

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-78-84>

УДК 658.3

МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ МАЛИХ ГРОМАД: УПРАВЛІНСЬКІ РІШЕННЯ ТА ПРАКТИКИ

MANAGEMENT OF TOURISM AND HOSPITALITY IN SMALL COMMUNITIES: ADMINISTRATIVE DECISIONS AND PRACTICES

Дашук Юлія Євгеніївнакандидат економічних наук, доцент,
Луцький національний технічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6394-017X>**Зубехіна Тетяна Василівна**кандидат педагогічних наук, доцент,
Луцький національний технічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9929-4405>**Dashchuk Yuliia, Zubekhina Tetiana**

Lutsk National Technical University

У статті досліджено особливості менеджменту туризму та гостинності малих громад на прикладі села Жидичин. Проаналізовано роль управлінських рішень у реалізації туристичної політики, розвитку готельно-ресторанного бізнесу, стимулюванні туристичного потоку та економічного розвитку громади. Встановлено, що ТІЦ виконують функцію локальних каталізаторів розвитку, сприяючи соціальній згуртованості та підприємницькій активності. Визначено ключові фактори ефективності діяльності: партнерське співробітництво з органами влади, громадськими організаціями та науковими установами, впровадження цифрових технологій, організація культурно-освітніх заходів та створення інноваційних туристичних продуктів. Результати дослідження демонструють, що оптимізація функціонування ТІЦ забезпечує інтеграцію малих громад у національні туристичні мережі та сприяє сталому розвитку туризму та гостинності.

Ключові слова: менеджмент, управління, гостинність, спеціалізований туризм, громади, ТІЦ.

The article investigates the management of tourism and hospitality in small communities, focusing on the role of tourist information centers (TICs) in the development and implementation of local tourism policies. Using the Tourist Information and Pilgrimage Center "Zhydychyn Center" as a case study, the research analyzes the effectiveness of such institutions in promoting cultural heritage, attracting visitors, enhancing tourism flows, and supporting the socio-economic development of the community. The study demonstrates that TICs function as catalysts for local initiatives, fostering social cohesion, encouraging community engagement, and creating new entrepreneurial opportunities. Critical success factors for TICs include strategic partnerships with local authorities, non-governmental organizations, and academic institutions, as well as the adoption of digital technologies to improve access to tourism-related information. The research highlights the importance of preserving and actively leveraging the community's cultural and historical assets, while simultaneously expanding the operational scope of TICs. Beyond providing information to tourists, these centers engage in organizing cultural and educational events, conducting applied research, and designing innovative local tourism products. The study further examines the measurable impact of such initiatives on tourist flow dynamics, noting that the introduction of programs like the "Lutsk+" weekend tour and the "Zhydychyn Active Weekends" initiative contributed to a 2.4-fold increase in visitor numbers and promoted longer stays in the locality. Findings indicate that the Zhydychyn TIC has emerged as a central hub for tourism development and cultural heritage promotion, playing a pivotal role in shaping local tourism policies, enhancing the village's economic resilience, and supporting cultural integration. The article also identifies future research directions, including the expansion of TIC functionalities, development of diversified tourism offerings, and improvement of funding mechanisms for small-community tourism infrastructure. Overall, the study provides evidence that effective management and strategic operation of TICs can significantly influence the sustainable development of small communities and facilitate their integration into broader national and regional tourism networks, offering practical recommendations for policy enhancement and sectoral growth.

Keywords: management, administration, hospitality, specialized tourism, communities, tourist information center (TIC).



Постановка проблеми. Туризм виступає одним із чинників економічного розвитку та соціальної стабільності малих громад і може слугувати основою для створення нових робочих місць, розвитку інфраструктури та залучення інвестицій.

Однак, успішне функціонування туристичної індустрії в малих громадах потребує організованого підходу до управління, інформаційної та комунікаційної підтримки. Важливу роль у впровадженні туристичної політики в малих громадах можуть виконувати туристично-інформаційні центри (ТІЦ), які є одним із ключових елементів розвитку туристичних потоків, залучення нових інвестицій. Однак, попри значний потенціал, ТІЦ у малих громадах стикаються з низькою проблемою: недостатнє фінансування, обмеженість кадрового потенціалу та низька цифрова доступність тощо. У цьому контексті доцільним є всебічне вивчення ефективності роботи ТІЦ у малих громадах та їх ролі у регіональному розвитку, зокрема через призму взаємодії з іншими зацікавленими сторонами для досягнення сталого економічного розвитку громад та підвищення соціальної згуртованості місцевого населення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Діяльність ТІЦ розглядали у своїх працях Л. Б. Чайка-Петегрич [6], зокрема, з позиції ефективного інструменту розвитку туризму малих міст. Автор зазначає, що ініціативи з популяризації туристичної привабливості міста сприяють розвитку територіальної сфери туризму, водночас для досягнення стійкого результату необхідні покращення інфраструктури, збереження архітектурної спадщини та тісна координація зусиль влади й усіх учасників туристичної сфери. Т. Ю. Примаєв, Д. О. Шелухіна [7] в контексті багатофункціональності туристичних інформаційних центрів та їх ролі, функцій в міжнародному контексті. Авторами сформульовано рекомендації для українських центрів, які сприятимуть підвищенню їхньої функціональності, адаптивності та стратегічного впливу на туристичну сферу. Н. М. Смочко, Т. Ю. Лужанська, Д. І. Молнар-Бабіля [8], розглядали необхідність державної підтримки ТІЦ та їх роль у просуванні національного туристичного продукту. Авторами розглянуто міжнародний досвід, нормативно-правову базу, а також практичні приклади роботи українських ТІЦ, що підкреслюють їхнє стратегічне значення для розвитку туризму регіону. Т. В. Шелеметьєва, О. І. Трохимець [9] з позиції формування позитивного іміджу

та популяризації туристичних дестинацій; О. В. Музиченко-Козловська [10] як елемент інноваційної інфраструктури туризму. Автори зауважують що, діяльність ТІЦ є важливою для всіх учасників галузі: органи влади зацікавлені у зростанні податкових надходжень, а туристичний бізнес – у збільшенні прибутків від туристичної діяльності. Бордун О. Ю. [11] розглядала теоретичні та практичні аспекти функціонування локальних туристичних систем з просторових позицій розглядала. Зокрема, автором обґрунтовано систему індикаторів сталого розвитку Львівської локальної туристичної системи як інструменту для вдосконалення планування та управління міською туристичною індустрією.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Представлення практичних кейсів реалізації менеджменту туризму та гостинності у малих населених пунктах за участі ТІЦ, а також розгляд конкретних кроків та заходів, які сприяють ефективній реалізації туристичної політики потребує додаткової актуалізації.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є оцінка ролі туристично-інформаційних центрів у реалізації менеджменту туризму та гостинності малих громад на прикладі ЦТІП «Жидичин Центр» та визначення їх впливу на соціально-економічний розвиток регіону.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах розвитку туристичної галузі малі громади досить часто розглядають туризм як інструмент економічного зростання, збереження культурної спадщини та активізації місцевого бізнесу. Водночас, успішна реалізація системи менеджменту на місцевому рівні потребує ефективних механізмів управління та комунікації між туристами, підприємцями та органами влади. Однією із ключових інституцій, яка здатна забезпечити таку взаємодію є, на наш погляд, туристично-інформаційні центри (ТІЦ). Вони не лише забезпечують координацію туристичних потоків, функції навігації, просування регіону чи міста з точки зору маркетингу, але й формують комунікаційний майданчик для різних зацікавлених сторін у секторі гостинності.

Особливе значення ТІЦ мають для малих громад, де відсутні потужні туристичні корпорації, а розвиток галузі значною мірою залежить від ініціативи місцевих підприємців, культурних інституцій та громадських організацій. Вони не тільки сприяють залученню туристів, а й допомагають інтегрувати місцеві бізнеси

в загальнонаціональні та міжнародні туристичні маршрути. За даними ДАРТ [1] станом на 2023 рік в Україні функціонувало 88 ТІЦ, більшість з яких розміщені у великих містах.

Найбільша кількість ТІЦ зосереджена в західних регіонах України – загалом 47. Таким чином, Закарпатська область має найбільшу мережу з 17 ТІЦ, у Львівській області діє дев'ять центрів, з яких чотири розташовані у Львові. В Івано-Франківській області працює сім ТІЦ, у Тернопільській та Хмельницькій – по чотири, у Волинській – три, у Рівненській – два, а на території Чернівецької області функціонує один.

У центральному регіоні України налічується 22 ТІЦ, із яких розташовані у великих містах, таких як Вінниця, Дніпро, Черкаси, Кропивницький, Полтава, а також в Умані та Каневі. Ці центри забезпечують інформаційну підтримку туристів у регіональних адміністративних і культурних центрах.

Північ країни має 14 ТІЦ, зокрема п'ять у столичному регіоні, з яких два розташовані в Києві. У Житомирській області діє три центри, два з яких знаходяться в Бердичеві. Також по три ТІЦ функціонують у Сумській та Чернігівській областях. Щодо південного регіону, тут працюють лише чотири туристично-інформаційні центри, які здебільшого розташовані в обласних центрах – Запоріжжі, Миколаєві та Одесі. Дослідження ролі ТІЦ у реалізації туристичної політики малих громад набуває особливої актуальності на тлі децентралізаційних процесів, які відбулися в Україні. Як приклад для аналізу, в цій статті розглянемо Центр туристичної інформації та паломництва «Жидичин Центр», діяльність якого спрямована на розвиток туристичного потенціалу села Жидичин, що входить до структури Луцької міської територіальної громади.

Ще два десятиліття тому село Жидичин, хоча й було одним із найбільших поселень навколо Луцька, залишилося малопомітним. Як і більшість сільських населених пунктів управління громади зосереджувалася на вирішенні типових проблем: стану дорожнього покриття, нестачі дитячих садочків та земельних питаннях. Однак, з часом фокус уваги змінився, тут почали розвивати проекти, культурну спадщину та туризм.

Історія села має глибоке коріння – перші згадки про Жидичинський монастир датуються 975 роком [2]. До наших днів збереглися лише окремі фрагменти цього історичного минулого: Свято-Миколаївський храм із дзвіницею, Палац митрополита, залишки

городища. В Україні чимало громад мають наявні культурні пам'ятки – монастирі, храми, оборонні укріплення, але далеко не всі громади знають, як ефективно використовувати це надбання для сталого туристичного розвитку. Спробуємо на прикладі села Жидичин розглянути основні елементи реалізації ефективної туристичної політики цього малого населеного пункту.

У 2018 році в Жидичині була створена громадська організація «Спільна справа+», яка об'єднала місцевих активістів, що поставили перед собою амбітні завдання: економічний, соціальний, культурний та екологічний розвиток села, збереження та популяризація його історичної спадщини, а також перетворення Жидичини на привабливий культурно-туристичний центр. Для досягнення цих цілей організація не лише об'єднала фахівців громадського сектору, але й налагодила системну співпрацю з експертами у сферах культури, культурної спадщини, творчої індустрії, освіти, релігійних організацій, а також представниками органів влади різних рівнів.

25 серпня 2019 року у селі Жидичин почав функціонувати Центр туристичної інформації та паломництва «Znydychyn Center» [7]. Ініціатива створення Центру належить наміснику Жидичинського монастиря отцю Константину (Марченко). Так, об'єднання зусиль місцевого монастиря та активістів громади сприяло створенню нової інституції, діяльність якої направлена на реалізацію туристичної політики у маленькому селі, розвиток, промоцію його спадщини туристам і паломникам.

З будівельного вагончика, який спочатку стояв біля входу в монастир, дуже швидко виріс креативний інформаційно-туристичний центр, що став поштовхом для народження всіх культурних проєктів у селі.

Таким чином, команда з чотирьох людей, яка раніше організовувала життя громади, отримала можливість продовжити свою діяльність через створення цього центру. Протягом п'яти років він став осередком культурного та туристичного життя сільської громади. Під одним дахом центру команда випускає книги про історію села, виробляє сувенірну продукцію з локальною символікою, розробляє ідеї для культурних заходів і проводить екскурсії.

Одним із напрямків роботи Центру стала популяризація культурної спадщини села, розробка його бренду, створення логотипу та формування пізнаваності, серед інших територіальних одиниць Волині та України. Айдентика Центру туристичної інформації та



Рис. 1. Айденітика ЦТІП «Жидичин центр» та туристичної дестинації Древній Жидичин, [6]

паломництва «Zhydychyn Center» туристичної дестинації Древній Жидичин представлено рис. 1.

Протягом останніх років команда Центру здійснила ряд експедицій в архіви Угорщини, Литви, Львова, Києва та Ватикану. Вдалося віднайти досі невідомі фотографії будівель монастиря, окремі грамоти та історичні документи, що надихають на подальші дослідження. Крім того, встановлені туристичні інформаційні табло та вказівники. Для молодшого покоління через мобільний додаток ActionTrack розробили культурно-мистецький квест «Легенди Жидичинського монастиря».

Для координації зусиль щодо розвитку туристичної дестинації Древній Жидичин було укладено меморандум про співпрацю з КП «Центр туристичної інформації та послуг» м. Луцька, КП «Туристично-інформаційний центр Володимир-Волинської міської ради», Волинським краєзнавчим музеєм, зокрема його філією Музеєм Волинської ікони, який спільно із Жидичином посилює сакральну спадщину Волинського краю та має ряд унікальних особливостей.

Для налагодження більш тісної комунікації з вже існуючими дестинаціями, які відомі на всю Україну, зокрема містом Луцьк, було сформовано екскурсійний тур вихідного дня Луцьк+.

Важливим критерієм сталого розвитку туризму є час перебування відвідувача на території. Більшість гостей, які відвідують Жидичин є скоріше екскурсантами, адже не користуються тут послугами ночівлі. Для вирішення зазначеної проблеми фахівцями ТІЦ було реалізовано проєкт «Жидичинські активні вихідні»: залучення ВПО до розвитку туризму на Волині» [3].

Головною метою проєкту стало залучити представників ВПО Волинської області до культурно-туристичного життя Жидичина,

наділивши їх ролями експертів та туристів моніторингової групи оцінки спеціально створеного культурного продукту «Жидичинські активні вихідні», здатного затримати туристів на території села на 2 повні дні з ночівлею для активного культурного відпочинку. В рамках проєкту було створено: екскурсію з використанням точок екскурсійного огляду та історичного матеріалу; розроблено ландшафтну гру з використанням 18 видів рослин та встановлено нову, цікаву історичну фотозону з залученням місцевого населення; апробовано територію парку ім. Данила Галицького для проведення фаєр-шоу та презентація його як активності у с. Жидичин; зібрано давні рецепти місцевої кухні від етнографів, що лягли в основу гастрономічного майстер-класу; залучено місцевих мешканців для відтворення давніх рецептів та розробки на основі цього повноцінного майстер-класу; презентовано культурну спадщину с. Жидичин з використанням перформативних засобів; продемонстровано 25 учасникам з числа ВПО туристичний і культурний потенціал с. Жидичин; залучено місцевих жителів до надання послуг проживання, започатковано 9 садиб-гостинності у с. Жидичин. Усі перелічені туристичні пропозиції були об'єднані у єдиний туристичний продукт «Жидичинські активні вихідні», який презентувався туристам з числа ВПО протягом 23–24 вересня 2023 року.

Для організації послуг ночівлі та харчування були залучені садиби місцевих мешканців громади с. Жидичин. Гості мали можливість насолодитися створеними туристичними пропозиціями, а по закінченню туру оцінити його якість як експерти моніторингової групи. За результатами реалізації проєкту вдалося залучити ВПО Луцької громади до культурного життя Жидичина та знайти серед внутрішньо переміщених осіб представників

культурно-креативного сектору, здатних розвивати туризм в Жидичині або долучатися до проектів покращення життя в громаді. Проект сприяв залученню мешканців до активностей і надання послуг гостинності. Створена програма дозволила затримати відвідувачів на два повних дні з ночівлею і довела, що Жидичин варто розглядати як дестинацію для відпочинку вихідного дня.

Для широкого залучення туристів та розвитку дестинації команда ТІЦ також проводить Лавандові майстер-класи на підтримку ЗСУ. У 2023 році в Жидичині почала функціонувати нова локація лавандова ферма «PURITY». Так, місцеві лікарі ароматерапевти започаткували власну справу і вирощують кущі лаванди для подальшої переробки та створення якісної косметики з екстрактом лаванди під брендом Purity [4]. В найближчій перспективі заплановано створення лавандового кластеру, який дозволить посилити лавандову привабливість Жидичина, створить нові умови для розвитку місцевого бізнесу та сприятиме більш тривалому перебуванню туристів на території села.

Ще одним цікавим аспектом діяльності Центру є його функціонування та засадах партнерства та залучення науковців до розроблення базових напрямків діяльності. Так, Жидичинський Свято-Миколаївський монастир виступає фундатором діяльності та надає приміщення для діяльності, ГО «Спільна справа» реалізує політику у сфері проектного менеджменту, а Луцький національний технічний університет забезпечує освітньо-наукову складову діяльності. У сукупності така модель партнерства підтверджує свою життєздатність, ефективність та оптимальність в кон-

тексті реалізації туристичної політики малих громад.

Управління туризмом і гостинністю в малих громадах потребує поєднання стратегічних рішень та практичних дій, орієнтованих на локальний контекст. На прикладі села Жидичин можна виокремити ключові напрями менеджменту, які сприяють розвитку туристичної привабливості та розвитку гостинності (таблиця 1).

Аналіз управлінських рішень і практик Жидичина свідчить, що ефективний менеджмент у малих громадах базується на інтеграції маркетингових, інфраструктурних, культурних та освітніх заходів. Такий підхід може слугувати моделлю для інших малих громад, які прагнуть розвивати туризм і гостинність у локальному контексті.

Інтенсивна та різностороння діяльність ТІЦ приносить якісні результати, які, в першу чергу, прослідковуються через динаміку кількості туристів, які відвідують село Жидичин. Так, протягом 2021–2024 року спостерігається значний ріст кількості гостей (рис. 2).

У 2024 році Жидичин демонструє суттєве зростання туристичної активності, що підтверджує збільшення загальної кількості відвідувачів до 3096 осіб, що в 2,4 рази більше, ніж у 2023 році. Особливо динамічно зростає кількість екскурсантів, яких у 2024 році зафіксовано 1979 осіб порівняно з 1064 у 2023 році. Аналогічно, кількість паломників зросла більше ніж удвічі – з 431 до 1117 осіб. Така позитивна динаміка свідчить про покращення туристичної інфраструктури, активну промоцію дестинації та підвищення інтересу до культурної та релігійної спадщини Жидичина.

Таблиця 1

Управлінські рішення та практики туризму і гостинності у малих громадах (на прикладі села Жидичин)

Напрямок	Управлінські рішення	Ефекти
Маркетинг	Формування бренду «Древній Жидичин», промоція в соцмережах, участь у конференціях, форумах	Зростання туристичного потоку, впізнаваність громади
Інфраструктура	Облаштування маршрутів і оглядових майданчиків	Зручність пересування, доступність для туристів
Культура	Лавандові майстер-класи, івенти «Гостини Святого Миколая»	Збереження традицій, активізація громади
Партнерство	Співпраця з ОТГ, бізнесом, наукою, освітою	Синергія ресурсів, фінансова підтримка
Стійкість	Еко-практики, збереження пам'яток	Мінімізація негативного впливу, стійкий розвиток

Джерело: сформовано автором на основі [4; 6]



Рис. 2. Кількості гостей, які відвідали село Жидичин протягом 2021–2024 рр. [6]

Аналіз географії туристів [6] показує, що основний потік відвідувачів формується за рахунок базового та сусідніх регіонів – Волинської (70,09%) та Рівненської (22,87%) областей, тоді як частка гостей з інших областей залишається незначною. Варто відмітити, що туристи з Волині та Львівщини найбільше відвідують Жидичин з екскурсійною зоною (83,2% та 84,2% відповідно), тоді як для мешканців Рівненщини він є передусім паломницьким центром (92,9% відвідувачів).

Отримані дані підтверджують зростання ролі дестинації Древній Жидичин як культурно-туристичного осередку.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Представлене дослідження підтверджує важливу роль ТІЦ у формуванні та реалізації менеджменту туризму та гостинності малих громад. На прикладі ЦТІП «Жидичин Центр» доведено, що такі організації сприяють розвитку місцевого туризму, популяризації культурної спадщини та залученню інвестицій.

Ефективність функціонування ТІЦ у Жидичині зумовлена кількома ключовими фак-

торами, серед яких партнерська співпраця, креативний підхід до створення туристичних продуктів і залучення місцевого населення до розвитку туризму. Використання сучасних технологій, історичних досліджень та інтерактивних форматів сприяє привабливості регіону для туристів і паломників. Зокрема, реалізація таких ініціатив, як «Жидичинські активні вихідні» та лавандові майстер-класи, сприяє тривалому перебуванню відвідувачів та стимулює економічну активність громади.

Подальші дослідження можуть бути спрямовані на розширення можливостей ТІЦ у малих громадах, удосконалення механізмів їх фінансування та оцінку довгострокового соціально-економічного впливу їхньої діяльності. Важливо розвивати інноваційні підходи до туристичного маркетингу, формувати нові партнерські мережі та розширювати спектр туристичних послуг. Це дозволить не лише підтримувати сталість розвитку місцевого туризму, а й сприятиме економічному зростанню регіонів загалом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. ДАРТ оновило перелік туристично-інформаційних центрів України. URL: <https://interfax.com.ua/news/general/941086.html> (дата звернення: 11.08.2025).
2. Малевич А. Древня Жидичинська архімандрія на Волині. *Волинські єпархіальні відомості*. 1900. № 29. С. 1015–1016.
3. Життя набуває сенсу. Як на Волині за допомогою культури і традицій адаптують переселенців. *РБК Україна*. URL: <https://cutt.ly/yrt5J0sP> (дата звернення: 11.08.2025).
4. Офіційна сторінка ГО «Спільна справа+». URL: <https://work-together.com.ua/> (дата звернення: 10.08.2025).
5. Офіційна сторінка Центр туристичної інформації та паломництва «Zhydychyn Center». URL: <https://www.zhydychyn.center/> (дата звернення: 14.08.2025).

6. Чайка-Петегирич Л. Туристично-інформаційний центр як ефективний інструмент розвитку туризму малих міст. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 12. С. 426–431.
7. Примак Т., Шелухіна Д. Роль, функція та інновації туристично-інформаційних центрів в міжнародному просторі. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2024. № 1 (11). С. 57-61. DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.1\(11\).2024.9](https://doi.org/10.32782/2708-4949.1(11).2024.9)
8. Смочко Н. М., Лужанська Т. Ю., Молнар-Бабіля Д. І. Роль туристично-інформаційних центрів у стратегічному розвитку регіону. *Економічний форум*. 2022. № 1(1). С. 11–20.
9. Шелеметєва Т. В., Трохимець О. І. Роль туристичних інформаційних центрів в формуванні позитивного іміджу та популяризації туристичних дестинацій. *Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво»*. 2024. № 1 (131). DOI: <https://doi.org/10.32782/1814-1161/2024-1-6>
10. Музиченко-Козловська О. В. Туристично-інформаційний центр як елемент інноваційної інфраструктури туризму. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління*. 2013. № 754. С. 47–52.
11. Бордун О. Локальна туристична система міста Львів: переваги та проблеми сталого розвитку. *Український географічний журнал*. 2019. № 3 (107). С. 53–59.

REFERENCES:

1. DART onovlyo perelik turystychno-informacijnykh centriv Ukrainy [DART updated the list of tourist information centers in Ukraine]. Available at: <https://interfax.com.ua/news/general/941086.html> (accessed August 11, 2025)
2. Malevych A. (1900) Drevnia Zhydychynska arkhimandriia na Volyni [Ancient Zhydychyn Archimandrite in Volyn]. *Volynski Yeparkhialni Vidomosti*, no. 29, pp. 1015–1016
3. Zhyttia nabuvaiе sensu. Yak na Volyni za dopomohoiu kultury i tradytsii adaptovuiut pereselentsiv [Life gains meaning: How culture and traditions help internally displaced persons in Volyn]. RBK Ukraina. Available at: <https://cutt.ly/yrt5J0sP> (accessed August 11, 2025)
4. Ofitsiina storinka HO «Spilna sprava+» [Official page of NGO "Work together +"]. Available at: <https://work-together.com.ua/> (accessed August 10, 2025)
5. Ofitsiina storinka Centr turystychnoyi informatsii ta palomnytstva «Zhydychyn Center» [Official page of Zhydychyn Center]. Available at: <https://www.zhydychyn.center/> (accessed August 14, 2025)
6. Chaika-Petehyrych L. (2017) Turystychno-informacijnyj centr yak efektyvnyj instrument rozvytku turyzmu malykh mist [Tourist information center as an effective tool for tourism development in small towns]. *Ekonomika i suspilstvo*, vol. 12, pp. 426–431
7. Prymak T., Shelukhina D. (2024) Rol, funktsiya ta innovatsii turystychno-informacijnykh centriv v mizhnarodnomu prostori [Role, function and innovations of tourist information centers in the international space]. *Innovatsii ta tekhnolohii v sferi posluh i kharchuvannia*, no. 1(11), pp. 57–61. DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.1\(11\).2024.9](https://doi.org/10.32782/2708-4949.1(11).2024.9)
8. Smochko N. M., Luzhanska T. Yu., Molnar-Babilia D. I. (2022) Rol turystychno-informacijnykh centriv u stratehichnomu rozvytku rehionu [Role of tourist information centers in the strategic development of the region]. *Ekonomichnyi forum*, no. 1(1), pp. 11–20.
9. Shelemetieva T. V., Trokhymets O. I. (2024) Rol turystychnykh informatsiinykh centriv v formuvanni pozytyvnoho imidzhu ta popularyzatsii turystychnykh destinatsii [Role of tourist information centers in forming positive image and promoting tourist destinations]. *Derzhava ta rehiony. Seriiia "Ekonomika ta pidpriemnytstvo"*, no. 1(131). DOI: <https://doi.org/10.32782/1814-1161/2024-1-6>
10. Muzychenko-Kozlovskaya O. V. (2013) Turystychno-informacijnyj centr yak element innovatsiynoyi infrastruktury turizmu [Tourist information center as an element of innovative tourism infrastructure]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska politehnika". Problemy ekonomiky ta upravlinnia*, no. 754, pp. 47–52.
11. Bordun O. (2019) Lokalna turystychna systema mista Lviv: perevahy ta problemy staloho rozvytku [Local tourism system of Lviv: advantages and challenges of sustainable development]. *Ukrainskyi heohrafichnyi zhurnal*, no. 3(107), pp. 53–59. DOI: <https://doi.org/10.15407/ugz2019.03.053>. [in Ukrainian]