

Формування національної мережі туристичних інформаційних центрів в Україні

Крупіца І.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туристичного бізнесу та рекреації
Одеської національної академії харчових технологій

Коверга А.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки і підприємництва
Херсонського національного технічного університету

У статті запропоновано впровадження процесу формування національної мережі туристичних інформаційних центрів в Україні. Розроблено план упровадження національної мережі туристично-інформаційних центрів, який означає дотримання основних етапів технологічного процесу як головних стратегічних кроків.

Ключові слова: туристично-інформаційні центри, інформаційні технології, внутрішній туристичний ринок.

Krupitsa I.V., Koverga A.V. ФОРМИРОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ СЕТИ ТУРИСТИЧЕСКИХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ЦЕНТРОВ В УКРАИНЕ

В статье предложено внедрение процесса формирования национальной сети туристических информационных центров в Украине. Разработан план внедрения национальной сети туристско-информационных центров, который означает соблюдение основных этапов технологического процесса как главных стратегических шагов.

Ключевые слова: туристско-информационные центры, информационные технологии, внутренний туристический рынок.

Krupitsa I.V., Koverga A.V. FORMATION OF THE NATIONAL NETWORK OF TOURISM INFORMATION CENTERS IN UKRAINE

The article suggests the introduction of the process of forming of a national network of tourism information centers in Ukraine. For the introduction of a national network of tourism information centers has been developed a plan, which means compliance with the main stages of the technological process as the main strategic steps.

Keywords: tourism information centers, information technologies, internal tourism market.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Туристична галузь України здійснює поступальний рух у напрямі використання сучасних інформаційних технологій, здатних піднести розвиток вітчизняної туристичної індустрії на новий якісний рівень. Важливими осередками надання інформаційних послуг щодо туристичних можливостей Української держави виступають туристично-інформаційні центри. Використання міжнародного досвіду та зацікавленість місцевих органів виконавчої влади у розвитку в'їзного та внутрішнього туризму на сучасному етапі державотворення відображено в практичній діяльності таких структур в окремих регіонах нашої держави. Однак сьогодні в Україні відсутня єдина мережа туристично-інформаційних центрів із координаційним осередком, не впроваджена в практику загальнодержавна концепція їх функціонування та розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Визначенню питань формування націо-

нальної мережі туристичних інформаційних центрів в Україні присвячено праці вітчизняних та зарубіжних учених: П.А. Горішевського [1], А.М. Клейменова [2], Н.Н. Малахова [3], О.В. Музиченко-Козловської [4], В.С. Новикова [5], І.Л. Семичастиного [6] та ін. Водночас неповно висвітлено питання організаційно-управлінських інновацій в економіці.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є розроблення організаційних інновацій у туризмі, а саме формування національної мережі туристичних інформаційних центрів в Україні шляхом удосконалення діючих центрів.

Виклад основного матеріалу дослідження. В Україні становлення системи туристичних інформаційних центрів тільки починається, але деякі історичні передумови для її розвитку вже є. Попередні спроби створення ТІЦ в Україні базувалися переважно на використанні фінансової допомоги міжнарод-

них організацій, проте вони не створили саму модель їх сталого функціонування на основі міжнародного досвіду, у тому числі з урахуванням розвитку сучасних інформаційних технологій. Головним недоліком таких проєктів була відсутність ефективної співпраці на місцях усіх сторін, зацікавлених у спільному розвитку та використанні місцевих туристичних ресурсів [1, с. 112].

На сучасному етапі виникла певна необхідність у формуванні партнерських відносин державних та приватних структур, головним завданням яких є розвиток внутрішнього туристичного ринку. Прикладом таких відносин є проведення збору та систематизації даних про туристичні ресурси, в сучасному розумінні – сприяння у просуванні туристичних послуг.

Сьогодні в Україні, навіть у найбільш розвинених туристичних районах, туристично-інформаційних центрів недостатньо. Як відзначають фахівці туристичної сфери, «у кожному привабливому місті України повинні бути як мінімум два туристичні пункти: один – на вокзалі, а другий – у центрі».

Тим не менше, зараз спостерігається значне зростання кількості ТІЦ. Якщо в 2010 р. в Києві діяло тільки три інформаційних центри, то в 2017 р., згідно із заявою мерії міста і прийнятою міською радою програмою, створено 12 туристично-інформаційних центрів та пунктів. Також позитивно вплинуло на ситуацію проведення в Україні фінальної частини чемпіонату з футболу «Євро-2012». Згідно з «Державною цільовою програмою підготовки та проведення в Україні фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу», було передбачено створення та забезпечення діяльності додаткових туристичних інформаційних пунктів, а саме в містах, де проводилися футбольні матчі (у Києві, Донецьку, Львові та Харкові).

Туристичні інформаційні центри в Україні – досить молоді організації, але, тим не менше, вони вже вирішують чимало завдань: по-перше, вони покликані створювати сприятливе інформаційне поле як для українських туристів, так і для іноземних мандрівників; по-друге, вони надають послуги бронювання, в їх компетенцію входить також допомога в замовленні послуг екскурсиводів і гідів. За необхідності в ТІЦ туристу нададуть транспортні послуги, а також проконсультують щодо тих туристичних напрямів, які цікаві туристу. Отже, ефективне використання туристичних інформаційних центрів є пер-

спективним сучасним елементом туристичної індустрії, який сприяє значному зростанню потоку туристів та екскурсантів в Україну.

Концепція створення та функціонування мережі туристично-інформаційних центрів в Україні визначає основні технології впровадження туристично-інформаційних центрів [6, с. 70].

Національна мережа туристичних інформаційних центрів має формуватися шляхом об'єднання наявних туристичних інформаційних центрів в єдину систему зі спільною метою та завданнями. Така загальнодержавна мережа акредитованих ТІЦ має діяти у структурі Національної туристичної організації України, яку, своєю чергою, підтримує уряд країни у вигляді Департаменту туризму та курортів (входить до Міністерства економічного розвитку і торгівлі України).

Національна туристична організація (НТО), створена в 2016 р., спрямована на приведення сектора туризму до найбільш збалансованої і стійкої моделі розвитку. Її метою є створення постійно діючої мережі-платформи об'єднання регіональних, міських і галузевих туристичних організацій для підвищення якості національного туристичного продукту, розвитку системи професійних знань і підготовки фахівців, а також усього комплексу маркетингу туристичного бренду України на внутрішньому і глобальному ринках.

Оскільки формування національної мережі передбачено шляхом удосконалення діючих туристично-інформаційних центрів у різних населених пунктах України, варто відзначити зміни їх цілей та завдань на спільні [2, с. 83].

Цілі ТІЦ у складі національної мережі:

- маркетинг туристичного бренду України на внутрішньому і глобальному ринках;
- приваблення у країну в цілому та в її регіони більшої кількості туристів для розвитку міжнародного та внутрішнього туризму;
- підвищення якості національного туристичного продукту;
- поліпшення конкурентних переваг місцевості через покращення інфраструктури, зокрема туристичної;
- підготовки професійних фахівців у цій сфері;
- поповнення державного та місцевого бюджетів за рахунок туристичних валютних надходжень;
- раціональне використання туристично-рекреаційних ресурсів;
- залучення інвестицій у туристичний бізнес.

Завдання ТІЦ у складі національної мережі: інформаційне забезпечення туристів і суб'єктів туристичного бізнесу; поліпшення якості туристичної продукції та якості туристичних послуг у місцевості та у цілому; поліпшення транспортного сполучення, формування мережі засобів розміщення туристів на національному рівні; планування, організація, мотивування, моніторинг і контролювання, регулювання туристичних, інформаційних та фінансових потоків; постійна статистична звітність про туристичні потоки; врахування рекреаційного та психологічного навантаження на місцевість; поліпшення інвестиційного клімату в місцевості.

Для успішного розвитку туризму в державі необхідна тісна співпраця органів влади, місцевого самоврядування і підприємств туристичної індустрії. Обмін інформацією між цими інституціями здійснюватиметься працівниками туристично-інформаційних центрів, мережа яких буде покривати всю територію держави в місцях, де наявні туристичні ресурси. Структуру мережі ТІЦ можна запропонувати у вигляді рис. 1.

Ураховуючи аналіз наявних туристичних інформаційних центрів України, а саме

характеристику та перелік послуг, що вони надають, спостерігається неоднорідність та відмінність між ними, оскільки не існує законодавчо встановлених вимог. Саме тому існує необхідність у формуванні переліку обов'язкових послуг, що має надавати кожен ТІЦ національної мережі України. Таким чином, туристичні інформаційні центри національної мережі обов'язково та безкоштовно мають надавати такі послуги туристам та гостям міста:

- комплексну туристичну інформацію як про місцевість, залежно від місця розташування центра, так і загальну інформацію про розвиток туризму в Україні (про готелі та інші заклади розміщення туристів; про музеї, театри, концертні зали, парки, виставкові зали, туристичні підприємства);
- інформування про заклади харчування: ресторани, кафе, заклади харчування з національною кухнею;
- інформування туристів про культурні заходи міста, регіону та країни: про фестивалі, концерти, виставки, ярмарки тощо;
- консультування туристів щодо інформації про країни, курорти і місця відпочинку, візовий режим, оформлення проїзних документів;



Рис. 1. Організаційна структура туристичного інформаційного центру національної мережі

- замовлення послуг екскурсиводів та гідів (для груп чи індивідуально), страхування туристів;
- бронювання місць у засобах розміщення;
- замовлення квитків на культурні заходи (в театри, концертні зали, музеї, кінотеатри);
- інформування про транспортні послуги: таксі, громадський транспорт, водний транспорт, автобусні перевезення та замовлення квитків;
- інформування про екскурсійні маршрути по місту та за його межами;
- допомога в організації семінарів, конференцій у місті чи регіоні;
- інформування про спеціальні пропозиції туристичних підприємств міста та регіону: тури вихідного дня, програми сімейного та інших видів відпочинку;
- замовлення (оренда) і страхування транспорту для подорожей;
- безкоштовне надання інформаційно-туристичних матеріалів (туристичні карти населеного пункту, путівники);
- надання спеціальної інформації: про лікарні, міліцію, аптеки, консульства, урядові установи тощо.

Отже, сформована національна мережа туристично-інформаційних центрів є елементом інноваційної інфраструктури туристичної індустрії, тому що з її допомогою туристи та інші суб'єкти туристської галузі мають змогу отримати туристичну інформацію та консультативні послуги щодо туристичної діяльності у місцевості та за її межами. У результаті формування національної мережі ТІЦ поліпшиться управління та регулювання туристичної діяльності на державному рівні, що має призвести до приваблення в Україну більшої кількості туристів [3, с. 56].

План упровадження національної мережі туристично-інформаційних центрів означає дотримання основних етапів технологічного процесу як головних стратегічних кроків. Вони передбачають: узагальнення міжнародного досвіду з урахуванням вітчизняних особливостей розвитку туристичної галузі; моніторинг місцевих об'єктів туристичної інфраструктури, туристично-рекреаційних ресурсів та визначення ефективності їх використання; інвентаризацію туристично-інформаційних центрів (визначення їх дієздатності, розміщення, охоплення території для надання державної підтримки та включення їх до єдиної мережі, що створюється) [6, с. 129].

Враховуючи, що створення національної мережі туристично-інформаційних центрів є

одним зі стратегічних напрямів діяльності органів виконавчої влади в галузі туризму, важливо дотримуватися технології організації та функціонування таких інституцій. Тобто план упровадження національної мережі ТІЦ (табл. 1) передбачає етапи: підготовчий, налагодження діяльності, сталого розвитку [1, с. 153].

Діяльність мережі ТІЦ має підтримуватися за умови використання сучасних інформаційних та комунікаційних технологій, які включатимуть автоматизовану базу даних туристично-інформаційних центрів; проведення широкої рекламної кампанії в регіонах країни та за кордоном (на міжнародних та національних туристичних виставках, форумах, конференціях), створення веб-порталу.

Національна мережа ТІЦ як суб'єкт господарювання повинна бути некомерційним утворенням, адже метою її діяльності не є отримання прибутку для розподілу між учасниками цієї організації. Ціллю національної мережі ТІЦ є забезпечення ефективного використання державних коштів та отримання соціального ефекту.

Організаційно-правова форма туристично-інформаційних центрів національної мережі, відповідно до чинного законодавства, визначена як комунальне підприємство, що діє на основі комунальної власності територіальної громади, утворене органами місцевого самоврядування (Департаментом культури та туризму міської ради), та контролюється ними, а також підзвітне Національній туристичній організації України (яка, своєю чергою, відноситься до Департаменту туризму та курортів України).

Важливим складником діяльності національної мережі туристичних інформаційних центрів є розроблення механізму надходження коштів на її утримання. У фінансовому плані враховуються можливості надходження коштів. Фінансування мережі туристично-національних центрів для її повноцінного функціонування має відбуватися за рахунок [5, с. 95]:

- виділених коштів із держбюджету на розвиток туризму в Україні;
- виділених коштів від місцевих бюджетів на розвиток туризму в регіоні;
- фінансових внесків від засновників Національної туристичної організації;
- регіональних та міських туристичних асоціацій;
- галузевих асоціацій і організацій (Федерація роботодавців санаторно-курортних і оздоровчих закладів, Всеукраїнська профспілка працівників туристичної галузі, Наці-

Етапи плану впровадження національної мережі туристичних інформаційних центрів

Етапи технологічного процесу, тривалість	Основні напрями діяльності
I. Підготовчий (не більше ніж півроку)	Організаційна робота: вибір організаційно-правової форми та реєстрація кожного центру; визначення місця розташування, облаштування та оформлення офісу відповідно до міжнародних норм і стандартів; розроблення системи послуг; формування проекту бюджету, визначення зони відповідальності; підбір та підготовка персоналу; відкриття центру та його презентація. Дослідницька робота: визначення стану та перспектив розвитку туризму в регіоні; вивчення зарубіжного і вітчизняного досвіду створення ТІЦ; формування робочої групи для налагодження діяльності центру та розроблення внутрішньої документації, яка її регламентує.
II. Налагодження діяльності (2,5–3 роки)	Надання якісних інформаційних послуг: випуск друкованої туристичної інформаційно-рекламної продукції; проведення маркетингових досліджень; налагодження співпраці з місцевою владою, громадськими організаціями, підприємницькими структурами; формування бази даних об'єктів туристичної інфраструктури, туристичних продуктів, маршрутів, розроблення веб-сайту, налагодження рекламно-інформаційної діяльності; забезпечення уніфікації, проходження акредитації, входження в єдину мережу.
III. Сталого розвитку (розпочинається після переходу до фінансування)	Повне перетворення туристичних інформаційних центрів: підвищення конкурентоспроможності персоналу туристично-інформаційного центру, проведення тренінгів, семінарів, презентацій; створення вдалого позитивного іміджу місцевої туристичної інфраструктури та об'єктів туристичних відвідувань на вітчизняних та зарубіжних виставках і ярмарках, розширення співробітництва з іншими мережами туристично-інформаційних центрів за кордоном.

ональний комітет міжнародної торгової палати ICC Ukraine, Асоціація екологічного та активного туризму, Kyiv Convention & Visitors Bureau, Всеукраїнська асоціація гідів та екскурсологів, «Укрзовніштранс»);

- національних і міжнародних компаній, що є одними із засновників Національної туристичної організації («Укрзалізниця», «Міжнародні авіалінії України», Visa, InterContinental, GST Group, PLASKE, Premier Expo);

- туристичних, готельних, ресторанних підприємств України (провідні туроператори та турагенти, готельно-ресторанні комплекси).

Забезпечення ефективної діяльності національної мережі туристично-інформаційних центрів буде здійснено завдяки врахуванню таких чинників:

1. Вдале місце розташування ТІЦ має принципове значення, оскільки забезпечує зручність та доступність під час отримання інформації, близькість до об'єктів туристичних показів (історична частина міста, перетин транспортних шляхів, місця великого скупчення людей тощо).

2. Завдяки створенню туристично-інформаційних центрів у великих містах, містах-мільйонниках, поблизу об'єктів туристичного

показу національного значення поступово формується локальна мережа регіонального рівня.

3. Туристично-інформаційні центри утворені вздовж міжнародних транспортних коридорів та магістралей, на перетинах кордонів сусідніх з Україною держав, сприяють утворенню загальнонаціонального рівня мережі інформаційних осередків. За таких умов обов'язковим є створення центру координації діяльності ТІЦ з осередком у м. Києві.

4. Зовнішній вигляд туристично-інформаційних центрів має відповідати міжнародним стандартам корпоративної уніфікації (ідентичності): наявність на видному місці розпізнавального знаку «i» (від англ. information – інформація), розміщення на першому поверсі будівлі або в окремій споруді.

5. Структурно до туристично-інформаційних центрів можуть входити інфопункти (невеликі кіоски), розташовані в місцях активної концентрації людей, які самостійно надаватимуть безкоштовну інформацію та реалізовуватимуть рекламно-інформаційну продукцію мешканцям міста, гостям та туристам.

Туристично-інформаційні центри як структури мають функціонувати на всіх рівнях вико-

навчої влади, що дасть змогу об'єднати їх у місцеву локальну, регіональну і, як результат, загальнонаціональну мережу надання якісних інформаційних послуг стосовно туристичних можливостей України. Активізація туристичної діяльності сприятиме наповненню місцевих бюджетів додатковими коштами за рахунок збільшення потоків внутрішнього та в'їзного туризму, підвищенню якості й рівня туристично-екскурсійного обслуговування, позитивно впливатиме на формування туристичного іміджу певної території [7, с. 119].

Діяльність осередків туристичної інформації спрямовується на підбір та підготовку кадрів, тісний взаємозв'язок із навчальними закладами туристичного профілю, розроблення, закріплення функціональних обов'язків за працівниками та проведення семінарів і тренінгів. Кадровий склад кожного ТІЦ у національній мережі має бути високопрофесійним, адже чисельність персоналу такого центру невелика, до п'яти осіб, а отже, й відповідальність за обов'язки кожного працівника одразу зростає.

Отже, створення плану впровадження національної мережі ТІЦ, ефективної моделі туристично-інформаційних центрів можливе за рахунок об'єднання зусиль та інтересів державних інституцій і бізнесових структур шляхом дотримання основних етапів технологічного процесу організації та функціонування. Забезпеченість туристично-інформаційних центрів кваліфікованим персоналом (із відповідним рівнем освіти, знаннями іноземних мов, комп'ютерних технологій, маркетингових досліджень) позитивно впливатиме на якість та оперативність надання туристичних послуг, сприятиме розбудові рекламно-інформаційної інфраструктури туристичної галузі України та служитиме підґрунтям для розроблення державної програми організації та функціонування туристично-інформаційних центрів і перетворення їх на центри гостинності.

Висновки з цього дослідження. У нинішню інформаційну еру значення інформації для туристичної індустрії важко переоцінити, тому надзвичайно актуальною проблемою сьогодні є створення механізму інформаційного забезпечення, формування привабливого міжнародного іміджу, бренду та популяризації туристичних територій, що є основою діяльності туристичних інформаційних центрів.

У кожній країні діяльність туристично-інформаційних центрів відрізняється своїми особливостями, організацією, послугами,

що надаються, механізмами фінансування. В Україні становлення системи туристичних інформаційних центрів тільки починається, але деякі історичні передумови для її розвитку вже є. Створення мережі національної мережі туристично-інформаційних центрів сприяє системному розвитку сфери туризму та рекреації країни загалом, адже надає можливість отримання доступної інформації про її туристично-рекреаційний потенціал. Це, своєю чергою, сприяє підвищенню конкурентоспроможності галузі, оскільки якісна та своєчасно отримана інформація стимулює попит на турпослуги.

Туристичні інформаційні центри в Україні – досить молоді організації, але, тим не менше, вони вже вирішують чимало завдань, тому ефективно використання туристичних інформаційних центрів є перспективним сучасним елементом туристичної індустрії, який сприяє значному зростанню потоку туристів і екскурсантів в Україну. Туристично-інформаційні центри є важливими структурними елементами рекламно-інформаційної інфраструктури туристичної галузі.

Концепція створення та функціонування національної мережі туристично-інформаційних центрів в Україні як організаційної інновації визначає основні технології впровадження туристично-інформаційних центрів в Україні. Дана концепція розроблена, враховуючи успішний міжнародний досвід розвинених країн у цій сфері.

Національна мережа туристичних інформаційних центрів має формуватися шляхом об'єднання наявних туристичних інформаційних центрів в єдину систему зі спільними метою та завданнями. Така загальнодержавна мережа акредитованих ТІЦ має діяти у структурі Національної туристичної організації України, яку, своєю чергою, підтримує уряд країни у вигляді Департаменту туризму та курортів.

Сформована національна мережа туристично-інформаційних центрів є елементом інноваційної інфраструктури туристичної індустрії, тому що з її допомогою туристи та інші суб'єкти туризму мають змогу отримати туристичну інформацію та консультативні послуги щодо туристичної діяльності у місцевості та за її межами. У результаті формування національної мережі ТІЦ поліпшиться управління та регулювання туристичної діяльності на державному рівні, що має призвести до приваблення в Україну більшої кількості туристів.

Створення плану впровадження національної мережі ТІЦ, ефективної моделі туристично-інформаційних центрів можливе за рахунок об'єднання зусиль та інтересів державних інституцій і бізнесових структур шляхом дотримання основних етапів технологічного процесу.

Створення та діяльність національної мережі туристичних інформаційних центрів демонструє реальне спрямування туристичних потоків у певний регіон та збільшення фінансових надходжень до державного та місцевих бюджетів.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Туристично-інформаційні центри: організаційно-економічні аспекти функціонування / П.А. Горішевський, Ю.В. Зінько, М.П. Мальська. Наукові вісті Галицького інституту менеджменту. 2010. Спец. вип. 226 с.
2. Клейменов А.М., Сергєєв Б.І. Інноваційні процеси в розвитку туризму. Культура народів Причорномор'я. 2004. № 52. Т. 2. 310 с.
3. Малахова Н.Н., Ушаков Д.С. Инновации в туризме и сервисе. М.; Ростов н/Д: МарТ, 2008. 224 с.
4. Музиченко-Козловська О.В. Механізм започаткування та функціонування туристичного кластера. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика. 2006. № 552. 273 с.
5. Новиков В.С. Інновації в туризмі: навч. посібник для студ. ВНЗ. М.: Академія, 2007. 208 с.
6. Семичастный И.Л. Международный опыт развития туристских информационных центров: проблемы, тенденции и перспективы. Вісник ДІТБ. 2010. № 14. 83 с.
7. Сидорова А., Курносова О. Процессные инновации в системе управления предприятием. Економист. 2008. № 1. 280 с.
8. Створення та діяльність туристичних інформаційних центрів в Україні: практ. посіб. / За ред. В. Рінова. К., 2006. 176 с.
9. Чухрай Н.І. Організаційно-управлінські інновації в економіці, що спирається на знання. Інновації: проблеми науки і практики: монографія. Х.: ІНЖЕК, 2006. 125 с.
10. Закон України «Про інноваційну діяльність». URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws>.
11. Modeling of strategic control system in the context of sustainable development of enterprise / Marianna Stehnei, Inna Irtysheva, Ksenya Khaustova, Yevheniia Boiko. Problems and Perspectives in Management – LLC «Consulting Publishing Company «Business Perspectives». 2017 № 3/15. P. 212–223

REFERENCES:

1. Gorishevsky P.A. Turystychno-informatsijni tsenry: organizatsijno-ekonomichni aspekty funkcionuvannya /P.A. Gorishevsky, Yu.V. Zin'ko, M.P. Malskaya// Naukovi visti Galyts'kogo instytutu menedzhmentu. – 2010. – Spets. vyp. – 226 s.
2. Kleimenov A.M. Innovatsijni protsesy v rozvytku turyzmu /Kleimenov A.M., Sergeev B.I.// Kul'tura narodiv Prychornomor'ya. – 2004. – № 52, T.2. – 310 s.
3. Malakhova N.N. Innovatsii v turizme i servise /N.N. Malakhova, D.S. Ushakov. – M.: IKTS «MarT»; Rostov n/D: Izdatel'skiy tsentr «MarT», 2008. – 224 s.
- 4). Muzychenko-Kozlovskaya O.V. Mehanizm zapochatkuvannya ta funkcionuvannya turystychnogo klastera /O.V. Muzychenko-Kozlovskaya// Visnyk Natsional'nogo universytetu "L'viv's'ka politehnika". Logistyka. – 2006. – № 552. – 273 s.
5. Novikov V.S. Innovatsii v turyzmi: navch. Posibnyk dlya stud. VNZ /V.S. Novikov. – M.: Vydavnychy tsentr "Akademiya", 2007 – 208 s.
6. Semichastny I.L. Mezhdunadodny opyt razvitiya turistskih informatsyonnyh tsentrov: problemy, tendentsii i perspektivy /I.L. Semichastny// Visnyk DITB. – D., 2010 – № 14. – 83 s.
7. Sidorova A. Protsessnye innovatsii v sisteme upravleniya predpriyatiem /A. Sidorova, O. Kurnosova// Eknomist. – 2008. – № 1. – 280 s.
8. Stvorenniya ta diyal'nist' turystychnykh informatsijnykh tsentriv v Ukraini: prakt. posib. / za red. V. Rinova – K., 2006. – 176 s.
9. Chukhrai N.I. Organizatsiyno-upravlins'ki innovatsii v ekonomitsi, sho spyraet'sya na znannya /N.I. Chukhrai// Innovatsii: problemy nauky i praktyky: Monografiya. – Kh.: BD «Inzhek», 2006. – 125 s.
10. Zakon Ukrainy "Pro innovatsijnu diyal'nist'". – VVR Ukrainy, 2002. – [Elektronny resurs]. – Rezhym dostupu: <http://zakon.rada.gov.ua/laws>.
11. Modeling of strategic control system in the context of sustainable development of enterprise / Marianna Stehnei, Inna Irtysheva, Ksenya Khaustova, Yevheniia Boiko // Problems and Perspectives in Management – LLC «Consulting Publishing Company «Business Perspectives»-2017, № 3/15, p. 212-223