

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КРИВОРІЗЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет географії, туризму та історії
Кафедра туризму та економіки

ПРОЄКТ ТУРИСТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНОГО ЦЕНТРУ
КРИВОГО РОГУ

Кваліфікаційна робота студентки
групи ТУРм-24
ступінь вищої освіти «магістр»
спеціальності 242 Туризм і рекреація
Складанню Катерини Ігорівни
Керівник: к.г.н., доцент Остапчук І.О.

Кривий Ріг – 2025

ЗАПЕВНЕННЯ

Я, Складанюк Катерина Ігорівна, розумію і підтримую політику Криворізького державного педагогічного університету з академічної доброчесності. Запевняю, що ця кваліфікаційна робота виконана самостійно, не містить академічного плагіату, фабрикації, фальсифікації. Я не надавала і не одержувала недозволену допомогу під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають покликання на відповідне джерело. Із чинним Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату в роботах здобувачів вищої освіти Криворізького державного педагогічного університету ознайомена. Чітко усвідомлюю, що в разі виявлення у кваліфікаційній роботі порушення академічної доброчесності робота не допускається до захисту або оцінюється незадовільно.



ЗМІСТ

	стор.
ЗАПЕВНЕННЯ.....	2
ЗМІСТ.....	3
ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТУРИСТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНІ ЦЕНТРИ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ДЕСТИНАЦІЙ.....	7
1.1. Сутність та функції туристично-інформаційних центрів (ТІЦ).....	7
1.2. Класифікація та моделі організації ТІЦ.....	10
1.3. Досвід та законодавчі основи створення ТІЦ.....	13
1.3.1. Вивчення вітчизняного та зарубіжного досвіду організації ТІЦ.....	13
1.3.2. Законодавча та нормативна база діяльності ТІЦ в Україні.....	22
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МІСТА КРИВОГО РОГУ.....	23
2.1. Загальна характеристика міста та його географічне положення.....	23
2.2. Туристичні ресурси міста.....	24
2.3. Сучасний стан туристичної інфраструктури міста.....	28
2.4. SWOT-аналіз туристичної сфери міста.....	27
РОЗДІЛ 3. ПРОЄКТУВАННЯ ТУРИСТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНОГО ЦЕНТРУ КРИВОГО РОГУ.....	34
3.1. Концепція та цілі створення ТІЦ.....	34
3.2. Вибір місця розташування та обґрунтування доцільності.....	36
3.3. Функціональні зони, структура, послуги ТІЦ.....	40
3.4. Очікувані результати, перспективи розвитку ТІЦ.....	45
ВИСНОВКИ.....	47
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	51
ДОДАТКИ.....	59
Додаток А.....	60
Додаток Б.....	64

ВСТУП

Актуальність теми. Світова економіка розглядає туризм як одну з найбільш динамічних сфер, що демонструє високі показники у генерації робочих місць, стимулюванні соціально-економічного розвитку територій та побудові позитивного іміджу країни. Враховуючи значний потенціал України, що базується на її багатій історико-культурній та природній спадщині, держава, відповідно до Стратегії розвитку туризму та курортів до 2026 року, пріоритезує напрямки розвитку туристичної інфраструктури.

Туристично-інформаційні центри (ТІЦ) відіграють ключову роль у забезпеченні конкурентоспроможності туристичних дестинацій. Їхня функція полягає у наданні всебічної інформації відвідувачам (про об'єкти, маршрути та послуги), поліпшенні якості надання туристичних послуг та підтримці розвитку внутрішнього туристичного руху

У наукових джерелах мало представлені результати досліджень по проектуванню та ефективності функціонування ТІЦ, певно, що це більше тема практичних досліджень аніж наукових. Тому і переважна більшість інформації про ТІЦ закріплена у стандартах та документах Національної туристичної організації України (НТОУ). Вітчизняний досвід дослідження ТІЦ належить таким авторам: Р. В. Волчецькому, Ю. В. Ключівському, О. В. Музиченко-Козловській, В. Ф. Семенову та ін. [4, 20, 31, 39]. Світовий досвід створення ТІЦ довелось вивчати по окремим сайтам країн і міст. Це підтверджує актуальність даного дослідження.

Кривий Ріг позиціонується як ключовий осередок індустріального туризму в Україні. На території міста зосереджена значна кількість унікальних туристичних ресурсів індустріального та постіндустріального генезису, які є специфічними і нетиповими для більшості світових туристичних дестинацій. Це створює суттєвий потенціал для розробки інноваційних туристичних маршрутів, екскурсійних програм та тематичних турів. Однак, реалізація цього потенціалу стримується недостатнім рівнем розвитку туристичної

інфраструктури. Зокрема, для такого індустріального гіганта критично необхідним є створення сучасного Туристично-інформаційного центру (ТІЦ), здатного ефективно просувати дестинацію як на регіональному, так і на міжнародному рівнях.

Виходячи з цього, завдання створення ТІЦ у Кривому Розі є актуальним і стратегічно важливим, оскільки воно повністю узгоджується з цілями державної та регіональної туристичної політики і відповідає соціальним очікуванням місцевої громади. Реалізація такого проєкту має забезпечити підвищення туристичної привабливості міста, зміцнення його репутації як провідного центру індустріального туризму та сприятиме інтеграції Кривого Рогу в українській та міжнародний туристичний простір.

Метою роботи є розробка проєкту туристично-інформаційного центру у Кривому Розі як елементу інфраструктури, що сприятиме підвищенню туристичної привабливості міста.

Основні завдання:

- 1) визначення теоретичних засад функціонування ТІЦ;
- 2) вивчення вітчизняного та зарубіжного досвіду організації ТІЦ;
- 3) аналіз туристичного потенціалу м. Кривого Рогу;
- 4) обґрунтування необхідності створення ТІЦ у Кривому Розі;
- 5) розробка проєкту ТІЦ Кривого Рогу.

Об'єктом дослідження є туристично-інформаційні центри як важлива складова туристичної інфраструктури і засіб промоції в туризмі.

Предметом дослідження виступає розробка проєкту ТІЦ у Кривому Розі, обґрунтування доцільності його створення та визначення подальших перспектив розвитку.

Новизна: новизною роботи є вивчення *на теоретичному рівні* проблеми створення і функціонування ТІЦ в світі та Україні (розробка порівняльної таблиці ТІЦ світу); *на практичному рівні* - розробка самого проєкту ТІЦ у м. Кривому Розі із обґрунтуванням локації, розробкою функціональної план-

схеми, завданнями та функціями ТІЦ, визначенням подальших перспектив його розвитку.

Апробація:

- 1) результати дослідження було здійснено в межах проходження виробничої практики за фахом у відділі розвитку туризму КП ІРМ м. Кривого Рогу КМР (договір № 58 від 20.05.2021 р.);
- 2) результати дослідження висвітлено на Міжнародній науково-практичній конференції «РЕГІОН–2025: стратегія оптимального розвитку» 20.11.2025 р., та підтверджено друком статті «Проектування туристично-інформаційного центру Кривого Рогу як складова управління якістю туристичних послуг» у матеріалах вищезазначеної конференції.

Структура роботи: робота складається зі вступу, основної частини, висновків, списку використаних джерел та додатку. Загальний обсяг (разом із додатком) складає 64 стор. друкованого тексту, список використаних джерел налічує 85 найменувань.

РОЗДІЛ 1. ТУРИСТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНІ ЦЕНТРИ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ДЕСТИНАЦІЙ

1.1. Сутність та функції туристично-інформаційних центрів (ТІЦ)

Туристичний інформаційний центр (ТІЦ) є спеціалізованою організацією, основною функцією якої є приймання та консультування відвідувачів, а також промоція заходів і послуг у сфері туризму [29]. Це визначення відповідає методичним рекомендаціям Національної організації туризму України «Туристичні інформаційні центри. Туристична інформація і послуги з приймання. Вимоги» [29].

На міжнародному рівні функціонально подібні відвідувачькі центри (**visitor centres**) визнані ключовим інструментом управління об'єктами, що мають особливий статус, такими як об'єкти Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, біосферні резервати та глобальні геопарки.

Значення цих центрів стало предметом детального аналізу на першому регіональному семінарі для Європи «The Role of Visitor Centres in UNESCO Designated Sites». Захід відбувся 27–29 вересня 2018 року в Палермо (Сицилія, Італія) і зібрав представників 18 європейських країн, менеджерів об'єктів ЮНЕСКО [81], експертів з інтерпретації спадщини та фахівців у галузі туризму. Результатом обміну досвідом стало формулювання низки рекомендацій щодо застосування інноваційних підходів до проектування, фінансування та забезпечення функціонування відвідувачьких центрів. Була також підкреслена необхідність їхньої інтеграції у загальні стратегії сталого розвитку територій.

Серед українських науковців, які досліджували туристично-інформаційні центри як засіб розвитку та управління туризму можна виділити Р. В. Волчецького, К. Д. Діденко, В. І. Дорошенко, О. В. Музиченко-Козловську, Т. Ю. Примака, О.І. Трохимець та інших [4, 9, 31, 38, 41]. У своїх

працях вони розкрили значення центрів для регіонального туризму, особливості їхньої роботи та подано приклади міжнародного досвіду.

На думку В. С. Кучеренко, ТІЦ, як ключова організаційна структура в системі управління туризмом та курортами, має забезпечувати широкий спектр функціональних послуг для трьох основних груп стейкхолдерів: суб'єктів туристичного бізнесу, безпосередніх туристів (відпочиваючих) та потенційних споживачів туристичного продукту.

Зокрема, за умови відповідного замовлення від зацікавлених організацій, функціонал ТІЦ може включати такі важливі напрями: аналітична та дослідницька діяльність яка полягає у проведенні маркетингових та соціологічних опитувань; інформаційне забезпечення, що полягає у зборі, систематизації та обробці статистичної й іншої релевантної інформації про результати туристично-екскурсійної діяльності на території міста; підтримка інвестицій через здійснення аналізу ринків збуту послуг з метою обґрунтування майбутніх інвестиційних проєктів; контроль якості - моніторинг та контроль якості туристичних послуг, що надаються у межах міста [26].

До ключових функціональних напрямів діяльності Туристично-інформаційного центру належать (див. рис. 1.1):

- Інформаційно-рекламна функція: передбачає надання відвідувачам вичерпних інформаційно-рекламних матеріалів, що стосуються туристичних маршрутів, об'єктів, транспортного сполучення та подій у регіоні.
- Маркетингова функція: охоплює діяльність із просування регіонального туристичного продукту, включаючи проведення цільових маркетингових і соціологічних досліджень для вивчення попиту та вподобань туристів.
- Координаційна функція: забезпечує ефективну взаємодію та налагодження партнерських зв'язків між підприємствами туристичної галузі, органами місцевого самоврядування, а також культурними й освітніми

установами з метою досягнення консолідованих рішень у сфері розвитку туризму.

- Економічна функція: включає аналіз ринку туристичних послуг, активізацію процесів залучення інвестицій у туристичну сферу та надання підтримки місцевому бізнесу.
- Аналітично-контрольна функція: полягає у зборі, опрацюванні та інтерпретації статистичних даних про туристичні потоки, а також у здійсненні контролю якості надання туристичних послуг.
- Культурно-просвітницька функція: реалізується через організацію культурних заходів, виставок та екскурсій, спрямованих на збагачення культурного життя регіону.

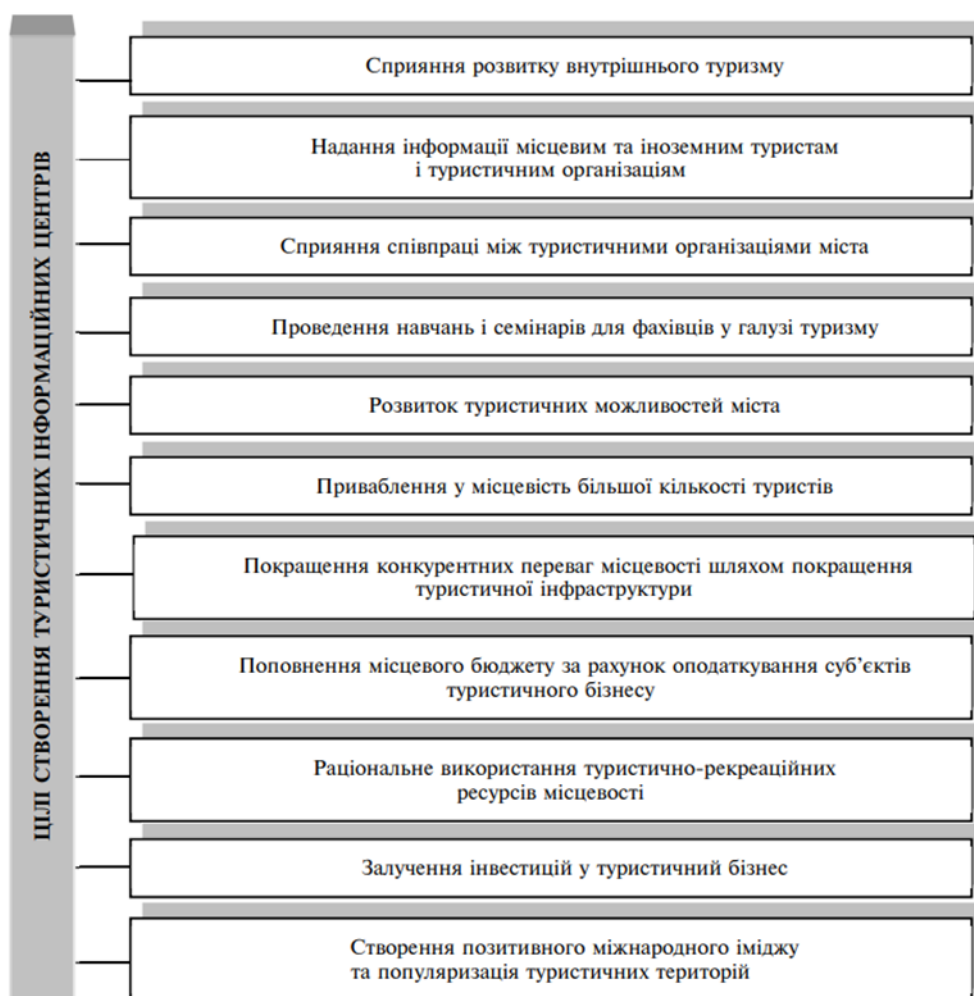


Рис 1.1. Цілі створення туристично-інформаційних центрів в Україні [3].

Таким чином, ТІЦ є невід’ємним і критично важливим елементом туристичної інфраструктури. Його діяльність забезпечує системну взаємодію між усіма учасниками туристичного процесу (відвідувачами, бізнесом, владою) та створює передумови для сталого (стійкого) розвитку туристичної дестинації.

1.2. Класифікація та моделі організації ТІЦ

Туристично-інформаційний центр є невід’ємною складовою сучасної туристичної інфраструктури. Він забезпечує ефективне надання інформаційних, консультаційних та сервісних послуг туристам, що має вирішальне значення для розвитку регіонів та формування їхнього позитивного іміджу. Систематизація діяльності ТІЦ здійснюється за допомогою їх класифікації та моделей організації, що дозволяє врахувати всі територіальні, функціональні та організаційні аспекти їхньої роботи.

У науковій літературі представлено низку підходів до класифікації ТІЦ. Зокрема, В. Кифяк пропонує класифікацію, засновану на територіальному рівні їхнього функціонування. Згідно з цією концепцією, виділяються чотири основні групи ТІЦ:

- національні туристично-інформаційні центри - функціонують на державному рівні, їхнє ключове завдання полягає у виконанні стратегічних функцій просування туристичного потенціалу країни на міжнародній арені (див. рис. 1.2);
- регіональні туристично-інформаційні центри - діють у межах адміністративно-територіальних одиниць, їхня головна мета – створення єдиного інформаційного простору туристичної дестинації;
- місцеві (локальні) туристично-інформаційні центри - створюються безпосередньо у містах, курортних зонах або інших локаціях, що мають високу туристичну привабливість;

- об'єктні туристично-інформаційні центри - формуються на базі конкретних туристичних об'єктів (наприклад, при музеях, заповідниках, національно-природних парках тощо) [19].



Рис. 1.2. Організаційна структура ТІЦ національної мережі [22].

У наукових працях В. І. Азара та М. П. Мальської пропонується класифікація ТІЦ, що базується на їхній функціональній спеціалізації [1]. Згідно з цим підходом, виділяються чотири основні типи ТІЦ, кожен із яких виконує свій унікальний набір завдань:

- інформаційні ТІЦ - основна роль полягає у забезпеченні туристів базовою, загальною інформацією про туристичну дестинацію, її об'єкти та можливості;
- консультаційні ТІЦ - спеціалізуються на наданні індивідуалізованих рекомендацій відвідувачам, вони допомагають у виборі конкретних послуг та ефективній організації їхнього відпочинку;

- маркетингові ТПЦ - ключова функція полягає у просуванні туристичного продукту дестинації, це включає розробку рекламних кампаній, формування та підтримку позитивного іміджу території на цільових ринках;
- сервісні ТПЦ - орієнтовані на безпосередню допомогу туристам у вирішенні організаційних питань під час подорожі. Їхні послуги охоплюють бронювання готелів, організацію екскурсійних турів, надання допомоги з прокатом транспорту та інші супутні послуги [1].

Моделі організації ТПЦ є ключовим елементом туристичної інфраструктури, оскільки вони визначають механізми надання туристичних сервісів, способи доступу до інформації та загальний рівень взаємодії з відвідувачами. З огляду на потреби дестинації та сучасні технологічні можливості, виділяють три основні організаційні моделі, представлені нижче.

1. Стаціонарний ТПЦ (фізичний офіс). Це найбільш поширена (традиційна) модель, яка передбачає функціонування центру у фізичному офісі. Такі центри розташовуються у стратегічно важливих точках з високим туристичним трафіком: у центрі міста, на вокзалах, поблизу адміністративних будівель або безпосередньо біля основних туристичних об'єктів. Вони забезпечують особисте консультування та прямий контакт з туристом.

2. Віртуальний ТПЦ (онлайн-платформи). З розвитком інформаційно-комунікаційних технологій значної популярності набули віртуальні ТПЦ. Вони функціонують через веб-сайти, мобільні додатки та інші онлайн-платформи. Ця модель дозволяє надавати: актуальну інформацію та інтерактивні мапи в режимі реального часу; індивідуальні рекомендації щодо бронювання та формування маршрутів. Ефективність віртуальних ТПЦ особливо проявилася в умовах глобальної пандемії коронавірусу, забезпечивши туристам безперешкодний віртуальний доступ до інформації та певних об'єктів.

3. Мобільний ТПЦ (пересувний формат). Є альтернативною та гнучкою моделлю, що дозволяє покривати значні території та оперативно реагувати на зміну локації попиту. Зазвичай це спеціально обладнані транспортні засоби (автомобілі), оснащені всім необхідним для надання туристичної інформації

та послуг. Ця модель ефективно застосовується під час масштабних фестивалів, сезонних подій або для обслуговування віддалених населених пунктів, де створення стаціонарного центру є економічно недоцільним

Отже, класифікація ТІЦ є фундаментальною теоретичною основою для систематизації їхньої діяльності та оптимізації функціонування в туристичній інфраструктурі. Ефективна організація ТІЦ у будь-якій DESTИНАЦІЇ, зокрема у Кривому Розі, вимагає комплексного підходу, що поєднує територіальну інтеграцію (відповідно до масштабів міста), чітку функціональну спеціалізацію (з акцентом на маркетингу та сервісі) та адаптивний вибір моделі (застосування стаціонарних та віртуальних форм). Це дозволяє ТІЦ не лише надавати базову інформацію, а й стати стратегічним інструментом просування та сталого розвитку регіону.

1.3. Досвід та законодавчі основи створення ТІЦ

1.3.1. Вивчення вітчизняного та зарубіжного досвіду організації ТІЦ.

Впровадження ТІЦ у форматі, звичному для європейських DESTИНАЦІЙ, в Україні розпочалося напередодні Євро-2012. Прикладом ефективної роботи є ТІЦ у Дрогобичі, який функціонує з 2010 року. Він став дієвим інструментом популяризації місцевого солеваріння та культурної спадщини, щорічно обслуговуючи понад 10 тисяч відвідувачів і активно використовуючи онлайн-платформи для бронювання туристичних послуг. Проте, слід зазначити, що національні стандарти якості для регулювання діяльності таких центрів були ухвалені значно пізніше.

За офіційними даними Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ), станом на 2021 рік в Україні функціонувало 88 зареєстрованих ТІЦ.

Географічний розподіл демонструє значну диспропорцію з виразною концентрацією у західних регіонах (див. табл. 1.1 та рис. 1.3 нижче)

Таблиця 1.1

Регіональний розподіл ТІЦ в Україні
(розробка автора на основі джерела 4)

Регіон	Кількість ТІЦ (2021 р.)	Ключові області
Західна Україна	47 (53%)	Закарпатська (17), Львівська (9), Івано-Франківська (7), Тернопільська та Хмельницька (по 4), Волинська (3), Рівненська (2), Чернівецька (1).
Центральна Україна	22	Розміщені здебільшого у великих містах: Вінниця, Дніпро, Черкаси, Кропивницький, Полтава та ін.
Північ	14	Житомирська, Сумська, Чернігівська та Київська області.
Схід та Південь	5	Харків (1) та Південні області (Запоріжжя, Одеса, Миколаїв)

ТУРИСТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНІ ЦЕНТРИ УКРАЇНИ

ДАРТ



Рис. 1.3. Туристично-інформаційні центри України за ДАРТ [8].

Ці дані свідчать про те, що західні області є лідерами за рівнем розвитку інфраструктури ТІЦ, тоді як східні та південні регіони мали значно менше покриття, що підкреслює потенційну необхідність розвитку та розширення мережі в індустріальних центрах, як-от Кривий Ріг.

Українські ТІЦ поділяються на муніципальні (наприклад, у місті Дрогобич) та регіональні. Їхнє функціонування переважно забезпечується за

рахунок місцевих бюджетів або грантових програм від міжнародних організацій [20].

Національна практика функціонування ТІЦ стикається з низкою системних проблем, які обмежують їхню ефективність: обмежене та нестабільне фінансування (лише незначна частина центрів 20–30% мають стабільні джерела бюджетного забезпечення; кадровий дефіцит (нестача кваліфікованих фахівців, здатних працювати відповідно до сучасних вимог туристичної галузі); низький рівень цифровізації (лише близько 40% ТІЦ використовують CRM-системи для обліку, аналізу запитів туристів та оптимізації маркетингових стратегій, що знижує загальну ефективність).

Додатковими чинниками, які критично вплинули на діяльність ТІЦ, стали пандемія COVID-19 та повномасштабна військова агресія. Ці кризи спричинили скорочення туристичних потоків приблизно на 70% у 2022 році. Водночас, ці виклики стимулювали розвиток інновацій в туризмі через посилення віртуальних ТІЦ, наприклад успішне функціонування онлайн-платформи Visit Ukraine та посприяли впровадженню новітніх технологій, наприклад - використання VR-турів у ТІЦ міста Чернівці.

Ці ініціативи свідчать про значний потенціал для відновлення галузі. Однак, для масштабування та стійкого розвитку вони потребують цілісної державної та інституційної підтримки.

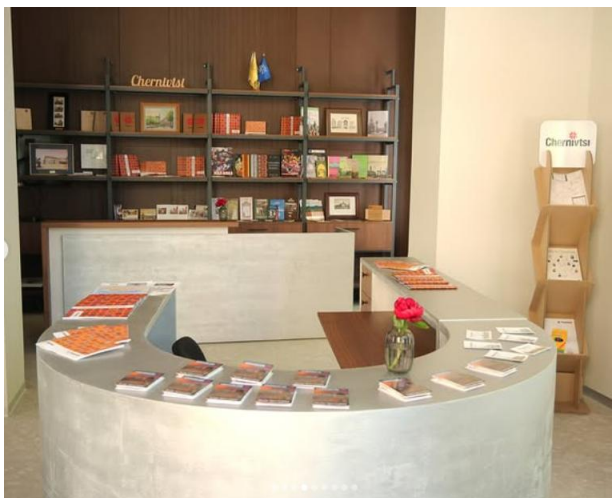


Рис. 1.4. Туристично-інформаційний центр у Чернівцях [65].

Міжнародна практика організації ТІЦ ґрунтується на принципах сталого туризму, визначених Всесвітньою туристичною організацією (UNWTO). Так UNWTO пропонує ключові моделі створення ТІЦ, які передбачають: забезпечення доступності туристичної інформації; інтеграцію з цифровими платформами (діджиталізація); систематичний моніторинг потоків відвідувачів та їхніх потреб.

За кордоном ТІЦ зазвичай функціонують під загальними назвами Tourist Office або Visitor Centre.

Поява перших офіційних ТІЦ у Європі датується кінцем ХІХ – початком ХХ століття. Як приклад можна навести місто Вісбаден (Німеччина), де у 1903 році було відкрито одне з перших у світі бюро туристичної інформації - Kur- und Verkehrsverein. Проте масштабний розвиток мережі ТІЦ та їхній справжній «бум» припав на повоєнні десятиліття, коли країни Західної Європи розпочали активне відновлення туристичної галузі.

Для детального вивчення особливостей функціонування ТІЦ у провідних країнах світу, авторкою (автором) розроблено таблицю 1.1. Цей порівняльний аналіз має на меті продемонструвати риси схожості та відмінності світових ТІЦ, зокрема у їхній організації, переліку надаваних послуг та специфіці роботи.

Французька модель організації ТІЦ (Office de Tourisme) вважається еталонною в Європі. Національна мережа налічує понад 3 800 акредитованих офісів, які поділяються на категорії від I до IV. Ключовим елементом системи є обов'язкова класифікація ТІЦ, запроваджена з 2006 року та оновлена у 2019 році відповідно до єдиних національних критеріїв. Кожен офіс підлягає незалежному аудиту кожні п'ять років. Присвоєння найвищої категорії (I) вимагає відповідності понад 150 критеріям, серед яких: багатомовне обслуговування (7 днів на тиждень), наявність безбар'єрного доступу, розвинена система цифрових сервісів.

Таблиця 1.1

Порівняльний аналіз ТІЦ в різних країнах (розробка автора на основі джерела 70 та зазначених в першій колонці)

Критерії	Кількість ТІЦ в країні	Категорування	Режим роботи	Географія інформації	Іноземні мови	Основні обов'язкові послуги	Додаткові можливі послуги
Країни							
Франція [79]	1808	3 категорії	Режим роботи залежить від регіону країни та сезону	Вся країна	французька, англійська, італійська, іспанська, німецька	туристична інформація про країну та певні регіони; бронювання житла та квитків на транспорт	продаж квитків на концерти, вистави, фестивалі, спортивні заходи
Німеччина [69, 76, 83]	Понад 1000	Більше 700 ТІЦ мають офіційний знак якості i-Marke – відповідність високим національним стандартам	Режим роботи залежить від регіону країни	Вся країна	німецька, англійська, французька, іспанська, італійська	туристична інформація про Німеччину; бронювання готелів; бронювання екскурсій по країні;	бронювання квитків на транспорт; бронювання квитків на культурні заходи, вистави; продаж сувенірів
Фінляндія [71]	Близько 100-150	Відсутнє	Режим роботи залежить від регіону країни	Вся країна	Фінська, англійська, французька, німецька	відомості про країну, головні пам'ятки, події та послуги	інформування про екскурсії, рекомендації закладів харчування та дозвілля
Словаччина [77]	Близько 100	Відсутнє	В сезон - працюють щодня з 8:00 до 19:00, а інформаційні термінали - цілодобово	Вся країна	Словацька, англійська, польська, німецька, чеська, угорська	інформація про країну та певний регіон; бронювання житла; організація екскурсійного супроводу	продаж сувенірів; бронювання квитків на транспорт; інформація щодо закладів

							харчування та дозвілля
Китай [73, 80]	Понад 3000	Відсутнє	Режим роботи залежить від регіону країни	Вся країна або певний регіон	Англійська, німецька, китайська (мандаринська), кантонська	інформація про певний регіон; бронювання готелів; продаж квитків	Виробництво та продаж туристичних брошур, сувенірів та подарунків
США [75, 82]	Понад 3000	Відсутнє	Режим роботи залежить від регіону країни	Вся країна, певний регіон в якому знаходиться ТПЦ	Англійська, арабська, німецька, французька та ін.	інформація про певний регіон та всю країну; бронювання житла та квитків на транспорт; екскурсійний супровід;	Продаж сувенірної продукції
Японія [72]	Понад 1500	3 категорії залежно від послуг та зручностей	Режим роботи залежить від регіону країни	Вся країна, певний регіон в якому знаходиться ТПЦ	Англійська, іспанська, італійська, китайська, японська та ін.	інформація та корисна література; туристичні маршрути по країні; зручності та послуги для людей з інвалідністю; служба довідок	Продаж листівок, сувенірної продукції
Австралія [68]	Понад 400	існує система акредитації ТПЦ, відповідно Національного стандарту	Режим роботи залежить від регіону країни	Вся країна, певний регіон в якому знаходиться ТПЦ	Англійська, німецька, французька, іспанська	інформація про туристичний регіон; друковані матеріали, включаючи брошури, буклети, карти;	Бронювання житла, турів, транспорту
Бразилія [55]	200-300 ТПЦ	Відсутнє	Режим роботи залежить від регіону країни	Вся країна, певний регіон у якому знаходиться ТПЦ	Англійська, португальська, іспанська	інформація про країну, місто, туристичну локацію; інформування про туристичні маршрути, екскурсії;	продаж сувенірної продукції; бронювання житла, транспорту, квитків на заходи

У Чеській Республіці координаційну та представницьку функцію виконує Асоціація ТІЦ (А.Т.І.С. ČR) - професійна незалежна організація. Асоціація активно захищає інтереси своїх членів у державних органах та сприяє обміну передовим досвідом як на внутрішньому, так і на міжнародному рівні. Якість управління в Асоціації підтверджена сертифікатом ISO 9001:2015. Усі ТІЦ, що є членами А.Т.І.С. ČR, зобов'язані дотримуватися єдиних національних стандартів якості.

На підставі результатів регулярної оцінки центрам присвоюється одна з трьох категорій (А, В або С) [57]. Ця категорія є індикатором рівня надаваних послуг, якості інфраструктури та професійної підготовки персоналу. Значення системи категоризації: - для туриста вона забезпечує прозорість і дозволяє заздалегідь оцінити очікуваний рівень сервісу та обсяг інформації; для ТІЦ вона слугує стимулом до постійного підвищення якості роботи та переходу до вищої категорії.

Досвід Німеччини в організації ТІЦ є важливим прикладом гнучкості та ефективної координації. Створення та діяльність ТІЦ у країні координує Національний комітет з туризму, який виконує урядове доручення щодо реалізації маркетингових заходів у всіх секторах туристичної галузі. Цей досвід демонструє відсутність єдиної стандартизованої моделі організації, оскільки центри успішно функціонують на основі різних форм фінансування та власності [9]. Наприклад, якщо у Мюнхені ТІЦ перебувають у повній державній власності, то моделі партнерства у інших містах є більш складними. У Ессені, 49% власності належить асоціації приватних туристичних підприємств. Структура власності у Берліні ще різноманітніша: тут 65% становить приватна власність, 20% — державна і 15% — муніципальна. Це свідчить про те, що реалізація такого іміджевого проекту ефективно забезпечується завдяки різним моделям державно-приватного партнерства.

У Фінляндії в Гельсінкі також діє Бюро туристичної інформації, головний офіс якого знаходиться біля Ринкової площі [58]. Центр оснащений сучасним обладнанням і надає відвідувачам широкий спектр послуг.

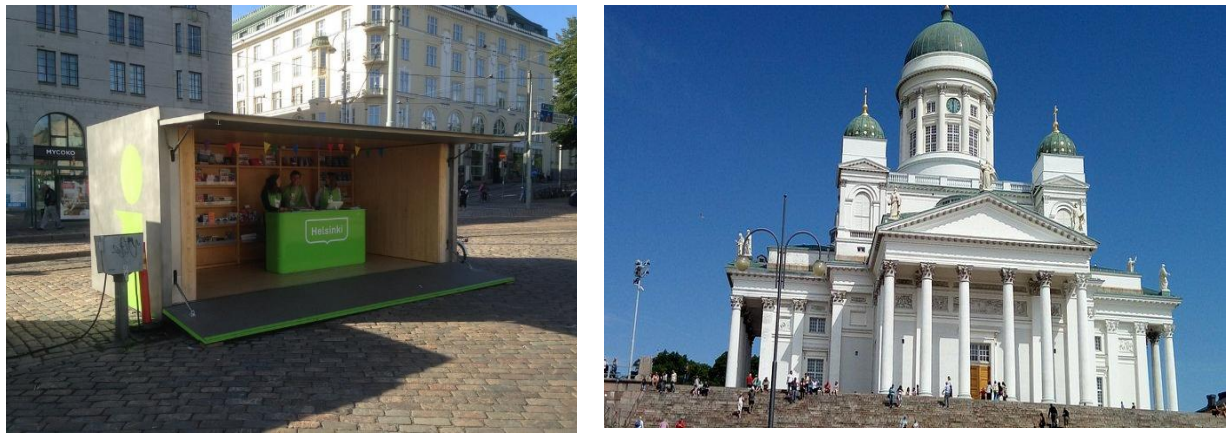


Рис. 1.5. Інформаційний центр Гельсінкі [71].

Туристична інформаційна служба Гельсінкі пропонує безкоштовну інформацію про пам'ятки, події та міські послуги. Комунікація з туристами відбувається через різні канали: телефон, електронну пошту, особисте відвідування та за допомогою віртуального асистента Локкі. Влітку впроваджується інноваційний підхід вуличного консультування, де працівники, разом із талісманом міської кампанії Хелппі (Helppi), популяризують сімейний туризм, роздаючи спеціалізовані брошури. Діяльність цього ТІЦ забезпечується за підтримки Туристичного департаменту міста, що підтверджує його муніципальний характер.

ТІЦ Братислави (Словаччина) - демонструє комбіновану модель функціонування з двома фізичними офісами: у центрі міста та на території головного залізничного вокзалу [52]. Ключові особливості цієї моделі: у літній період офіси працюють щодня до 19:00, а інформаційні термінали (в центрі, на вокзалах і в річковому порту) доступні цілодобово; центр надає довідкову інформацію (плани міста, адреси, транспорт) особисто, телефоном, онлайн і поштою; ТІЦ виступає як комерційний посередник, здійснюючи бронювання у 25 закладах розміщення та отримуючи 5% комісії від продажу квитків на культурні події; центр організовує міські та регіональні екскурсії, співпрацюючи з 400 гідями, що володіють 13 мовами. Він також проводить курси для гідів, забезпечує послуги перекладу 20 мовами [3, 54] та пропонує безкоштовні пізнавальні тури для місцевих жителів.

Досвід Братислави підкреслює можливість інтеграції комерційних функцій та високого рівня сервісної підтримки у діяльність ТПЦ.

Вивчення вітчизняного та зарубіжного досвіду (табл. 1.1) показує, що ТПЦ є важливим елементом туристичної інфраструктури, ефективність яких залежить від гнучких моделей управління, різноманітних джерел фінансування та якісного сервісу. Практика європейських міст демонструє успішне поєднання державної підтримки й приватних ініціатив, розширення спектра послуг, активне використання сучасних технологій та орієнтацію на зручність відвідувачів. Цей досвід може стати корисною основою для вдосконалення роботи ТПЦ в Україні та підвищення їх ролі у розвитку туризму.

Отже, найбільш розвинені та уніфіковані системи ТПЦ створені та успішно функціонують у країнах, що мають тривалу туристичну традицію та сильну державну або національну туристичну організацію (зокрема, Франція, Німеччина, Японія, Австралія). Ці системи характеризуються високим ступенем стандартизації та ефективною координацією. На противагу цьому, у країнах із децентралізованою або моделлю, що розвивається, мережа ТПЦ часто залишається фрагментованою, що створює ризики нерівномірності якості туристичного обслуговування.

Отримані результати міжнародного аналізу є теоретичною та практичною базою і можуть бути використані для розробки стратегічних рекомендацій щодо вдосконалення національної мережі ТПЦ в Україні. Ці рекомендації мають бути сформовані з урахуванням найкращих світових практик у сфері стандартизації, фінансування та забезпечення якості.

1.3.2. Законодавча та нормативна база діяльності ТПЦ в Україні.

Діяльність ТПЦ в Україні регулюється комплексом законодавчих та підзаконних актів, що включають Конституцію та спеціальні галузеві закони. Основним документом є Закон України «Про туризм» від 15 вересня 1995 року [14], який встановлює ключові права та обов'язки туристів (зокрема, право на

безпеку, достовірну інформацію та якісне обслуговування), а також визначає принципи функціонування туристичних суб'єктів і вимоги до якості послуг.

Нормативну базу також розширює Закон України «Про інноваційну діяльність» [12], який, визнаючи інформаційно-комунікаційні послуги як інноваційні, обґрунтовує створення ТІЦ не лише як осередків поширення інформації, а й як елементів інноваційної інфраструктури для просування туристичного продукту.

Крім того, Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» [85] надає місцевим радам згідно зі Статтями 26 та 32 право створювати комунальні підприємства (ТІЦ) та затверджувати відповідні програми розвитку туризму, забезпечуючи їх фінансування.

Важливим підзаконним актом є Методичні рекомендації «Туристичні інформаційні центри. Туристична інформація і послуги з приймання. Вимоги» [13], підготовлені Національною туристичною організацією України (НТОУ) на основі міжнародного стандарту ISO 14785:2014. Цей документ встановлює єдині вимоги до якості обслуговування для ТІЦ будь-якої форми власності, сприяючи гармонізації української практики з європейськими стандартами та підвищуючи якість послуг для відвідувачів.

Загалом, чинна законодавча база формує необхідну основу для ефективної роботи ТІЦ, але роль НТОУ та її методичні рекомендації залишаються каталізатором для подальшого підвищення якості та сталого розвитку туризму.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МІСТА КРИВОГО РОГУ

2.1. Загальна характеристика міста та його географічне положення

Кривий Ріг - це місто обласного підпорядкування, розташоване у степовій зоні України, в центральній частині Українського кристалічного масиву. Воно розкинулося на місці злиття двох річок, Інгульця та Саксагані, які є притоками Дніпра [33]. Згідно з легендою, засновником міста вважається козак Ріг, прозваний «Кривим» через травму ока або ноги. Залишивши службу, він оселився на злитті річок, і поступово до нього приєдналися чумаки, запорожці та селяни, перетворивши зимівник на хутір, а згодом — на село.

Офіційною датою заснування Кривого Рогу вважається 27 квітня 1775 року, коли за наказом фельдмаршала Рум'янцева-Задунайського кошовий отаман П. Калнишевський заснував тут поштову станцію в районі Курячої балки Саксагані, куди було заселено п'ять козаків для несення служби.

Географічні умови та інтенсивне освоєння природних ресурсів спричинили унікальну видовжену форму міста: його довжина сягає 126 км, що робить його одним із найдовших міст світу. Адміністративно місто поділене на 7 районів: Металургійний, Довгинцівський, Покровський, Інгулецький, Саксаганський, Центрально-Міський та Тернівський.

Криворізький регіон є одним із найбагатших в Україні за обсягами запасів корисних копалин. Більшість цих значних родовищ пов'язана з давніми породами Українського щита. Регіон вирізняється наявністю руди, бурого вугілля, мармуру, а також доломітів, запаси яких становлять 40% від загальноукраїнських. Окрім того, тут зосереджені покривельні й талькові сланці, сурик, вохра, будівельні піски, суглинки, скандій, ванадій та ще близько 40 елементів періодичної таблиці. Комплексне освоєння та використання цих мінерально-сировинних ресурсів має стратегічне значення для забезпечення економічного процвітання майбутніх поколінь українців.

Криворізький залізорудний басейн, площею близько 300 км², розташований уздовж річок Інгулець, Саксагань і Жовта, і має видовжену форму: завширшки 2–7 км та завдовжки понад 100 км. Він включає 60 родовищ із загальними запасами 18,7 млрд тонн залізної руди, що становить 68% українських і 6% світових запасів. Руди залягають на глибинах до 2,5 км, що дозволяє застосовувати відкритий спосіб видобутку.

Незважаючи на виклики, зокрема гострі екологічні проблеми та високий ступінь зношеності виробничої інфраструктури, гірничодобувна та металургійна галузі міста продовжують активно функціонувати, підтримуючи статус Кривого Рогу як промислового гіганта. Ці галузі є не лише основою економіки, але й культурним символом, оскільки життя місцевих мешканців нерозривно пов'язане з процесами видобутку та переробки залізних руд. Також діючі промислові підприємства та залишки індустрії, яка вже не функціонує - є цікавими та унікальними туристичними об'єктами.

2.2. Туристичні ресурси міста

Дослідження туристичних ресурсів та потенціалу Кривого Рогу було предметом уваги багатьох місцевих краєзнавців та розробників програми розвитку промислового туризму, зокрема В. Л. Казакова, В. С. Пацюк, І. О. Остапчук, Е. Дворчука та інших. Окрім того під проводом цих фахівців з 2013 року у місті виконується Програма розвитку промислового туризму. Діє в складі КП Інститут розвитку м. Кривого Рогу КМР відділ розвитку туризму.

Кривий Ріг відомий своїми унікальними природно-техногенними об'єктами, багато з яких сформувалися внаслідок індустріальної діяльності або є невіддільною частиною промислової спадщини [34]. Прикладами такої неповторної взаємодії людини та навколишнього середовища в межах Криворізького залізорудного басейну є Криворізький тунель кохання, Західний та Східний Карачунівські водоспади, ландшафтний заказник Візирка, затоплені гранітні кар'єри, унікальні Червоні озера.

Масштаб та різноманіття індустріального туризму Кривого Рогу представлені «марсіанськими пейзажами», потужними промисловими підприємствами, загадовими провалами, карколомними відвалами та кар'єрами, розміри яких можна порівняти з невеликою європейською країною [34]. За даними Управління екології виконкому Криворізької міської ради [40], на території міста розташовано 9 діючих кар'єрів.

Одним із наймасштабніших вважається кар'єр Південного ГЗК. Він має глибину 375 метрів, довжину 3 кілометри та ширину 2,6 кілометра. Його площа порівнянна з територією трьох держав розміром із Монако. Відвідувачі можуть на власні очі спостерігати процес видобутку залізної руди та дізнатися подробиці про гірничу промисловість. З 1953 року із надр кар'єру було видобуто понад 1,67 мільярда тонн залізорудної сировини.

Кривий Ріг вирізняється великою кількістю штучних насипів з гірських порід, відомих як відвали або, у місцевій термінології, "Криворізькі гори". Їхня поява безпосередньо зумовлена специфікою гірничодобувної діяльності. Найбільш популярним серед відвідувачів є Буршицький відвал, висота якого сягає 68 м. З його вершини відкривається панорама 360⁰ майже на все місто. При чому можна наочно побачити як у місті гармонійно поєднані житлові квартали із промисловими підприємствами, об'єктами індустріальної спадщини, обплетені річкою Інгулець.

Регіон, який історично функціонував як інтенсивний залізорудний басейн, зазнав суттєвої трансформації та сьогодні характеризується наявністю низки унікальних, екстремальних ландшафтів та об'єктів, що викликають інтерес у туристів зі всього світу. Особливими є техногенні водойми, які виникли внаслідок як природних, так і антропогенних процесів, інтегрувалися в ландшафт і використовуються для екологічних досліджень, туризму та рекреації [16]. Це хвостосховища та відстійники, водосховища та штучні озера, змінені русла річок [35, 36]. Примітно, що Кривий Ріг має техногенні озера незвичайного кольору (наприклад, Червоні та Чорне). Ці водоймища сформувалися на місцях виробок після завершення видобутку залізних руд і

гранітів, наповнившись підземними та дощовими водами, що сприяло створенню самотніх екосистем.



Рис. 2.1. Чорне та Червоне озера [34].

Кривий Ріг має складну історію формування, кульмінацією якої в період «залізорудної лихоманки» стало перетворення на потужний індустріальний хаб та центр інвестицій для багатьох європейських країн. Ця спадщина суттєво вплинула на специфіку місцевих культурних об'єктів і загалом на формування туристичного потенціалу міста.

У місті представлена багата колекція пам'ятників та знакових об'єктів, які уособлюють історію, культуру та побут його мешканців. Хоча значна частина з них належить до радянського періоду, цей фонд доповнюється різноманітними скульптурами, монументами, панно, майоліками, а також сучасними інсталяціями та арт-об'єктами, створеними в роки незалежності України. Серед останніх варто виділити 72-метровий флагшток у парку Героїв (встановлений у 2021 році) та пам'ятник «Козак Кривий Ріг», який зображає легендарний момент заснування міста на злитті річок Інгулець і Саксагань. До сучасних об'єктів також належать майоліки, арт-скульптури від «АрселорМіттал Кривий Ріг» на набережній, а також пам'ятні об'єкти воїнам російсько-української війни. Деякі об'єкти індустрії входять до Всеєвропейського маршруту індустріальної спадщини ERICH.

Культурна інфраструктура Кривого Рогу включає музеї, що презентують історію міста, його культурну спадщину та внесок у промисловий розвиток регіону. Особливою туристичною привабливістю користується Квітковий

годинник з 3D-відеогалереєю, де демонструються фільми (українською та англійською мовами) про історію та сучасний розвиток Кривого Рогу в різних форматах (див. рис. 2.2). Також це музеї промислових підприємств, де наочно можна простежити і зрозуміти технології видобутку та переробки залізних руд, побачити зразки готової продукції підприємств, тощо. Ці музеї є сучасними та максимально відкритими до гостей міста.



Рис. 2.2. Квітковий годинник з 3D- відеогалереєю та оглядовий майданчик кар'єру АТ «ПівдГЗК» [34].

У місті розташований другий в Україні скансен гірничої техніки ПРАТ «Північний ГЗК», у якому представлені ківш екскаватора, вагон-думпкар, шахтний електровоз, брила магнетитового кварциту з Ганнівського родовища та інша техніка, яка в минулому обслуговувала кар'єри та шахти. Подібний скансен створено і в південній частині міста біля гірничого департаменту АрселорМіттал Кривий Ріг.

Архітектурне обличчя Кривого Рогу є результатом послідовної зміни стильових напрямків, що відображає історичні етапи розвитку міста. Його забудова формувалася під впливом таких ключових стилів, як:

- «Цегляний стиль» (кінець XIX – початок XX століття);
- Конструктивізм (1920–1930-ті роки);
- Неокласицизм (1950-ті роки);
- Раціоналізм (1960–1980-ті роки).

Особливе місце в історичному ландшафті займає місцевий кам'яний стиль, який базувався на використанні локальних гірських порід для

будівництва як житлових, так і промислових споруд, а саме – залізистих кварцитів. Прикладами є будівля залізничного вокзалу «Кривий Ріг-Головний» та залізничне селище Довгинцеве; фрагменти таких будівель також збереглися на території рудничних поселень та у фундаментах споруд історичного центру міста.

Об'єкти конструктивізму сконцентровані переважно в районі Соцміста. Натомість, яскравими прикладами неокласичної архітектури є Човнова станція, будівля Міськвиконкому Кривого Рогу та будівля Головоштамту.

Таким чином, Кривий Ріг - «Місто довжиною в життя» - має значний туристичний потенціал для майбутнього розвитку. Як центр індустріального туризму, воно вражає унікальністю свого техногенного ландшафту: гігантськими кар'єрами, затопленими водоймами природно-антропогенного походження, «марсіанськими» відвалами та провальними лійками, які створюють ілюзію фантастичних світів.

Серед ключових туристичних об'єктів міста виділяються Скелі «Велика та мала Орлинка», ландшафтний заказник «Балка Північна Червона» з рештками індустріальних споруд та Червоним мостом (що слугує скеледромом), а також оглядові майданчики кар'єрів гірничо-збагачувальних комбінатів. Найбільший інтерес у туристів викликають екскурсії на діючі промислові підприємства та до об'єктів індустріальної спадщини. Це місто успішно трансформується у справжній магніт для мандрівників, пропонуючи унікальне поєднання природи, історії, індустріальної культури та адреналіну.

2.3. Сучасний стан туристичної інфраструктури міста

Туристична інфраструктура Кривого Рогу функціонує в умовах значних обмежень, спричинених в тому числі і повномасштабним вторгненням.

Заклади розміщення. Місто зазнало втрат у готельному фонді. Якщо до лютого 2022 року діяло 7 готелів різних категорій, то наразі функціонують лише два (Raziotel та Optima Hotel Deluxe). Проте ринок розміщення

забезпечується альтернативними варіантами: орендою квартир, гостьовими будинками та хостелами.

Заклади харчування. У місті представлений широкий вибір закладів (кафе, ресторани, бістро, фаст-фуд). Незважаючи на те, що Кривий Ріг не є традиційним гастрономічним центром, заклади пропонують високий рівень сервісу, гостинну атмосферу та різноманіття страв - від української до європейської, грузинської, азійської та татарської кухні.

Транспорт. Кривий Ріг має добре розвинене автобусне та залізничне сполучення з іншими регіонами України. Залізничні маршрути забезпечують прямий зв'язок із ключовими містами, включаючи Львів, Дніпро, Запоріжжя, Одесу та Київ. У місті розташовані два головні залізничні вокзали («Кривий Ріг – Головний», «Рокувата») та чотири станції, які обслуговують приміські поїзди. Пересування містом зручне завдяки комунальному транспорту (тролейбуси, автобуси, трамваї), проїзд у якому є безоплатним. Додатково функціонує розгалужена система маршрутного таксі та єдиний в Україні метротрам з лівостороннім рухом. Для коротких відстаней доступні послуги таксі та сучасні електросамокати, а також можливі велосипедні подорожі.

Сфера дозвілля в місті є розвиненою і розвивається завдяки появі нових громадських організацій та центрів. До розважальних об'єктів належать сімейний комплекс FUN PARK, кінотеатри (Multiplex, Олімп), Криворізький театр драми та музичної комедії імені Тараса Шевченка, Театр музично-пластичних мистецтв «Академія руху», цирк.

Культурна інфраструктура представлена:

- Міським історико-краєзнавчим музеєм з філіями.
- Музеями промислових підприємств та Музеєм російсько-української війни.
- Міською виставковою залюю та музеєм-квартирою художника Григорія Синиці.
- Низкою громадських та туристичних організацій (Криворізький культурний центр, Туристичний клуб Невгамовні гідеси, ГО Кривбастур), які

регулярно проводять культурно-просвітницькі заходи та організовують різноманітні культурні події.

Отже, хоча інфраструктура розміщення зазнала значних пошкоджень через війну, загалом туристична інфраструктура міста є достатньо розвинутою, особливо у сферах транспорту та харчування. Однак, подальшого розвитку та інвестицій потребує сфера культури та організованого дозвілля.

2.4. SWOT-аналіз туристичної сфери міста

У даному дослідженні ми здійснили SWOT-аналіз туристичної сфери Кривого Рогу. У аналізі спиралися на індустріальну історію, стратегічне місце розташування та сучасні виклики, серед яких - війна та інфраструктурні обмеження. І сьогодні, місто прагне розвивати індустріальний туризм та інші види туризму, однак для цього необхідно подолати низку бар'єрів шляхом планомірного розвитку (див. табл. нижче).

Наведена нижче матриця чітко відображає унікальні переваги міста як центру індустріального туризму, водночас висвітлюючи значні структурні та безпекові обмеження, що потребують уваги при розробці стратегії розвитку.

Сильні сторони туристичної дестинації базуються на унікальності та масштабі індустріальної спадщини, яка є основою туристичного продукту. Унікальність індустріальних об'єктів - це головний актив міста, - наявність діючої індустрії (гігантські кар'єри, найглибший туристичний маршрут на 1556 м, металургійні підприємства) та природно-антропогенних «марсіанських» ландшафтів створює пропозицію, що не має аналогів в Україні та є рідкісною у світі. Об'єкти ERICH (European Route of Industrial Heritage) підтверджують їхнє міжнародне значення.

Стратегічна Основа - існування Програми розвитку індустріального туризму свідчить про муніципальну підтримку та наявність базової стратегії.

Таблиця 2.1

SWOT-аналіз туристичної сфери Кривого Рогу (розробка автора)

Сильні сторони	Слабкі сторони
- Унікальні об'єкти індустріального туризму: діюча індустрія (гігантські кар'єри, шахти - найглибший туристичний маршрут на 1556 м, металургійні заводи), об'єкти індустріальної спадщини (в т.ч. об'єкти ERICH); природно-антропогенні «марсіанські» ландшафти; - Програма розвитку індустріального туризму; - Батьківщина діючого президента України В. Зеленського; - Найдовше місто Європи; - Зручне автобусне та залізничне сполучення: прямі поїзди до Києва, Львова, Дніпра, Одеси, Запоріжжя; безкоштовний транспорт; - Різноманітний гастрономічний туризм: українська, європейська та азіатська кухні.	- Обмежена готельна інфраструктура через військові дії; - Обмежена дозвіллева сфера; - Слабо збережена індустріальна спадщина; - Культура місцевих жителів; - Високий рівень забруднення від промисловості, що впливає на привабливість для екотуристів; - Низька впізнаваність міста як туристичного напрямку, через брак промоції за межами України; - Відсутність тематичного музею гірничої справи та металургії; - «Радянській» підхід в організації екскурсій до діючих підприємств та в облаштуванні музеїв.
Можливості	Загрози
- Популяризація унікальних об'єктів як частина глобального тренду сталого туризму; - Створення унікальних туристичних об'єктів на основі індустріальних, що вже не функціонують (ревіталізація); - Удосконалення маршрутів екскурсій інтерактивною складовою та інноваціями; - Віртуальні екскурсії для приваблення міжнародної аудиторії.	- Негативний імідж України, обмеження авіасполучення, ризики безпеки та статичний конфлікт до 2025 р., що стримує іноземних туристів; - Висока інфляція, енергетична криза та залежність від промисловості, що впливає на інвестиції в туризм; - Конкуренція з іншими країнами з подібним індустріальним туризмом без воєнних ризиків.

Інформаційні приводи: статуси «Батьківщина президента», «Залізне серце України», «Найдовше місто Європи» є потужними, легко комунікованими маркетинговими факторами.

Логістична доступність полягає у зручному залізничному та автомобільному сполученні з ключовими містами країни та безкоштовний міський транспорт є суттєвою перевагою для туриста.

Слабкі сторони зосереджені навколо якості інфраструктури, управління досвідом туриста та іміджу і включають:

Інфраструктурні обмеження. Найгостріші проблеми - обмежені готельна інфраструктура (посилена військовими діями) та дозвіллева сфера, що знижує тривалість перебування туриста та його загальне задоволення. Проблеми з турпродуктом. Слабко збережена індустриальна спадщина та відсутність тематичного музею створюють прогалини в інтерпретації та збереженні історії. «Радянський» підхід свідчить про застарілість методик та брак інтерактивності. Імідж та Екологія. Високий рівень промислового забруднення прямо протидіє тренду екотуризму. Низька впізнаваність міста як туристичного напрямку за межами України ускладнює просування. Слабко розвинута культура місцевих жителів полягає у недостатній орієнтованості на сервіс і неготовності до приймання туристів.

Можливості відкривають шляхи до модернізації та глобалізації туристичного продукту Кривого Рогу. Популяризація унікальних об'єктів як частина глобального тренду сталого туризму (де індустриальна спадщина цінується) може вивести місто на міжнародний ринок. А створення нових унікальних об'єктів на основі нефункціонуючої індустриальної спадщини (ревіталізація) є економічно вигідним та екологічно відповідальним шляхом розвитку. Удосконалення маршрутів інтерактивною складовою та інноваціями (зокрема, віртуальні екскурсії) дозволить залучати міжнародну аудиторію, незважаючи на фізичні обмеження (військові ризики).

Загрози є критичними і значною мірою залежать від зовнішніх факторів: негативний імідж України, обмеження авіасполучення та ризики безпеки/статичний конфлікт є головними зовнішніми стримуючими факторами для іноземного туриста. Висока інфляція, енергетична криза та залежність від промисловості створюють нестабільне інвестиційне середовище для розвитку туристичної галузі. Наявність конкурентів у сфері індустриального туризму, які не мають воєнних ризиків, створює пряму загрозу привабленню міжнародних туристів післявоєнного періоду.

Отже, проведений SWOT-аналіз підтверджує, що для реалізації унікальних сильних сторін Кривого Рогу, життєво необхідним є створення сучасного Туристично-інформаційного центру, який би дозволив подолати слабкість низької впізнаваності через активну міжнародну промоцію, зокрема через віртуальні платформи. Нейтралізував загрозу обмежень через безпекові ризики, пропонуючи високоякісні віртуальні екскурсії як первинний продукт для міжнародної аудиторії. Модернізував туристичний продукт, допомагаючи у розробці інтерактивних маршрутів та замінивши «радянський» підхід на сучасні стандарти обслуговування. Стратегічна задача ТІЦ: перетворити унікальні, але погано інтерпретовані, промислові об'єкти на якісний, безпечний та комерційно привабливий туристичний продукт.

РОЗДІЛ 3. ПРОЄКТУВАННЯ ТУРИСТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНОГО ЦЕНТРУ КРИВОГО РОГУ

3.1. Концепція та цілі створення ТІЦ

Концепція створення ТІЦ у Кривому Розі ґрунтується на унікальному потенціалі міста як осередку індустріального туризму, який органічно поєднується з його природними, історико-культурними ресурсами та підкріплена чинною Програмою розвитку індустріального туризму (2013–2027 рр.). Кривий Ріг, розташований у центрі залізорудного басейну, відомий своїми гігантськими кар'єрами, техногенними озерами, відвалами та історичними об'єктами, зокрема Квітковим годинником із 3D-відеогалереєю та скансеном гірничої техніки ПрАТ «Північний ГЗК».

Унікальність міста полягає саме у цій промисловій спадщині, яка формує основу для розвитку світового тренду індустріального туризму, а також у привабливих природних об'єктах, таких як геологічні пам'ятки скелі «Велика Орлинка» чи Сланцеві скелі; балка Північна Червона тощо. Запланований ТІЦ покликаний стати ключовим елементом туристичної інфраструктури, забезпечуючи координацію, промоцію та інформаційну підтримку як для туристів, так і для місцевих громад і бізнесу.

Концепція передбачає створення сучасного багатофункціонального центру гібридного формату, який поєднуватиме фізичний офіс у центральній частині міста та потужну віртуальну платформу (вебсайт, мобільний додаток). Фізичний офіс буде сфокусований на наданні консультацій, інформаційних матеріалів, бронюванні екскурсій та організації турів. У свою чергу, цифрова платформа забезпечить цілодобовий доступ до інтерактивних мап, віртуальних екскурсій кар'єрами та шахтами, а також актуальну інформацію про події та об'єкти. Така гібридна модель (стаціонарний, віртуальний і мобільний підходи) є стратегічно орієнтованою на охоплення як місцевих, так

і міжнародних туристів, ефективно мінімізуючи обмеження, пов'язані з поточним воєнним станом.

Цілі створення ТІЦ у Кривому Розі сформульовані на основі результатів SWOT-аналізу туристичної сфери міста та з урахуванням сучасних викликів.

ТІЦ має стати каталізатором для перетворення міста на провідний осередок індустріального туризму, залучаючи туристів унікальними об'єктами, такими як діючі підприємства металургії та видобутку залізних руд, а також унікальними техногенними ландшафтами [27].

Основними стратегічними завданнями ТІЦ є:

1. Інформаційно-сервісне забезпечення. Надання туристам актуальної інформації про ключові об'єкти (зокрема, кар'єр ПівдГЗК, «АрселорМіттал Кривий Ріг», скансен гірничої техніки ПівнГЗК, Квітковий годинник, Бурщицький відвал, Чорне озеро), транспортне сполучення та заклади розміщення (Raziotel, Optima Hotel Deluxe та альтернативні варіанти). Це сприятиме підвищенню рівня задоволеності відвідувачів та спрощенню їхньої подорожі.

2. Промоція та маркетинг. Здійснення активної промоції унікальних об'єктів (діюча індустрія, індустріальна спадщина, техногенні ландшафти) через цільові маркетингові кампанії, соціальні мережі та міжнародні туристичні платформи. Цей напрям діяльності критично важливий для подолання низької впізнаваності Кривого Рогу як туристичної дестинації [35].

3. Координація та створення продукту. Забезпечення ефективної взаємодії та координації між місцевими органами влади, туроператорами, промисловими гігантами (наприклад, АТ «ПівдГЗК»), музеями та закладами культури. Мета - створення єдиного інформаційного простору та розробка спільних туристичних продуктів [19].

4. Економічне стимулювання. Сприяння залученню інвестицій у туристичну інфраструктуру міста та підтримка місцевого бізнесу (заклади харчування з різноманітною кухнею) через організацію тематичних турів і подій, що стимулюватиме локальну економічну активність [14].

5. Аналітична функція. Систематичний збір і аналіз даних щодо туристичних потоків, вподобань відвідувачів та якості послуг. Проведення маркетингових і соціологічних досліджень необхідне для прогнозування попиту та розробки інноваційних туристичних продуктів [4].

6. Культурно-просвітницька діяльність. Організація виставок, екскурсій та фестивалів (наприклад, біля Квіткового годинника або у скансені гірничої техніки), у тому числі виїзних, що популяризуватимуть історію, культуру та промислову спадщину міста, сприяючи розвитку локальної ідентичності [30].

7. Сталий туризм та екологічна освіта: Інформування туристів про особливості техногенних ландшафтів (відвали, кар'єрні озера, відстійники), екологічні виклики та важливість принципів сталого туризму для гармонізації взаємодії людини з техногенним середовищем [35].

Створення ТІЦ у Кривому Розі повністю відповідає стратегічним завданням розвитку туризму в Україні, визначеним Законом України «Про туризм» та методичними рекомендаціями НТОУ [29]. Центр сприятиме подоланню слабких сторін (як-от обмежена готельна інфраструктура та екологічні виклики) через координацію зусиль місцевих стейкхолдерів і активне використання цифрових технологій.

3.2. Вибір місця розташування та обґрунтування доцільності

Критерії вибору оптимальної локації для комерційної діяльності є критично важливими для стратегічного планування, оскільки вони визначають ефективність логістики, доступ до трудових ресурсів, витрати на інфраструктуру та загальну конкурентоспроможність.

Ідеальне місце має бути максимально зручним і доступним, розташовуватися у зоні з високим трафіком, де люди постійно проходять повз, що дозволяє залучати значну кількість випадкових відвідувачів, які є однією з ключових цільових аудиторій. До вимог до приміщення належить його

розташування на першому поверсі (окремої будівлі чи бізнес-центру), забезпечення необхідними комунікаціями та наявність помітної зовнішньої реклами для привернення уваги.

Вибір локації під ТЦ у Кривому Розі здійснювався на основі аналізу географічного розташування, транспортної доступності, рівня інфраструктури, демографічної ситуації та економічної привабливості. У результаті було обрано **95-й квартал**, який є знаковим центром тяжіння туристів і розташований на перетині багатьох внутрішньоміських та міжміських транспортних маршрутів, а також приваблює наявністю популярних закладів харчування, що робить його ідеальною точкою для ТЦ.

Географічно, ця зона характеризується як степова рівнина в центральній частині Українського кристалічного щита, з координатами приблизно 47°54'37" пн. ш. та 33°23'30" сх. д. 95-й квартал є оптимальною локацією для ТЦ не лише через його транспортну доступність, але й завдяки концентрації знакових туристичних об'єктів у пішій доступності, що ідеально підходить для першого знайомства з Кривим Рогом. До них належать: пам'ятник легендарному засновнику міста козаку Кривому Рогу, філія міського історико-краєзнавчого музею - Музей 3D Відеогалерея, Квітковий годинник з панорамами та інформацією про об'єкти всіх 7 районів, Парк Героїв та сквер із фонтаном біля міськвиконкому.

Крім того, поруч знаходиться будинок, де проживав чинний президент Володимир Зеленський, а також станція швидкісного трамваю (який сам по собі є унікальним туристичним об'єктом). Проспект Металургів, який починається тут, веде до містоутворювального підприємства «АрселорМіттал Кривий Ріг».

Історично 95-й квартал виник у 1950-х роках як діловий і адміністративний центр із монументальною архітектурою (три- та шестиповерхові будівлі), яка різко контрастувала з оточуючими промисловими зонами. Сьогодні це розвинений мікрорайон із повною міською інфраструктурою: супермаркети, торгові центри (зокрема ТЦ «Плаза» і

«Башта»), заклади харчування, аптеки, школи та зони відпочинку, що забезпечує комфорт як для розміщення сервісних установ, так і для відвідувачів. Близькість до основних транспортних артерій (залізничних колій та автомобільних шляхів, що сполучають Кривий Ріг із сусідніми регіонами) додатково підтверджує його логістичну перевагу.

Вибір району 95 кварталу ґрунтується на багатофакторному аналізі, який охоплює такі аспекти:

1. Транспортна доступність. Локація виконує функцію важливого транспортного вузла Кривого Рогу: кільцева розв'язка забезпечує швидкий вихід на основні автомагістралі (М-04 Е50 до Дніпра та Одеси), близькість до залізничного вокзалу та ефективну систему громадського транспорту (трамваї, тролейбуси, автобуси з інтервалом 5-10 хвилин). Це дозволяє зменшити витрати на транспортування сировини (наприклад, залізрудних матеріалів з місцевих кар'єрів) та готової продукції, із середнім часом доставки до портів Одеси - до 6-8 годин.

2. Інфраструктурна розвиненість. Район забезпечений усіма необхідними інфраструктурними об'єктами: електромережі (потужністю до 10 МВт для середнього підприємства), водопостачання, каналізація, газопроводи - типова риса центральних частин промислових міст. Близькість до виробничих зон (кар'єри розташовані на відстані 5-10 км) сприяє інтеграції у ланцюги постачань гірничо-металургійного комплексу, де Кривий Ріг є головним гравцем із видобутку залізної руди (понад 70% обсягу в Україні).

3. Демографічні та трудові ресурси. Населення міста становить орієнтовно 600 тисяч осіб, із високим відсотком кваліфікованих кадрів у промисловій сфері (понад 40% працюючих у гірничодобувній та металургійній галузі). Завдяки наявності закладів освіти (університети, коледжі, ліцеї) і розвиненій соціальній інфраструктурі 95 квартал є привабливим для молодих спеціалістів, що мінімізує витрати на пошук персоналу (середня зарплата в регіоні становить 15-20 тис. грн).

4. Економічна та екологічна вигода. Таке розташування забезпечує низькі експлуатаційні витрати (оренда комерційної нерухомості становить 200-400 грн за м²). Також ця локація створює умови для диверсифікації бізнесу: близькість до торговельно-розважальних центрів сприяє спрощенню процесів маркетингу та збуту.

Пропонується розмістити туристично-інформаційний павільйон (МАФ) за адресою: проспект Університетський (безпосередньо на 95 кв.), а центральний офіс – на вул. Героїв АТО, 30 (відділ розвитку туризму КП ІРМ Кривого Рогу КМР).

На проспекті Університетський, де планується розташувати ТІЦ у Кривому Розі, передбачається робота двох фахівців з туристичного обслуговування. Вони володітимуть кількома мовами і надаватимуть високоякісні послуги згідно з чітко визначеними скриптами, забезпечуючи позитивні враження для відвідувачів. Керівництво центром здійснюватиме провідний фахівець, відповідальний за організацію, контроль якості та своєчасність послуг. Ця особа повинна мати високий рівень володіння державною мовою, відповідну освіту, професійну підготовку та необхідні моральні, ділові й організаторські якості.

Вибір 95-го кварталу обґрунтований ретельним аналізом його вагомих переваг над іншими районами (наприклад, 20-й квартал чи Зарічний). З економічного погляду, цей район є вигідним завдяки нижчим витратам на підключення до ключових інфраструктурних мереж (електроенергія, вода, газ) порівняно з віддаленими промисловими зонами. Доступна вартість оренди комерційних приміщень підвищує його конкурентоспроможність. Ключовим економічним фактором є також потенціал швидкого повернення інвестицій за рахунок наявності місцевих сировинних ресурсів і добре налагодженої логістичної інфраструктури.

Локація вирізняється зручним транспортним сполученням, включаючи близькість до залізничних шляхів, автостанцій та автовокзалів та наявність усіх необхідних комунікацій. Проблемними аспектами залишаються

навантаження доріг у години пік та конкуренція з існуючими торговими об'єктами. Водночас, відкриваються перспективи модернізації транспортної мережі та можливість інтеграції у гірничо-металургійний кластер регіону. Серед потенційних ризиків - загроза заторів через підвищений вантажопотік і нестабільність цін на сировинні ресурси.

Таким чином, 95-й квартал є оптимальним варіантом, поєднуючи транспортну зручність, розвинуту інфраструктуру, близькість до індустріального та історичного центрів, економічну ефективність, що відповідає потребам розміщення ТІЦ з урахуванням промислового потенціалу Кривого Рогу.

3.3. Функціональні зони, структура, послуги ТІЦ

Туристично-інформаційний центр на 95-му кварталі Кривого Рогу створюється з метою популяризації туристичного потенціалу міста, забезпечення якісного сервісу та надання комплексної інформаційної підтримки туристам і місцевим жителям. Проєкт стратегічно орієнтований на розвиток локального туризму в індустріальному регіоні.

При розробці структури центру та його функціональних зон було враховано:

- потреби цільової аудиторії;
- особливості розташування (транспортний хаб 95-го кварталу);
- промислово-культурний контекст міста;
- Методичні рекомендації НТОУ, розроблені на основі міжнародного стандарту ISO 14785:2014 [29].

ТІЦ планується розмістити в орендованому приміщенні площею приблизно 150–200 м² у комерційній зоні поблизу кільцевої розв'язки, що гарантує зручний доступ для відвідувачів. Структура центру (яка детально зображена на Рис. 3.1) включає кілька функціональних зон, кожна з яких

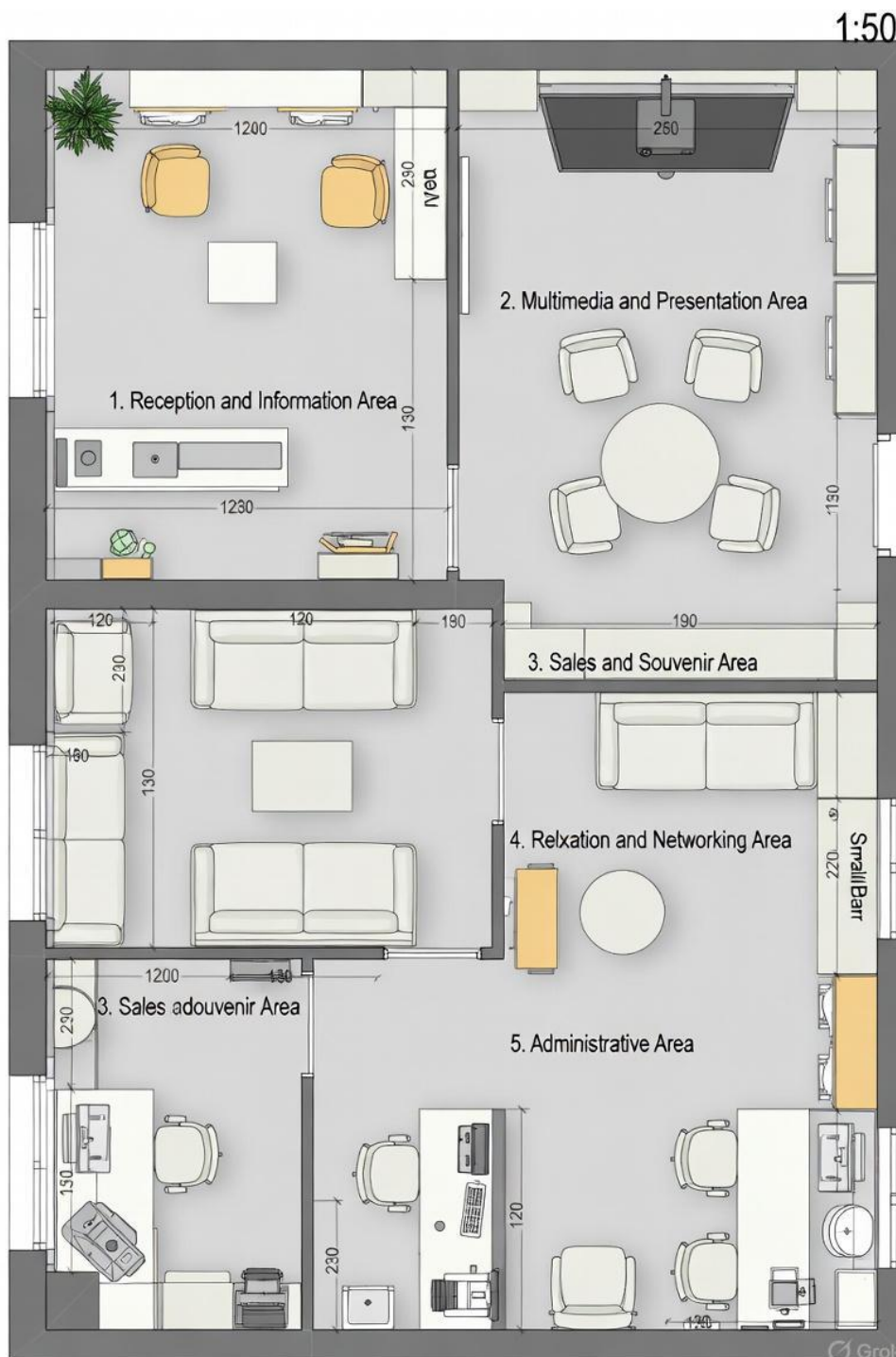


Рис. 3.1. Орієнтовна схема функціонального зонування ТЩ

1. Reception and information area (зона прийому та інформації). Центральна частина ТПЦ, обладнана рецепцією, інформаційними стендами та цифровими терміналами. Тут відвідувачі отримують консультації щодо

туристичних маршрутів, пам'яток і подій у Кривому Розі. Зона включає стійку зі співробітниками, які знають декілька іноземних мов (українська, англійська, польська) та інформаційні матеріали (карти, буклети, QR-коди для цифрових гідів).

2. Multimedia and presentation area (зона мультимедіа та презентацій). Призначена для демонстрації інтерактивних матеріалів про Кривий Ріг, зокрема відеопрезентацій про промислові об'єкти (підприємства, шахти), природні пам'ятки (скелі «Велика Орлинка», ландшафтні заказники, геологічні пам'ятки) та історико-культурні локації (музеї, виставкові зали). Оснащена великим екраном, VR-окулярами для віртуальних турів і зоною для невеликих групових презентацій (до 15 осіб).

3. Sales and souvenir area (зона продажу та сувенірів). Невеликий магазин, де пропонуються сувеніри (магніти, листівки, моделі гірничої техніки, зразки гірських порід та мінералів), крафтові вироби місцевих майстрів і книги про історію Кривого Рогу. Ця зона також включає можливість замовлення квитків на екскурсії та транспорт.

4. Relaxation and networking area (зона відпочинку та нетворкінгу). Комфортний простір із диванами, столами та доступом до Wi-Fi для туристів і місцевих гідів. Передбачено кавовий апарат і зона для неформального спілкування, що сприяє обміну досвідом між відвідувачами та організації партнерств із місцевими туроператорами.

5. Administrative area (адміністративна зона). Окремий кабінет для персоналу, де здійснюється координація роботи ТПЦ, обробка запитів, ведення бази даних і співпраця з партнерами (музеї, готелі, транспортні компанії). Оснащений комп'ютерами та оргтехнікою.



Рис 3.2. Приклади інтер'єру ТІЦ

ТІЦ у Кривому Розі розроблено для надання широкого спектра послуг, що має на меті підтримку туристів, активну промоцію локального туризму та глибоку інтеграцію з промисловим і культурним потенціалом міста.

Основні напрями діяльності включають:

1. Інформаційна підтримка - надання актуальних відомостей про туристичні об'єкти (кар'єри, шахти, музеї, парки), розклад подій, транспортні маршрути та варіанти проживання. Ця інформація буде доступна через фізичний офіс, а також через сайт ТІЦ та мобільний додаток, оснащений картами та аудіогідами;
2. Розробка та реалізація турів - організація та продаж спеціалізованих екскурсій: індустриальних (відвідування діючих об'єктів), екологічний туризм (до геологічних пам'яток чи ландшафтних заказників), історичний туризм (екскурсії музеями та старовинними кварталами міста);
3. Сувенірна продукція та локальний бренд - реалізація тематичних сувенірів, що відображають промислову ідентичність (мініатюри техніки, статуетки козака Кривого Рогу, значки «Кривий Ріг»). Передбачається продаж

виробів місцевих ремісників (сувеніри з гірських порід, металу, вишивка, розпис каменів), що сприятиме підтримці локальних виробників та популяризації бренду міста;

4. Організація заходів - проведення тематичних подій, таких як лекції з історії гірничої справи, майстер-класи з виготовлення сувенірів і фотовиставки. Ці заходи спрямовані на залучення місцевої молоді та громади до туристичної активності.

5. Сервіс бронювання та логістика - надання допомоги у бронюванні готелів, хостелів та квитків на всі види транспорту. Центр також співпрацюватиме з місцевими перевізниками для організації трансферів до туристичних об'єктів;

6. Діджиталізація та інновації - розробка віртуальних турів і забезпечення доступу до AR/VR-контенту для попереднього ознайомлення з пам'ятками. Мобільний додаток ТІЦ функціонуватиме як інтерактивний гід, що міститиме карти, розклади та push-повідомлення про актуальні події.

ТІЦ на 95-му кварталі створюється для популяризації туристичного потенціалу Кривого Рогу, забезпечення якісного сервісу та інформаційної підтримки як для туристів, так і для місцевих жителів, з фокусом на індустріальний туризм.

Концепція центру враховує потреби цільової аудиторії, промислово-культурний контекст міста та базується на методичних рекомендаціях НТОУ (стандарт ISO 14785:2014) [29]. Центр планується розмістити в орендованому приміщенні у комерційній зоні біля кільцевої розв'язки для максимальної зручності доступу. Його структура передбачає поділ на функціональні зони: зони прийому та мультимедіа для забезпечення інформаційної функції, а також зону відпочинку та сувенірів для комерційної та соціальної активності.

Перелік послуг центру орієнтований на різноманітні цільові групи - від іноземних туристів, зацікавлених у промисловості, до місцевих жителів та школярів. Застосування цифрових технологій (VR-контенту, мобільного

додатку) відповідає сучасним трендам і підвищує привабливість ТІЦ для молодіжної аудиторії.

Таким чином, ТІЦ на 95-му кварталі ефективно поєднує інформаційні, комерційні та культурно-освітні функції, сприяючи розвитку туризму та формуванню позитивного іміджу Кривого Рогу як промислового й культурного центру.

3.4. Очікувані результати, перспективи розвитку ТІЦ

Реалізація проєкту створення Туристично-інформаційного центру (ТІЦ) у Кривому Розі є важливим етапом для розвитку туристичної інфраструктури як міста, так і всієї Дніпропетровської області. Основна мета його функціонування - формування цілісної системи інформаційного супроводу туристичної діяльності, підвищення доступності туристичних ресурсів, розвиток маршрутів та забезпечення ефективної взаємодії між усіма учасниками ринку: місцевою владою, туроператорами, закладами розміщення, громадськими організаціями та відвідувачами.

Очікується, що діяльність ТІЦ суттєво підвищить туристичну привабливість Кривого Рогу, який має значний потенціал для розвитку промислового, історико-культурного, екологічного, подієвого та ділового туризму. Створення центру забезпечить оперативне інформування про маршрути, події, розміщення, транспорт і культурні заходи, сприяючи формуванню позитивного іміджу міста на всіх рівнях.

Ключовим очікуваним результатом є збільшення кількості внутрішніх та іноземних туристів, що матиме прямий економічний вплив: зростання доходів малого та середнього бізнесу, створення нових робочих місць та підвищення зайнятості у сфері послуг. Крім того, ТІЦ активізує партнерські зв'язки між туристичним бізнесом, покращить координацію та створить єдину інформаційну базу даних туристичних ресурсів.

Перспективи подальшого розвитку ТІЦ нерозривно пов'язані з цифровізацією туристичної сфери, що включає: впровадження інтерактивних електронних карт; розроблення мобільного додатку та віртуальних екскурсій; розширення вебпорталу з можливістю онлайн-бронювання.

У майбутньому планується створення мережі супутніх інформаційних пунктів біля вокзалів, у центрі міста та біля ключових туристичних об'єктів. Стратегічним напрямом є також участь у національних та міжнародних виставках для залучення інвестицій та популяризації бренду міста.

Важливу роль відіграватиме співпраця з вищими навчальними закладами для забезпечення кадрової підтримки та практичної підготовки майбутніх фахівців.

Для забезпечення сталого розвитку та визначення результативності роботи ТІЦ доцільно здійснювати систематичну оцінку його ефективності. Основними критеріями можуть слугувати кількість відвідувачів центру та користувачів онлайн-платформ, динаміка туристичних потоків, кількість реалізованих туристичних маршрутів, рівень задоволеності туристів якістю обслуговування, обсяг доходів, отриманих від туристичної діяльності, а також кількість створених робочих місць у туристичній сфері. Крім того, оцінювання може включати аналіз рівня впізнаваності туристичного бренду міста, кількість партнерських угод і спільних проєктів, реалізованих за участю центру.

Таким чином, створення та подальше функціонування ТІЦ у місті Кривий Ріг сприятиме комплексному розвитку міського туризму, посиленню конкурентоспроможності території, формуванню позитивного іміджу міста як сучасного промислово-туристичного центру України. Запровадження інноваційних технологій, розширення спектра інформаційних послуг, ефективна взаємодія з бізнесом і громадою забезпечать сталі економічні та соціальні переваги, що відповідатимуть стратегічним пріоритетам розвитку туристичної галузі як на місцевому, так і на державному рівнях.

ВИСНОВКИ

Під час написання кваліфікаційної роботи було виконано всі поставлені завдання та досягнуто мети - розроблено проєкт туристично-інформаційного центру у Кривому Розі як елемент інфраструктури, що сприятиме підвищенню туристичної привабливості міста.

1. На основі визначених теоретичних засад функціонування ТІЦ було виявлено, що ТІЦ – це організація, відповідальна за приймання, консультування відвідувачів, а також за просування заходів, пов'язаних з туризмом. Встановлено, що ТІЦ мають інформаційну, маркетингову, координаційну, економічну, аналітичну та культурну функції.

2. Проаналізовано туристичний потенціал міста Кривого Рогу - це потужне промислове місто з великим потенціалом індустріального туризму. Він вражає своїми червоними краєвидами, відвалами, гігантськими кар'єрами та поєднанням природи з індустріальними та постіндустріальними ландшафтами. Серед найцікавіших туристичних локацій виділяються скелі «Велика та Мала Орлинка», ландшафтні заказники «Балка Північна Червона» та «Візирка», діючі промислові підприємства доступні для огляду (АрселорМіттал Кривий Ріг – коксохімічне, прокатне, гірничовидобувне виробництва; кар'єри ПівдГЗК, ПівнГЗК), музеї промислових підприємств, унікальні ландшафти відстійників шахтних вод, щламосховищ ГЗК, відпрацьовані кар'єри та відвали, старі рудничні поселення, провальні лійки тощо. Місто стає потужним магнітом для туристів, поєднуючи природні багатства, історичні пам'ятки, індустріальну естетику та драйв.

3. Вивчено вітчизняний та міжнародний досвід організації ТІЦ. Українська мережа ТІЦ, що активно почала формуватися напередодні Євро-2012, демонструє поступальний розвиток, однак поки що поступається європейським аналогам за рівнем інституційної підтримки, стандартизації та технологічного забезпечення. Приклад роботи ТІЦ у Дрогобичі свідчить про те, що за умови ефективного управління та використання цифрових

інструментів такі центри можуть стати потужними платформами для популяризації локальної спадщини й залучення туристів. Проте загалом українські ТПЦ зіштовхуються з низкою системних проблем, серед яких нестача фінансування, дефіцит кваліфікованих кадрів і недостатній рівень цифровізації. Лише незначна частина центрів застосовує сучасні CRM-системи чи інноваційні формати роботи. Пандемія COVID-19 та воєнні події спричинили різке скорочення туристичних потоків, але одночасно пришвидшили розвиток онлайн-платформ та впровадження нових технологій, зокрема VR-турів. Це демонструє потенціал галузі, реалізація якого потребує системної державної підтримки та оновлення управлінських підходів.

Порівняння з міжнародною практикою показало, що найбільш ефективні моделі ТПЦ функціонують у країнах із чіткими стандартами якості, акредитаційними системами, розвиненим державно-приватним партнерством і високим рівнем цифровізації (Франція, Німеччина, Японія, Австралія). Такі країни забезпечують уніфікований підхід до обслуговування туристів, прозорі критерії оцінювання якості й широкий спектр обов'язкових та додаткових послуг. Натомість країни з децентралізованими системами демонструють значну варіативність рівня сервісу, що може негативно позначатися на туристичному досвіді.

4. Аргументовано, що створення ТПЦ у Кривому Розі є важливим і своєчасним кроком для розвитку міського туризму. Місто має значний потенціал у промисловому, екологічному, історико-культурному та подієвому туризмі, однак відсутність єдиного інформаційного центру стримує ефективну промоцію цих ресурсів.

Функціонування ТПЦ забезпечить туристам доступ до актуальної інформації про маршрути, події, інфраструктуру та послуги, сприятиме формуванню позитивного іміджу міста та підвищить його привабливість для внутрішніх і міжнародних відвідувачів. Очікується, що зростання туристичних потоків позитивно вплине на економіку Кривого Рогу — збільшить доходи малого та середнього бізнесу, створить нові робочі місця та

активізує співпрацю між учасниками туристичного ринку. Особливе значення має цифровізація діяльності ТІЦ: впровадження мобільних додатків, інтерактивних карт, віртуальних турів та онлайн-бронювання. Це дозволить модернізувати туристичні сервіси й зробити їх доступнішими. Створення ТІЦ у Кривому Розі стане основою системного розвитку міського туризму, посилить конкурентні переваги території та забезпечить довгострокові соціально-економічні вигоди для громади.

5. Розроблено проєкт ТІЦ у м. Кривому Розі. У дослідженні було використано комплексний підхід до формування сучасної туристичної інфраструктури, орієнтованої на потреби міста як осередку індустріального туризму. У проєкті чітко визначено концепцію, функції, місце розташування, інфраструктуру, напрями роботи та механізми майбутнього розвитку центру, що підтверджує його стратегічну доцільність.

Проєкт передбачає створення багатофункціонального ТІЦ гібридного типу, який включає фізичний офіс на 95 кварталі та цифрову платформу (вебсайт, мобільний додаток). Така модель дає змогу забезпечити туристам доступ до інформації як офлайн, так і онлайн, що враховує сучасні вимоги та специфіку туристичної діяльності в умовах воєнного стану.

Вибір локації ґрунтується на детальному аналізі транспортної доступності, інфраструктурної забезпеченості та туристичної концентрації. 95 квартал — центральний, високо прохідний і туристично значущий район, де зосереджено транспортні вузли, заклади харчування, музеї та інші пункти інтересу. Це гарантує сталий потік відвідувачів і зручність у доступі до послуг ТІЦ.

Структура туристично-інформаційного центру, розроблена відповідно до міжнародних стандартів (ISO 14785:2014), включає ресепшн з інформаційними матеріалами, мультимедійну зону з VR/AR-контентом, простір для продажу сувенірів і квитків, зону відпочинку та нетворкінгу, а також адміністративний блок, який забезпечує координацію роботи та взаємодію з партнерами.

Проект визначає широкий перелік послуг ТІЦ, серед яких: надання інформації про туристичні маршрути та об'єкти, бронювання екскурсій і транспорту, створення та продаж турів (особливо індустріальних), організація подій, проведення освітніх заходів, формування цифрових ресурсів (інтерактивні карти, аудіогіди, VR-тури), продаж сувенірів та координація співпраці між туристичними стейкхолдерами.

Очікувані результати свідчать, що ТІЦ стане інструментом підвищення туристичної привабливості міста, активізує економічну діяльність та зміцнить туристичний бренд Кривого Рогу. Проект передбачає довгостроковий розвиток, включно з цифровізацією сервісів, участю в міжнародних виставках, створенням мережі супутніх пунктів та інтеграцією з вищими навчальними закладами для забезпечення кадрового потенціалу.

Розроблений проект туристично-інформаційного центру м. Кривого Рогу є чітко структурованим, реалістичним та інноваційно орієнтованим рішенням, спрямованим на формування сучасного туристичного простору Кривого Рогу. Його впровадження дозволить місту ефективно використати свій індустріальний, природний і культурний потенціал, підвищити туристичну конкурентоспроможність та забезпечити сталий соціально-економічний розвиток.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азар В. І., Мальська М. П., Худо В. В. Організація туристичної діяльності в Україні : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 312 с.
2. Бойко М. Г. Географія Криворізького залізорудного басейну: природні та економічні аспекти. Дніпро: Видавництво ДНУ, 2018. 210 с.
3. Булатов С. В., Шелеметьєва Т. В. Діяльність туристичних інформаційних центрів: світовий досвід та вітчизняна практика. Національний університет «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя. 2019. №2. С.205-211. <http://www.venu-journal.org/download/2019/2/35-Shelemetieva.pdf>.
4. Волчецький Р. В. Туристично-інформаційні центри як інструмент розвитку регіонального туризму. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм. 2018. № 2. С. 45–52.
5. Географічна енциклопедія України: в 3 т. / Редкол.: О. М. Маринич та ін. К.: Українська енциклопедія ім. М. П. Бажана, 1990. Т. 2. 480 с.
6. ДАРТ. Аналітичний звіт про діяльність туристично-інформаційних центрів в Україні за 2021 рік. Київ: Державне агентство розвитку туризму України, 2021. 68 с.
7. ДАРТ. Інфографіка: Туристично-інформаційні центри України. Київ: Державне агентство розвитку туризму України, 2021.
8. ДАРТ оновив перелік туристично-інформаційних центрів України. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/dart-onoviv-perelik-turistichno-informaciynih-centriv-ukrayini> (дата звернення 15.10.2025).
9. Діденко К. Д., Дорошенко В. І. Центри туристичної інформації: функціонування на сучасному етапі та перспективи діяльності в Україні з урахуванням досвіду європейських країн. Регіональна економіка та управління. 2018. №1(19). С. 29-34. <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/543197>.
10. Досвід становлення та розвитку туристичної галузі в Чеській Республіці та доцільність його використання в Україні. URL:

https://iaseed.eu/experience_development_tourism_cze_ua/ (дата звернення 30.10.2025).

11. Екологічні виклики Кривого Рогу: техногенні ландшафти та їх туристичний потенціал / За ред. Т. О. Сафронової. Дніпро: Вид-во ДНУ, 2021. 144 с.

12. Закон України «Про інноваційну діяльність» № 380-IV від 26.12.2002 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text> (дата звернення 30.09.2025).

13. Закон України «Про охорону культурної спадщини» від 08.06.2000 № 1805-III. Відомості Верховної Ради України. 2000. № 39. Ст. 333.

14. Закон України «Про туризм» № 325/95-ВР від 15.09.1995. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення 31.10.2025).

15. Звіт про діяльність кар'єрів Кривого Рогу / Управління екології виконкому Криворізької міської ради. Кривий Ріг, 2022. 52 с.

16. Остапчук І. О. Інтерпретація природи, історії, індустрії Кривого Рогу як складова якісної туристично-рекреаційної послуги. Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України : колективна монографія / за ред. Н. В. Якименко-Терещенко, Д. В. Райко, О. О. Носирєва. Харків : НТУ «ХПІ», 2025. 727 с. С. 354–379; 712–722. DOI: 10.20998/978-617-05-0527-9.

17. Історія міст і сіл Української РСР: Дніпропетровська область / Гол. ред. А. І. Цикало. К.: Інститут історії АН УРСР, 1971. 824 с.

18. Казаков В. Л., Килимчук А. Ю., Дворчук Е. В., Пацюк В. С. Путівник оглядової екскурсії «Кривий Ріг — місто руди і металу». Кривий Ріг : Вид. Р. А. Козлов, 2014. 100 с.

19. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності : навч. посіб. Чернівці : Книги – ХХІ, 2008. 344 с.

20. Ключівський Ю. В. Роль, місце і значення туристичних інформаційних центрів (ТІЦ) у процесі транскордонних, міжрегіональних

взаємин та співробітництва між містами-партнерами. С. 238-257.
<https://dspace.uzhnu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/6afcff34-e5c2-4b48-af5e-7d959d4f57c0/content>.

21. Ключівський Ю.В. Туристичні інформаційні центри, як основа галузі відпочинку та рекреації в країні. URL: https://iaseed.eu/wp-content/uploads/2021/12/mediastattya_tic_osnova_turgaluzi_4_2021.pdf.

22. Крупіца І. В., Коверга А. В., Формування національної мережі туристичних інформаційних центрів в Україні. Економіка і суспільство. 2018. № 14. С. 606-612. https://economyandsociety.in.ua/journals/14_ukr/86.pdf.

23. Кривий Ріг: родовід міста з залізним характером. URL: https://www.dnipro.lib.dp.ua/Kryvyu_Rih (дата звернення 15.10.2025).

24. Кривий Ріг: історико-краєзнавчий нарис / За ред. В. П. Степанюка. Дніпро: Промінь, 2015. 156 с.

25. Криворізький залізорудний басейн: геологія, ресурси, перспективи / За ред. О. В. Плотникова. К.: Наукова думка, 2010. 320 с.

26. Кучеренко В. С. Особливості та сучасні тенденції управління туристичною сферою / В.С. Кучеренко // Науковий вісник Інституту міжнародних відносин НАУ. Економіка, право, політологія, туризм. 2010. Вип. 1. С. 197–205. URL: <http://jrnل.nau.edu.ua/index.php/IMV/article/view/2970>

27. Кучеренко В. С. Роль туристично-інформаційних центрів у розвитку туризму в Україні. Економіка та управління. 2019. № 4. С. 112–118.

28. Мельник О. О. Кривий Ріг: від козацького зимівника до промислового гіганта. Кривий Ріг: Видавничий дім, 2005. 280 с.

29. Методичні рекомендації. МР НТОУ 02.01:2020. Туристичні інформаційні центри. Туристична інформація і послуги з приймання. Вимоги. (відповідно до ISO 14785:2014).

30. Музеї Кривого Рогу: путівник / Упоряд. Л. І. Новикова. Кривий Ріг: Видавництво «Криворіжжя», 2019. 96 с.

31. Музиченко-Козловська О. В. Туристично-інформаційні центри як елемент інфраструктури туризму. Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Економіка. 2017. № 3. С. 89–95.
32. Організаційна структура туристичного інформаційного центру національної мережі. Київ: НТОУ, 2020. С.
33. Офіційний вебсайт Криворізької міської ради та її виконавчого комітету. URL: <https://kr.gov.ua/pro-misto> (дата звернення 20.10.2025).
34. Офіційний сайт «Кривий Ріг туристичний». URL: <https://touristkr.com.ua/> (дата звернення 03.11.2025).
35. Остапчук І. О., Пацюк В. С., Казаков В. Л. Екологічний туризм в індустріальному середовищі: новий погляд. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. 2024. Vol. 1415. 012107. 10 с. DOI: 10.1088/1755-1315/1415/1/012107.
36. Пацюк В. С., Остапчук І. О., Казаков В. Л. Гірничий туризм як запорука сталого розвитку індустріальних регіонів (на прикладі Криворізького регіону). IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. 2023. Vol. 1254. 012131. 9 с. DOI: 10.1088/1755-1315/1254/1/012131.
37. Південний гірничо-збагачувальний комбінат: історія та сучасність. Кривий Ріг: ПРАТ «ПівдГЗК», 2020. 88 с.
38. Примак Т. Ю., Шелухіна Д. О. Роль, функція та інновації туристично-інформаційних центрів в міжнародному просторі. *Innovations and Technologies in the Service Sphere and Food Industry*. 2024 (1 (11), С. 57-61. [https://doi.org/10.32782/2708-4949.1\(11\).2024.9](https://doi.org/10.32782/2708-4949.1(11).2024.9).
39. Семенов В. Ф. Розвиток туристичної інфраструктури в Україні: проблеми та перспективи. Економічний вісник. 2016. № 5. С. 78–84.
40. Скільки «напилили» в 2023 році 9 кар'єрів Кривого Рогу? URL: <https://www.veskr.com.ua/krivorozhskie-gorodskie-novosti/67014-skilki-napilili-v-2023-rotsi-9-kar-eriv-krivogo-rogu.html> (дата звернення 20.10.2025).
41. Трохимець О. І., Шелемєтьєва Т. В. Роль туристичних інформаційних центрів в формуванні позитивного іміджу та популяризації туристичних

дестинацій. Економіка та підприємництво. 2024. № 1(131). С. 33-40.
http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2024/1_2024/8.pdf.

42. Туристичні інформаційні центри. Туристична інформація і послуги з приймання. Вимоги (відповідно до ISO 14785:2014). Методичні рекомендації / Національна туристична організація України. Київ: НТОУ, 2019. 48 с.

43. Туристичний потенціал Кривого Рогу: сучасний стан та перспективи розвитку / За ред. Н. В. Гринько. Кривий Ріг: КНУ, 2022. 128 с.

44. Туристичний путівник по Кривому Рогу: природні та індустріальні об'єкти. Кривий Ріг: Управління культури виконкому Криворізької міської ради, 2023. 64 с.

45. Управління екології виконкому Криворізької міської ради. Звіт про стан довкілля у м. Кривий Ріг за 2022 рік. Кривий Ріг, 2023. 74 с.

46. Фізична географія України: підручник / За ред. В. І. Жученка. К.: Вища школа, 2008. 416 с.

47. Чабаненко В. А. Кривий Ріг: архітектурна спадщина. Дніпро: Журфонд, 2012. 204 с.

48. Чайка-Петегирич Л.Б. Туристично-інформаційний центр як інструмент розвитку туризму малих міст. Мукачівський національний університет. 2017. № 12. С.426-431.
https://economyandsociety.in.ua/journals/12_ukr/72.pdf.

49. Шахтарська слава Кривого Рогу: історико-культурний огляд / Упоряд. І. М. Шевченко. Кривий Ріг: Видавництво «Діоніс», 2017. 112 с.

50. 5 нових тенденцій у світі обслуговування відвідувачів. URL: <https://destinationsinternational.org/blog/5-emerging-trends-world-visitor-services> (дата звернення 30.10.2025).

51. 6 найкращих світових практик відповідальної освіти та маркетингу мандрівників. URL: <https://travelwithcare.org/best-practices/> (дата звернення 30.10.2025).

52. Брошура туристичної інформації Братислави. URL: <https://www.visitbratislava.com/wp->

content/uploads/2022/05/MALA_BA_UA_APR_2022_web.pdf (дата звернення 22.11.2025).

53. Як 95-й квартал Кривого Рогу виглядав у різні роки. URL: <https://history.1kr.ua/publication/752> (дата звернення 21.10.2025).

54. Програма туристичного бюро Братислави. URL: <https://www.visitbratislava.com/sk/dn%D1%96-m%D1%96sta-bratislavi/programa-bratislavskoi-turisticnoi-radi/> (дата звернення 22.11.2025).

55. Сайт Всесвітньої ради з подорожей і туризму (WTTC). URL: <https://wttc.org/> (дата звернення 30.10.2025).

56. Топ 10 ТІЦ України: найкращі туристично-інформаційні центри. URL: <https://zruchno.travel/Publications/Entry/5476?lang=ua> (дата звернення 01.11.2025).

57. Туристичні інформаційні центри, як основа галузі відпочинку та рекреації в країні. URL: https://iaseed.eu/media_tic_basis_recreation_country/ (дата звернення 22.11.2025).

58. Туристична інформація Гельсінкі. URL: <https://www.myhelsinki.fi/visit/helsinki-tourist-information/> (дата звернення 22.11.2025).

59. Туристично-інформаційні центри України. URL: <https://tourinform.org.ua/turystychni-informatsijni-tsentry-ukrajiny> (дата звернення 01.11.2025).

60. Туристично-інформаційний центр міста Кропивницького. URL: <https://kroptravel.gov.ua/node/240> (дата звернення 01.11.2025).

61. Туристично-інформаційний центр м. Дрогобич. URL: https://www.instagram.com/tourist_information_center.dro/ (дата звернення 01.11.2025).

62. Туристичний центр міста Дніпро. URL: <https://www.instagram.com/dniprotourist/> (дата звернення 01.11.2025).

63. Туристичний інформаційний центр Запоріжжя. URL: <https://zaporizhzhia.city/tic> (дата звернення 01.11.2025).

64. Туристичний сайт міста Львів. URL: https://lviv.travel/?gad_source (дата звернення 01.11.2025).
65. Туристично-інформаційний центр у Чернівцях. URL: <https://www.instagram.com/chernivsitalks/> (дата звернення 22.11.2025).
66. 5 reasons why Accredited Visitor Information Centres can enhance your holiday. URL: <https://www.australia.com/en-us/facts-and-planning/about-australia/find-accredited-visitor-information-centres.html> (дата звернення 01.11.2025).
67. Association of Tourist Information Centres of the Czech Republic. URL: <https://m.aticcr.cz/> (дата звернення 01.11.2025).
68. Australian Visitor Centres. URL: <https://australianvisitorcentres.com/> (дата звернення 01.11.2025).
69. Berlin Tourist Info Centres. URL: <https://www.visitberlin.de/en/berlin-tourist-info-centres> (дата звернення 01.11.2025).
70. Exploring The Role of Tourist Information Centers in Europe's Top Destinations. URL: <https://www.archdaily.com/1021691/exploring-the-role-of-tourist-information-centers-in-europes-top-destinations> (дата звернення 01.11.2025).
71. Helsinki Tourist Information. URL: <https://www.myhelsinki.fi/visit/helsinki-tourist-information/> (дата звернення 01.11.2025).
72. JNTO Tourist Information Center. URL: <https://www.japan.travel/en/plan/tic/> (дата звернення 01.11.2025).
73. Ministry of culture and tourism of the People's Republic of China. URL: <https://www.mct.gov.cn/> (дата звернення 01.11.2025).
74. MTUR TIPS «Do you know the Tourist Service Centers?». URL: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/voce-conhece-os-centros-de-atendimento-ao-turista> (дата звернення 01.11.2025).
75. New Mexico True. URL: <https://www.newmexico.org/> (дата звернення 01.11.2025).

76. Quality seal for tourist information: The i-brand. URL: <https://www.deutschertourismusverband.de/qualitaetssysteme/zertifizierung-touristinformationen> (дата звернення 01.11.2025).
77. Tourist information centres in Slovakia. URL: <https://slovakia.travel/en/travel-essentials/tourist-information-centres> (дата звернення 01.11.2025).
78. Tourist offices. URL: <https://www.entreprises.gouv.fr/espace-entreprises/s-informer-sur-la-reglementation/les-offices-de-tourisme> (дата звернення 01.11.2025).
79. Tourist offices in France. URL: <http://www.guidedutourisme.net/offices-de-tourisme.html> (дата звернення 01.11.2025).
80. Travel China Guide. URL: <https://www.travelchinaguide.com/> (дата звернення 01.11.2025).
81. UNESCO (2018). The role of visitor centres in UNESCO designated sites – report on the first regional European seminar. Архівна версія: https://webarchive.unesco.org/20200110222753/http://www.unesco.org/new/en/venice/about-this-office/single-view/news/the_role_of_visitor_centres_in_unesco_designated_sites_repo/.
82. Visit California. URL: <https://www.visitcalifornia.com/welcome-centers> (дата звернення 01.11.2025).
83. Visitor Centre “Gärten der Welt”, Berlin. URL: <https://www.laix.lu/abroad/germany/visitor-centre-garten-der-welt-berlin> (дата звернення 01.11.2025).
84. World Tourism Organization (UNWTO). UNWTO Recommendations on Accessible Information in Tourism. 2016. 24 p. URL: <https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/2019-08/recommendationsaccesstourismforallenok.pdf>.
85. Закон України про місцеве самоврядування URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80#Text>

ДОДАТКИ

Додаток А**Таблиця А.1.****Фотографії туристичних об'єктів Кривого Рогу**

Рис. А.1. Чорне озеро [34].



Рис. А.2. Червоне озеро [34]



Рис. А.3. Квітковий годинник з 3D-відеогалереєю [34]



Рис. А.4. Оглядовий майданчик кар'єру АТ «ПівдГЗК» [34]

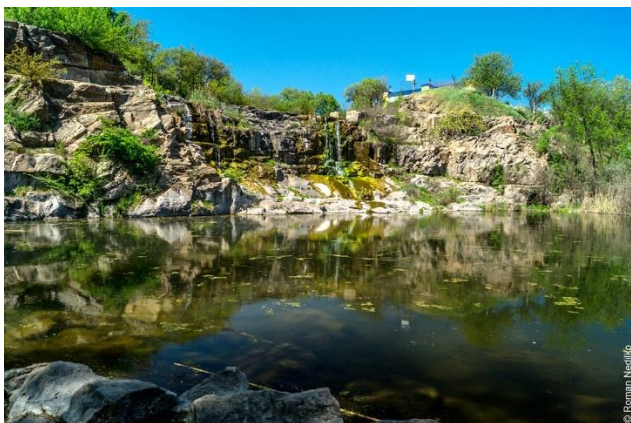


Рис. А.5. Західний Карачунівський водоспад [34]

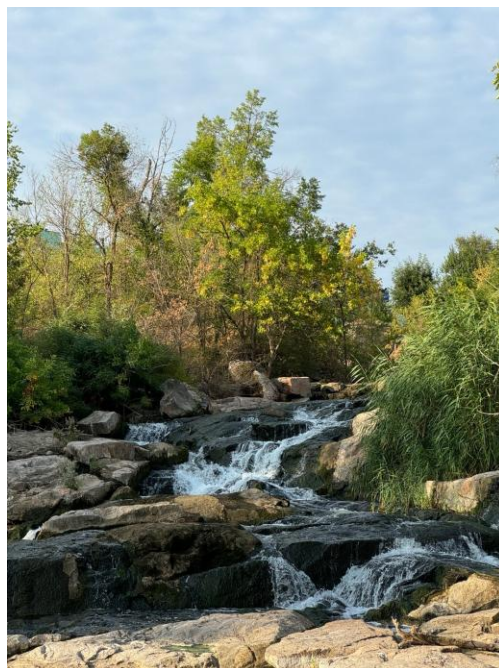


Рис. А.6. Східний Карачунівський водоспад [з власного архіву автора]



Рис. А.7. Балка Візирка [34]

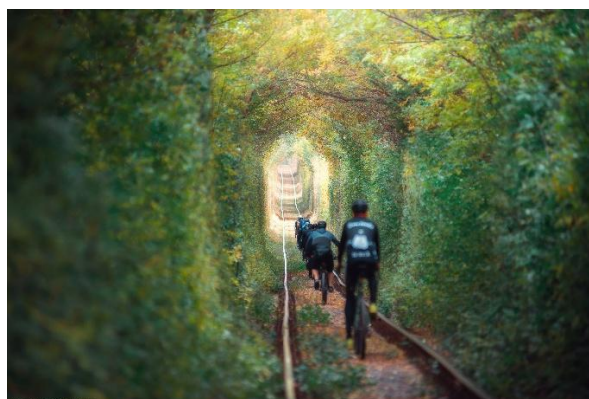


Рис. А.8. Криворізький тунель кохання [34]

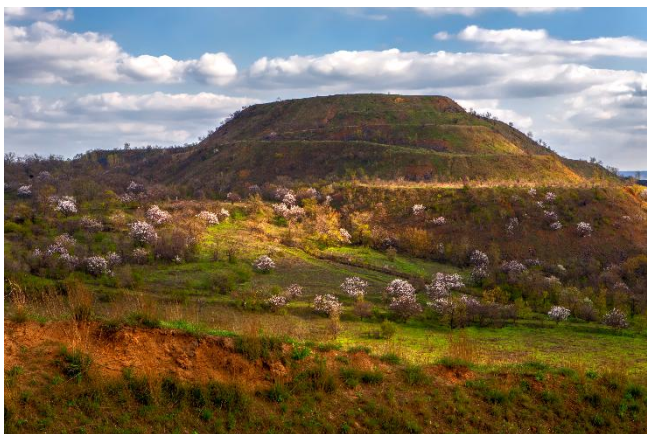


Рис. А.9. Бурщицький відвал [34]



Рис. А.10. 72-метровий флагшток з прапором (зроблено автором)



Рис. А.11. Пам'ятник «Козак Кривий Ріг» [34]



Рис. А.12. Скансен «Сталева набережна»[34]



Рис. А.13. Скансен гірничої техніки ПрАТ «Північний ГЗК» [34]

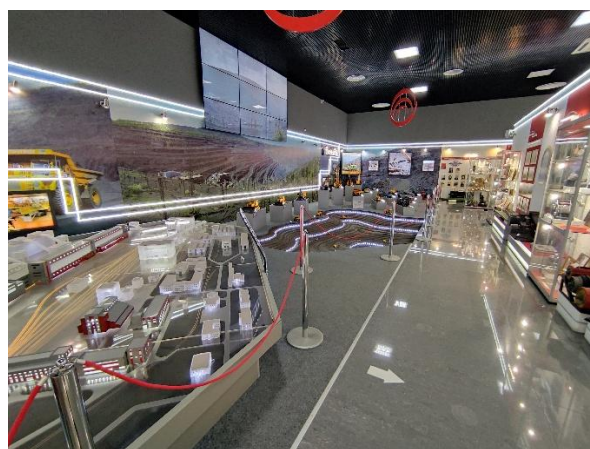


Рис. А.14. Музей АТ «Південний ГЗК» [34]



Рис. А.15. Залізничний вокзал «Кривий Ріг- Головний» [34]



Рис. А.16. Човнова станція [34]



Рис. А.17. Будівля Міськвиконкому [34]



Рис. А.18. Будівля Головпоштамту [34]



Рис. А.19. Балка «Північна Червона» [34]

Додаток Б

Таблиця Б.1

Критерії класифікації ТПЦ у Чеській Республіці (стандарти А.Т.І.С. ČR)

(розроблено автором на основі джерела 57)

Категорія	Режим роботи	Географія інформації	Кількість іноземних мов (мінімум)	Основні обов'язкові послуги	Додаткові можливі послуги
А(4 зірки)	7 днів на тиждень, цілорічно	Вся територія Чехії	3	постійний доступ до Інтернету; безкоштовна інформація чеською та ще 3 мовами; посередництво у бронюванні житла та квитків; послуги місцевого гіда; можливість замовлення гідів по всій країні;	Організація турів, продаж сувенірів, Wi-Fi
В(3 зірки)	6 днів на тиждень, цілорічно	Регіон розташування	2	безкоштовна інформація чеською та ще двома мовами; посередництво у бронюванні житла; послуги місцевого гіда;	Продаж карток транспорту, квитків на події
С(2 зірки)	5 днів на тиждень, цілорічно	Місто/ муніципалітет	1	безкоштовна інформація чеською та ще однією мовою;	Обмежений продаж сувенірів
D(1 зірка)	Мінімум 5 днів на тиждень, тільки в сезон	Місто/ місцевість розташування	1	безкоштовна інформація чеською та ще однією мовою (в сезон);	-