

**Анатолій Матвієнко,**

здобувач кафедри документознавства Державної академії керівних кадрів культури і мистецтв

## **ЕЛЕКТРОННІ РЕСУРСИ ДЕРЖАВНИХ ОБЛАСНИХ ОРГАНІВ ВИКОНАВЧОЇ ВЛАДИ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ В СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ КОМУНІКАЦІЙ**

У статті проаналізовано існуючі електронні ресурси державних обласних органів виконавчої влади в галузі туризму, Державної служби туризму і курортів, розглянуто питання побудови якісного туристичного веб-ресурсу та структури документально-інформаційного забезпечення сайту.

*Ключові слова:* веб-ресурси туризму, інформаційно-документальна система, документальні ресурси туризму, туристична галузь.

Засади формування, структура, функції веб-сайтів обласних державних адміністрацій (далі – ОДА) як документально-інформаційних систем, спрямованих на вдосконалення якості та результативності діяльності цих органів, інформаційна відкритість, розвиток демократичних засад суспільства розглядалися в сучасних дослідженнях документознавців. Узагальнюючою працею щодо сайтів стала кандидатська дисертація Л. А. Чекмарьової «Веб-сайт обласної державної адміністрації України як документально-інформаційна система: засади функціонування, структура, зміст» та ряд статей, пов'язаних з веб-сайтам як документальними системами [1], деякі загальні аспекти питання розглядалися Я. О. Чепуренко [2] «Навчальна дисципліна «Інформаційні ресурси органів державної влади» в системі підготовки документознавців» та С. Г. Кулешовим «Документаційні ресурси інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень у місцевому органі державної влади» [3]. Документально-інформаційне наповнення електронних ресурсів державних обласних органів виконавчої влади в галузі туризму та перспективи їх розвитку стали об'єктом спеціального документознавчого дослідження.

Декілька років тому в Україні ОДА почали формувати свої сайти з туристичними розділами, оскільки розвиток туризму як сфери суспільної діяльності органічно пов'язаний із широкими можливостями Інтернету у сфері соціально-культурного сервісу і містить багато напрямів:

– отримання доступу до використання сучасних систем комунікації, у тому числі електронної пошти, цифрового телефонного зв'язку тощо, що істотно знижує витрати туристичних підприємств на ведення переговорів, ділового листування, управління поштою тощо;

– отримання різних довідкових даних, зокрема щодо країн, тарифів, цін, прогнозів погоди в різних точках світу тощо в режимі реального часу, що сприяє формуванню якісного турпродукту;

– отримання доступу до глобальних систем бронювання та резервування;

– можливість формування нових маркетингових каналів розвитку туристичних послуг, зокрема створення власних сайтів фірм, віртуальних туристичних офісів, електронна комерція та ін.

Усе це забезпечує формування єдиного інформаційного туристичного простору, що дає змогу працювати на рівні сучасних міжнародних стандартів і технологій у сфері туристичного і готельного бізнесу [4].

Проект закону України «Про туризм (щодо інформаційного забезпечення туристичної індустрії)» [5] пропонує доповнити функції держави з регулювання у сфері туризму завданнями з інформаційного забезпечення вітчизняної туристичної галузі й формування іміджу України як туристично привабливої країни. Закон пропонується доповнити новою статтею 6.1 «Напрями державної підтримки інформаційного забезпечення туристичної індустрії», яка передбачає формування мережі туристичних інформаційних центрів, створення банку даних туристичних ресурсів і туристичних продуктів України, використання маркетингових інструментів рекламування національного туристичного продукту в Україні і у світі, позиціонування і розвиток туристичного бренду України. Отже, проблеми організації якісних туристичних ресурсів мережі Інтернет є нагальними та актуальними.

Сайт може ефективно функціонувати й розвиватися лише за умов врахування всіх основних критеріїв ефективності і якості під час його проектування і розробки. На відміну від традиційних інформаційних систем (орієнтованих на використання у внутрішніх інформаційних середовищах) сайти не можуть орієнтуватися лише на технічні критерії якості, надійності та ефективності. Важливими також є естетичні, психологічні критерії. Завданням розроблення сучасного веб-ресурсу, особливо рекламного та комерційного спрямування, є насамперед аналіз та дослідження таких двох основних аспектів: вивчення загальних підходів до створення якісних сайтів та виявлення специфічних критеріїв для конкретної галузі бізнесу, особливостей інформаційного контенту сфери знань, характеру цільової аудиторії інформаційного продукту.

Наше дослідження буде спрямоване на детальний огляд та виявлення цих основних критеріїв.

Вимоги щодо створення повноцінного сайту державного органу управління туризмом значно відрізняються від вимог до сайту окремої туристичної фірми або організації. Такий інформаційний ресурс має бути надбудовою над окремими сайтами туристичного регіону, надавати комплексну інформацію про туристичні продукти й послуги, відображати концепцію постачальників туристичних послуг у межах цілого регіону. Інформаційний ресурс, який виступає інтегрованим представником цілої групи постачальників послуг, об'єднаних спільними інтересами й проблемами, орієнтований на певну категорію користувачів, прийнято називати «порталом» [6]. Регіональний туристичний портал має виступати в інформаційному просторі регіону як провідник та пропагандист певної туристичної політики, має бути орієнтований як на відслідковування інтересів виробників туристичних послуг, так і бути зорієнтованим на задоволення потреб споживачів туристичного продукту. Крім особливостей контенту порталу є також певні технологічні вимоги до організації інформаційних ресурсів: засоби інтеграції інформації, розвинуті навігаційні та пошукові інструменти, наявність рейтингів та оцінок, зворотній зв'язок з клієнтом, новини.

Наступним етапом побудови якісного туристичного веб-ресурсу має бути визначення структури документально-інформаційного забезпечення сайту. Будувати таку структуру можна тільки з орієнтацією в першу чергу на користувача – споживача туристичного продукту. Інформацію, подану на сайті постачальника туристичних послуг, умовно можна поділити на дві великі групи – інформація про виробника (*виконавця, продавця*) та інформація про товари (*продукти, роботи, послуги*). Згідно зі ст. 4 Закону України «Про захист прав споживачів» [7], споживач (у даному випадку – турист) має право вимагати надання необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про продукцію, її кількість, якість, асортимент, а також про її виробника (виконавця, продавця). Як наслідок, необхідними елементами головної сторінки сайту мають бути блоки: **«загальна інформація»** (назва підприємства, відповідальні особи, адреси, телефони, контактна інформація, режим роботи, характеристика основних туристичних сервісів) та **«продукти і послуги»** (бажано реалізовані у вигляді каталогу або електронного магазину).

Якісний туристичний веб-ресурс має містити інформацію, яку умовно можна об'єднати в блок **«туристичний потенціал»**: туристичний профіль регіону, рекреаційний потенціал (розташування, інтерактивна карта, особливості клімату, прогноз погоди, природничо-рек-

реаційні ресурси, історико-культурні ресурси, туристичний довідник), туристична інфраструктура регіону (транспорт, житло, харчування, медичне обслуговування, страхування, особливі умови перебування, екскурсії, туристичні маршрути, тури, додаткові туристичні послуги), каталог туристичних фірм регіону (бажано з розширеними можливостями пошуку та навігації, тематичними добірками, можливістю оцінювання та ранжування за рейтингом).

Вимоги сучасного глобального інформаційного простору зорієнтовані на можливість участі користувача у формуванні контенту інформаційного ресурсу. Отже, регіональний туристичний портал має надавати можливості корпоративної взаємодії та зворотного зв'язку з клієнтами. На порталі обов'язково будуть представлені такі інформаційні блоки: «**новини**» (реалізовані на інтерактивній новинній платформі, яка дає змогу організувати корпоративну взаємодію), «**контакти**» (можливість надіслати електронного листа, гостьова книга з враженнями користувачів від наданих туристичних послуг та відгуками щодо їх постачальників, нормативно-правова онлайн-консультація, авторизований професійний форум фахівців туристичного бізнесу з обміном досвідом та актуальною інформацією).

Стосовно сайтів державних органів управління туризмом загальнодержавного, регіонального або місцевого рівня, додатково до категорії користувачів-туристів, споживачами інформації будуть самі виробники і постачальники туристичного продукту: туристичні фірми, туроператори і турагентства. Особливим інформаційним елементом, що буде цікавити цю категорію споживачів, будуть нормативно-правові документи, необхідні для ведення та керування туристичним бізнесом. Наявність такої категорії документально-інформаційного забезпечення туристичної галузі є необхідною структурною одиницею туристичного веб-ресурсу: закони України, укази Президента України, постанови Верховної Ради України, постанови Кабінету Міністрів України, розпорядження Кабінету Міністрів України, нормативні акти органів виконавчої влади, національні стандарти, міждержавні стандарти, законодавчі акти щодо захисту прав, страхування і безпеки туристів, типові ліцензійні угоди та договори. Отже, необхідним структурним елементом сайту державних органів управління туризмом має бути блок «**нормативно-правові документи**».

На основі проведеного аналізу та визначення необхідних структурних елементів можна запропонувати структуру сучасного порталу державного органу управління туризмом (див. табл. 1).

Основні структурні блоки головної сторінки офіційного  
регіонального туристичного порталу

Назва блоку	Документально-інформаційне наповнення
<b>Загальна інформація</b>	Інформація про установу або проект, відповідальні особи, адреси, телефони, контактна інформація, режим роботи, концепція туристичної політики регіону.
<b>Продукти і послуги</b>	Інтерактивний каталог продуктів і послуг з посиланнями на туристичні фірми-постачальники, елементи корпоративної електронної комерції з можливістю онлайн-замовлення та оформлення послуг через портал, каталог туристичних фірм регіону (бажано з розширеними можливостями пошуку та навігації, тематичними підбірками, можливістю оцінювання та ранжування за рейтингом).
<b>Туристичний потенціал</b>	Туристичний профіль регіону (багатопрофільний, гірсько-спортивний, екскурсійно-туристичний, лікувально-оздоровчий, мисливсько-рибальський, туристично-оздоровчий); рекреаційний потенціал (розташування, інтерактивна карта, особливості клімату, прогноз погоди, природничо-рекреаційні ресурси, історико-культурні ресурси, туристичний довідник-путівник); туристична інфраструктура регіону (транспорт, житло, харчування, медичне обслуговування, страхування, особливі умови перебування, екскурсії, туристичні маршрути, тури, додаткові туристичні послуги).
<b>Новини</b>	Інтерактивна новинна платформа, яка дає змогу організувати корпоративну взаємодію. Наявність можливості розміщення рекламної інформації, мультимедійних презентаційних матеріалів, засоби візуалізації та фотогалереї.
<b>Контакти</b>	Електронна пошта, гостьова книга із враженнями користувачів від наданих туристичних послуг та відгуками щодо їх постачальників, нормативно-правова онлайн-консультація, авторизований професійний форум фахівців туристичного бізнесу з обміном досвіду та актуальною інформацією.
<b>Нормативно-правові документи</b>	Закони України, укази Президента України, постанови Верховної Ради України, постанови Кабінету Міністрів України, розпорядження Кабінету Міністрів України, нормативні акти органів виконавчої влади, національні стандарти, міждержавні стандарти, законодавчі акти щодо захисту прав, страхування і безпеки туристів, типові ліцензійні угоди та договори.

Таблиця 2

## Аналіз туристичних порталів обласної державної адміністрації України

№ з/п	Регіон	Назва установи	Інтернет-адреса	Елементи	PR	ТІЦ
	Автономна Республіка Крим	Міністерство курортів та туризму АР Крим	Офіційний туристичний сайт Криму <a href="http://www.tourism.crimea.ua/">http://www.tourism.crimea.ua/</a>	1, 2, 3, 4	5	400
	Вінницька область		<a href="http://www.vincult.org.ua/">http://www.vincult.org.ua/</a>	1, 2, 5, 6	3	10
	Волинська область		<a href="http://www.cult.voladm.gov.ua/">http://www.cult.voladm.gov.ua/</a>	1, 3, 4, 6	6	700
	Донецька область		Культура Донецчини <a href="http://doncult.com/">http://doncult.com/</a>	1, 2, 3, 4, 6	6	10
	Житомирська область	Управління культури і туризму	<a href="http://www.ukt.zhitomir-region.gov.ua/">http://www.ukt.zhitomir-region.gov.ua/</a>	1, 2, 3, 4, 5, 6	5	650
	Закарпатська область		Інформація на сайті ОДА <a href="http://www.sarpathia.gov.ua/">http://www.sarpathia.gov.ua/</a>	1, 3	6	190
	Запорізька область		Край козацької звитяги <a href="http://zotic.zp.ua/">http://zotic.zp.ua/</a>	1, 2, 3, 4, 6	2	20
	Івано-Франківська область		Інформація на сайті ОДА <a href="http://www.if.gov.ua/">http://www.if.gov.ua/</a>	1, 2, 3, 6	5	220
	Київська область	Відділ з питань туризму та охорони пам'яток культурної спадщини	Інформація на сайті ОДА <a href="http://www.kmrv.gov.ua/">http://www.kmrv.gov.ua</a>	1, 4	6	1500

Продовження табл. 2

№ з/п	Регіон	Назва установи	Інтернет-адреса	Елементи	PR	ТЩ
	Кіровоградська область	Відділ охорони культурної спадщини, туризму і курортів	<a href="http://www.kultura.kr.ua">http://www.kultura.kr.ua</a>	1, 2, 4, 5, 6	4	0
	Луганська область		Інформація на сайті ОДА <a href="http://www.loga.gov.ua/">http://www.loga.gov.ua/</a>	1, 4	5	250
	Львівська область	Управління культури і туризму	Мандрюю Львівщиною <a href="http://www.lviv-land.com.ua/">http://www.lviv-land.com.ua/</a>	1, 2, 3, 4, 5	4	0
	Миколаївська область		Інформація на сайті ОДА <a href="http://www.oga.mk.ua/">http://www.oga.mk.ua/</a>	1, 3, 6	5	180
	Одеська область		<a href="http://culture.odessa.gov.ua/">http://culture.odessa.gov.ua/</a>	1, 2, 3, 6	-	-
	Полтавська область	Відділ з питань туризму і курортів	Полтавщина туристична <a href="http://poltava-tour.gov.ua">http://poltava-tour.gov.ua</a>	1, 2, 3	3	10

Закінчення табл. 2

№ з/п	Регіон	Назва установи	Інтернет-адреса	Елементи	PR	ТПЦ
	Рівненська область		-	-	-	-
	Сумська область	Управління культури і туризму	Інформація на сайті ОДА <a href="http://www.state-gov.sumu.ua/">http://www.state-gov.sumu.ua/</a>	1	5	240
	Тернопільська область		Тернопільщина туристична <a href="http://www.tetnofour.com.ua/">http://www.tetnofour.com.ua/</a>	1, 2, 3, 4, 6	3	30
	Харківська область		Культурна столиця <a href="http://culture.kharkov.ua/">http://culture.kharkov.ua/</a>	1, 2, 4, 6	1	10
	Херсонська область		<a href="http://uct.artkavun.kherson.ua/">http://uct.artkavun.kherson.ua/</a>	1, 2, 3, 6	4	110
	Хмельницька область	Управління культури, туризму і курортів	Інформація на сайті ОДА <a href="http://adm.km.ua/">http://adm.km.ua/</a>	1	5	170
	Черкаська область	Управління культури і туризму	<a href="http://cultura.at.ua/">http://cultura.at.ua/</a>	1, 3, 4, 5	1	0
	Чернівецька область	Відділ з питань туризму	Буковина туристична <a href="http://buktour.cv.ua/">http://buktour.cv.ua/</a>	1, 2, 3, 4, 6	2	0
	Чернігівська область	Головне управління культури і туризму	<a href="http://cult.gov.ua/">http://cult.gov.ua/</a>	1, 2, 3, 4, 5, 6	3	70



Проаналізуємо більш детально сучасний стан сайтів державних органів управління туризмом на загальнодержавному та регіональному рівнях з точки зору наявності на туристичних порталах необхідних структурних елементів та визначимо формальні показники популярності сайтів відповідно до рейтингів найбільш популярних вебметричних показників Google PageRank та Яндекс ТІЦ [6].

Органами державної виконавчої влади в галузі туризму є: 1) Міністерство культури і туризму України (МКТ); 2) Державна служба туризму і курортів (Держтуризмкурортів). Вона є урядовим органом державного управління, який діє в складі Міністерства культури й туризму України і йому підпорядковується [7].

Під час нашого дослідження зупинимось на аналізі сайтів, що входять до переліку регіональної структури органів державного регулювання туристичної галузі України, відповідно до інформації офіційного сайту Держтуризмкурортів.

Рейтинг туристичних сайтів у пошукових системах буде встановлюватись за даними аналізатора сайтів CY-PR.com [11], що надає їх комплексну оцінку. Ми будемо використовувати для оцінки сайтів два найбільш популярних показника Google PageRank (індекс цитування за 10-бальною логарифмічною шкалою Google) та Яндекс ТІЦ (тематичний індекс цитування). Необхідно зазначити, що максимальне значення індексу цитування PageRank (10) мають лише кілька десятків сайтів мережі Інтернет.

Проведений аналіз інформації щодо туристичних порталів (див. табл. 2) регіональних органів виконавчої влади показує те, що лише в 16 (66 %) регіонах управління культури і туризму обласних державних адміністрацій (ОДА) мають власні інтернет-проекти. У таких областях, як Закарпатська, Івано-Франківська, Київська, Луганська, Миколаївська, Сумська, Хмельницька, – це просто інформація про управління та туристичну галузь області на сайті ОДА. На сайті ОДА Рівненської області не має такої інформації взагалі. Лише два проекти Житомирської та Чернігівської області мають всі необхідні елементи туристичного portalу. Лише чверть обласних туристичних порталів мають інтерактивні засоби зворотного зв'язку з клієнтом (гостьову книгу, форум, блог). Більше половини сайтів (60 %) містять бібліотеку законодавчих актів або посилання на повні тексти нормативно-правових документів. Приблизно половина проектів розміщує на своїх сторінках новини. Чверть із розміщених інтернет-проектів має оригінальні, привабливі для клієнтів власні назви: «Буковина туристична», «Культурна столиця», «Тернопільщина туристична», «Полтавщина туристична»,

«Мандрюю Львівщиною», «Культура Донеччини». Лише 60 % сайтів містять інформацію про асортимент туристичних продуктів і послуг, туристичний потенціал регіону, і не завжди присутні на сайтах обидва з цих інформаційних блоків.

Приємно вражає асортиментом сучасних інформаційних послуг портал управління культури і туризму Чернігівської ОДА. На сторінках інформаційного ресурсу наявна інформація про туристично-рекреаційні ресурси Чернігівщини, розміщено туристичний флеш-путьник, інтерактивна карта Чернігівської області, погода в області, сформована туристична бібліотека (законодавчі, нормативно-правові акти, інформація для туристів, доповіді, плани, програми), працює форум «Чернігівщина туристична», можна переглянути фотоальбоми й тематичні фотогалереї, онлайн-трансляція канал облдержадміністрації «Культурний простір», увазі користувачів пропонуються онлайн-розваги, зворотний зв'язок, гостьова книга та віртуальна вітальня, замовлення на відпочинок.

Привабливий інтерфейс, елементи електронної комерції та добре розвинутий каталог туристичних підприємств, туристичних продуктів і послуг демонструє «Офіційний туристичний сайт Криму» Міністерства курортів та туризму АР Крим.

Стандартні формальні вебметричні показники PR і ТІЦ демонструють досить низьку популярність офіційних туристичних веб-порталів, відсутність на них інформації російською та англійською мовами, які могли б привабити іноземних клієнтів.

Підсумком проведеного дослідження може бути висновок про те, що в розробників офіційних туристичних інтернет-проектів відсутні єдині підходи до упорядкування і документально-інформаційного наповнення туристичних сайтів. Закладені в цій статті основні концептуальні підходи до формування контенту офіційного туристичного порталу можуть бути основою для вироблення узгоджених стандартів для здійснення перспективних та привабливих інтернет-проектів регіональних органів виконавчої влади в галузі туризму. Закладення таких стандартів буде сприяти прогресивному розвитку туристичної галузі України та покращенню її іміджу як туристично привабливої держави.

Список використаних джерел

1. *Чекмарьова Л. А.* Веб-сайт обласної державної адміністрації України як документально-інформаційна система: засади функціонування, структура, зміст : дис. ... канд. іст. н. / Л. А. Чекмарьова. – К., 2008. – 213 с.

2. *Чепуренко Я. О.* Організація доступу до інформаційних ресурсів органів державної влади: законодавчі аспекти / Я. О. Чепуренко // Документознавство. Бібліотекознавство. Інформаційна діяльність: проблеми науки, освіти, практики: матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 17–18 травня 2005 р. : Ч. I / Державна академія керівних кадрів культури і мистецтв / М. С. Слободяник (голов. ред.) – К. : ДАКККіМ, 2005. – С. 12–15.

3. *Кулешов С. Г.* Документаційні ресурси інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень у місцевому органі державної влади / С. Г. Кулешов // Рукописна та книжкова спадщина України. – К., 2005. – Вип. 10. – С. 302–310.

4. *Морозов М. А.* Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника : учебник / М. А. Морозов. – К. : Академия, 2004. – 240 с.

5. Про туризм (щодо інформаційного забезпечення туристичної індустрії): проект закону України : № 6536 від 16.06.2010 [Електронний ресурс] // Відом. Верховної Ради України: веб-сайт. – Електрон. дані та програм. – Режим доступу: [http://gska2.rada.gov.ua/pls/zweb\\_n/webpr-goc4\\_1?id=&pf3511=38009](http://gska2.rada.gov.ua/pls/zweb_n/webpr-goc4_1?id=&pf3511=38009). – Назва з екрана.

6. *Ардашов П. В.* Методи побудови ефективних WWW систем / П. В. Ардашов // Складні системи і процеси. – 2007. – № 1. – С. 90–101.

7. Про захист прав споживачів: Закон України № 3161–IV від 1 грудня 2005 р. [Електронний ресурс] // Верховна Рада України : веб-сайт. – Електрон. дані та програм. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1023-12>. – Назва з екрана.

8. Державна служба туризму і курортів (Держтуризмкурортів) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/>. – Назва з екрана.

9. *Пуцентейло П. Р.* Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навч. посібник / П. Р. Пуцентейло. – К. : ЦУЛ, 2007. – 300 с.

10. Рекомендации / под ред. раб. группы проекта MINERVA ЕС «Качество, доступность и удобство работы» ; издание на русском языке подготовлено Центром ПИК ; пер. Е. Малявская ; ред. пер.: Н. Браккер, Л. Куйбышев. – М. : MINERVA ЕС Project 2008. – 201 с.

11. CY-PR.com : сервис анализа сайтов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cy-pr.com/>. – Загл. с экрана.