

19. Schulz, Wanfried. Neue Medien - Chancen und Risiken. Tendenzen der Medienentwicklung und ihre Folgen, in: Aus Politik und Zeitgeschichte, B.42 97. - S. 3-12.
20. Seitel F. P. The practice of public relations / F. P. Seitel. - New York, 1992.
21. Siegele, Ludwig. Präsident im Netz, in: Die Zeit vom 29. - 1998. -Januar. - S. 4.
22. Viel Glück und harte Arbeit. Interview mit spin-doctor Klaus-Peter Schmidt-Deguella. In: Message 4 2000 // http://www.message-online.de/arch4_00/04schm-d.htm
23. Walker, Horst O. Das Presse-und Informationsamt der Bundesregierung: e. Unters. zu Fragen d.Organisation, Koordination u. Kontrolle d. Presse-u. Öffentlichkeitsarbeit d. Bundesregierung / Horst O. Walker. - Frankfurt/Main, 1982. - S. 455.

*Алла Гаврилюк,
аспірант кафедри державної політики
та управління політичними процесами НАДУ*

Туристично-інформаційні центри як чинники державного регулювання туристичної галузі України

У статті здійснюється теоретико-методологічне обґрунтування необхідності створення загальнонаціональної мережі туристично-інформаційних центрів та визначаються пріоритетні напрями її впровадження.

Ключові слова: туристично-інформаційний центр, інформаційні послуги, Концепція створення та функціонування мережі туристично-інформаційних центрів в Україні.

In the article carried out theoretiko-methodologic analeses of necessity of creation of national network tourist - informative centers and priority directions of its introduction are determined.

Key words: tourist informative center, informative services, Conception of creation and functioning of network tourist informative centers in Ukraine.

Постановка проблеми. Сучасне інформаційне суспільство вимагає адекватної реакції на потреби сьогодення, які виникають у різних сферах людської життєдіяльності. Інформація ототожнюється з найціннішим глобальним ресурсом і тому вчасне використання можливих варіантів її поширення - ознака цивілізованості та соціально-економічного розвитку держави.

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

туристично-інформаційних центрів з координаційним осередком, не впроваджена в практику загальнодержавна концепція їх функціонування та розвитку, не вирішується питання про фахову підготовку спеціалістів, здатних забезпечити роботу центрів туристичної інформації. Тому тема статті є актуальною на сучасному етапі державотворення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій засвідчує, що вивчення питання про створення туристично-інформаційних центрів є своєчасним і демонструє рівень успішного просування національного туристичного продукту. Світова практика організації та діяльності таких структур виправдовує позитивний вплив наданої туристичної інформації на динаміку туристичних потоків у певному регіоні. Серед зарубіжних науковців, які досліджують цю проблематику, - англійці Дж.Крістофер Халлоуей та Нейл Тейлор, учений-управлінець Г.В.Антюфєєв та фахівець-дослідник В.Г.Гуляєв з Росії. Українська наукова школа фахівців туристичної галузі представлена роботами Ю.В.Алексєєвої, Л.І.Давиденко, Н.І.Конищевої, Л.С.Ляхової, І.В.Ноги, Д.В.Рудь, В.Н.Шаталова та ін.

На окрему увагу заслуговує практичний посібник "Створення та діяльність туристичних інформаційних центрів в Україні", підготовлений за редакцією Вольфа Рінова, координатора спільного проекту "Створення інформаційної бази туристичної індустрії через утворення мережі туристичних інформаційних центрів", що був реалізований за фінансової підтримки Європейського Союзу. Практичне значення посібника полягає в адаптації європейського законодавства до українських реалій у процесі заснування та діяльності туристично-інформаційних центрів [10].

Загальні правові, організаційні, соціально-економічні засади реалізації державної політики в галузі туризму та, зокрема, інституційні основи створення туристично-інформаційних центрів задекларовано в Законі України "Про туризм", Програмі розбудови туристичної інфраструктури за напрямками національної мережі міжнародних транспортних коридорів та основних транспортних магістралей у 2004-2010 роках, Державній програмі розвитку туризму на 2002-2010 роки, Стратегії розвитку туризму і курортів, нормативно-правових актах, що визначають основні напрями реалізації державної політики, зокрема, у туристичній галузі під час підготовки до проведення Чемпіонату з футболу Євро-2012.

Українським інститутом підприємництва розроблена Концепція створення та функціонування мережі туристично-інформаційних центрів в Україні, яка визначає основні технології впровадження туристично-інформаційних центрів в Україні. Міністерством культури та туризму України, Державною службою туризму і курортів здійснюється підготовка проекту Типового положення про туристично-інформаційні центри та інформаційні пункти в Україні. Проблематику діяльності осередків туристичної інформації розробляють журналісти фахових туристичних видань, серед яких

"Українська туристична газета", "Новини турбізнесу", "Український туризм", "Welcome to Ukraine" та ін. Варто зазначити, що теоретичні напрацювання зарубіжних та вітчизняних науковців, публікації журналістів та фахівців туристичної галузі, у тому числі і пропонована стаття, на сучасному етапі державотворення сприятимуть здійсненню наукових узагальнень та вирішенню *не виділених раніше частин загальної проблеми*, що пов'язана зі створенням туристично-інформаційних центрів по всій Україні, удосконаленням механізмів державного регулювання галузі.

З огляду на це *мета* статті полягає в теоретико-методологічному обґрунтуванні необхідності створення загальнодержавної мережі туристично-інформаційних центрів та визначити пріоритетні напрями їх впровадження, що важливо на сучасному етапі розвитку Української держави.

Виклад основного матеріалу. Туристично-інформаційні центри є важливими структурними елементами рекламно-інформаційної інфраструктури туристичної галузі. Міжнародний досвід створення та діяльності таких осередків демонструє реальне спрямування туристичних потоків у певний регіон та збільшення фінансових надходжень до місцевих бюджетів. Необхідність створення мережі туристично-інформаційних центрів по всій Україні відображена в основних положеннях чинного законодавства, що регулює діяльність туристичної галузі.

Відповідно до п. 1 ст. 11 Закону України "Про туризм" на Кабінет Міністрів Автономної Республіки Крим, місцеві державні адміністрації в межах їх повноважень покладено відповідальність за створення інформаційних центрів [1, с. 12]. Програмою розбудови туристичної інфраструктури за напрямками національної мережі міжнародних транспортних коридорів та основних транспортних магістралей у 2004-2010 роках передбачено створення "...систем інформаційного та довідкового обслуговування туристів і суб'єктів туристичної індустрії; інформаційно-довідкового центру для обслуговування туристів, інформаційних туристичних центрів та пунктів за напрямками національної мережі міжнародних транспортних коридорів та основних транспортних магістралей" [4].

Державною програмою розвитку туризму на 2002-2010 роки, затвердженою постановою Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2002 р. № 583, визначено необхідність "створення мережі спеціалізованих центрів туристичної інформації у регіонах України" [3]. Стратегія розвитку туризму і курортів, прийнята розпорядженням Кабінету Міністрів України від 6 серпня 2008 р. № 1088-р, свідчить про недостатній розвиток вітчизняної мережі туристично-інформаційних центрів і потребує формування інформаційного простору в галузі туризму шляхом створення інтегрованої інформаційної системи та забезпечення туристам і суб'єктам туристичної діяльності доступу до інформації, формування мережі надання відповідної туристичної інформації по всій Україні [5].

Цей напрям діяльності є актуальним під час підготовки до Євро-2012, оскільки іноземці звикли користуватися швидкими та доступними засобами отримання інформації про туристичні можливості країни, в якій вони перебувають. Указом Президента України від 8 травня 2007 р. № 387/2007 "Про забезпечення підготовки та проведення в Україні фінальної частини чемпіонату Європи-2012 з футболу" схвалено план дій, що передбачає створення туристично-інформаційних центрів з метою популяризації національного туристичного продукту [2].

У цьому напрямі вжито таких заходів. Починаючи з 2003 р., в Україні першими запрацювали такі структури у м. Вилково Одеської області, в Івано-Франківську, у м. Мукачево Закарпатської та м. Жовква Львівської областей, а згодом - у Керчі, Ужгороді, Рівному, Чернігові. Розпочали свою діяльність регіональні туристично-інформаційні центри у Криму, Карпатському регіоні, на Київщині. Однак надання інформаційних послуг через ці структури у всіх областях України поки що віддалено у часі. Незадовільною залишається ситуація в м. Києві. З десяти столичних районів інформаційні послуги надає лише один туристично-інформаційний центр, заснований Шевченківською районною у м. Києві радою та державною адміністрацією.

Нестабільний розвиток української економіки справляє негативний вплив на створення туристично-інформаційних центрів, однак розроблений механізм запровадження таких структур значно полегшує втілення місцевими органами влади теоретичних напрацювань. Щоб пересвідчитись у цьому, докладно спинимось на Концепції створення та функціонування мережі туристично-інформаційних центрів в Україні, яка демонструє безпосередній зв'язок науки з практикою.

Концепція створення та функціонування мережі туристично-інформаційних центрів в Україні - документ, що визначає стратегію розвитку інформаційної складової туристичної галузі в нашій державі. Він чітко відображає потреби сьогодення, які виникли у зв'язку зі зростанням у 2007-2008 рр. потоків внутрішнього та в'їзного туризму. За офіційними даними Державної служби туризму та курортів, туристичні потоки в Україну за I півріччя 2008 р. збільшилися на 19%, тобто майже на 2 млн туристів; усього нашу країну відвідало 11,3 млн в'їзних туристів. Ці показники свідчать про збереження позитивної динаміки розвитку галузі. Протягом 9 місяців 2008 р. 5711 ліцензійних підприємств надали туристичні послуги 2,4 млн туристів, що на 17% більше ніж за відповідний період минулого року, та майже 2 млн екскурсантів, що на 17% більше ніж торік. Обсяг наданих туристичних послуг збільшився на 62% і становить у грошовому вираженні майже 6,3 млрд грн. Платежі до бюджету зросли на 25% і становлять 158 млн грн [11].

Як організаційна структура, туристично-інформаційний центр забезпечує надання інформаційних, координаційних та навчальних послуг. Першочергова функція таких осередків полягає в наданні безкоштовних інфор-

маційних послуг, що стосуються широкого спектру місць розташування об'єктів туристичного показу, засобів розміщення та харчування, дозвілля, транспорту, торговельних установ тощо. Туристично-інформаційний центр розповсюджує серед відвідувачів рекламно-інформаційну продукцію та здійснює продаж сувенірів. Координаційні функції полягають у накопиченні інформації про взаємодію установ, які задовольняють туристичні запити відвідувачів, а також сприяють презентації місцевого туристичного продукту на виставках та ярмарках. Туристично-інформаційні центри - це одночасно і навчальні осередки, оскільки вони організують проведення семінарів, тренінгів, презентацій для потенційних учасників ринку туристичних послуг у певному регіоні. Запропонована організаційна структура туристичних інформаційних осередків здатна впливати на інформаційне забезпечення державного регулювання та управління туризмом у місті, регіоні, оскільки вони продукує постійне оновлення нормативно-правової та інформаційно-аналітичної бази [7-9].

Діяльність туристично-інформаційних центрів буде ефективною у разі врахування ось чого:

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

2. Завдяки створенню туристично-інформаційних центрів у великих містах, містах-мільйонниках, поблизу об'єктів туристичного показу національного значення поступово формується локальна мережа регіонального рівня.

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

4. Зовнішній вигляд туристично-інформаційних центрів має відповідати міжнародним стандартам корпоративної уніфікації (ідентичності): наявність розпізнавального знаку "i" (information), розміщення на першому поверсі будівлі або в окремій споруді.

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

6. Туристично-інформаційний центр забезпечуватиме державне регулювання галузі шляхом використання місцевих туристичних об'єктів для організації та здійснення туристично-екскурсійного обслуговування.

Організаційно-правова форма туристично-інформаційних центрів визначається засновниками відповідно до чинного законодавства і може бути визначена, як: комунальне підприємство, що діє на основі комунальної власності територіальної громади, утворене органами місцевого самоврядування (на базі об'єднання майна різних форм власності) та контролюється ним; підприємство, засноване на змішаній формі власності; приватне підприємство, що діє на основі приватної власності громадян чи суб'єкта господарювання (юридичної особи) [6, с. 8; 7, с. 21]. Слушною є думка Н.І. Конищевої, О.І. Орленка, І.В. Ноги, Д.В. Рудь, В.Н. Шаталова щодо доцільності створення туристично-інформаційних центрів у вигляді комунальних підприємств, а також підприємств змішаної форми власності. Ця функція має покладатися на місцеві органи влади.

Важливою складовою діяльності туристично-інформаційного центру є розробка механізму надходження коштів на його утримання. У фінансовому плані необхідно врахувати можливості надходження коштів: з державного/місцевого бюджету, донорських організацій, фондів, що надають гранти в цій сфері, від зацікавлених підприємств туристичної галузі. Зазвичай у разі ефективної діяльності вже через три роки центр здатний вийти на рівень самофінансування. Враховуючи, що створення туристично-інформаційних центрів є одним із стратегічних напрямів діяльності органів виконавчої влади в галузі туризму, важливо дотримуватись технології організації та функціонування таких інституцій (див. таблицю). Вона передбачає етапи: підготовчий, налагодження діяльності, сталого розвитку.

За умов дотримання основних етапів технологічного процесу як головних стратегічних кроків важливо забезпечити в Україні створення мережі туристично-інформаційних центрів. Вони передбачають: узагальнення міжнародного досвіду з урахуванням вітчизняних особливостей розвитку туристичної галузі; моніторинг місцевих об'єктів туристичної інфраструктури, туристично-рекреаційних ресурсів та визначення ефективності їх використання; інвентаризація туристично-інформаційних центрів (визначення їх дієздатності, розміщення, охоплення території з метою надання державної підтримки та включення їх до єдиної мережі, що створюється).

Розробка науково-методичної та нормативно-правової бази функціонування туристично-інформаційних центрів забезпечить горизонтальні та вертикальні зв'язки у мережі. Фінансову та організаційну підтримку мають надати Міністерство культури та туризму України, Державна служба туризму та курортів та інші зацікавлені установи. Діяльність мережі має підтримуватись за умов використання сучасних інформаційних та комунікаційних технологій: створення центрального інформаційно-довідкового центру з питань обслуговування туристів та формування єдиної мережі, веб-порталу, які включатимуть автоматизовану базу даних туристично-інформацій-

них центрів; проведення широкої рекламної кампанії в регіонах країни та за кордоном.

Технологія створення туристично-інформаційного центру

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

Діяльність осередків туристичної інформації має спрямовуватись на підбір та підготовку кадрів, тісний взаємозв'язок з навчальними закладами туристичного профілю, розробку, закріплення функціональних обов'язків за працівниками та проведення семінарів і тренінгів.

Таким чином, аналіз теоретико-методологічних засад організації та функціонування туристично-інформаційних центрів в Україні підтверджує важливість створення функціональної мережі осередків надання туристичної інформації по всій Україні як одне із стратегічних завдань, що постало перед державними інституціями та бізнесовими структурами української туристичної галузі в сучасних умовах.

Висновки і перспективи подальших розвідок. Створення загальнонаціональної мережі туристично-інформаційних центрів в Україні - перспективний і необхідний напрям реалізації державної політики в галузі туризму. Орієнтиром для її впровадження слугує підготовка до проведення Чемпіонату з футболу Євро-2012 та підняття на якісно новий рівень розвитку галузь туризму.

Туристично-інформаційні центри як структури мають функціонувати на всіх рівнях виконавчої влади, що дасть змогу об'єднати їх у місцеву ло-

кальну, регіональну, і як результат - у загальнонаціональну мережу надання якісних інформаційних послуг стосовно туристичних можливостей України. Активізація туристичної діяльності сприятиме наповненню місцевих бюджетів додатковими коштами за рахунок збільшення потоків внутрішнього та в'їзного туризму, підвищенню якості і рівня туристично-екскурсійного обслуговування, позитивно впливатиме на формування туристичного іміджу певної території.

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

Список використаних джерел

1. Про туризм : [закон України: офіц. текст за станом на 10 трав. 2005 року]. - К. : Парлам. вид-во, 2005. - С. 3.
2. Про забезпечення підготовки та проведення в Україні фінальної частини чемпіонату Європи 2012 з футболу : Указ Президента України від 8 трав. 2007 р. № 387/2007. - Режим доступу : <http://www.president.gov.ua>
3. Державна програма розвитку туризму на 2002-2010 роки : Постанова Кабінету Міністрів України від 29 квіт. 2002 р. № 83. - Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua>
4. Про затвердження Програми розбудови туристичної інфраструктури за напрямками національної мережі міжнародних транспортних коридорів та основних транспортних магістралей у 2004-2010 роках : Постанова Кабінету Міністрів України від 12 трав. 2004 р. № 612. - Режим доступу : <http://www.gdo.kiev.ua/files/db.php?st=2041&god=2008>
5. Стратегія розвитку туризму і курортів : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 6 серп. 2008 р. № 1088-р. - Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua>
6. Коніщева Н. Й. Пропозиції щодо створення міських інформаційних туристичних центрів / Н. Й. Коніщева, Д. В. Рудь // Наукові і практичні проблеми створення і функціонування туристичних центрів і тематичних парків: V міжнар. наук.-практ. конф., 27-28 трав. 2005 р. : тези допов. - Донецьк : [б.в.], 2005. - С. 148-151.
7. Орленко О. І. Як створити життєздатний ТПЦ або Етапи великого шляху : О. І. Орленко // Новості турбізнеса. - 2007. - № 13-14. - С. 20-22.
8. Орленко О. І. Як створити життєздатний ТПЦ або Етапи великого шляху : О. І. Орленко // Новості турбізнеса. - 2007. - № 15. - С. 16-18.
9. Орленко О. І. ТПЦ : подорожі з відкритими очима / О. І. Орленко // Новості турбізнеса. - 2007. - № 18. - С. 35-37.

10. Створення та діяльність туристичних інформаційних центрів в Україні : практич. посіб. / за ред. Вольфа Р. - К. : [б.в.], 2006. - 176 с.

11. Офіційний сайт Державної служби туризму та курортів . - Режим доступу : <http://www.tourism.gov.ua/publ.aspx?id=532>

Юлія Киричук,
здобувач ДРІДУ НАДУ

Показник доступності житла як основний критерій ефективності державної житлової політики

У статті з позицій формування державно-управлінського механізму аналізується сутність та зміст понять "доступне житло", "показник доступності житла" (ПДЖ). Досліджено і виокремлено ознаки доступного житла, розраховано ПДЖ по регіонах України, визначено динаміку його зміни. Розглянута можливість використання ПДЖ для визначення ефективності державної житлової політики щодо забезпечення житлом громадян України.

Ключові слова: державна житлова політика, доступне житло, показник доступності житла.

The article analyzes the essence and concept content "accessible habitation" and "index of habitation availability" (IHA) from the point of view of the state - administrative mechanism formation. It analyzes and marks out the signs of accessible habitation, executes the calculation of IHA in the regions of Ukraine, determines the dynamics of its change. It considers the possibility of the IHA use while determination of the public housing policies efficiency on housing of citizens of Ukraine.

Key words: public housing policies, accessible habitation, index of habitation availability.

Постановка проблеми. Передумовою соціальної та економічної стабільності країни, важливим показником підвищення якості життя населення та результативності державної житлової політики є можливість покращання житлових умов. Саме тому вирішення житлової проблеми громадян є одним із пріоритетів державної політики в Україні.

Наразі відсутність реальних можливостей щодо забезпечення власної потреби проживання в комфортних умовах не сприяють повноцінному та гармонійному розвитку особистості, стримують демографічну активність населення, загострюють соціальне напруження в суспільстві, і, як наслідок, призводить до уповільнення економічного розвитку країни.

За даними американської незалежної консалтингової агенції "Legatum Institute" [16], Україна отримала 68-му позицію в рейтингу щодо темпів економічного розвитку і якості життя серед 104 країн світу. Одним із чинників, що погіршує загальний показник, є, безперечно, забезпечення громадян