

## К ВОПРОСУ О СОЗДАНИИ ТУРИСТИЧЕСКОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ЦЕНТРА Г. ВИТЕБСКА



**Плытник Екатерина Геннадьевна,**  
*старший преподаватель кафедры  
истории Беларуси  
ВГУ имени П.М. Машерова,*



**Роговой Иван Александрович,**  
*студент 3 курса  
ВГУ имени П.М. Машерова*

### ТУРИСТИЧЕСКИЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ЦЕНТР – ДЕЙСТВЕННОЕ СРЕДСТВО РАСПРОСТРАНЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ

*В статье приводятся рекомендации по созданию туристического информационного центра в г. Витебске, которые могут быть использованы областным и городским исполнительными комитетами.*

**Введение.** В последние годы в Республике Беларусь много внимания уделяется развитию туризма и увеличению экспорта туристических услуг. Безусловно, одним из обязательных атрибутов туризма является развитая система туристических информационных центров (далее ТИЦ), которая выступает главным средством распространения туристической информации. Однако в Государственной программе на 2016–2020 годы «Беларусь гостеприимная» отмечено, что вопрос функционирования ТИЦ остается нерешенным, что доказывает актуальность темы нашего исследования [1]. Различные аспекты создания и функционирования ТИЦ рассматривались в работах В.А. Огневой [2], О.В. Кима, Л.Г. Кирьяновой, К.В. Юматова [3], польского исследователя К. Kleszcz [4] и др. Целью данной

статьи является разработка методики создания ТИЦ в г. Витебске как средства, способствующего распространению туристической информации.

**Основная часть.** В Витебске ТИЦ функционируют на базе ОДО «Туристическая фирма «Илва»» и ТГК «Лучеса» [5]. Основными функциями данных ТИЦ являются создание и тиражирование информационных материалов и разработка туристических маршрутов, что, несомненно, важно для продвижения информации о туристическом потенциале республики в целом и города Витебска в частности. Однако для города по-прежнему актуальна тема оказания туристической помощи самостоятельным путешественникам, в этой связи, на наш взгляд, назрела необходимость создания в городе ТИЦ, ориентированного на работу с отдельными пред-

ставителями туристического потока. На основе анализа работы ТИЦ в европейских странах и Российской Федерации нами были разработаны рекомендации для создания ТИЦ в г. Витебске.

**Цель функционирования.** В первую очередь, необходимо определить цель создания ТИЦ. В городе ТИЦ осуществляет ряд важных задач, сущность которых отражена в Законе Республики Беларусь «О туризме». Среди них основополагающими являются: содействие развитию международного и внутреннего туризма, формирование и распространение информации о Республике Беларусь и ее туристическом потенциале [6]. Таким образом, главной целью ТИЦ в рамках туристической дестинации является информирование туриста о достопримечательностях, событиях и объектах туристического интереса, т.е. основная задача любого ТИЦ – продвижение территории. В нашем случае – формирование образа города Витебска как туристического центра, обладающего богатым историко-культурным потенциалом и развитой туристической инфраструктурой.

**Расположение.** Важным аспектом работы ТИЦ является его месторасположение. Так, О.В. Ким, Л.Г. Кирьянова, К.В. Юматов на основе исследования В.А. Огневой сделали вывод, что «в мировой практике ТИЦ часто размещаются в международных аэропортах, на крупных вокзалах и в известнейших супермаркетах (Лондон, Абу-Даби), в исторических городских центрах (Прага, Хельсинки)» [2; 3]. Мы согласны с мнением этих авторов и также считаем, что ТИЦ должны создаваться в местах крупных туристических потоков. В первую очередь, это связано с тем, что турист в ходе своего путешествия не должен испытывать чувство дискомфорта при поиске нужной информации, а поиск ТИЦ должен быть быстрым и удобным.

Из существующих в Витебске ТИЦ только центр ОДО «Туристическая фирма “Илва”» располагается вблизи исторической части города, однако в некотором отдалении от ключевых городских достопримечательностей.

На основании всего вышеперечисленного очевидна необходимость открытия ТИЦ в центре Витебска. На наш взгляд, наиболее удачным местом для открытия ТИЦ является туристско-гостиничный комплекс «Витебск-отель» (далее гостиница «Витебск»). Среди основных преимуществ создания ТИЦ в данном объекте отметим:

- 1) размещение – исторический центр, хорошая транспортная коммуникация;
- 2) наличие туристического бюро. ТИЦ может быть создан на основе туристической фирмы, что обеспечит центр квалифицированными сотрудниками. Опыт создания ТИЦ на базе средств размещения в европейских странах существует, и его можно назвать успешным.

Отметим, что при условии создания ТИЦ на базе гостиницы необходимо размещение ре-

кламных стендов на прилегающих к комплексу улицах (выносная реклама), железнодорожном и автобусном вокзалах. Первые месяцы работы и в периоды массового наплыва туристов информация о ТИЦ может быть доведена посредством аудиорекламы в городском транспорте.

**Персонал.** Как и для любого объекта туристической индустрии, важным вопросом является набор квалифицированного персонала. Для выявления требований к сотрудникам ТИЦ обратимся к европейскому опыту. Так, ярким примером требований к квалификации персонала служит система, разработанная Английской Туристической Организацией, которая предусматривает обязательное владение иностранными языками работниками ТИЦ. Кроме того, как минимум один из сотрудников обязан пройти курс «информационного консультанта» [4, с. 18]. В Польше при собеседовании на должность работника ТИЦ Польская Туристическая Организация советует обращать внимание на знания и компетентность, внешний вид, личную культуру, коммуникативные умения [4, с. 33–34].

К представленным выше требованиям добавим, что сотрудники ТИЦ должны быть доброжелательными и внимательными к туристам, коммуникабельными, инициативными. Сотрудник ТИЦ должен владеть актуальной информацией о гостиничном фонде, предприятиях питания и досуговой сферы; знать и уметь рассказать о городских достопримечательностях; посоветовать посещение музеев и магазинов в соответствии с предпочтениями и интересами туристов. Сотрудник должен быть в курсе проводимых в городе культурных и спортивных мероприятий, фестивалей, праздников. Также при отборе кандидатов необходимо учитывать уровень владения персональным компьютером, умение поиска информации в сети Интернет.

Таким образом, учитывая вышеизложенное и основываясь на местных реалиях развития туризма (большая часть туристов в городе – представители стран СНГ), при подборе персонала для работы в ТИЦ в г. Витебске необходимым требованием является наличие в офисе хотя бы одного сотрудника, владеющего иностранным (английским) языком. В дальнейшем, с развитием въездного туризма из стран Европейского союза, который специалисты прогнозируют в связи с введением 5-дневного безвизового режима, может возникнуть необходимость обучения персонала ТИЦ другим иностранным языкам (в первую очередь, польскому и немецкому).

Дополнительным условием для организации работы ТИЦ в г. Витебске должно являться наличие у одного или нескольких сотрудников свидетельства о прохождении аттестации экскурсовода в Национальном агентстве по туризму, благодаря чему ТИЦ сможет оказывать услуги экскурсионного обслуживания. С одной стороны, данная услуга облегчит туристам знакомство с городом и решит

проблему поиска гида, а с другой – принесет дополнительный доход от существования ТИЦ.

На наш взгляд, в обязанности сотрудников должно входить не только информирование гостей о туристических возможностях города, но и непосредственная помощь в организации путешествия. Так, по запросу путешественника сотрудники должны посоветовать подходящее средство размещения, транспорт, экскурсии в музеях и т.д., т.е. сделать пребывание туриста в Витебске наиболее комфортным и помочь оптимально распределить время.

Учитывая, что в работе рассматривается создание ТИЦ на базе туристического бюро, сотрудникам туристической фирмы необходимо учесть представленные выше требования, а в случае отсутствия необходимой квалификации – пройти соответствующие курсы.

Также необходимо уделить внимание внешне-му виду персонала, продумать элементы фирменного стиля. На наш взгляд, классический дресс-код может вызвать у туристов чувство дистанцирования, вследствие чего – не приветствуется. При выборе формы одежды необходимо руководствоваться чувством стиля и удобством. В то же время турист должен понимать, что перед ним находится туристический «помощник», соответственно, работник должен иметь бейдж. В крупных ТИЦ Европы сотрудники носят значки с флагами стран, на языках которых они могут проконсультировать туриста. Подобная практика может быть внедрена и в рассматриваемый нами ТИЦ.

Важным условием восприятия и узнавания города является наличие бренда. Один из брендов Витебска – василек. ТИЦ в своей работе призван популяризировать бренд, соответственно, василек может стать элементом фирменного стиля: принт на одежде, аксессуары, украшения для волос. Важное условие – единство фирменного стиля.

**Обустройство офиса.** Для того чтобы у гостей города сложилось положительное впечатление от посещения центра, необходима тщательная проработка вопросов обустройства и наполнения офиса. Офис должен быть светлым, достаточно просторным, однако не слишком большим, чтобы не вызывать чувство пустоты и недостаточной обустроенности.

Стоит уделить внимание организации рабочего места сотрудника. Опыт посещения европейских ТИЦ позволяет говорить о том, что рабочее место должно быть отделено от туриста достаточно высокой и широкой стойкой (наподобие стойки регистрации в гостиницах). Как правило, посещение подобных центров не подразумевает длительного консультирования. Ответ на стандартные запросы редко занимает более 5 минут, в этой связи нецелесообразно размещение в офисе столов и стульев для туристов (стулья могут быть поставлены в стороне от зоны консультирования для ожидания при большом наплыве посетителей). В свободном доступе должны раз-

мещаться карты города, небольшие листы для заметок, письменные принадлежности.

Стилистическое оформление офиса должно отражать национальную культуру, историю, местные бренды. На стенах могут быть размещены работы в технике ДПИ с изображением местных достопримечательностей, сюжетов региональной истории и культуры, брендов. Данный тезис особенно справедлив в отношении Витебска, который по праву называет городом художников. С целью сокращения расходов бюджета для открытия офиса работы могут быть выполнены студентами вузов (как дипломные и курсовые проекты) и учащимися художественных школ города.

В офисе ТИЦ может быть предусмотрена продажа сувенирной продукции. Однако в данном случае необходимо продумать ассортимент предлагаемых товаров и их количество, чтобы не исказить представление о задачах ТИЦ в глазах туристов.

Поскольку одной из основных задач ТИЦ является распространение и доведение информации, центр должен быть заполнен картами, схемами, брошюрами и рекламными материалами гостиничных предприятий, предприятий питания и досуговой сферы. В офисе должна быть установлена подробная карта города, с обозначением достопримечательностей, ключевых средств размещения и питания (преимущественно предлагающих национальную кухню), а также индустрии досуга и развлечений.

Следует учесть, что у большинства туристов ТИЦ ассоциируется с бесплатной информацией и картами. Отметим, что современные европейские ТИЦ (особенно в небольших городах) умело дозируют информационные материалы, предоставленные для бесплатного доступа, так как их тиражирование – достаточно большая статья расходов ТИЦ. Так, бесплатно турист может получить бюджетный вариант карты центра города (как правило, на листах формата А3), небольшие брошюры о местных музеях и предприятиях досуговой сферы. В более крупных ТИЦ бесплатно могут быть предложены карманные путеводители. Дорогие путеводители и подробные карты города или местности находятся в ТИЦ в свободном доступе для ознакомления, а также могут продаваться. На наш взгляд, подобная организация работы наиболее приемлема для ТИЦ г. Витебска.

В законе «О туризме» прописано, что «Туристические информационные центры должны быть обозначены информационным знаком, на зеленом фоне которого расположена буква “i” белого цвета и который размещается на вывеске, информационном стенде (табло) по месту нахождения туристического информационного центра» [6], что является обязательным условием обустройства офиса и прилегающей территории.

**Онлайн-работа ТИЦ.** Современное общество практически невозможно представить без информационных технологий. Сфера туризма – не

исключение. Все большее количество туристов предпочитает путешествовать самостоятельно. Бронирование средств размещения, заказ билетов и, безусловно, поиск информации осуществляются посредством сети Интернет. Туристы стремятся получить наиболее полную информацию о месте посещения как до осуществления туристической поездки, так и в ее процессе, что ставит перед современным ТИЦ новую задачу – выход в информационное пространство Глобальной сети.

В этом отношении полезным видится опыт России, где главным инструментом в вопросе предоставления туристу необходимой информации выступает Система обмена туристской информацией (далее СОТИ) [7], которая функционирует при поддержке Федерального агентства по туризму и Российского союза туриндустрии. Эта система представляет собой интернет-ресурс, где собрана вся туристическая информация, которая может быть полезна для субъектов туризма: сведения о туроператорах, средствах размещения, предприятиях питания и досуга, мероприятиях. Также на сайте СОТИ представлен реестр всех ТИЦ России, что позволяет туристу найти конкретный центр в том городе, куда он планирует отправиться. СОТИ объединяет туроператоров, экскурсоводов, органы исполнительной власти, представителей бизнеса, таким образом являясь полноценным ТИЦ, осуществляющим свою деятельность непосредственно с помощью электронного ресурса.

В нашей республике подобного ресурса на сегодняшний день не существует, но туристу в поиске информации может быть полезен интернет-портал Holiday.by и сервис онлайн бронирования Vetliva. С помощью данных ресурсов можно найти информацию о достопримечательностях, а также контактные данные туристических фирм, гидов, перечень осуществляемых экскурсий и другую информацию, которая будет полезна в путешествии.

Применительно к вопросу организации работы ТИЦ в г. Витебске мы считаем необходимым организовать онлайн консультирование туристов сотрудниками туристического центра посредством социальных сетей и мессенджеров (WhatsApp, Viber и т.д.), а также создание собственного интернет-сайта.

**Время работы.** Время работы офиса должно определяться интенсивностью туристического потока и расположением. Вследствие чего мы считаем, что оптимальное время работы ТИЦ с 10 утра до 20 часов, а в период массового наплыва туристов может быть продлено. Также необходимо учесть, что увеличение туристического потока приходится на выходные и праздничные дни. Наличие нескольких сотрудников позволит составить график работы центра и исключить закрытие ТИЦ на обеденный перерыв или выходные дни.

Однако стоит помнить о том, что туристу может понадобиться информация и после закрытия ТИЦ. В ряде стран эту проблему решили посредством информационных досок, размещенных в общедоступном месте за пределами офиса. На этих досках размещается карта города, а также печатная продукция, предусмотренная для бесплатного распространения [4, с. 18].

**Заключение.** Таким образом, мы пришли к выводу, что при создании ТИЦ необходимо решить ряд вопросов, связанных с организацией работы: удобство месторасположения центра, время его работы, обустройство и наполняемость офиса информационными материалами, квалификация персонала. Офис ТИЦ – это «лицо» города, от работы его сотрудников зависит восприятие туристами дестинации. На наш взгляд, размещение ТИЦ на базе туристического бюро гостиницы «Витебск» позволит сделать город более аттрактивным с точки зрения туризма, будет способствовать увеличению туристического потока, а также узнаваемости городских достопримечательностей и посещаемости музеев. Данные методические рекомендации могут быть использованы областными и городскими исполнительными комитетами при создании ТИЦ.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Об утверждении Государственной программы «Беларусь гостеприимная» на 2016–2020 годы [Электронный ресурс]: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 23 марта 2016 г., № 232 // Нац. правовой Интернет-портал Респ. Беларусь. – Режим доступа: <http://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C21600232>. – Дата доступа: 14.04.2018.
2. Огнева, В.А. Организация работы туристских информационных центров: опыт Запада / В.А. Огнева // Альманах современной науки и образования. – 2011. – № 11. – С. 146–148.
3. Ким, О.В. Организация туристского информационного центра региона на базе университета: специфика и задачи / О.В. Ким, Л.Г. Кирьянова, К.В. Юматов // СЕРВИС Plus. – 2016. – Т. 10, № 2. – С. 26–33.
4. Kleszcz, K. Polski system informacji turystycznej / K. Kleszcz. – Wydanie III poprawione. – Warszawa: Polska Organizacja Turystyczna, 2010. – 78 s.
5. Витебский областной исполнительный комитет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vitebsk-region.gov.by>. – Дата доступа: 14.05.2018.
6. О туризме [Электронный ресурс]: Закон Республики Беларусь от 25 ноября 1999 г. № 326-3: в ред. от 18.07.2016 № 410-3 // Нац. правовой Интернет-портал Респ. Беларусь. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/document/?guid=3961&p0=H19900326>. – Дата доступа: 14.05.2018.
7. Система обмена туристской информацией [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nbcrs.org/>. – Дата доступа: 26.03.2018.