

УДК 930.85:338.486.2(477.82-25)
DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/58-2-18>

Тетяна ТРОФІМУК-КИРИЛОВА,

orcid.org/0000-0003-2006-555X

*кандидат історичних наук, доцент,
доцент кафедри музеєзнавства, пам'яткознавства та інформаційно-аналітичної діяльності
Волинського національного університету імені Лесі Українки
(Луцьк, Україна) Trofimuk.Tetyana@vpu.edu.ua*

Аліна КАРПЮК,

orcid.org/0000-0003-2055-6471

*кандидат історичних наук,
старший викладач кафедри музеєзнавства, пам'яткознавства
та інформаційно-аналітичної діяльності
Волинського національного університету імені Лесі Українки
(Луцьк, Україна) poslovska91@gmail.com*

ТУРИСТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЦЕНТР ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОМОЦІЇ І ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ОБ'ЄКТІВ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ МІСТА

У статті розглянуто сутність поняття та особливості функціонування туристично-інформаційних центрів. Проаналізовано основну мету, завдання та досвід роботи Комунального підприємства «Центр туристичної інформації та послуг» у м. Луцьку. На прикладі його діяльності показано, що важливим напрямом роботи такого виду установ є популяризація й промоція об'єктів культурної спадщини шляхом формування туристичних продуктів і надання різноманітних туристичних послуг. Однією із таких форм є екскурсійне обслуговування при якому основними екскурсійними об'єктами виступають пам'ятки історії, археології, архітектури, природи, мистецтва та ін. Зауважено, що залучення у туристичну сферу культурних цінностей м. Луцька відбувається і через організацію Комунальним підприємством «Центр туристичної інформації та послуг» різноманітних культурно-просвітницьких заходів (соціально-інтелектуальні проєкти, зустрічі з краєзнавцями, читання науковцями лекцій з історичної тематики тощо) та виготовлення і реалізацію промоційної поліграфічної й сувенірної продукції із зображеннями місцевих пам'яток (листівки, буклети, календарі, магніти, пазли, керамічні вироби, значки, одяг, прикраси тощо). На прикладі досліджуваного підприємства встановлено, що на сьогоднішній день важливу роль у сфері промоції об'єктів культурної спадщини відіграють інформаційно-комунікаційні технології. Сайт, сторінки у соціальних мережах Комунального підприємства «Центр туристичної інформації та послуг» – важливі інформаційні ресурси, що відображають туристичний потенціал Волинської області загалом, та Луцької міської територіальної громади зокрема. На цих ресурсах є: інформація про об'єкти культурної спадщини м. Луцька, їх ілюстрації та фото у різні історичні періоди; промоційні матеріали про туристичний потенціал пам'яток, а також форми їхнього залучення у туристичну діяльність волинського регіону. Зауважено, що популяризація туристичних можливостей м. Луцька відбувається через поширення у медіапросторі відеоматеріалів, в яких часто фігурують місцеві пам'ятки.

Ключові слова: *об'єкт культурної спадщини, туристично-інформаційний центр, Комунальне підприємство «Центр туристичної інформації та послуг», промоція, популяризація, туристична послуга, туристичний продукт.*

Tetyana TROFIMUK-KYRYLOVA,

orcid.org/0000-0003-2006-555X

Candidate of Historical Sciences (Ph. D.),

*Associate Professor at the Department of Museum Studies, Monument Science and Information
& Analytical Activities*

*Lesya Ukrainka Volyn National University
(Lutsk, Ukraine) Trofimuk.Tetyana@vnu.edu.ua*

Alina KARPIUK,

orcid.org/0000-0003-2055-6471

Candidate of Historical Sciences (Ph. D.),

*Senior Lecturer at the Department of Museum Studies, Monument Science and Information
& Analytical Activities*

*Lesya Ukrainka Volyn National University
(Lutsk, Ukraine) poslovska91@gmail.com*

TOURIST INFORMATION CENTER AS A TOOL FOR PROMOTION AND POPULARIZATION OF CULTURAL HERITAGE SITES OF THE CITY

The article examines the essence of the concept of tourist information centers and the peculiarities of their functioning. The main purpose, tasks and experience of the Municipal company «Center for tourist information and services» in Lutsk were analyzed. On the example of its activities, it is shown that an important area of work of this type of institution is the popularization and promotion of cultural heritage objects through the formation of tourism products and various tourism services. One of these forms is excursion service, in which the main sightseeing objects are monuments of history, archaeology, architecture, nature, art, etc. It was noted that the involvement of the cultural values of Lutsk in the tourism sphere also occurs through the organization of various cultural and educational events (such as social-intellectual projects, meetings with local experts, reading of lectures by scientists on historical topics etc.) by Municipal company «Center for tourist information and services» in Lutsk, production and sale of promotional printed and souvenir products with images of local landmarks (postcards, booklets, calendars, magnets, puzzles, ceramic products, badges, clothes, jewellery etc.). On the example of the investigated enterprise, it was established that today information and communication technologies play an important role in the promotion of cultural heritage objects. The website and social media pages of the Municipal company «Center for tourist information and services» in Lutsk are important information resources that reflect the tourism potential of the Volyn Region in general and the Lutsk City Territorial Community in particular. These resources contain the following: information about the objects of cultural heritage of the city of Lutsk, their illustrations and photos in different historical periods; promotional materials about the tourist potential of sights, as well as forms of their involvement in tourist activities of the Volyn region. It is noted that the popularization of the tourist attractions of the city of Lutsk results from the distribution of video materials in the media space, which often feature local attractions.

Key words: *object of cultural decline, tourist information center, Municipal company «Center for tourist information and services», promotion, popularization, tourist service, tourist product.*

Постановка проблеми. Новим етапом російсько-української війни стало повномасштабне вторгнення Росії 24 лютого 2022 р. на територію України. Війна – це непоправна втрата людських життів, значні економічні, екологічні та інші збитки, масштабні руйнування військової та цивільної інфраструктури, зокрема житлового фонду, промислових, енергетичних та інших об'єктів на території нашої держави. На жаль, не є виключенням і об'єкти культурної спадщини України, значна кількість яких на сьогоднішній день вщент знищена, пошкоджена, незаконно вивезена окупаційними російськими військами або ж перебуває під загрозою руйнування чи викрадення. У таких умовах особливо гостро актуалізується потреба забезпечення захисту, збереження, відновлення, реституції культурних цінностей. Це одна з надважливих місій українців у російській-україн-

ській війні, адже культурна спадщина є показником національної ідентичності й самобутності українського народу, константою його історичної пам'яті. Все це робить її важливим ресурсом для захисту суверенітету, збереження територіальної цілісності України, її стратегічного розвитку та боротьби з російською агресією, зокрема і на культурному та інформаційному фронті. У цьому контексті важливою є також популяризація і промоція культурного надбання нашої держави як серед українського населення, так і на міжнародному рівні. Серед установ, що працюють у цій сфері, є туристично-інформаційні центри, дослідження практичного досвіду роботи яких залишається актуальним завданням для науковців та практиків.

Аналіз досліджень. Проблематикою пам'яткоохоронної діяльності, розвитку туристичної галузі та залучення до неї об'єктів культурної

спадщини України займається значна кількість науковців. Наприклад, І. Давиденко проаналізувала значення культурного туризму у процесі формування національної самосвідомості українського населення й охарактеризувала рівень залучення історичних та культурних пам'яток Одеського регіону у туристичну індустрію (Давиденко, 2017). Перспективи розвитку туризму в Україні, посилення його значення в сфері збереження національної культурної спадщини, виокремлення напрямів реформування механізму застосування туристичної галузі як інструменту популяризації культурних цінностей розкрито у статті С. Захаріна (Захарін, 2020). Важливість популяризації пам'яток історії та культури органами місцевого самоврядування із використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій проаналізовано у статті Ж. Мина, Л. Кокор (Мина, Кокор, 2016).

Проте функціонування туристичних, рекреаційних та інших установ, які надають туристичні послуги, є малодослідженим питанням. Так, на сьогоднішній день існує незначна кількість наукових праць, у яких висвітлено діяльність, зокрема і у сфері популяризації об'єктів культурної спадщини, туристично-інформаційних центрів України. Важливі практичні рекомендації щодо створення та роботи таких центрів у нашій державі, із врахуванням досвіду та напрацювань аналогічних установ у Європі та адаптації європейського законодавства до сучасних українських реалій, вміщено у практичному посібнику «Створення та функціонування туристичних інформаційних центрів в Україні» (Рінов, 2006). Він був підготовлений за редакцією В. Рінова, координатора проекту Taxis&Twining «Створення інформаційної бази туристичної індустрії через утворення мережі туристичних інформаційних центрів», реалізація якого в Україні розпочалася у 2003 р. за фінансової підтримки Європейського Союзу. Світовий та вітчизняний досвід створення туристичних інформаційних центрів й основні напрямки їх діяльності описані у публікації Т. Шелеметьєвої, С. Булатова (Шелеметьєва, Булатов, 2019). Досвід роботи туристично-інформаційного центру м. Дрогобич представлений як ефективний інструмент розвитку туризму малих міст у статті Л. Чайка-Петегирич (Чайка-Петегирич, 2017). Діяльність Комунального підприємства «Центр туристичної інформації та послуг» м. Луцька (скорочена назва – КП «Центр туристичної інформації та послуг») у сфері промоції об'єктів культурної спадщини Волині висвітлюється працівниками О. Штанько, І. Харчук, Г. Діхтярук та ін. під час виступів на конференціях, різноманітних туристичних заходах міста, інтерв'ю для ЗМІ тощо, однак досвід роботи підприємства потребує ґрунтовного наукового аналізу.

тичних заходах міста, інтерв'ю для ЗМІ тощо, однак досвід роботи підприємства потребує ґрунтовного наукового аналізу.

Мета статті – на прикладі КП «Центр туристичної інформації та послуг» проаналізувати діяльність туристично-інформаційних центрів у сфері популяризації і промоції об'єктів культурної спадщини конкретного населеного пункту.

Виклад основного матеріалу. Збереження культурних цінностей є однією з актуальних проблем сьогодення. Об'єкти культурної спадщини впливають на становлення і розвиток кожної особистості зокрема та країни в цілому. Відповідно до Закону України «Про охорону культурної спадщини» об'єкт культурної спадщини – це «визначне місце, споруда (витвір), комплекс (ансамбль), їхні частини, пов'язані з ними рухомі предмети, а також території чи водні об'єкти (об'єкти підводної культурної та археологічної спадщини), інші природні, природно-антропогенні або створені людиною об'єкти незалежно від стану збереженості, що донесли до нашого часу цінність з археологічного, естетичного, етнологічного, історичного, архітектурного, мистецького, наукового чи художнього погляду і зберегли свою автентичність» (Про охорону культурної спадщини. Закон України, 2000). За видами такі об'єкти поділяються на: археологічні, історичні, ландшафтні, об'єкти монументального мистецтва, архітектури, містобудування, садово-паркового мистецтва, науки і техніки (Про охорону культурної спадщини. Закон України, 2000).

Культурна спадщина й туристична діяльність тісно пов'язані між собою. Наявність пам'яток історії, архітектури, мистецтва, археології та ін. у конкретному регіоні значною мірою визначає ступінь туристичної привабливості цієї території, формує позитивний імідж громади, покращує її інвестиційну привабливість, зацікавлює туристів. Саме вони стають основою для формування туристичних маршрутів і екскурсій, організації різноманітних заходів, створення рекламно-інформаційної, сувенірної продукції й інших туристичних продуктів та послуг.

На важливості збереження, популяризації та ефективного використання національної культурної спадщини в індустрії туризму, створення умов для туристичної привабливості пам'яток, розвитку і промоції туристичних дестинацій України на світовому туристичному ринку, наголошено в Указі Президента України «Про заходи щодо підтримки сфери культури, охорони культурної спадщини, розвитку креативних індустрій та туризму» (Про заходи, 2020). У «Стратегії розвитку туризму

та курортів на період до 2026 року» однією з стратегічних цілей розвитку туристичної сфери України є «удосконалення інформаційної інфраструктури рекреаційних та туристичних послуг шляхом створення центрів туристичної інформації» (Стратегія, 2017).

Як зауважують С. Горбанець і С. Пасека «туристично-інформаційний центр (ТІЦ) – це місце, де надається інформація про туристично-рекреаційні можливості, в тому числі місця, ресурси обраного туристами регіону, це система, яка надає можливість мешканцям регіону отримувати будь-яку інформацію, яка буде корисною та привабливою для туристів [...]. Діяльність ТІЦ має бути спрямована на інформування та консультування туристів та інших суб'єктів туристичної галузі економіки, промоцію та рекламування туристично-рекреаційних ресурсів та інших принад місцевості тощо» (Горбанець, Пасека, 2021: 6–7).

Виділяють наступні типи туристично-інформаційних центрів: міські, маркетингові, презентаційні, екологічні, культурницькі, дорожньо-інформаційні, допоміжні офіси та місця. Також центри поділяються на місцеві, регіональні й національні, між якими передбачається взаємодія та співробітництво (Смочко та ін., 2022: 13–14).

Відповідальність за створення туристично-інформаційних центрів згідно ст. 11 Закону України «Про туризм» покладено на Раду міністрів Автономної Республіки Крим, місцеві державні адміністрації, виконавчі органи місцевого самоврядування в галузі туризму (Про туризм. Закон України, 1995). Вже більше десяти років спостерігається тенденція зростання кількості туристично-інформаційних центрів, створених органами місцевого самоврядування. Так, 30 вересня 2009 р. Луцька міська рада прийняла рішення № 47/7 «Про створення комунального підприємства «Центр туристичної інформації та послуг» (URL: <https://www.lutskrada.gov.ua/pages/komunalne-pidpriemstvo-tsentr-turystychnoi-informatsii-ta-poslugh>).

КП «Центр туристичної інформації та послуг» офіційно зареєстровано у Єдиному державному реєстрі юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців 07 червня 2012 Воно засноване на комунальній власності Луцької міської територіальної громади в особі Луцької міської ради та діє на підставі Статуту, затвердженого рішенням міської ради від 29 вересня 2021 р. № 19/85 (Статут, 2021). КП «Центр туристичної інформації та послуг» належить до сфери управління виконавчого органу міської ради – Управління туризму та промоції міста (URL: [\[gov.ua/pages/komunalne-pidpriemstvo-tsentr-turystychnoi-informatsii-ta-poslugh\]\(https://www.lutskrada.gov.ua/pages/komunalne-pidpriemstvo-tsentr-turystychnoi-informatsii-ta-poslugh\)\). Основна мета його діяльності спрямована на розвиток туризму у місті, а до головних напрямів його роботи належать послуги з організації подорожей, інформаційних пунктів, практика у сфері реклами, відпочинку, рекреації, культури і спорту, дослідження та розробки в галузі природничих, гуманітарних та суспільних наук, роздрібна торгівля книгами, газетами, сувенірами, товарами для туризму та кемпінгу та ін.; прокат туристичного чи спортивного спорядження, велосипедів \(Статут, 2021: 2–3\). Використовуючи звітні матеріали установи за 2015–2021 рр. визначено, що значна увага приділяється формуванню якісного місцевого туристичного продукту та бренду, маркетингової стратегії щодо просування туристичних продуктів і місць відпочинку Луцької міської об'єднаної територіальної громади, їх промоції, у тому числі й шляхом залучення у туристичну діяльність об'єктів культурної спадщини Волині.](https://www.lutskrada.</p></div><div data-bbox=)

Одним із напрямів діяльності КП «Центр туристичної інформації та послуг» є розробка, організація та проведення екскурсій і туристичних подорожей, що є однією із форм популяризації об'єктів культурної спадщини Волині. Більшість з них проходять в межах території м. Луцька. Вони різноманітні за тематикою, розраховані для різної за віком та інтересами аудиторії, здебільшого включають огляд місцевих пам'яток. Наприклад, «Дитяча екскурсія Луцьком», «Таємниці Луцького замку», «Гасить вогні!»: вечірні історії Старого Луцька», «Луцьк мультикультурний», «Від святині до святині: пам'ятні сторінки релігійної історії Луцька» (URL: <https://www.visitlutsk.com>). Для промоції туристичних ресурсів міста розроблені не тільки пішохідні маршрути, але й за допомогою різних способів пересування: на плавзасобах – «Відображення у річці Стир», «Екскурсія Стиром на катері», на велосипеді – «Луцьк на велосипеді», автотранспортом – тури на «Волинянці» (URL: <https://www.visitlutsk.com>).

КП «Центр туристичної інформації та послуг» проводить і замські екскурсії з метою популяризації пам'яток Волинської області в рамках проекту «Луцьк +»: «Луцьк – Цуманська Пуща – Лопатень», «Луцьк – Загурці – Устилуг», «Луцьк – Зимне – Володимир-Волинський», «Луцьк – Оконськ – Маневичі – Любешів», «Луцьк – Рокині – Луцьк – Берестечко – Пляшева» та ін. (URL: <https://www.visitlutsk.com>). Дослідженню історії регіону та популяризації пам'яток у цікавій формі сприяє такий вид екскурсійної діяльності підприємства як квести. Наприклад, «Упізнай Луцьк», «У пошуках корони

Вітовта», «Кликун-квест» та ін. (URL: <https://www.visitlutsk.com>).

Підвищенню рівня комфорту перебування туристів у м. Луцьку, формування можливостей для їх самостійного ознайомлення з об'єктами культурної спадщини сприяють аудіоекскурсії окремими туристичними маршрутами, наприклад, «Атмосферний Луцьк у твоїй кишені!» (URL: <https://izi.travel/en/5862-atmosferniy-lucku-tvoyiy-kisheni/uk>) та «Мандрівка Старим Луцьком» (URL: <https://izi.travel/en/4c5f-mandrivka-starim-luckom/uk>), які завантажені на туристичну платформу IZI.Travel. КП «Центр туристичної інформації та послуг» актуалізує вищезгадані аудіоекскурсії та розробляє нові, у тому числі й іноземними мовами. З метою розвитку туристичної інфраструктури Луцька біля об'єктів культурної спадщини встановлюються вказівники, ознакувальні (інформаційні) таблиці, які створюють сприятливі умови для орієнтування у місці під час знайомства з ним.

Туристично-інформаційні центри виконують інформаційну, культурно-просвітницьку та соціальну роль. Така діяльність підвищує рівень обізнаності місцевих громадян з питань історії та культури свого населеного пункту, сприяє вихованню патріотизму і поваги до українських культурних цінностей. Наприклад, КП «Центр туристичної інформації та послуг» спільно з музеями м. Луцька реалізовано з 2018 р. соціально-інтелектуальний проєкт «Екскурсиводи у відпустці». Одна з таких екскурсій була проведена працівниками Музею історії Луцького братства, який розміщений у приміщенні колишнього братського Хрестовоздвиженського монастиря. Зв'язок з історичним середовищем формує позитивний ефект для актуалізації історико-культурного спадку міста. У 2015–2017 рр. реалізовувався проєкт «Історичний та сучасний Луцьк», результатами якого стала підготовка статей на урбаністичну та історичну тематику. Працівники туристично-інформаційного центру також організують фотовиставки, зустрічі з краєзнавцями, читання лекцій з історичної тематики, надають інформаційну підтримку фестивалям «Бандерштат», «Ніч у Луцькому Замку», «Князівський бенкет» та ін. Так, у 2019 р. проведено: фотовиставку «Луцьк до епохи світлин»; зустріч-презентацію монографії доктора історичних наук, професора С. Шульги «Чехи в Західній Волині: від оселення до рееміграції»; 12 лекцій у межах проєкту «1429: З'їзд європейських монархів у Луцьку»; лекцію кандидатом історичних наук, тогочасним директором «Центру туристичної інформації та послуг»

О. Штанько на тему «Міське повсякдення Луцька: 100 років після З'їзду монархів» під час фестивалю «Князівський бенкет» та ін. (URL: <https://www.lutskrada.gov.ua/pages/komunalne-pidpriemstvo-tsentr-turystychnoi-informatsii-ta-poslugh>).

Формування позитивного туристичного іміджу міста та поширення інформації про його туристичні ресурси відбувається шляхом участі працівників КП «Центру туристичної інформації та послуг» у конференціях, туристичних форумах, виставках, ярмарках (конференції «Досвід ревіталізації і промоції історико-культурної спадщини» (2019 р.), «Луцький з'їзд 1429 року на тлі епохи» (2019 р.), «Принципи функціонування ТІЦ в Україні та міжнародний досвід» (2020 р.); форуми гідів і туристично-інформаційних центрів (м. Львів, 2016 р., 2017 р., 2019 р.–2021 р.), туристичний форум «Digital в туристичній промоції» (м. Чернігів, 2019 р.); міжнародні туристичні виставки «UIPT» (м. Київ, 2015 р.–2017 р.), «ADVENTUR» (м. Вільнюс, 2018 р.), «Na styku kultur» (м. Лодзь, 2019 р.); міжнародні ярмарки Люблінська туристична ярмарка (м. Люблін, 2017 р., 2018 р.), «Екогала» (м. Жешув, 2015 р., 2016 р., 2021 р.)). Така діяльність допомагає у формуванні сприятливого середовища для обміну досвідом роботи учасників та популяризації культурних цінностей населених пунктів і регіонів на національному та міжнародному рівнях.

Напрямом роботи КП «Центр туристичної інформації та послуг», що сприяє промоції м. Луцька, є проєктна робота. Наприклад, упродовж 2016–2017 рр. зреалізовано проєкт спільної ініціативи Ради Європи COMUS, метою якого було повернення забутої пам'яті історико-культурної спадщини міста. Його результатами стала розробка промоційних друкованих і відеоматеріалів, підготовка статей, реалізація лекторію, воркшопів, круглих столів та ін. Також працівники підприємства взяли участь у спецпроєкті IGotoWorld «Місто за вікенд» та створили презентаційну сторінку на туристичному порталі України UA.IGotoWorld.com.

Популяризація місцевого продукту та просування туристичного бренду громади чи міста відбувається також шляхом розповсюдження поліграфічної та сувенірної продукції із зображеннями місцевих пам'яток: листівок, буклетів, календарів, магнітів, пазлів, новорічних іграшок, значків, одягу, прикрас тощо. Також для детальнішого ознайомлення з об'єктами культурної спадщини у КП «Центр туристичної інформації та послуг» можна придбати краєзнавчу літературу про м. Луцьк, Волинь, Україну. Також промоційні матеріали розміщуються на білбордах чи сітілайнах.

Інструментами для популяризації і промоції об'єктів культурної спадщини та культурних подій сьогодні виступають інформаційно-комунікаційні технології. Їх використання дає можливість формувати інтерес до ознайомлення та вивчення пам'яток, підвищувати рівень впізнаності населеного пункту на ринку туристичних послуг. Потенційні туристи на сайті можуть отримати відомості про локацію пам'ятки та основні її характеристики. Сайт КП «Центр туристичної інформації та послуг» доступний українською, англійською, польською мовами. Наприклад, на сайті є окремі рубрики, серед яких «Місця». Тут розміщується інформація про окремі пам'ятки архітектури міста – Луцький замок, Свято-Троїцький кафедральний собор, Кафедральний костел Святого Петра і Павла, Велика синагога, Монастир домініканів, будинок родини Косачів та ін. (URL: <https://www.visitlutsk.com>). До кожної пам'ятки подані фото та короткий опис її історичного розвитку, сучасний стан. У такий спосіб відбувається реклама конкретного туристичного об'єкту.

Паралельно із сайтом можливості для просування туристичного продукту та промоції культурних подій Волинської області мають соціальні мережі. Сьогодні КП «Центр туристичної інформації та послуг» наповнює сторінки у таких соціальних мережах як Фейсбук (<https://www.facebook.com/visitlutsk>), Інстаграм (<https://www.instagram.com/visitlutsk/?igshid=Yzg5MTU1MDY%3D>). Наприклад, промоція туристичних об'єктів міста відбувається у межах інтернет-рубрик у фейсбук: #Lutskhistory, #Втрачені_святині_Луцька, #цікаве_з_історії_Луцька, #Луцьк_приємне_відкриття, #тутлуцько та ін. У 2020 р. на сторінках у соціальних мережах «Фейсбук» та «Інстаграм» проведено творчий конкурс «Я люблю Луцьк», метою якого була промоція міста, його історії та культури.

Популяризація туристичних можливостей міста та громади відбувається шляхом поширення відеороликів на місцевих телеканалах, ютуб-каналах, у соціальних мережах. Наприклад, підготовлені промоційні відео «Луцьк! Приємне відкриття!», «Чому не варто їхати в Луцьк», «Імена Луцька» та ін., які демонструють пам'ятки культурної спадщини регіону.

Висновки. Таким чином, культурна спадщина – один із цінних ресурсів для збереження історичної пам'яті та національної самобутності українського народу. Важливим є як збереження й дослідження пам'яток, так і їх популяризація та промоція, зокрема і шляхом залучення до туристичної сфери. Активно у цьому напрямку працюють туристично-інформаційні центри – установи, що надають туристам консультації про туристичні можливості та ресурси місцевості, яку вони відвідують, а також спектр інших туристичних послуг і продуктів. Серед іншого робота таких центрів спрямована на промоцію місцевих об'єктів культурної спадщини, розширення можливостей для їх активного залучення у туристичну індустрію конкретного населеного пункту, регіону і країни загалом. На прикладі діяльності КП «Центр туристичної інформації та послуг» з'ясовано, що формами популяризації та промоції культурних цінностей такими установами є: розробка і проведення пізнавальних екскурсій та туристичних подорожей; організація різноманітних культурно-просвітницьких заходів; виготовлення і реалізація промоційної поліграфічної й сувенірної продукції із зображеннями місцевих пам'яток; ведення туристичного сайту, сторінок у соціальних мережах та наповнення їх інформацією про об'єкти культурної спадщини обласного центру Волинської області; покращенням туристичного потенціалу, популяризація місцевого продукту та просування туристичного бренду м. Луцька на зовнішньому і внутрішньому ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Атмосферний Луцьк у твоїй кишені! URL: <https://izi.travel/en/5862-atmosferniy-luck-u-tvoyiy-kisheni/uk>
2. Горбанець С. Ю., Пасека С. Р. Туристично-інформаційний центр як інструмент промоції туристично-рекреаційних ресурсів. *Туризм і рекреація: наука, освіта, практика: тези доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції*. Мукачєво: РВВ МДУ, 2021. С. 6–9.
3. Давиденко І. В. Культурний туризм як сучасний напрям використання та збереження історико-культурної спадщини Одеського регіону. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2017. Вип. 2(2). С. 49–53.
4. Зайцева М. М., Шумлянська Н. В. Туристично-інформаційний центр як важливий елемент туристичної індустрії. *The VIII International Science Conference «Impact of modernity on science and practice»* (Madrid, April 6–7). 2021. С. 190–192.
5. Захарін С. Роль туризму у справі збереження та популяризації об'єктів національної культурної спадщини. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм*. 2020. № 3(1). С. 55–71.
6. Комунальне підприємство «Центр туристичної інформації та послуг»: офіційний сайт Луцької міської ради. URL: <https://www.lutskrada.gov.ua/pages/komunalne-pidpriemstvo-tsentr-turystychnoi-informatsii-ta-posluh>
7. Луцьк. Приємне відкриття: офіційний сайт Комунального підприємства «Центр туристичної інформації та послуг». URL: <https://www.visitlutsk.com>
8. Мандрівка Старим Луцьком. URL: <https://izi.travel/en/4c5f-mandrivka-starim-luckom/uk>

9. Мина Ж., Кокор Л. Популяризація пам'яток історії та культури органами місцевого самоврядування із застосуванням сучасних інформаційно-рекламних засобів. *Historical and cultural studies*. 2016. Vol. 3. No. 1. С. 79–86.
10. Про заходи щодо підтримки сфери культури, охорони культурної спадщини, розвитку креативних індустрій та туризму: Указ Президента України від 18.08.2020 № 329/2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/329/2020#Text>
11. Про охорону культурної спадщини: Закон України від 08.06.2000 № 1805-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1805-14#Text>
12. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 № 324/95ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр#Text>
13. Смочко Н. М., Лужанська Т. Ю., Молнар-Бабіля Д. І. Роль туристично-інформаційних центрів у стратегічному розвитку регіону. *Економічний форум*. 2022. № 1. С. 11–20.
14. Статут Комунального підприємства «Центр туристичної інформації та послуг»: Рішення Луцької міської ради № 19/85 від 29.09.2021. Луцьк, 2021. 9 с.
15. Створення та діяльність туристичних інформаційних центрів в Україні: практ. посіб. / за ред. В. Рінова. Київ, 2006. 176 с.
16. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 р.: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text>
17. Чайка-Петегрич Л. Б. Туристично-інформаційний центр як ефективний інструмент розвитку туризму малих міст. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 12. С. 426–431.
18. Шелеметьєва Т. В., Булатов С. В. Діяльність туристичних інформаційних центрів: світовий досвід та вітчизняна практика. *Вісник економічної науки України*. 2019. № 2 (37). С. 205–211.

REFERENCES

1. Atmosfernyi Lutsk u tvoii kysheni! [Atmospheric Lutsk in your pocket!]. URL: <https://izi.travel/en/5862-atmosferniy-luck-u-tvoiyi-kisheni/uk> [in Ukrainian].
2. Horbanets S. Yu., Pasioka S. R. Turystychno-informatsiyni tseentr yak instrument promotsii turystychno-rekreatsiinykh resursiv [The tourist information center as a tool for the promotion of tourist and recreational resources]. *Tourism and recreation: science, education, practice: tezy dopovidei Vseukrainskoi naukovy-praktychnoi konferentsii*. Mukachevo: RVV MDU, 2021, pp. 6–9 [in Ukrainian].
3. Davydenko I. V. Kulturnyi turyzm yak suchasnyi napriam vykorystannia ta zberezhenia istoryko-kulturnoi spadshchyny Odeskoho rehionu [Cultural tourism as a modern direction of using and protection the historical and cultural heritage of Odessa region]. *Economic Bulletin of the Zaporizhzhya State Engineering Academy*, 2017, Vyp. 2(2), pp. 49–53 [in Ukrainian].
4. Zaitseva M. M., Shumlianska N. V. Turystychno-informatsiyni tseentr yak vazhlyvyi element turystychnoi industrii [Tourist information center as an important element of the tourism industry]. *The VIII International Science Conference «Impact of modernity on science and practice»* (Madrid, April 6–7), 2021, pp. 190–192 [in Ukrainian].
5. Zakharin S. Rol turyzmu u spravi zberezhenia ta populyaryzatsii ob'ektiv natsionalnoi kulturnoi spadshchyny [The role of tourism in the preservation and popularization of national cultural heritage objects]. *Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts. Series in Tourism*. 2020. № 3(1). pp. 55–70 [in Ukrainian].
6. Komunalne pidpriemstvo «Tsentr turystychnoi informatsii ta posluh» [Municipal company «Center for tourist information and services»]: official site Lutsk City Council. Available at: <https://www.lutskrada.gov.ua/pages/komunalne-pidpriemstvo-tsentr-turystychnoi-informatsii-ta-posluh> [in Ukrainian].
7. Lutsk. Pryiemne vidkryttia [Lutsk. Pleasant discovery]: official site fitsiyni sait Municipal company «Center for tourist information and services». Available at: <https://www.visitlutsk.com> [in Ukrainian].
8. Mandrivka Starym Lutskom [A trip to Stary Lutsk]. Available at: <https://izi.travel/en/4c5f-mandrivka-starim-luckom/uk> [in Ukrainian].
9. Myna Zh., Koker L. Populyaryzatsiia pamiatok istorii ta kultury orhanamy mistsevoho samovriaduvannia iz zastosuvanniam suchasnykh informatsiino-reklamnykh zasobiv [Popularization of historical and cultural monuments by local self-government bodies using modern informational and advertising means]. *Historical and cultural studies*, 2016, Vol. 3, No. 1, pp. 79–86 [in Ukrainian].
10. Pro zakhody shchodo pidtrymky sfery kultury, okhorony kulturnoi spadshchyny, rozvytku kreatyvnykh industrii ta turyzmu [On measures to support the sphere of culture, protection of cultural heritage, development of creative industries and tourism]: Decree of the President of Ukraine from 18.08.2020 № 329/2020. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/329/2020#Text> [in Ukrainian].
11. Pro okhoronu kulturnoi spadshchyny [On the protection of cultural heritage]: Law of Ukraine from 08.06.2000 № 1805-III. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1805-14#Text> [in Ukrainian].
12. Pro turyzm [About tourism]: Law of Ukraine from 15.09.1995 № 324/95VR. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-vr#Text> [in Ukrainian].
13. Smochko N. M., Luzhanska T. Yu., Molnar-Babilia D. I. Rol turystychno-informatsiinykh tseentriv u stratehichnomu rozvytku rehionu [The role of tourist information centers in the regional strategic development of the region]. *Economic forum*, 2022, № 1, pp. 11–20 [in Ukrainian].
14. Statut Komunalnogo pidpriemstva «Tsentr turystychnoi informatsii ta posluh» [Statute of the Utility Enterprise Municipal company «Center for tourist information and services»]: *Decision of the Lutsk City Council № 19/85* from 29.09.2021. Lutsk, 2021. 9 p.

15. Stvorennia ta diialnist turystychnykh informatsiinykh tsentriv v Ukraini [Creation and activity of tourist information centers in Ukraine]: prakt. posib. / za red. V. Rinova. Kyiv, 2006. 176 p. [in Ukrainian].

16. Stratehiia rozvytku turyzmu ta kurortiv na period do 2026 Strategy for the development of tourism and resorts for the period up to 2026]: Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 16 bereznia 2017 r. № 168-r. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text> [in Ukrainian].

17. Chaika-Petehyrych L. B. Turystychno-informatsiinyi tsentr yak efektyvnyi instrument rozvytku turyzmu malykh mist [Tourist information center as an effective tool for development of small city tourism]. *Economy and Society*, 2017, Vyp. 12, pp. 426–431 [in Ukrainian].

18. Shelemetieva T. V., Bulatov S. V. Diialnist turystychnykh informatsiinykh tsentriv: svitovyi dosvid ta vitchyzniana praktyka [Activities of tourist information centers: world experience and domestic practice]. *Herald of economic science of Ukraine*. 2019, № 2 (37), pp. 205–211 [in Ukrainian].