

*А. М. Гаврилюк,  
аспірант кафедри державної політики та управління  
політичними процесами, Національна академія державного  
управління при Президентіві України*

## ІНФОРМАЦІЙНА СКЛАДОВА ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ ЯК ЧИННИК ДЕМОКРАТИЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

*У статті досліджено вплив внутрішніх та зовнішніх чинників демократизації на розвиток інформаційної складової вітчизняної туристичної індустрії.*

*The influence of internal and external democratization's factors on development of informative constituent of domestic tourist industry is explored in the article.*

*Ключові слова: туристична індустрія, демократизація, чинники демократизації, інформаційна складова, інформаційне суспільство.*

*Key words: tourist industry, democratization, factors of democratization, informative component, informative society.*

### ВСТУП

Розвиток сучасної Української держави є свідченням складного, суперечливого та водночас незворотного цивілізованого поступу України до демократії. Це не лише самоціль, а прагнення втілити досвід світового демократичного врядування в практику українського державотворення. Такий підхід простежується у всіх сферах суспільного життя, серед яких туризм займає місце транзитера демократичних засад як в середині держави, так і поза її межами.

Інформаційна складова у туризмі сьогодення — важливий елемент своєчасного, достовірного та повноцінного інформування, розповсюдження необхідних відомостей про країну, об'єкти туристичних запитів і т.д. Вона визначає місце держави у світовому туристично-інформаційному просторі та представляє можливість впровадження та реалізації сучасних механізмів державного регулювання інформаційного забезпечення туристичної індустрії.

На думку вітчизняного науковця О.В. Бабкіної, демократизація суспільства відбувається під впливом внутрішніх і зовнішніх чинників. Внутрішні: соціально-економічні, культурно-ціннісні — сприяють або перешкоджають становленню й закріпленню демократичних інститутів і норм та найбільше визначають долю

демократизації. Процедурні, що демонструють послідовність конкретних рішень та дій, здійснення яких забезпечує обмежене коло ініціаторів і безпосередніх учасників процесу демократизації, детермінують реалізацію стратегічних завдань на певному історичному етапі розвитку державності. Під впливом зовнішніх чинників відбувається прискорення чи уповільнення процесів демократизації, що реалізуються в державі [1].

Адаптація запропонованого механізму демократизації суспільства в межах вітчизняної туристичної галузі та виокремлення інформаційної складової туризму як пріоритетного напрямку є результатом фахового дослідження автором статті процесів демократизації вітчизняної туристичної індустрії. Можлива варіативність впливу зовнішніх та внутрішніх чинників на галузь визначає демократичні виміри туризму в Україні, підтверджує проблемність досліджуваного напрямку та актуалізує запропоновану тематику в сучасних умовах.

Інтерес науковців до вивчення представленої теми невпинно зростає в сучасних умовах. Такі вчені як Г.В. Антюфеев, В.Г. Гуляев, А.П. Дурович, І.В. Морозов, В.В. Шмагіна, С.К. Харичков та ін. вбачають розвиток інформаційної складової туристичної галузі шляхом розробки та реалізації стратегічних цілей та завдань держав-

ної політики в умовах демократизації. Дослідники Н.І. Ведмідь, С.М. Мельниченко, В.Ф. Кифяк, Є.О. Ромат наголошують на залежності розвитку туристичної індустрії від ступеня використання галуззю сучасних можливостей інформаційного суспільства.

Відаючи належне науковій і практичній значущості розглянутих наукових вітчизняних та закордонних праць, серед невиділених раніше частин загальної проблеми залишається визначення особливостей демократизації туристичної індустрії в Україні через розвиток інформаційної складової. Дослідження закордонних фахівців доводять, що саме туристична та інформаційна галузі відносяться до найприбутковіших у світі у співвідношенні: 2900 млн дол. (туристична) та 2850 млн дол. (інформаційна) [8, с. 26]. Туризм поза інформацією не функціонує і не здатен до розвитку. Тому демократизація вітчизняного туризму можлива за умов оволодіння сучасними засобами інформування споживачів туристичних послуг.

### ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Враховуючи окреслену проблему та актуальність дослідження на сучасному етапі державотворення, мета статті полягає у виокремленні внутрішніх та зовнішніх чинників демократизації, що впливають на розвиток інформаційної складової туристичної індустрії України в сучасних умовах.

### РЕЗУЛЬТАТИ

Державами з ринковою економікою визнано туризм пріоритетним напрямом економічного зростання, який через створення нових робочих місць, податкові надходження до бюджету, забезпечення доступності туристичних послуг для всіх верств суспільства впливає не тільки на підвищення загальноекономічних показників, а й гарантує покращання якості життя населення.

Науковцями підраховано, що під час відвідування будь-якої з країн турист щонайменше залишає за три дні перебування близько 100 євро. У порівнянні з Туреччиною, яка від туризму у 2005 р. отримала 18 млрд дол. США, що дорівнює 5 відсоткам усього ВВП і планує до 2020 р. збільшити ці показники до 50 млрд, то Україна за 8 місяців 2008 року забезпечила надходження до бюджету лише близько 8 млрд американських доларів [10]. Такі розбіжності пояснюються низьким рівнем інформаційного забезпечення вітчизняної туристичної індустрії та слабкою інституційною підтримкою реклами та промоції національного туристичного продукту в Українській державі.

Забезпечення закріплених Конституцією України прав і свобод громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав визнано основними серед напрямів державного регулювання в галузі туризму, які, на

жаль, далеко не відповідають вимогам сучасності.

В Україні не здійснюється належна державна підтримка інформаційного забезпечення туристичної індустрії. Так, у ст. 17 Закону України "Про Національну програму інформатизації" передбачено виконання галузевих програм інформатизації. Разом з тим з часу його прийняття (2001 р.) жодного разу не виділялися кошти на розвиток вітчизняної інформаційної інфраструктури туристичної галузі. Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007—2015 роки передбачають визначення конкретного переліку дій з реалізації завдань розвитку інформаційного суспільства в нашій державі, однак не враховують важливість розробки відповідних державних заходів у туристичній галузі, окрім створення єдиної бази даних культурних цінностей, доступної через Інтернет [10].

Негайного прийняття потребує Закон України "Про внесення змін до Закону України "Про туризм"; суттєвого доопрацювання вимагає Стратегія розвитку туризму та курортів в Україні; відповідної адаптації до міжнародних стандартів очікують Державна програма розвитку туризму та курортів на 2010—2015 рр., Концепція рекламно-інформаційного забезпечення туристичної індустрії в Україні та інші нормативно-правові акти.

У цьому сенсі доречно процитувати Роберта Браймера — спеціаліста з міжнародного туризму, який зазначав, що "у теперішній час найбільш гальмівним фактором у розвитку туризму на суспільному рівні є відсутність уваги та підтримки з боку політиків та громадської влади. Коли на туризм не зважають, його доходи не визначені, відсутнє ретельне планування та як наслідок відсутній і розвиток. Як тільки буде глибока зацікавленість на законодавчому рівні, поєднання зусиль для піднесення статусу індустрії туризму на більш високий рівень не тільки у вигляді декларацій, а й конкретних заходів щодо встановлення та підтримки економічних зв'язків, почне ефективно діяти маркетинг у сфері туризму, відтоді можна розраховувати на видимі результати" [6, с. 236—237].

На нашу думку, Роберт Браймер дуже влучно охарактеризував стан розвитку інформаційної складової туризму і в нашій державі, підтверджуючи важливість посилення процедурних факторів впливу на розвиток демократичних засад туристичної галузі. Українським урядовцям та політикам вкрай необхідно акцентувати увагу на цю проблему, адже її розв'язання покращує міжнародний імідж нашої держави у світі, сприяє популяризації засобами туризму історико-культурного надбання української нації, створює гарне підґрунтя для інформаційного забезпечення вітчизняної туристичної індустрії в ході підготовки до проведення чемпіонату з футболу Євро-2012.

Про які конкретні напрями роботи український туризм може звітувати? Охарактеризуємо коротко окремі

з них. Як дієвий засіб використання міжнародного досвіду демократизації індустрії туризму глобальних масштабів набирає процес використання сучасних інформаційних систем та комп'ютерних технологій в туризмі. Окінавська хартія глобального інформаційного суспільства (2000 р.) зазначає: "Інформаційно-комунікаційні технології є одним із найважливіших чинників, що впливають на формування суспільства XXI століття. Їх революційний вплив стосується способу життя людей, їхньої освіти й роботи, а також взаємодії уряду та громадянського суспільства" [8, с. 35].

Серед різноманітних сучасних інформаційних технологій Інтернет посідає провідне місце. Завдяки його можливостям в українській індустрії туризму працюють системи бронювання та продажу туристичних продуктів, розміщення, визначення місць дозвілля та ін. Віртуальний туризм дозволяє проникати у різні куточки світу без кордонів та застерезень. Саме такими засобами формується світ відкритих суспільств, що сприяє розвитку як в'їзного, так і внутрішнього туризму. За даними Державної служби туризму і курортів, у 2008 р. Україну відвідало 25,1 млн осіб; за межі держави виїхало 1 млн осіб, кількість подорожуючих українців зросло майже на 20 відсотків [10].

У 2003 р. в Україні розпочато роботу над реалізацією проекту Taxis-Twining "Створення інформаційної бази туристичної індустрії через утворення мережі туристичних інформаційних центрів". Сьогодні на території України діє близько 40 туристично-інформаційних центрів, створених зусиллями місцевої влади та туристичного бізнесу й заплановано організація ще 47 базових в ході підготовки до проведення Чемпіонату з футболу Євро-2012 [12].

XXI століття — новітній час світової історії, що вимагає інноваційних підходів до процесів демократизації суспільних відносин. Дієвим механізмом державного регулювання туристично-індустрією в державах-лідерах туристичного бізнесу є закордонні туристичні представництва. Їх мета — рекламування та поширення інформації про туристичні можливості однієї держави на території іншої. Зазначимо, що на території сусідньої нам Росії функціонує 31 туристичне представництво. Стримуючим фактором демократизації вітчизняної туристичної індустрії є відсутність відпрацьованого механізму взаємодії між Міністерством закордонних справ України, Міністерством культури та туризму України та Державною службою туризму та курортів щодо їх створення та діяльності. Неодноразові пропозиції, що надходили від центральних органів виконавчої влади в галузі туризму до Міністерства закордонних справ України, до цього часу не знайшли підтримки. Однак організація та функціонування закордонних туристичних представництв запотребувана життям і вимагає скоординованих зусиль влади, бізнесу та громадськості.

В умовах демократії держава перебуває під надійним контролем соціуму, формуючи основи громадянського суспільства. Роль громадських організацій значно зростає і здатна впливати також на розвиток економічної, соціальної, інформаційної складових туризму. Поле нашого дослідження дозволяє вказати на необхідність активізації в Україні діяльності неприбуткових громадських організацій в галузі туризму. Керівні органи таких структур стають важливими інституціями організаційно-управлінського механізму регулювання галузю на місцевому, регіональному, загальнодержавному, транскордонному, світовому рівнях.

Міжнародний досвід засвідчує, що до таких структур належать об'єднання громадських організацій та суб'єктів туристичної діяльності у формі маркетингових консорціумів (включають музеї, парки, театри), конгломератів (об'єднання суб'єктів туристичної діяльності, що діють в різних галузях), туристично-інформаційних центрів, діяльність яких спрямована на популяризацію національного туристичного продукту.

В Україні існує близько 200 громадських організацій у сфері туризму. Найбільш поширені — секторальні організації, що об'єднують суб'єкти в окремій сфері індустрії туризму: наприклад, готелів, туристичних операторів, туристичних агентів, транспортних фірм тощо. Вони можуть набувати статусу міжнародних (Міжнародна федерація туроператорів, Міжнародна асоціація авіаперевізників) або загальнонаціональних (Всеукраїнська асоціація туристичних операторів, Всеукраїнська туристична асоціація, Всеукраїнська молодіжна хостел-асоціація, Асоціація готельних об'єднань і готелів міст України) [2, с. 66—67].

З метою поглиблення співпраці між державними інституціями та громадськістю з 2006 р. працює Громадська рада при Державній службі туризму і курортів. Її діяльність має відчутний результат і може бути використана у практиці державного регулювання галузю на всіх рівнях виконавчої влади.

У 2008 р. розпочала свою діяльність Асоціація лідерів туристичного бізнесу України — новостворена громадська організація, яка об'єднала провідних фахівців української туристичної індустрії з метою вироблення альтернативних механізмів розвитку галузі та налагодження тіснішої співпраці з органами державної влади. Серед таких ініціатив можна виділити реалізацію Програми добровільної сертифікації "Знак якості Асоціації лідерів туристичного бізнесу України", яка сприятиме кращій поінформованості українських споживачів туристичних послуг про якість туристичного продукту, захист прав споживачів, встановлення партнерських взаємовідносин між кращими представниками туристичного бізнесу, владою та громадськістю.

Не можемо залишити поза увагою діяльність Громадської (кластерної) організації місцевого рівня, що

об'єднала жителів селища Гриців Хмельницької області з метою розвитку зеленого туризму. Діяльність грицівських активістів може бути прикладом успішного досягнення суспільно-значимих цілей [4].

"Лакмусовим папірцем" демократизації туристичної індустрії є діяльність засобів масової інформації. Достовірне, своєчасне, актуальне інформування суспільства про події туристичного життя в Україні та за кордоном сприяє поглибленню комунікативних зв'язків між державами та просуванню національного туристичного продукту на міжнародні ринки туристичних послуг.

Із метою координації дій представників вітчизняних мас-медіа у 2007 р. була створена Асоціація журналістів "Туристичний прес-клуб України" як дієва структура розповсюдження та отримання інформації про стан розвитку галузі. На кінець 2008 р. до їх складу входило близько 100 спеціалізованих вітчизняних газет та журналів, що опікувалися туристичною тематикою. На жаль світова економічна криза дещо скоротила кількість членів Асоціації, однак не вплинула на активність роботи вітчизняних ЗМІ. За минулий рік "Туристичний прес-клуб України" організував 11 туристичних прес-турів Україною та провів III Фестиваль туристичної журналістики.

Демократизація завжди є носієм ціннісних засад громадянського суспільства: свободи, патріотизму, національної свідомості, національної гідності, моралі тощо. Сучасний світ відкритих суспільств дозволив українцям вільно подорожувати залежно від своїх внутрішніх потреб, вподобань та можливостей. Ознайомлюючись з об'єктами вітчизняного туристичного ринку, наші співвітчизники не лише збагачують свої знання з історії, культури, географії рідного краю, а й отримують можливість ідентифікувати себе з могутньою, мудрою нацією працьовитих людей, талановитих будівників церковно-культурних споруд, визначних діячів українського етносу.

Особливо важливим на сучасному етапі державотворення є формування саме серед молодих українців ціннісних засад демократії: національної гідності, національної свідомості, патріотизму, моралі тощо. Їх втілення є можливим під час туристичних походів, екскурсій, подорожей рідним краєм, різноманітним засобом гурткової роботи, науковими роботами Малої академії наук.

За даними Всеукраїнського дослідження "Територіально-адміністративний устрій України", який у 2008 р. проводив Київський інститут проблем управління ім. Горшеніна, майже кожен четвертий українець вважає регіон, в якому він живе, непривабливим для туристів. А з тих, хто думає по-іншому, 22 відсотки найбільш цікавими для туристів вважають історичні особливості їхнього краю, 19 відсотків думають, що такий інтерес можуть викликати природа і ландшафти, 14 відсотків вказали на чистоту водойм, повітря і лісу, трохи більше — 9%

відмітили важливість лікувальних вод, грязі тощо і стільки ж відмітили культурі пам'ятки архітектури [7].

Така ситуація викликана рядом причин, серед яких відсутність належного інформування про туристичні можливості краю впливають на формування суспільної думки. Це і є результатом нашої довговечної меншовартості, вкладеної у свідомість нації сусідніми державами-імперіями.

На протипагу активним європейцям, українці проводять свій вільний час переважно пасивно і часто не прагнуть до подорожування. В даному сенсі доречно згадати турків, які саме завдяки туризму позиціонують себе як розвинену світову державу не тільки туристично, а й економічно.

## ВИСНОВКИ

Розвиток інформаційної складової вітчизняного туризму є свідченням того, що Україна підтримує світові тенденції інформатизації галузі й прагне в складних соціально-економічних умовах використовувати міжнародний досвід інформаційного забезпечення туристичної індустрії.

Такий підхід засвідчує бажання Української держави реалізувати сучасний механізм впливу внутрішніх та зовнішніх чинників демократизації на розвиток вітчизняного туризму.

Цитуючи актуальну та затребувану збірку статей, тез та виступів Оксани Пахльовської "Ave, Europa!", хочеться наголосити словами автора — сучасного науковця, письменниці, патріота: "українська нація розкидана по всьому світу, розколота на різні психологічні та культурні матерії. Ця Україна не лише не знає сама про себе, а й не має елементарної інформації про себе, про місце і форми свого буття" [11, с. 22]. На даному етапі історичного розвитку українцям потрібно побудувати дивілізований зв'язок зі світом — ефективний, системний, цілеспрямований.

Дотримуючись вказаних цілей, вітчизняному політикуму варто подбати про згуртованість та консолідацію українського суспільства задля створення європейської демократичної України засобами туристичних можливостей.

Пріоритетними завданнями на цьому шляху є:

— негайне удосконалення та приведення у відповідність до міжнародних стандартів вітчизняного законодавства в галузях туризму та інформатизації;

— використання міжнародного досвіду промоції національної туристичної держави-бренда "Україна-туристична";

— залучення іноземних інвестицій у туристичну галузь нашої країни;

— налагодження тісної співпраці між представниками влади, громадськості та туристичного бізнесу;

— використання сучасних "високих технологій туризму": інформаційності, інноваційності, розвитку;

— формування засобами туризму ціннісних засад демократизації вітчизняної туристичної індустрії.

Вирішення вищезазначених завдань дозволить покращити імідж Української держави як туристично привабливої не тільки для українців, а й представників світової спільноти та сприятиме подальшим науковим розвідкам.

## Література:

1. Бабкіна О. Демократичні детермінанти трансформації українського суспільства / О. Бабкіна // Віче <http://www.viche.info/journal/628/>.
2. Біль М. Роль неприбуткових громадських організацій у підвищенні якості туристичного продукту / М. Біль // Проблеми і перспективи розвитку отечественного внутрішнього і в'язного туризму: природна і матеріально-технічна база, економічна і соціальна ефективність: Матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції студентів, магістрантів, аспірантів і молодих учених, 6—7 мая 2008 г. — Донець, Донец. обл. гос. админ. [и др.]. — 2008. — С. 66—67.
3. Гаврилюк А.М. Демократизація управлінських засад туристичної галузі України // Новітні тенденції розвитку демократичного врядування: світовий та український досвід: Матер. наук.-практ. конф. за міжнар. участю, 30 трав. 2008 р. у 3 т. — К.: НАДУ, 2008. — Т. 2. — С. 278—279.
4. Захарін С. "...а у відповідь — тиша..." // Дзеркало тижня. — 26 квітня — 16 травня 2008 р.: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.dt.ua/>
5. Конституція України: прийнята на п'ятій сесії Верхов. Ради України, 28 черв. 1996 р.: (із змінами, внесеними згідно із Законом № 2222-IV від 08.12.2004, ВВР, 2005, № 2, ст. 44) — Х.: Фоліо, 2008. — 156 с.
6. Кифяк В.Ф. Організація туризму. — Чернівці: Книги ХХІ ст., 2008. — 344 с.
7. Миколюк О. Туризм — як засіб самооцінки // День. — 2008. — 24 жовтня. — С.1, 2.
8. Мельниченко С.В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика : монографія / [С.В. Мельниченко] Київ. нац. торг.-еко. ун-т. — К.: Київ.нац. торг.-еко. ун-т, 2008. — 493 с.
9. Основи демократії: Навч. посібн. для студентів вищ. навч. закладів / Авт. колектив: М. Бессонова, А. Колодій, О. Бірюкова, С.Бондарчук та ін.; За заг. ред. А. Колодій; М-во освіти і науки України, Академія педагогічних наук України, Укр.-канад. проект "Розбудова демократії", Ін-т вищої освіти. — Вид. 2-ге, стереотипне. — К.: Вид-во "Ай Бі", 2004. — 668 с.
10. Офіційний сайт Державного комітету туризму та курортів. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/publ.aspx?id=532>.
11. Пахльовська О. "Ave, Europa!". — К.: Університетське видавництво "ПУЛЬСАРИ", 2008. — 653 с.
12. Філіпенко І. Шукаємо красу вдома // День. — 2009. — 14 травня. — С. 6.

Стаття надійшла до редакції 04.06.2009 р.