренингов для сотрудников ТИЦ в рамках профильных выставок, форумов и конференций с приглашением специалистов некоммерческого партнерства «Национальная ассоциация информационно-туристских организаций», участие руководителей белорусских ТИЦ в мероприятиях, организованных российскими коллегами.

Образец цитирования:

Морозов ДВ. Российский опыт развития системы туристических информационных центров: пути применения в Республике Беларусь. *Журнал Белорусского государственного университета. История.* 2023;2:55–64. <https://doi.org/10.33581/2520-6338-2023-2-55-64>

For citation:

Marozau DV. Russian experience in system developing of tourist information centres: ways of application in the Republic of Belarus. *Journal of the Belarusian State University. History.* 2023;2:55–64. Russian. <https://doi.org/10.33581/2520-6338-2023-2-55-64>

Автор:

Дмитрий Викторович Морозов – кандидат исторических наук; доцент кафедры международного туризма факультета международных отношений¹⁾, директор²⁾.

Author:

Dzmitry V. Marozau, PhD (history); associate professor at the department of international tourism, faculty of international relations^a, and director^b.
dzmitry_marozau@yahoo.com
<https://orcid.org/0000-0002-2419-8184>



Ключевые слова: туристические информационные центры; Российская Федерация; Республика Беларусь; некоммерческое партнерство «Национальная ассоциация информационно-туристских организаций»; туризм; кластерный подход; центры компетенций; внутренний туризм; въездной туризм.

Благодарность. Автор выражает благодарность директору некоммерческого партнерства «Национальная ассоциация информационно-туристских организаций» М. В. Ушакову за ценные экспертные заключения и приглашение на III Всероссийский съезд туристско-информационных организаций, а также руководителю проектов ассоциации В. А. Истоминой за консультации и предоставленную инфографику.

РАСИЙСКИ ВОПЫТ РАЗВИЦЦЯ СИСТЭМЫ ТУРЫСТЫЧНЫХ ИНФАРМАЦЫЙНЫХ ЦЭНТРАЎ: ШЛЯХІ ВЫКАРЫСТАННЯ Ў РЭСПУБЛІЦЫ БЕЛАРУСЬ

Д. В. МАРОЗАЎ^{1*, 2*}

^{1*} *Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, пр. Незалежнасці, 4, 220030, г. Мінск, Беларусь*

^{2*} *Нацыянальнае агенцтва па турызму, вул. Кірава, 8, корп. 2, офіс 909, 220030, г. Мінск, Беларусь*

Аналізуюцца асаблівасці станаўлення і функцыянавання сістэмы турыстычных інфармацыйных цэнтраў (ТІЦ) у Расійскай Федэрацыі. Адзначаюцца магчымыя шляхі выкарыстання расійскага турыстычнага вопыту ў Рэспубліцы Беларусь. Даследуюцца беларуская і замежная гістарыяграфія па дадзенай тэме. Адзначаецца, што ў навуковай літаратуры дзейнасць ТІЦ асветлена недастаткова. Разглядаюцца мэты і задачы расійскіх ТІЦ. Адзначаюцца іх найбольш значныя дасягненні: стварэнне некамерцыйнага партнёрства «Нацыянальная асацыяцыя інфармацыйна-турыстскіх арганізацый», распрацоўка ДАСТА, а таксама адзінага брэндбука для ТІЦ, увядзенне мабільных ТІЦ і г. д. Прыводзяцца статыстычныя даныя некамерцыйнага партнёрства «Нацыянальная асацыяцыя інфармацыйна-турыстскіх арганізацый», а таксама меркаванні экспертаў у галіне турыстычнай дзейнасці. Аналізуюцца праблемы ў азначанай сферы: нездаровая канкурэнцыя сярод ТІЦ, розных па арганізацыйна-прававой форме, перагружанасць дзяржаўных ТІЦ адміністрацыйнымі задачамі і г. д. Фармулююцца рэкамендацыі па выкарыстанні паспяховых расійскіх практык у галіне турызму ў Беларусі (напрыклад, партнёрства цэнтраў з аўтазаправачнымі станцыямі, адкрыццё ТІЦ на базе ўніверсітэтаў і музейных устаноў). Прапануюцца шляхі пашырэння прафесійных сувязей паміж беларускімі і расійскімі спецыялістамі ў дадзенай вобласці: абмен спісамі найбольш актуальных турыстычных падзей для расіян у Беларусі і для беларусаў у Расіі, арганізацыя трэнінгаў для супрацоўнікаў ТІЦ у рамках профільных выстаў, форумаў і канферэнцый з запрашэннем спецыялістаў некамерцыйнага партнёрства «Нацыянальная асацыяцыя інфармацыйна-турыстскіх арганізацый», удзел кіраўнікоў беларускіх ТІЦ у мерапрыемствах, арганізаваных расійскімі калегамі.

Ключавыя словы: турыстычны інфармацыйны цэнтр; Расійская Федэрацыя; Рэспубліка Беларусь; некамерцыйнае партнёрства «Нацыянальная асацыяцыя інфармацыйна-турыстскіх арганізацый»; туризм; кластарны падыход; цэнтры кампетэнцый; унутраны туризм; уязны туризм.

Падзяка. Аўтар выказвае падзяку дырэктару некамерцыйнага партнёрства «Нацыянальная асацыяцыя інфармацыйна-турыстскіх арганізацый» М. В. Ушакову за каштоўныя экспертныя высновы і запрашэнне на III Усерасійскі з'езд інфармацыйна-турыстскіх цэнтраў, а таксама кіраўніку праектаў асацыяцыі В. А. Истоминой за кансультацыі і прадастаўленую інфаграфіку.

RUSSIAN EXPERIENCE IN SYSTEM DEVELOPING OF TOURIST INFORMATION CENTRES: WAYS OF APPLICATION IN THE REPUBLIC OF BELARUS

D. V. MAROZAU^{a, b}

^a *Belarusian State University, 4 Niezaliežnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus*

^b *National Tourism Agency, 8 Kirava Street, 2 building, 909 office, Minsk 220030, Belarus*

The article analyses the problem of functioning of the system of tourist information centres (TIC) in the Russian Federation, the history of its formation, as well as the main development trends and ways of application of the Russian experience in the Republic of Belarus. Many aspects are discussed only in the professional environment, not reflected in academic publications. The basic goals and objectives of the Russian TICs and their most significant achievements are considered: formation of the non-commercial partnership «National Association of Tourist Information Organisations», creation of a special standard for TICs, development of a unified brand book, use of mobile centres, etc. We also analyse common problems: creation

of conditions for unhealthy competition of centres heterogeneous in their organisational affiliation, overburdening of state centres with administrative tasks, etc. The article gives recommendations on the implementation of successful practices in Belarus: partnership of centres with gas stations, opening TICs on the basis of universities, as well as museum institutions. The article suggests ways to build professional relations between Belarusian and Russian specialists in this field: exchange of lists of the most relevant tourist events for Russians in Belarus and Belarusians in Russia, organisation of trainings for TIC employees at specialised exhibitions, forums and conferences, inviting non-commercial partnership «National Association of Tourist Information Organisations» specialists, participation of Belarusian TICs managers in the events of their Russian colleagues.

Keywords: tourist information centres; Russian Federation; Republic of Belarus; non-commercial partnership «National Association of Tourist Information Organisations»; tourism; cluster approach; competence centres; domestic tourism; in-bound tourism.

Acknowledgements. The author would like to express his gratitude to M. V. Ushakov, director of the non-commercial partnership «National Association of Tourist Information Organisations», for his valuable expert opinion and invitation to the 3rd All-Russian Congress of Tourist Information Centres, as well as to V. A. Istomina, project manager of the association, for providing infographics and advice.

Введение

На фоне активных интеграционных процессов между Российской Федерацией и Республикой Беларусь, а также в связи с необходимостью развития белорусской сети туристических информационных центров (ТИЦ) изучение российского опыта в этой области представляется актуальным и необходимым.

В отечественной историографии данная тема рассматривается в ряде исследований, однако основное внимание уделяется примерам развития ТИЦ в Беларуси либо в других государствах, при этом опыт российских коллег в сфере туризма нередко остается вне фокуса внимания.

Среди публикаций белорусских авторов по проблематике функционирования ТИЦ следует выделить статью [1], в которой представлен обзор как белорусских, так и зарубежных центров, в том числе российских. В работе проводится анализ достижений российских ТИЦ и предлагаются конкретные рекомендации по развитию данного сегмента в Беларуси. Авторы обосновывают актуальность учреждения белорусской национальной ассоциации ТИЦ на примере передового зарубежного опыта в туристической отрасли. Рекомендации по созданию и функционированию ТИЦ дают Е. Г. Плытник и И. А. Роговой [2]. Авторы делают обзор подобных центров, созданных на базе ОДО «Туристическая фирма «ИЛВА» и ТГК «Лучеса» в Витебске.

В российской историографии проблема ТИЦ рассматривается более глубоко, о чем свидетельствует значительное количество работ на эту тему. Анализ публикаций позволяет проследить динамику развития центров за последние десятилетия. Одну из первых попыток научного осмысления деятельности ТИЦ в России предприняла О. С. Акимова, обратив внимание на роль логистического менеджмента в этой сфере [3]. В дальнейшем тему разрабатывала Е. В. Шарафутдинова [4]. В материале А. О. Чернякиной [5] отмечена ключевая роль ТИЦ в развитии

туристических кластеров. Автор пишет о том, что именно ТИЦ должны осуществлять мониторинг сведений о рекреационных ресурсах определенного региона для привлечения потенциальных посетителей кластеров.

В работе З. З. Петрачковой [6] затрагивается такой аспект деятельности российских ТИЦ, как предоставление аутсорсинговых услуг. В публикации П. А. Жданчикова [7] рассматриваются основные организационно-правовые формы ТИЦ, цели и задачи их деятельности, а также основные тенденции и проблемы в этой области. Автор подробно анализирует законодательные акты, регулирующие деятельность российских ТИЦ. В работе указывается на некоторую бессистемность в развитии центров, а также на отсутствие четкого правового определения ТИЦ.

В работах А. В. Кормишовой [8; 9] проанализированы основные проблемы и главные тенденции в развитии ТИЦ. В материале [10] автор проводит обзор организационных структур ТИЦ в США, Германии, Италии, Испании, Австралии, Великобритании, Франции, а также в различных регионах Российской Федерации. Автор отмечает, что подходы к работе ТИЦ в разных странах имеют свою специфику. А. В. Кормишева подчеркивает, что для более 180 российских ТИЦ характерны 14 различных организационно-правовых форм.

Проблема поиска оптимальных архитектурных решений для строительства новых ТИЦ, а также пути привлечения для ее решения студентов профильных учебных заведений исследуются Е. Р. Никоновой и Б. А. Чурляевым на примере Пензенской области [11]. Тему организации ТИЦ на базе высших учебных заведений осветили О. В. Ким, Л. Г. Кирьянова и К. В. Юматов [12].

Важной роли ТИЦ в развитии туристических кластеров посвящена работа [13]. В статье говорится о том, что ТИЦ часто являются организационными

центрами туристических кластеров. На основе анализа опыта Австрии, Франции, Германии, Чехии, Венгрии и Великобритании авторы формулируют практические рекомендации по развитию ТИЦ в Ленинградской области. Они касаются создания типовых архитектурных проектов для ТИЦ (подразумевающих стандартизированное в стилистическом и функциональном плане оформление офисов ТИЦ и сувенирных магазинов), а также разработки проектов для оборудования кемпингов и пунктов питания.

Проблема географических особенностей размещения туристических информационных центров рассмотрена в статье [14]. В материале А. А. Смирновой [15] сравнивается работа ТИЦ в Вологодской области и в Осло (Норвегия).

В российской историографии многие аспекты туристической деятельности обсуждаются лишь в про-

фессиональной среде и не находят отражения в научных публикациях. Так, практически не освещен опыт открытия ТИЦ на базе музейных учреждений. Подготовка глубоких исследований на указанную тематику требует проведения социологических замеров и анализа большого массива статистических сведений.

В статье предпринята попытка выявить основные этапы развития российской сети ТИЦ, ключевые тенденции и проблемы в указанной сфере. Приводятся рекомендации по внедрению успешных российских практик в области туризма в Беларуси. Источниковой базой исследования выступают публикации специалистов в этой области, статистические данные, а также мнения экспертов, собранные на III Всероссийском съезде туристско-информационных центров в Петрозаводске (21–24 сентября 2022 г.).

Основная часть

Первый российский ТИЦ появился в Санкт-Петербурге. Так, весной 2000 г. было создано Городское туристско-информационное бюро¹. Оно стало первой бесплатной государственной информационной службой по туристическим вопросам. Помимо оказания широкого спектра информационных услуг, бюро также обеспечивает аккредитацию экскурсоводов и гидов-переводчиков. В мае 2001 г. в Великом Новгороде состоялось открытие городского ТИЦ «Красная изба», созданного по модели европейских туристических офисов². Постепенно подобные учреждения стали появляться и в других регионах России.

Правовой базой функционирования ТИЦ в России является ГОСТ Р 56197-2014 «Туристские информационные центры. Туристская информация и услуги приема. Требования», введенный в действие 1 сентября 2015 г., и Федеральный закон Российской Федерации от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» с изменениями от 28 мая 2022 г.³ Принятие ГОСТа было обусловлено интенсивным созданием ТИЦ в 2011–2014 гг. на фоне роста объемов въездного и внутреннего туризма.

В 2013 г. 13 ТИЦ из разных регионов страны инициировали учреждение некоммерческого партнерства «Национальная ассоциация информационно-туристских организаций» (далее – НАИТО). Целями партнерства выступают создание в стране единого туристско-информационного пространства, содействие формированию положительного турист-

тического имиджа российских регионов и развитие туристско-информационной деятельности в России [9, с. 52].

Финансирование организации осуществляется за счет членских взносов. В 2022 г. размер ежегодного взноса составлял 99 тыс. руб. Члены НАИТО получают доступ к широкому спектру инструментов по продвижению публикаций на сайтах НАИТО, а также в СМИ федерального уровня.

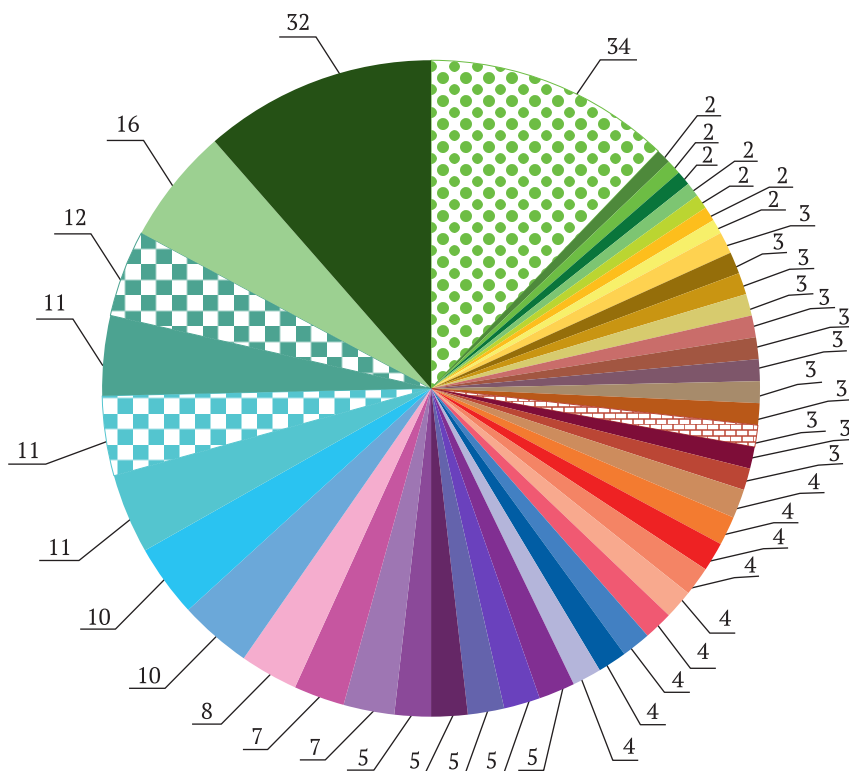
В настоящее время в реестре НАИТО зарегистрированы 539 ТИЦ. Следует отметить, что эта цифра не тождественна количеству реальных объектов, так как отражает лишь число юридических лиц, которым могут принадлежать несколько объектов в разных локациях. На регистрацию в реестре имеют право все ТИЦ, а не только те, что оплатили членские взносы. Таким образом, на данный момент НАИТО – это наиболее полная база данных ТИЦ России, отражающая их региональное распределение (см. рисунок).

Реестр является общедоступным. Он регулярно обновляется и содержит краткую информацию о местонахождении и графике работы ТИЦ. В учетной записи каждого центра представлены его основные контактные данные: номера телефонов, адреса электронной почты и веб-страницы, аккаунты в социальных сетях. В октябре 2022 г. экспертами НАИТО отмечалась тенденция стабилизации количества ТИЦ при увеличении числа отдельных информационных точек.

¹Санкт-Петербургское государственное бюджетное учреждение «Городское туристско-информационное бюро» [Электронный ресурс]. URL: <https://ispb.info/o-nas> (дата обращения: 26.03.2023).

²Великий Новгород для туриста. Ассоциация туризма Великого Новгорода [Электронный ресурс]. URL: https://visitnovgorod.ru/about/ofis_turizma.html (дата обращения: 26.03.2023).

³Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202205280015> (дата обращения: 26.03.2023).



- | | |
|---------------------------------|------------------------------------------|
| Томская область | Тульская область |
| Республика Дагестан | Воронежская область |
| г. Санкт-Петербург | Республика Татарстан |
| Псковская область | Республика Марий Эл |
| г. Москва | Пензенская область |
| Республика Мордовия | Новосибирская область |
| Камчатский край | Ростовская область |
| Кемеровская область | Республика Крым |
| Тюменская область | Рязанская область |
| Мурманская область | Ярославская область |
| Калужская область | Иркутская область |
| Ивановская область | Курганская область |
| Чувашская республика | Тверская область |
| Удмуртская республика | Красноярский край |
| Саратовская область | Свердловская область |
| Самарская область | Ленинградская область |
| Республика Башкортостан | Калининградская область |
| Оренбургская область | Архангельская область |
| Сахалинская область | Республика Коми |
| Ямало-Ненецкий автономный округ | Ханты-Мансийский автономный округ – Югра |
| Челябинская область | Московская область |
| Новгородская область | Другие регионы |
| Вологодская область | |

Региональное распределение ТИЦ России, %
(по данным реестра НАИТО на октябрь 2022 г.)
Regional TICs distribution in Russia, %
(according to the NAITO register as of October 2022)

Формирование системы региональных ТИЦ имеет следующие цели:

- помощь местным властям в разработке и реализации стратегии продвижения регионов на международный и внутренний рынок туристических услуг;
- представление сведений о туристическом потенциале регионов;
- формирование инвестиционной привлекательности локальной туристическо-рекреационной сферы;
- привлечение внебюджетных средств в развитие туристической индустрии региона;
- создание системы информационных технологий, обеспечивающей эффективное взаимодействие субъектов туристической деятельности [7, с. 18].

Достижение указанных целей предполагает решение ряда экономических и социальных задач:

- обеспечение широкого доступа к информации о туристическо-рекреационных возможностях региона;
- активизация инвестиционно-предпринимательской деятельности в сфере туризма и рекреации;
- повышение показателей социально-экономического развития региона;
- привлечение дополнительных финансовых источников и создание многоканальной системы финансирования региона;
- увеличение количества рабочих мест за счет вовлечения населения в туристическую деятельность;
- структурирование туристической индустрии как на региональном, так и на общегосударственном уровне;
- повышение качества и разнообразия туристической инфраструктуры региона [7, с. 19].

Проблемы повышения эффективности работы ТИЦ регулярно обсуждаются в рамках деловых программ на крупнейших туристических выставках («Интурмаркет», МПТТ, «Отдых» и др.). Кроме того, регулярно организуются форумы и съезды ТИЦ. Так, I Всероссийский съезд туристско-информационных организаций был проведен в 2016 г. в Светлогорске (Калининградская область). На следующий такой съезд в 2019 г. в Воронеж приехали специалисты из 70 регионов России. В 2022 г. в Петрозаводске состоялся III Всероссийский съезд туристско-информационных организаций, собравший 150 участников из России, Казахстана и Беларуси⁴. В рамках подобных мероприятий представители ТИЦ знакомятся с работой коллег, посещают местные центры, обмениваются опытом, презентуют свои наработки, проходят тренинги. Например, на съезде в 2022 г. акцент был сделан на тему цифрового продвижения информации о туристическом потенциале регионов. Данный вопрос представляется актуальным, так как все чаще традиционные очные консультации заменяются на онлайн-общение. Современные специалисты отме-

чают, что могут считать свою работу весьма успешной в том случае, если туристы отправляются в локацию, следуя только рекомендациям на сайте.

Веб-страницы ведущих ТИЦ России содержат структурированные материалы о конкретных туристических продуктах и отражают результаты информационного обеспечения самостоятельных туристов. Именно таким образом построена работа ТИЦ «Красная изба» в Великом Новгороде. Важную роль играет и представленность центра в социальных сетях.

На базе НАИТО регулярно проводится общероссийский конкурс ТИЦ. Он не только позволяет выявить наиболее успешные центры страны, но и способствует их развитию, а также обновлению информации о туризме в разных регионах.

На интернет-портале НАИТО собраны рекомендации экспертов по аспектам деятельности ТИЦ. Данные рекомендации затрагивают такие вопросы функционирования ТИЦ, как определение оптимальной организационно-правовой формы, модели финансового обеспечения и структуры, функционально-планировочное зонирование помещений и организация прилегающей территории, расширение ассортимента предлагаемых услуг, следование стандартам информационно-консультационного обслуживания, использование элементов фирменного стиля и т. д.

В зависимости от организационно-правовой формы российские ТИЦ можно разделить на 14 типов. По мнению экспертов, такое большое количество типов сформировалось из-за разных бизнес-моделей ТИЦ в регионах России [7, с. 16]. Сегодня наибольшее количество центров действуют на базе учреждений культуры.

ТИЦ осуществляют следующие виды деятельности:

- информирование туристов;
- продажа сувениров;
- организация экскурсий;
- проведение *welcome*-тренингов для сотрудников отелей;
- сбор и анализ данных о туристическом потенциале региона;
- создание экскурсионных маршрутов (с акцентом на пешеходные);
- разработка типовых программ пребывания для конкретной аудитории;
- продажа локальных продуктов;
- прокат аудиогидов и туристического снаряжения;
- реализация билетов;
- разработка и реализация квестбуков;
- создание и эксплуатация передвижных ТИЦ (в том числе с продажей кофе в брендированных стаканчиках).

⁴III Всероссийский съезд туристско-информационных организаций [Электронный ресурс]. URL: <https://tourist-offices.ru> (дата обращения: 26.03.2023).

Практику создания эстетически привлекательных передвижных конструкций для мобильных ТИЦ наиболее ярко иллюстрирует московский опыт. Правда, в последнее время актуальность приобрело импортозамещающее производство таких конструкций. На белорусском рынке единственный возможный (и дорогостоящий) вариант передвижных ТИЦ – это решение «мобильный офис» от производителя прицепов ООО «МАЗ-Купава»⁵. При условии функциональной и стилистической адаптации данного решения к целям мобильного ТИЦ оно может иметь большой успех среди белорусских и российских покупателей.

Примечателен также опыт смоленского ТИЦ, выстроившего партнерство с сетями автозаправочных станций в Смоленской области. Центр стал поставщиком сувенирной и информационной продукции для десяти автозаправочных станций, успешно реализующих ее на комиссионной основе. Данная практика может быть развернута на базе сети автозаправочных станций «Белорусьнефть» в рамках проекта «Беларусь – это цікава!».

Важно отметить наиболее важные достижения в развитии российских ТИЦ:

- создание профильной координирующей организации – НАИТО;
- разработка ГОСТа и брендбука ТИЦ;
- создание и регулярное обновление общероссийского календаря туристических событий;
- формирование на базе ТИЦ региональных фотобанков для бесплатного распространения фотоматериалов в целях развития туристического потенциала региона;
- размещение городских ТИЦ на базе краеведческих музеев в рамках проекта «Музейный инфоцентр»;
- разработка единой цифровой базы российских отелей⁶.

Следует отметить, что не все инициативы НАИТО находят отклик среди региональных ТИЦ. Так, например, многие регионы не придерживаются стилистических рекомендаций по разработке единого брендбука. Формально среди членов НАИТО на это имеют право только ТИЦ, образованные до 2015 г.

Так, ТИЦ Республики Карелии использует брендбук, основанный на красном цвете, в то время как общероссийский стандарт предполагает использование зеленых тонов.

На фоне явных достижений в развитии российских ТИЦ присутствует и ряд сложностей:

- недостаточный уровень систематизации центров;
- расплывчатость формулировок целей и задач ТИЦ, а также ключевых показателей эффективности;
- разрыв между декларируемыми целями и реальной практикой;
- перегруженность сотрудников ТИЦ отчетной документацией;
- кадровые проблемы;
- менее выгодные, по сравнению с учреждениями культуры, условия налогообложения;
- сложности с размещением в оптимальных локациях (дорогостоящая земля в исторических центрах);
- конкуренция между центрами в рамках одного региона;
- конкуренция между ТИЦ и туристическими компаниями;
- отсутствие единства в плане методики учета и изучения туристических ресурсов;
- отсутствие единого мобильного приложения, агрегирующего сведения обо всех ТИЦ;
- слабая исследованность мотивации современных туристов;
- сложности в анализе структуры и особенностей современного информационного туристического пространства;
- проблемы при распространении фотографий через фотобанки ТИЦ из-за разночтений законодательных актов об авторском праве.

Большинство перечисленных проблем могут быть разрешены при системной, скоординированной работе ТИЦ. Подобная координация возможна как в рамках мероприятий НАИТО, так и в рамках прямого взаимодействия ТИЦ друг с другом и с местными властями.

В Республике Беларусь в последнее время усиливается внимание к развитию ТИЦ. На конец 2022 г. в стране насчитывалось 63 центра (см. таблицу).

**Региональное распределение ТИЦ Беларуси
(по данным Национального агентства
по туризму на декабрь 2022 г.)**

**Regional distribution of tourist information centres of Belarus
(according to the National Tourism Agency
for December 2022)**

Регион	Количество ТИЦ
Брестская область	14
Витебская область	30

⁵Мобильный офис [Электронный ресурс]. URL: <https://maz-kupava.com/katalog-produkcii/mobilnyj-ofis.html> (дата обращения: 26.03.2023).

⁶Каталог классифицированных объектов размещения [Электронный ресурс]. URL: www.lodging.ru (дата обращения: 26.03.2023).

Окончание таблицы
Ending table

Регион	Количество ТИЦ
Гомельская область	-
Гродненская область	13
Минская область	3
Могилёвская область	2
г. Минск	1

Деятельность далеко не всех белорусских ТИЦ соответствует положениям законодательства в сфере туризма, в частности Закону Республики Беларусь от 11 ноября 2021 г. № 129-З «О туризме» и Постановлению Совета Министров Республики Беларусь от 7 декабря 2022 г. № 839 «О мерах по поддержке туристической индустрии, развитию внутреннего туризма и международного въездного туризма».

Указанное постановление содержит Положение о порядке и условиях создания и функционирования ТИЦ, а также их учета. В нем прописаны задачи и функции ТИЦ, допустимые виды деятельности, возможные источники финансирования, рекомендации

по месторасположению, режиму работы, формату базовой информационной документации, штатной численности, а также по безбарьерному доступу к ТИЦ⁷. Согласно Закону Республики Беларусь от 11 ноября 2021 г. № 129-З «О туризме» ТИЦ на территории страны и за ее рубежом могут создаваться местными исполнительными и распорядительными органами, иными юридическими лицами, а также физическими лицами, в том числе индивидуальными предпринимателями. Учет ТИЦ осуществляет Национальное агентство по туризму⁸. Новые белорусские законодательные акты в сфере туризма предполагают широкий перечень организационно-правовых форм ТИЦ.

Заключение

ТИЦ России прошли долгий путь развития и являются ценным примером для Беларуси. При развитии белорусской сети ТИЦ следует учитывать наработки российского опыта. Важно пресекать нездоровую конкуренцию центров, учитывать их стремление к региональной индивидуальности, не перегружать их административными задачами. Успешные практики российских ТИЦ целесообразно применять в белорусских реалиях. В данном контексте следует выделить практику использования мобильных ТИЦ, взаимодействие с автозаправочными станциями, открытие ТИЦ на базе университетов, а также музейных учреждений.

Целесообразным представляется обмен сведениями о наиболее актуальных событиях между НАИТО и Национальным агентством по туризму. Создание

экспертных подборок наиболее интересных событий для россиян в Беларуси и белорусов в России является более эффективным, чем простой обмен ссылками и баннерами.

Для Республики Беларусь весьма актуальна организация тренингов для сотрудников ТИЦ в рамках профильных выставок, форумов и конференций с приглашением специалистов НАИТО. Также важно обеспечить и более активное участие руководителей белорусских ТИЦ в мероприятиях российских коллег.

Тема функционирования ТИЦ в России и Беларуси требует более тщательного исследования. Это позволит обозначить основные этапы становления белорусской сети ТИЦ и, что самое важное, разработать конкретные меры по ее развитию.

Библиографические ссылки

1. Решетников ДГ, Карнаух ЕА, Решетникова АН. Совершенствование функционирования сети туристско-информационных центров Беларуси. В: Шадурский ВГ, составитель. *Беларусь в современном мире. Беларусь у сучасным свеце. Материалы XVIII Международной научной конференции, посвященной 98-летию образования Белорусского государственного университета; 30 октября 2019 г.; Минск, Беларусь*. Минск: БГУ; 2019. с. 358–364.

2. Плытник ЕГ, Роговой ИА. К вопросу о создании туристического информационного центра г. Витебска. *Современное образование Витебщины*. 2018;21(3):11–14.

3. Акимова ОС. Логистический менеджмент в деятельности туристского информационного центра. *Вестник Саратовского государственного технического университета*. 2007;4(1):161–166.

⁷Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 7 декабря 2022 г. № 839 «О мерах по поддержке туристической индустрии, развитию внутреннего туризма и международного въездного туризма» [Электронный ресурс] // ЭТАЛОН – Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2022.

⁸Закон Республики Беларусь от 11 ноября 2021 г. № 129-З «О туризме» [Электронный ресурс] // Там же.

4. Шарафутдинова ЕВ. Проблемы и перспективы создания туристско-информационных центров в России. *Вестник Национальной академии туризма*. 2009;3:59–62.
5. Черныкина АО. Роль туристско-информационных центров в комплексном подходе к формированию бренда туристско-рекреационного кластера. *Вестник Томского государственного педагогического университета*. 2013;140(12):49–51.
6. Петрачкова ЗЗ. Предоставление аутсорсинговых услуг российскими туристско-информационными центрами туристским организациям на основе взаимовыгодного партнерства. *Сервис в России и за рубежом*. 2013;46(8):154–159.
7. Жданчиков ПА. Развитие системы туристских информационных центров в российских регионах. *Региональная экономика: теория и практика*. 2015;400(25):13–26.
8. Кормишова АВ, Стригунова ДП. Организационно-правовые вопросы развития туристских информационных центров в качестве субъектов управления туристскими коммуникациями. *Инновации и инвестиции*. 2013;8:92–195.
9. Кормишова АВ. Тенденции и проблемы туристских информационных центров в России. *European Science*. 2017;24(2):51–54.
10. Кормишова АВ. Перспективы развития туристских информационных центров. *Вестник науки и образования*. 2017;1(3(27)):1:66–68.
11. Никонова ЕР, Чурляев БА. Архитектурное решение туристско-информационного центра как возможность продвижения туристской навигации по Пензе и Пензенской области. *Перспективы науки и образования*. 2014;11(5):145–151.
12. Ким ОВ, Кирьянова ЛГ, Юматов КВ. Организация туристского информационного центра региона на базе университета: специфика и задачи. *Сервис plus*. 2016;10(2):26–33. DOI: 10.12737/19455.
13. Карпова ГА, Песоцкая ЕВ, Ткачев ВА. Туристско-информационные центры и их роль в повышении конкурентоспособности туристских кластеров. *Сервис plus*. 2017;11(3):11–20. DOI: 10.22412/1993-7768-11-3-2.
14. Зырянова ИС. Географические особенности размещения туристских информационных центров. *Географический вестник = Geographical Bulletin*. 2018;46(3):97–106. DOI: 10.17072/2079-7877-2018-3-97-106.
15. Смирнова АА. Сравнение и оценка туристско-информационных центров на примере Вологодской области и Осло. В: Афанасьев ОЕ, Юдина ЕВ, редакторы. *Бизнес-технологии в туризме и гостеприимстве. Сборник статей и тезисов научных докладов студентов и аспирантов по итогам II научной конференции; 28 марта 2019 г.; Черкизово, Россия*. Москва: Русайнс; 2019; с. 413–420.
16. Горбачева ИП, Феногенова ВВ. Опыт создания и функционирования туристско-информационного центра в России на примере ТИЦ «Дмитров» в Московской области. Современные проблемы сервиса и туризма. 2015;9(3):136–140. DOI: 10.12737/12893.
17. Ярыгина ОВ. Развитие ТИЦ как основа для формирования единого туристского информационного пространства в Подмосковье. *Вестник РМАТ*. 2017;4:131–136.
18. Силина ЕД, Чернова ТВ, Абдулманапова МЗ. Роль туристских информационных центров в развитии индустрии туризма (на примере ТИЦ Подмосковья). *Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса*. 2019;13(1):90–96.

References

1. Reshetnikov DG, Karnaukh EA, Reshetnikova AN. Improvement of the functioning of tourist information centers system of Belarus. In: Shadurskii VG, compiler. *Belarus' v sovremennom mire. Belarus' u suchasnym svece. Materialy XVIII Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii, posvyashchennoi 98-letiyu obrazovaniya Belorusskogo gosudarstvennogo universiteta; 30 oktyabrya 2019 g.; Minsk, Belarus' [Belarus in the modern world. Belarus in the modern world. Materials of the 18th International scientific conference, devoted to the 98th anniversary of the Belarusian State University; 2019 October 30; Minsk, Belarus]*. Minsk: Belarusian State University; 2019. p. 358–364. Russian.
2. Plytnik EG, Rogovoi IA. [To the creation of the tourist information center of Vitebsk]. *Sovremennoe obrazovanie Vitebshchiny*. 2018;21(3):11–14. Russian.
3. Akimova OS. Logistics management in the of the tourist information center activity. *Vestnik Saratov State Technical University*. 2007;4(1):161–166. Russian.
4. Sharafutdinova EV. [Problems and prospects of creating tourist information centers in Russia]. *Bulletin of the National Academy of Tourism*. 2009;3:59–62. Russian.
5. Chernyakina OA. The role of tourist information centre in the complex approach to the formation of tourism recreation cluster. *Tomsk State Pedagogical University Bulletin*. 2013;140(12):49–51. Russian.
6. Petrachkova ZZ. [Outsourcing services by Russian tourist information centers to tourist organizations on the basis of mutually beneficial partnership]. *Servis v Rossii i za rubezhom*. 2013;46(8):154–159. Russian.
7. Zhdanchikov PA. The development of the system of tourist information centers in Russian regions. *Regional Economics: Theory and Practice*. 2015;400(25):13–26. Russian.
8. Kormishova AV, Strigunova DP. [Organisational and legal issues of development of tourist information centers as subjects of tourist communications management]. *Innovations and investments*. 2013;8:192–195. Russian.
9. Kormishova AV. Tendencies and problems of tourist information centres in Russia. *European Science*. 2017;24(2):51–54. Russian.
10. Kormishova AV. Prospects of development of tourist information centres. *Vestnik nauki i obrazovaniya*. 2017;1(3(27)):1:66–68. Russian.
11. Nikonova ER, Churliaev BA. Architectural concept of tourist information centre as possibility of advance of tourist navigation across Penza and the Penza region. *Perspectives of Science and Education*. 2014;11(5):145–151. Russian.
12. Kim OV, Kiryanova LG, Yumatov KV. Organization of the tourist information centre in the region on the basis of the university: the specificity and objectives. *Service Plus*. 2016;10(2):26–33. Russian. DOI: 10.12737/19455.
13. Karpova GA, Pesotskaya EV, Tkachev VA. Tourist information centers and their role in enhancing the competitiveness of tourism clusters. *Service Plus*. 2017;11(3):11–20. Russian. DOI: 10.22412/1993-7768-11-3-2.

14. Zyryanova IS. Geographical peculiarities of location tourist information centers. *Geographical Bulletin*. 2018;46(3): 97–106. Russian. DOI: 10.17072/2079-7877-2018-3-97-106.

15. Smirnova AA. [Comparison and evaluation of tourist information centers on the example of the Vologda region and Oslo]. In: Afanas'ev OE, Yudina EV, editors. *Biznes-tehnologii v turizme i gostepriimstve. Sbornik statei i tezisov nauchnykh dokladov studentov i aspirantov po itogam II nauchnoi konferentsii; 28 marta 2019 g.; Cherkizovo, Rossiya* [Business technologies in tourism and hospitality. Collection of articles and theses of scientific reports of students and graduate students on the results of the 2nd scientific conference; 2019 March 28; Cherkizovo, Russia]. Moscow: Rusains; 2019. p. 413–420. Russian.

16. Gorbacheva IP, Phenogenova VV. Experience of creation and functioning of tourist and information center in Russia: tourist and information center «Dmitrov» in Moscow region. *Sovremennye problemy servisa i turizma*. 2015;9(3):136–140. Russian. DOI: 10.12737/12893.

17. Yarygina OV. Development of the TICs as the foundation of main tourism informational portal in the Moscow region. *Vestnik RIAT*. 2017;4:131–136. Russian.

18. Silina ED, Chernova TV, Abdulmanapova MZ. [The role of tourist information centers in tourism industry development (on the example of Moscow region)]. *Universities for Tourism and Service Association Bulletin*. 2019;13(1):90–96. Russian.

Статья поступила в редакцию 26.03.2023.
Received by editorial board 26.03.2023.