

Научная статья

УДК 379.85

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2949-1258/2023-2/025-037>

Туристско-информационный центр как ресурс развития туризма в современных условиях (на примере Приморского края)

Кононов Артем Юрьевич

Костянецкая Ульяна Михайловна

Владивостокский государственный университет

Владивосток. Россия

***Аннотация.** В эпоху цифровизации развитие туристской индустрии обуславливается формированием особого информационного пространства, которое связывает между собой участников туристских отношений вне зависимости от различного рода факторов. Одним из важнейших и основных инструментов, формирующих информационное пространство той или иной дестинации, выступает туристско-информационный центр. В статье исследована деятельность туристско-информационного центра в контексте продвижения и развития туризма в Приморском крае. Цель работы – количественная оценка деятельности туристско-информационного центра как ресурса развития туризма в современных условиях (на примере Приморского края). К элементам научной новизны статьи можно отнести предложенную методику анализа деятельности туристско-информационных центров в межрегиональном срезе для оценки эффективности их деятельности как ресурса развития туризма в современных условиях. Данная методика позволяет оценить достижение итоговой цели туристско-информационных центров по продвижению региона на российский и международном туристском рынке. Проведенный анализ продемонстрировал, что всеобъемлющая и эффективная деятельность Туристско-информационного центра Приморского края не только привела к росту валового показателя объема оказанных услуг туристических агентств, туроператоров, а также услуг коллективных средств размещения, но также повысила их долю в общей структуре оказанных услуг.*

***Ключевые слова:** туризм, Российская Федерация, туристско-информационный центр, Приморский край, внутренний туризм, продвижение.*

***Для цитирования:** Кононов А.Ю., Костянецкая У.М. Туристско-информационный центр как ресурс развития туризма в современных условиях (на примере Приморского края) // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета. 2023. Т. 15, № 2. С. 25–37. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2949-1258/2023-2/025-037>.*

Original article

Tourist Information Center as a resource for tourism development in modern conditions (case of Primorsky Krai)

Artem Yu. Kononov

Ulyana M. Kostyanetskaya

Vladivostok State University

Vladivostok. Russia

© Кононов А.Ю., 2023

© Костянецкая У.М., 2023

Abstract. *In the era of digitalization, the development of the tourism industry is determined by the development of special information space that connects the participants in tourism relations, regardless of various factors. One of the most important and basic tools that forms the information space of a particular destination is the tourist information center. The article explores the activities of the tourist information center in the context of the promotion and development of tourism in the Primorsky Territory. The purpose of the work is a quantitative assessment of the activities of the tourist information center as a resource for the tourism development in modern conditions (on the example of Primorsky Krai). The elements of the scientific novelty of the article include the proposed methodology for analyzing the activities of tourist information centers in the interregional aspect to assess the effectiveness of their activities as a resource for tourism development in modern conditions. This technique allows to assess the achievement of the final goal of tourist information centers to promote the region in the Russian and international tourism market. The analysis showed that the comprehensive and effective activity of the Tourist Information Center of Primorsky Krai not only led to an increase in the gross indicator of the volume of services provided by travel agencies, tour operators, as well as services of collective accommodation facilities, but also increased their share in the overall structure of provided services.*

Keywords: *tourism, Russian Federation, Tourist Information Center, Primorsky Krai, domestic tourism, promotion.*

For citation: *Kononov A.Yu., Kostyanetskaya U.M. Tourist Information Center as a resource for tourism development in modern conditions (case of Primorsky Krai) // The Territory of New Opportunities. The Herald of Vladivostok State University. 2023. Vol. 15, № 2. P. 25–37. DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2949-1258/2023-2/025-037>.*

Введение

В современном мире привлечение туристов основано не только на создании качественного туристского продукта. Ключевым элементом, определяющим эффективность взаимодействия различных категорий участников индустрии туризма (создателей туристских продуктов, непосредственно туристов и органов власти), становится информация, объем которой растет с каждым днем. В целом в 2020 г. общий массив созданных данных во всем мире, согласно приблизительной оценке, составил уже 64,2 зеттабайта. В 2021 г. показатель достиг уже 79 зеттабайт (при сохранении лишь 2 % от прошлогоднего объема) [1]. Первоочередной задачей в этом контексте становится умение донести эту информацию в полном и понятном для целевого потребителя качестве.

В сфере туризма ключевую роль играют туристско-информационные центры, так как именно они информируют туристов о туристских ресурсах и об объектах туристской индустрии, а также выступают в качестве посредника в продвижении региона или города на международном и внутреннем туристских рынках.

В результате актуальность рассматриваемой проблемы, ее практическая значимость определили выбор темы научно-исследовательской работы и послужили основой для формулирования ее цели и задач.

Цель научно-исследовательской работы – раскрыть роль туристско-информационного центра в контексте продвижения и развития туризма Приморского края.

Достижение поставленной цели обуславливает необходимость решения определенных задач:

– рассмотреть нормативно-правовые основы деятельности туристско-информационных центров;

- проанализировать конъюнктуру создания и функционирования Туристско-информационного центра Приморского края;
- проанализировать эффективность функционирования Туристско-информационного центра Приморского края по сравнению с деятельностью туристско-информационных центров других субъектов Российской Федерации.

Объектом исследования является деятельность туристско-информационных центров. Предмет исследования – инструменты продвижения Автономного некоммерческого общества «Туристско-информационный центр Приморского края».

Предмет, источниковая база исследования, противоречия в имеющихся исследованиях и авторская позиция. В представленной работе преимущественным предметом исследования является деятельность туристско-информационного центра.

Важно подчеркнуть, что деятельность туристско-информационных центров в Российской Федерации регулируется национальным стандартом ГОСТ Р 56197–2014 (ИСО 14785:2014) «Туристские информационные центры. Туристская информация и услуги приема. Требования», устанавливающим минимальные требования к качеству услуг, предоставляемых государственными и частными туристскими информационными центрами любого типа и размера, для того чтобы они соответствовали ожиданиям потребителей [2].

Вопросы туристской навигации в России и требования к ней определены национальным стандартом ГОСТ Р 57581–2017 «Туристские услуги. Информационные знаки системы навигации в сфере туризма. Общие требования». Настоящий стандарт устанавливает общие требования к информационным знакам системы навигации в сфере туризма, включая знаки объектов туристской инфраструктуры, туристско-рекреационных зон, туристских маршрутов и достопримечательностей [3].

При этом источниковая база исследования опирается также на научные труды российских и иностранных исследователей. Спектр проблем, рассматриваемых прочими отечественными авторами в 2022 г. в контексте деятельности туристско-информационных центров, достаточно широк, что подтверждает актуальность проводимого исследования.

В частности, В.Е. Василенко и К.С. Шишова рассматривают применение цифровых технологий в деятельности туристско-информационных центров [4]. Е.В. Вишневецкая делает акцент на роли туристско-информационных центров в формировании туристского сервиса [5]. А.В. Гагарина описывает цели и опыт работы туристско-информационных центров [6] А.С. Володина проводит анализ основных инструментов и ресурсов коммуникационной политики туристско-информационного центра на примере «ИТЦ Гатчинского МО» [7]. Автор отмечает, что в отношении обслуживания потребителей в сфере туризма коммуникационная политика устраняет множество барьеров для успешного взаимодействия между целевой аудиторией и туристической организацией [7]. В.М. Кицис и Е.А. Морозова проводят анализ опыта использования цифровых технологий туристско-информационным центром в контексте продвижения услуг на примере «ТИЦ Республики Мордовия» [8].

В то же время не представленным остается межрегиональный срез для анализа эффективности деятельности туристско-информационных центров как ресурса развития туризма в современных условиях, который позволит оценить достижение итоговой цели по продвижению региона на российском и международном туристском рынке.

Методы исследования. Исследование проводилось с помощью следующих методов научного познания: метод сравнения, методы актуализации, системного анализа, классификации, логический метод.

Основная часть

Туристско-информационный центр Приморского края (полное наименование – Автономная некоммерческая организация «Туристско-информационный центр Приморского края», АНО ТИЦ ПК) был создан в 2014 г. с целью формирования комфортной информационной среды в сфере туризма Приморского края и продвижения региона на внутреннем и международном туристских рынках [9]. К моменту его создания основные показатели деятельности туристских фирм Приморского края находились на достаточно низких уровнях (табл. 1) [10].

Таблица 1

Динамика деятельности туристских фирм Приморского края

Показатель	Годы										
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Число туристских фирм	113	115	128	136	132	84	107	142	126	147	128
Число реализованных населению турпакетов – всего, тыс.	346,3	449,0	501,8	647,1	810,3	227,7	275,4	336,5	255,2	282,4	121,2
Стоимость реализованных населению турпакетов – всего, млн руб.	194,8	315,0	770,0	1260,0	2008,4	1476,4	1897,8	2536,1	3402,2	3743,8	1533,3

Можно отметить, что значение показателя «число туристских фирм» год к году сократилось почти на 13%, стоимость реализованных населению турпакетов – на 59%, а число реализованных населению турпакетов стало минималь-

ным за все отмеченные наблюдения. Имело место также и сокращение соответствующих показателей как доли от общефедеральных значений (табл. 2) [11, 12].

Таблица 2

Динамика процентного соотношения туристских фирм и турпакетов от РФ

Показатель	Годы										
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Число турфирм (единица, % от РФ)	2,82	2,26	2,19	2,05	2,04	1,22	1,17	1,38	1,17	1,30	1,10
Число турпакетов, реализованных населению, % от РФ	17,03	10,38	10,81	11,12	18,82	6,21	6,32	7,60	5,36	5,25	2,77

Для улучшения рыночной конъюнктуры созданный ТИЦ ПК в соответствии с положениями ГОСТ Р 56197–2014 (ИСО 14785:2014) «Туристские информационные центры. Туристская информация и услуги приема. Требования» ставил своей задачей оказание установленного портфеля услуг [2]:

- прием посетителей;
- предоставление информации;
- коммерческая деятельность;
- статистика и анализ;
- связь и реклама.

В ходе исследования результаты оказания этих услуг были проанализированы по критериям, представленным в годовой форме № 1-ТИЦ «Сведения о деятельности туристско-информационного центра» [13]. В качестве ориентира были взяты показатели туристско-информационных центров, попавших в топ-10 по версии всероссийского конкурса «Лучший ТИЦ», реализуемого как отраслевая награда, присуждаемая по итогам комплексной оценки работы туристско-информационного центра за 2021 г. [14].

Так, данные, представленные в табл. 3, показывают число обращений и посещений в туристско-информационный центр [15].

Таблица 3

Число обращений и посещений в туристско-информационный центр

Название ТИЦ	Число обращений		Число посещений	
	2020 г.	2021 г.	2020 г.	2021 г.
АНО Туристический офис «Русь Новгородская»	27 360	91 225	30 000	72 413

Окончание табл. 3

Название ТИЦ	Число обращений		Число посещений	
	2020 г.	2021 г.	2020 г.	2021 г.
ГБУ Ленинградской области «Информационно-туристский центр»	–	101 409		28 060
ГБУ «ТИЦ Республики Карелия»	171 236	171 236	9845	59 240
КГКУ «ТИЦ Красноярского края»	79 854	259 222	15 184	286 489
МБУ ТИЦ Воронежа	61 914	95 383	85 748	121 093
МКУ «ЦРТ КУ»	697	1 844	2 550	10 000
СПбГБУ «ГТИБ»	1 026 294	1 169 184	43 518	200 002
ТИЦ Амурской области	294	418	586	0
ТИЦ Новосибирской области	27 023	68 645	126	53
ТИЦ Рязанской области	2340	3 000	23 394	17 654
ТИЦ Приморского края	735	127 218	132 840	72 404

Из представленных данных видно, что по показателю «число обращений в Туристско-информационный центр» Приморский край занял третье место, при этом прирост показателя в постковидном 2021 г. намного превзошел прирост в других центрах.

Можно увидеть также, что число посещений в Туристско-информационный центр Приморского края снизилось почти в 2 раза. Снижение показателя может быть связано с тем, что организация начала размещать информацию в своих каналах в сети Интернет, и, следовательно, те, кто не может лично посетить центр, могут узнать всю необходимую информацию из электронных источников. Но, несмотря на снижение числа посещения, Туристско-информационный центр Приморского края занимает 4-ю позицию по представленному показателю.

В таблице 4 представлено число опубликованных материалов о туристских ресурсах, объектах туристской индустрии и турпродуктах в средствах массовой информации, на веб-сайте, а также число выпущенных рекламных и информационно-справочных полиграфических изданий, созданных и размещенных на-ружных носителей [15].

Из представленных данных видно, что Туристско-информационный центр Приморского края значительно больше других представленных организаций публикует материалы о туристских объектах и ресурсах в средствах массовой информации, несмотря на незначительное снижение показателя в 2021 г.

Число публикаций на веб-сайте у Туристско-информационного центра Приморского края выросло; по числовому показателю организация входит в топ-5 по представленным данным.

Таблица 4

Число опубликованных материалов в СМИ, на веб-сайте, а также рекламных и информационно-справочных полиграфических изданий, созданных и размещенных наружных носителей

Название ТИЦ	Число опублико- ванных матери- алов в СМИ		Число публикаций на веб-сайте		Число рекламных и информаци- онно-справочных полиграфических изданий		Число созданных и размещенных на- ружных носителей	
	2020 г.	2021 г.	2020 г.	2021 г.	2020 г.	2021 г.	2020 г.	2021 г.
АНО Тури- стический офис «Русь Новгород- ская»	327	365	30 000	72 413	49 917	82 000	40	56
ГБУ Ленин- градской области «Информа- ционно- туристский центр»	–	2		28 060		0		402
ГБУ «ТИЦ Республики Карелия»	40	12	9845	59 240	2	2	10	32
КГКУ «ТИЦ Краснояр- ского края»	1600	966	15 184	286 489	10 000	69 154	364	3
МБУ ТИЦ Воронежа	493	498	85 748	121 093	6	6	48	48
МКУ «ЦРТ КУ»	1427	1496	2550	10 000	5 600	7471	13	0
СПбГБУ «ГТИБ»	669	30	43 518	200 002	70	107 432	11	0
ТИЦ Амур- ской области	226	90	586	0	14	16	5	12
ТИЦ Ново- сибирской области	315	10	126	53	9653	23 671	303	3
ТИЦ Рязан- ской области	370	400	23 394	17 654	23	25	28	30
ТИЦ При- морского края	2553	2193	132 840	72 404	34 285	30 000	39	51

Число рекламных и информационно-справочных полиграфических изданий о туристских ресурсах и об объектах туристской индустрии у Туристско-информационного центра Приморского края незначительно снизилось, но показатель всё также остаётся высоким среди остальных организаций. Лидером по вышепредставленному показателю является СПбГБУ «ГТИБ». Стоит отметить также, что Туристско-информационный центр Приморского края занимает 4-ю позицию среди всех представленных организаций по анализируемому показателю.

Число размещенных наружных носителей с информацией о туристских ресурсах и об объектах туристской индустрии, а также наружных средств навигации туристов (баннеров, информационных щитов, указателей и проч.) у Туристско-информационного центра Приморского края увеличилось. По представленному показателю Туристско-информационный центр Приморского края входит в ТОП-3 среди представленных организаций.

В таблице 5 показана динамика показателя «число созданных и размещенных презентаций о туристских ресурсах и об объектах туристской индустрии в местах общественного транспорта» и показателя «число проведенных акций, конкурсов, фестивалей, выставочно-ярмарочных и иных мероприятий, направленных на презентацию туристских ресурсов, а также проведение социологических исследований в сфере туризма» [15].

Таблица 5

Число проведенных акций, конкурсов, фестивалей, выставочно-ярмарочных и иных мероприятий

Название ТИЦ	Число созданных и размещенных презентаций о туристских ресурсах и об объектах туристской индустрии в местах общественного транспорта		Число проведенных акций, конкурсов, фестивалей, выставочно-ярмарочных и иных мероприятий	
	2020 г.	2021 г.	2020 г.	2021 г.
АНО Туристический офис «Русь Новгородская»	343	16	18	23
ГБУ Ленинградской области «Информационно-туристский центр»		0		40
ГБУ «ТИЦ Республики Карелия»	2	6	36	45
КГКУ «ТИЦ Красноярского края»	0	0	83	38
МБУ ТИЦ Воронежа	25	25	46	51
МКУ «ЦРТ КУ»	1500	2000	8	9
СПбГБУ «ГТИБ»	1	0	101	13
ТИЦ Амурской области	0	0	0	10
ТИЦ Новосибирской области	0	0	69	33
ТИЦ Рязанской области	2	0	22	24
ТИЦ Приморского края	0	47	144	138

Из представленных данных можно сделать вывод о том, что в 2020 г. Туристско-информационный центр Приморского края не использовал общественный транспорт для размещения информации об объектах туристской индустрии, а в 2021 г. начал активное его использование.

В свою очередь, число проведенных мероприятий у Туристско-информационного центра Приморского края в 2021 г. незначительно снизилось, но этот показатель остаётся наиболее высоким среди представленных организаций.

Таким образом, Туристско-информационный центр Приморского края на федеральном уровне держит высокую планку по анализируемым показателям среди других туристско-информационных центров (табл. 6).

Таблица 6

Сводная таблица эффективности деятельности АНО ТИЦ ПК в 2021 г. по сравнению с ТОП-10 ТИЦ

Показатель	Место
Число опубликованных материалов о туристских ресурсах, об объектах туристской индустрии и о турпродуктах в средствах массовой информации	1
Число проведенных акций, конкурсов, фестивалей, выставочно-ярмарочных и иных мероприятий, направленных на презентацию туристских ресурсов, а также проведение социологических исследований в сфере туризма	1
Число созданных и размещенных презентаций о туристских ресурсах и об объектах туристской индустрии в местах общественного транспорта	2
Число обращений в туристско-информационный центр	3
Число созданных и размещенных наружных носителей с информацией о туристских ресурсах и об объектах туристской индустрии, а также наружных средств навигации туристов (баннеров, информационных щитов, указателей и проч.)	3
Число посещений в туристско-информационный центр	4
Число рекламных и информационно-справочных полиграфических изданий о туристских ресурсах и об объектах туристской индустрии	4
Число публикаций о туристских ресурсах, об объектах туристской индустрии и о турпродуктах, обзоров текущей деятельности (мероприятия, аналитические отчеты и т.п.) на веб-сайте	5

Результатом отмеченной работы стало повышение доли услуг туристических агентств, туроператоров и прочих услуг по бронированию в Приморском крае в общей структуре оказанных услуг (табл. 7) [16].

Таблица 7

Доля услуг туристических агентств, туроператоров и прочих услуг по бронированию в Приморском крае в общефедеральном значении, %

Доля услуг	2010–2014 гг.	2017–2022 гг.
Максимальная доля	1,756 992 422	1,871 764 464
Минимальная доля	1,13 914 126	1,042 053 613
Среднее значение	1,318 293 731	1,552 603 339

Еще более наглядным стал соответствующий рост услуг гостиниц и аналогичных услуг по предоставлению временного жилья (табл. 8) [17].

Таблица 8

**Доля услуг коллективных средств размещения в Приморском крае
в общефедеральном значении, %**

Доля услуг	2010–2014 гг.	2017–2022 гг.
Максимальная доля	1,850 211 414	3,307 205 637
Минимальная доля	1,228 106 129	1,457 729 707
Среднее значение	1,520 252 816	2,046 653 059

Нужно отметить, что в валовых показателях по объему услуг коллективных средств размещения Приморский край в 2021 г. занял 6-е место среди всех субъектов Российской Федерации, уступив только Москве, Санкт-Петербургу, Московской области, Республике Татарстан и Тюменской области. В то же время по объему услуг туристических агентств, туроператоров и прочих услуг по бронированию Приморский край занял лишь 25-е место.

Заключение

В современных условиях развития сферы туризма всё большее внимание начинает уделяться продвижению имиджа региона, а также информационной поддержке туристов. Анализ данных продемонстрировал, что работа Туристско-информационного центра Приморского края в области продвижения достаточно активна. Центр:

- 1) выступает организатором различных мероприятий;
- 2) информирует физических и юридических лиц об объектах туристской индустрии и туристских ресурсах региона;
- 3) размещает различные рекламные и информационные материалы о туризме;
- 4) организует совместную работу с туристическими компаниями, агентствами, гостиницами, санаториями и другими предприятиями сферы туризма с целью обмена, постоянного обновления и накопления информации о досуге и отдыхе в регионе;
- 5) организует и проводит мероприятия по событийному туризму, в том числе гастрономические, краеведческие фестивали и т.д.;
- 6) организует систему туристских дисконтных карт и карт лояльности и занимается их распространением и т.д.

Из 8 основных показателей, характеризующих деятельность ТИЦ по годовой форме № 1-ТИЦ «Сведения о деятельности туристско-информационного центра», ТИЦ Приморского края дважды оказывался лидером по сравнению с основными межрегиональными конкурентами, еще три раза попадал в тройку лидеров и лишь три раза опускался на 4-е или 5-е место (в середине списка лидеров). В валовых показателях по объему услуг коллективных средств размещения Приморский край в 2021 г. занял 6-е место среди всех субъектов Российской Федерации.

Федерации, уступив только Москве, Санкт-Петербургу, Московской области, Республике Татарстан и Тюменской области.

Таким образом, Туристско-информационный центр Приморского края играет важную роль в функционировании туристского рынка Приморского края, объединяя и систематизируя информацию об объектах туристской индустрии края и создавая комфортную информационную среду для гостей и жителей региона.

Список источников

1. Объем данных/информации, созданных, собранных, скопированных и потребленных по всему миру с 2010 по 2020 год, с прогнозами на 2021–2025 годы. URL: <https://www.statista.com/statistics/871513/worldwide-data-created/>
2. ГОСТ Р 56197–2014 (ИСО 14785:2014) «Туристские информационные центры. Туристская информация и услуги приема. Требования». URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200114181>
3. ГОСТ Р 57581–2017 Туристские услуги. Информационные знаки системы навигации в сфере туризма. Общие требования. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200146503>
4. Василенко Е.В., Шишова К.С. Роль туристско-информационных центров в цифровизации регионального туризма // Цифровизация экономики и общества: проблемы, перспективы, безопасность: материалы II Международной научно-практической конференции. В 2 т. Донецк, 30 апреля 2020 года. Том 1. Донецк: Цифровая типография, 2020. С. 29–34.
5. Вишневская Е.В. Роль туристских информационных центров в формировании туристского сервиса // Тенденции и проблемы развития индустрии туризма и гостеприимства: материалы 7-й Межрегиональной научно-практической конференции, посвященной 105-летию РГУ имени С.А. Есенина, Рязань, 22 октября 2020 года. Рязань: Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина, 2020. С. 170–173.
6. Гагарина А.В. Роль туристско-информационных центров в развитии туризма регионов // Приоритетные направления развития спорта, туризма, образования и науки: сборник материалов международной научно-практической конференции, Нижний Новгород, 12 ноября 2020 года. Нижний Новгород: Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, 2021. С. 348–353.
7. Володина А.С. Анализ коммуникационной политики туристско-информационного центра // Управление социально-экономическим развитием: инновационный и стратегический подходы: сборник научных трудов по материалам Национальной научно-практической конференции, Гатчина, 24 декабря 2021 года. Гатчина: Государственный институт экономики, финансов, права и технологий, 2022. С. 166–170.
8. Кицис В.М., Морозова Е.А. Использование цифровых технологий в деятельности ГБУ «Туристский информационный центр Республики Мордовия» // Научное обозрение. Международный научно-практический журнал. 2021. № 5.
9. Туристско-информационный центр Приморского края. Реестр ТИЦ. URL: <https://www.nbcrs.org/tic/info/89>
10. Торговля и услуги. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Приморскому краю. URL: <https://25.rosstat.gov.ru/folder/28590#>
11. Число турфирм. ЕМИСС государственная статистика. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/31615>

12. Число турпакетов, реализованных населению. ЕМИСС государственная статистика. URL: <https://fedstat.ru/indicator/31605>
13. Об утверждении статистического инструментария для организации Министерством культуры Российской Федерации статистического наблюдения за деятельностью туристско-информационных центров: приказ Росстата от 27.12.2016 № 857. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_210675/2ff7a8c72de3994f30496a0ccb1ddafdaddf518/
14. Подведены итоги Всероссийского конкурса «Лучший ТИЦ». Некоммерческое партнерство НАИТО. URL: <https://naito-russia.ru/novosti-regionov/podvedenyi-itogivserossijskogo-konkursa-luchshij-ticz.html>
15. Официальные статистические показатели. ЕМИСС государственная статистика. URL: <https://www.fedstat.ru/indicators/search?searchText=1-%D1%82%D0%B8%D1%86>
16. Объем платных услуг населению (оперативные данные) по 2016 г. ЕМИСС государственная статистика. URL: <https://fedstat.ru/indicator/33843>
17. Объем платных услуг населению (оперативные данные) с 2017 г. ЕМИСС государственная статистика. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/57788>

References

1. Volume of data/information created, collected, copied and consumed worldwide from 2010 to 2020, with projections for 2021–2025. URL: <https://www.statista.com/statistics/871513/worldwide-data-created/>
2. GOST R 56197–2014 (ISO 14785:2014) Tourist information centers. Tourist information and reception services. Requirements". URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200114181>
3. GOST R 57581–2017 "Tourist services. Information signs of the navigation system in the field of tourism. General requirements". URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200146503>
4. Vasilenko E.V., Shishova K.S. The role of tourist information centers in the digitalization of regional tourism. *Digitalization of the economy and society: problems, prospects, security: materials of the II international scientific and practical conference. In 2 volumes, Donetsk, April 30, 2020. Volume 1.* Donetsk: Digital Printing House; 2020. P. 29–34
5. Vishnevskaya E.V. The role of tourist information centers in the formation of tourist services. *Trends and problems in the development of the tourism and hospitality industry: Proceedings of the 7th Interregional scientific and practical conference dedicated to the 105th anniversary of the Russian State University named after S. A. Yesenina, Ryazan, October 22, 2020.* Ryazan: Ryazan State University named after S.A. Yesenina; 2020. P. 170–173.
6. Gagarina A.V. The role of tourist information centers in the development of tourism in the regions. *Priority directions for the development of sports, tourism, education and science: collection of materials of the international scientific and practical conference, Nizhny Novgorod, November 12, 2020 of the year.* Nizhny Novgorod: National Research Nizhny Novgorod State University. N.I. Lobachevsky; 2021. P. 348–353.
7. Volodina A.S. Analysis of the communication policy of the tourist information center. *Management of socio-economic development: innovative and strategic approaches: Collection of scientific papers based on the materials of the National Scientific and Practical Conference, Gatchina, December 24, 2021 of the year.* Gatchina: State Institute of Economics, Finance, Law and Technology; 2022. P. 166–170.
8. Kitsis V.M., Morozova E.A. The use of digital technologies in the activities of the State Budgetary Institution "Tourist Information Center of the Republic of Mordovia". *Scientific Review. International scientific and practical journal.* 2021; (50).

9. Tourist Information Center of Primorsky Krai. Register of TIC. URL: <https://www.nbcrs.org/tic/info/89>
10. Trade and services. Territorial body of the Federal State Statistics Service for Primorsky Krai. URL: <https://25.rosstat.gov.ru/folder/28590#>
11. Number of travel agencies. EMISS state statistics. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/31615>
12. Number of tour packages sold to the population. EMISS state statistics. URL: <https://fedstat.ru/indicator/31605>
13. "On the approval of statistical tools for the organization by the Ministry of Culture of the Russian Federation of statistical monitoring of the activities of tourist information centers." Rosstat Order No. 857 dated December 27, 2016.
14. The results of the All-Russian contest "The Best TIC" were summed up. Non-profit partnership NAITO. URL: <https://naito-russia.ru/novosti-regionov/podvedenyi-itogivserossijskogo-konkursa-luchshij-ticz.html>
15. Official statistics. EMISS state statistics. URL: <https://www.fedstat.ru/indicators/search?searchText=1-%D1%82%D0%B8%D1%86>
16. The volume of paid services to the population (operational data) for 2016 EMISS state statistics. URL: <https://fedstat.ru/indicator/33843>
17. The volume of paid services to the population (operational data), since 2017 EMISS state statistics. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/57788>

Информация об авторах:

Кононов Артем Юрьевич, канд. экон. наук, доцент кафедры туризма и гостинично-ресторанного бизнеса ВВГУ, г. Владивосток. E-mail: artem.kononov@vvsu.ru. ORCID: <https://orcid.org/org/0000-0003-1955-0910>

Костянецкая Ульяна Михайловна, бакалавр ВВГУ, г. Владивосток. E-mail: ulya.kos@mail.ru

DOI: <https://doi.org/10.24866/VVSU/2949-1258/2023-2/025-037>

Дата поступления:
15.05.2023

Одобрена после рецензирования:
29.05.2023

Принята к публикации:
10.06.2023