

Післямова до Національної експозиції «Україна туристична»

Висновки, як кажуть: робити - ніколи не пізно. Головне їх - зробити взагалі. А ще важливо - подивитись на усе що робиш - з не свого боку. Звичайно, що й думки соратників, з якими вдалось реалізувати задумане - вартують на коментар. Однак, таких практично - не було, бо розумію так, що всі сили - були віддані справі, за що крім великої подяки - сказати їм нічого...

Натомість, після офіційного Звіту - «чешуться» власні думки, про що не годиться писати ніде, крім у своєрідному... есе, за яке й сів, після того, як вийшов, так-би мовити «з процесу» та трохи «охолов»! Відчув що саме так і сталося - тому й пишу...

Спочатку була ідея, потім слово, а вже відтак - дія

Сказати, що ідея участі представників туристичної сфери у Міжнародних туристичних виставках GO та REGIONTOUR, особливо, коли такі виставки проходить вже чверть століття, нова - збрехати: і собі і людям. Ба, більше. Ще у 2006 році на цих виставках - було презентовано закарпатське місто - Свалява, як побратим чеського містечка Жідлоховіце, а представників з міста Харкова - кілька років поспіль, можна «побачити» у павільйоні чеського міста-побратима Брно.

Однак, презентація туристичних можливостей країни, як окремого павільйону національної експозиції «Україна туристична», наскільки б така назва була не до вподоби чиновникам (починаючи від відділу туризму та курортів Мінекономрозвитку та торгівлі України й закінчуючи Посольством України у Чеській Республіці, швидше за все - не без «вказівок» з боку МЗС України) - відбулась вперше! Тобто, «потуги», як висловився в ході організації національної експозиції - один начальник туризму та курортів, таки вартували тих зусиль, які доклали до реалізації задуманого: ініціатори, активісти, організатори, волонтери, спонсори.

Натомість, як виявилось, пізніше - були українці, які не тільки давно «мріяли» й «хотіли», саме такого формату туристичної презентації України, але й... першими подали таку ідею, яка як виявилось - була успішно реалізована Організаційним комітетом, однак, чомусь при пасивності самих ініціаторів. Однак, це тема іншої розмови...

Так чи інакше, виставкам GO та REGIONTOUR, все ж передувала проста ідея - не просто спостерігати чергову «відсутність України на міжнародному заході», про що два десятки років констатували ЗМІ, але все ж таки спробувати долучити першу до презентації туристичних можливостей у Європі, хоч сказати, що це було легко зробити - буде неправда.

Починав з українських чиновників, хоч і не надіявся на допомогу від держави, особливо - з урахуванням втрати Криму та війни на Сході України. Однак, формально, про наміри повідомив письмово, а на відсутність відповідей по більшості своїх звернень, на яку чиновники мали більше півроку часу - махнув рукою. Адже проголосити проєвропейський вибір та йти ним - велика різниця. Більше того, маючи досвід з організації Book World Prague - 2015, ніяк не тішив себе надіями, що «цього разу буде краще». Просто, помінялись політики й чиновники з, наприклад: Комітету Верховної Ради України з питань культури та духовності на Комітет Верховної Ради України з питань сім'ї, молодіжної політики, спорту та туризму, або з Міністерства культури України на Міністерство економічного розвитку та торгівлі України. Однак, результату - ніякого, бо коли великим: дядькові чи тітці від влади у Київ - пише простий українець з Чехії, практично з кухні, то перші, просто переконані - нічого подібного зробити неможливо, адже - «нема коштів», «виставки за кошти Держбюджету - заборонено», «в країні війна» і т.д. Аналогічне відчуття було й після візиту до місцевих дипломатів, які ймовірно вирішили, що ходоки-ініціатори: «швидше за все побрикаються - й заспокояться» (адже не багато поробиш без грошей).

Натомість, здивували, потенційно зацікавлені суб'єкти господарської діяльності з України, як-то: туристичні компанії та агентства, турбази та садиби, курорти та санаторії, музеї та замки, власники готелів, ресторанів тощо, які однак - ніяк не реагували на низку листів на свою адресу, саме - щодо участі у міжнародних туристичних виставках (хоч зацікавленість була, а окремі ніби й погодились на участь у виставках, бодай заочно).

Тим не менше, як відомо: «очі бояться, а руки роблять», що й було взято мною за основу. А ще, мушу визнати - таки вдалось зіграти на здорових амбіціях більшості дійових осіб виставок!

Організаційний Комітет, як інструмент переводу ідей та слів у практичну площину

Для вирішення конкретного питання чи виконання якогось важливого завдання - найкраще організуватись та створити постійно діючий орган, в який доцільно зібрати односторонній та тягнути, як кажуть - в одному напрямку. Адже, організувати підготовку та проведення 4-х денної виставки у Європі, за участі українських учасників - це дещо інше, ніж організувати кількогодінний концерт, об'явами про які, буквально рясніють афіші, мережа Інтернету та навіть сайт Посольства України, де також - роздають рекламні запрошення (ніби вони філіал каси з продажу квитків)!

Складається враження, що всі артисти України, полишивши фінансово слабу та розбиту війною, неньку-державу - подались гастролювати Європою, буквально, «в пошуках» грошовитих земляків. Шкода, правда, що ніхто, включаючи й десятки організаторів-українців, які стали промоутерами талантів з України - не аналізують кількість... напівпорожніх залів на таких та відмінених концертах й аналогічних заходів, які анульовано, через накладки (нерідко, через заміну на інші таланти) та невелику кількість проданих квитків на такі. Однак, це тема іншої розмови...

Отже, сама ідея створення органу ініціативних та активних, яка була апробована ще в ході організації Book World Prague - 2015, як формування Організаційного комітету для презентації українських учасників виставок GO та REGIONTOUR, як показав її досвід роботи - крок у вірному напрямку. Саме такий формат - дозволив діяти: колегіально, компетентно, оперативно. Сюди ж й затвердження Прес-служби та завдань для неї, з якими остання - непогано справилась.

Натомість, персональний склад Оргкомітету, який формувався виключно за згодою, тобто на добровільних засадах - зазнав певних змін, скоротившись до 4-х осіб, через виключення двох представників української громади м. Брно. Причини банальні: українські «активісти» так і не змогли погодитись «попрацювати» на українську ідею презентації туризму - без винагороди та й робота на виставці міжнародного рівня, як здалось - добряче дезорганізувала (чи налякала?) співвітчизників з Південної Моравії, громадські організації яких регулярно беруть участь у різного роду профінансованих заходах, які організовує місто Брно й - непогано відробляють гранди.

Зрозуміти українців, які волею долі опинились у Моравії, а за словами Консула України у Брно - «дуже активні, бо до цього часу й того не було!» - можна, але вибачити те, що кожен два тижні на Виставковому комплексі (Veletřhy Brno a.s.) у Брно - проходить чергова виставка за тією чи іншою темою, але не тільки без участі України, але й без українців - важко. Тобто, до народної дипломатії, у Південній Моравії зі столицею у Брно - ще далеченько, на жаль. Шкода й те, що більшість патріотів-українців ніяк не зрозуміє, що відверта шароварщина, яку найбільше й культивують активісти: ходіння у вишиванках, махання національними прапорами, співання пісень чи вечорниці з салом, налісниками й кремзиками - це аж ніяк не презентація потенційних можливостей власної країни! Однак, це тема іншої розмови...

Дещо кращою була ситуація з Прес-службою, незважаючи на те, що члени останньої діяли в різних країнах. Підтвердженням цьому можуть слугувати - більше 80-ти публікацій та передруків прес-релізів, здебільшого в Інтернет-ЗМІ, як в Україні так і в Чеській Республіці.

Ще нове й позитив був у тому, що засідання Оргкомітету відбувались не тільки не формально, а навіть, «віртуально», тобто, за допомогою соціальних мереж, зокрема - Фейсбуку (мабуть, непередякуємо Марку Цукербергу), через те, що кожен організатор, фізично знаходився у іншому місті та, навіть - країні. Отже, головне - не форма, а зміст, що й було підтверджено!

Й, найголовніше, якісно-фаховий склад, а точніше, особистості, практично - кожного члена Оргкомітету. Зараз можна тільки посміхатись, як «спілкувався» годинами із кожним, переконуючи у невідворотності нашого успіху. Зате, достеменно знаю: що з більшістю членів Оргкомітету у розвідку піду без роздумів! Й ще запримітив таке: українці, що проживають у Європі різняться від своїх співвітчизників: принциповістю, відповідальністю, працьовитістю. Чи не тому ми пристали на пропозицію: сформуванню групи волонтерів з числа студентів, більшість бажаючих з яких - виявились не українцями, які навчаються в університеті Масарика, у Брно?

Натомість, чи не єдиною «проблемою» для окремих членів Оргкомітету стали питання ознайомлення з продуктованими мною матеріалами, яких було чимало, які регулярно пересилались мною останнім для ознайомлення, прийняття до відома та як - керівництво до дії. Переконаний, що саме на такому рівні - ніхто, по крайній мірі в Україні, ніякі, навіть - Міжнародні виставки - не готує й не проводить. І це при фінансуванні та іншому сприянні, включаючи державне, а також - з врахуванням «рідних стін», які як відомо - допомагають справі. Однак це тема іншої бесіди...

Чому чиновники так бояться Національної експозиції, якщо вони її не організують?

Як і в ході організації Book World Prague, у травні 2015 року так і тепер, в ході підготовки до виставок GO та REGIONTOUR - зіштовхнувся з «проблемою», власне - назви: Національна експозиція, якою ніби ми, громадяни України, які ініціюють та організують такого роду акції - не маємо право... користуватись. Тобто, держава з усіма політиками й чиновниками, яка нічого робити не може і не хоче, бо: «нема грошей», «криза», «війна» та інші мантри, не вперше, устами своїх чиновників - силиться робити нам зауваження з цього приводу. Ба, більше: дипломати у Празі, яких «розбудив» наш лист, аж за 2 місяці до виставок... повідомили на власній веб-сторінці про подію у Брно, геть проігнорувавши, що це робить саме Оргкомітет Національної експозиції!

Сюди ж, «профільний» відділ туризму та курортів Мінекономрозвитку та торгівлі України. Головне обвинувачення, яке було оприлюднено його керівником звучить банально просто: «об'ясните пожалуйста на каком основании вы называете частный проект "Национальным павильоном Украины" и используете это название для активной рекламы привлечения спонсорских средств?». Може це було тільки реакцією столичного начальника на моє зауваження, що «Национальный стенд Украины на ITB Berlin 2016», який організує міністерський відділ - є чистою комерцією, через вартість у 3800 євро, для однієї стойки/пульту й 2-х представників від одного учасника з України (і це при тому, що вартість на цю ж виставку й на подібних умовах, для 3-х учасників зі Словаччини, місцева SACR - агентура туристичного руху, пропонує за 700 євро)!

Більше того. Знаючи про «нешасну та бідну» ситуацію в Україні, а також, з урахуванням того, що останнє, щорічне засідання українсько-чеської змішаної туристичної комісії відбулось 22.04.2013 року, в м. Прага, мною було запропоновано «ображеному» керівництву відділу туризму та курортів Мінекономрозвитку та торгівлі України - бодай на виставках GO та REGIONTOUR організувати, в рамках Національної експозиції «Україна туристична» - робочу зустріч між представниками відділу розвитку туризму Міністерства економічного розвитку і торгівлі України та представниками чеської сторони, що уможливить виконання Порядку денного асоціації Україна - ЄС (ПДА) і практично стане пунктом реалізації Угоди про асоціацію між Україною та ЄС. Однак, ніякої відповіді на лист від Оргкомітету, від зайнятих організаціями комерційних виставок, то у Лондоні, то у Барселоні, то у Берліні, чиновників із Києва - так і не було отримано.

Так ж «доля» спіткала й кілька листів на адресу комітетів та підкомітетів Верховної Ради України, які переймаються питаннями туризму. До жалю, загальне відчуття таке - ніби пишеш у пральню, де з двох одне: або на секретарях економлять або багаточисельні консультанти й помічники - безграмотні. Однак, коли передзвонив до комітету Верховної Ради України з питань сім'ї, молодіжної політики, спорту та туризму, то на питання: «чи отримали, вдруге - пересланого нами листа», спитали: «а де тут... фінансування»? Ось тобі й безграмотні істоти, які банально ігнорують не стільки звернення громадян, скільки ініціативи власних виборців!

Натомість, єдине виправдання, з метою - вберегти чистоту мундиру вищого законодавчого органу країну, знайшла секретар вищевказаного комітету - Анна Романова, коли відповідала на питання кореспондента «Радіо Свободи», що мовляв: «така виставка - це не лише в Брно, є виставки такі як ITB в Берліні, вони мають ще більший статус, бо вони масштабні. А в Брно це вперше проходить, і подібних щороку - більше сотні!» Тобто, подумаєш якісь ініціативні українці, щось там пропонують, у якомусь Брно (де у 26-е відбувається туристична фієста), коли такого «добра» - сотня, щороку. Правда, забула сказати депутат від «Самопоміч», що подібних ініціатив - ніяк не сотня на рік надходить від співвітчизників із-зі кордону, а може й кореспондент «Радіо Свободи» не зрозуміла іронії нардепа, яка призабула лозунг власної партії: «Не говори - зроби»!

Однак, найкумеднішою виявилась ситуація з такою собі - Координаційною Радою з питань туристичної діяльності - тимчасовим дорадчим органом Кабінету Міністрів України. Створена остання, Постановою КМ України ще у травні 2015 року. А очолює цей орган-фантом (про який ніхто не знає), у статусі Голови - Віце-прем'єр-міністр України та Міністр культури. Логічно, що орган немає... ніяких контактних даних, тому листи направляв Міністру культури - В.Кириленко. Однак, виявилось, що справжня пральня - саме в останньому, бо ніхто із столичної «культури» не хотів повірити, що їх бос так далеко «призначився» й буде координувати увесь туризм в Україні!

Хочете вірте, а хочете - ні, але «спілкування» з політиками та чиновниками, якщо ви у них, звісно, не канючите грошей, або на що «маєте право» - дуже нецікава й пуста справа, яка сусідить з паскудством, лінивих та байдужих слуг українського народу. Однак, це тема вічної розмови...

Учасники з України на виставках: позитиви, негативи, побажання

Про позитиви від участі українських представників туристичної сфери (а це майже 2200 юридичних та майже 1700 фізичних осіб-підприємців, з оборотом в українському туризмі, за різними оцінками: 3,8-12,7 млрд. доларів США) у виставках GO та REGIONTOUR, у яких Україна, як національна експозиція, взяла участь вперше - й писати не варто. Презентації - потрібні!

Однак, той факт, що у роботі загальнонаціонального павільйону, взяли участь тільки 4-ри учасники, в основному із Закарпаття - говорить про те, що рівень виїзного туризму - переважає над в'їзним та внутрішнім. Звідси, приймати іноземних туристів українським компаніям, через відсутність належного рівня сервісу, цікавих маршрутів, медичного та страхового забезпечень тощо, а особливо масово - проблемно, а отже й презентувати - нема чого. Натомість, більш-менш відомі курорти (ТК «Буковель», санаторії Трускавця, ТК «Косино» тощо), непогано «живуть» й без презентації на виставках, а тим паче - міжнародних. Тобто, навіщо «переживати» за відпочиваючих, яких й так достатньо, через падіння національної валюти та неможливість, для більшості громадян України - помандрувати за кордон з трикратним подорожчанням там сервісу для співвітчизників. Приймати ж участь у міжнародних виставках за кордоном, в якості туристичного оператора чи компанії, яка займається виїзним туризмом, логічно - зайве.

Здивували й такі суб'єкти туристичної сфери України, як готелі чи ресторани, які у цивілізації - невід'ємна складова туристичної індустрії та які - ніяк не могли второпати - навіщо їм якісь міжнародні виставки та й ще - за кордоном, якщо вони вже все давно: побудували, накупили білизни та посуду і готові приймати відвідувачів, замовників, відпочиваючих. Підтвердженням такої, неринкової позиції слугує показник не бізнес-спритності менеджерів ресторанів і готелів, а лише місце... розташування останніх (якщо при дорозі - дохід буде більшим!), які спеціалізуються не стільки на туристах, скільки на банкетах, корпоративах, весіллях, хрестинах, поминках...

Не допомогли й сотні листів та десятки особистих зустрічей організаторів з потенційними учасниками (як від влади так і від бізнесу), тобто, від: управлінь туризму та курортів ОДА аж до суб'єктів туристичної сфери, про що йшлося вище (не кажучи вже про політиків та чиновників).

Щодо тих, хто все ж взяв участь у виставках GO та REGIONTOUR, то без підготовлених організаторами презентацій та зустрічей на національній експозиції, учасники так би і залишились «сувенірним розвалом» та з кількома чиновниками, навіть - без візитівок. Натомість, Програма національної експозиції та рівень зустрічей - дозволили нам бути, якщо не в центрі уваги, то бодай звернути на себе останню. Прикладом можуть слугувати: візит на наш павільйон - делегації Виставкому (Veletřny Brno a.s.), члени якої цікавились, як стало можливим все ж організувати українську експозицію, вперше за більше ніж 20 років проведення туристичних виставок у Брно та цілий ряд публікацій у чеських ЗМІ, в тому числі й спеціалізованих, про Україну туристичну.

На цьому фоні, дещо у кращій ситуації була Компанія Rega & R spol. s r.o., яка буквально в останній момент - отримала можливість, на окремому майданчику, але - в рамках національної експозиції, представити свій потенціал - автобусні маршрути, чим, як виявилось, практично - не скористалась (чи то через відсутність досвіду роботи у презентаційному форматі туристичної виставки, чи - через незнання ринку туристичних перевезень, взагалі).

Натомість, дуже засмутили - відсутність інформації на власних веб-ресурсах, про зустрічі з українськими візаві, з боку чеських: Краю Височина, комунального підприємства «Неприбуткової організації Vysočina Tourism», а також - Асоціації сільського туризму в Чеській Республіці. І все це відбувалось у той самий час, коли українські Інтернет-ЗМІ, фактично - трубили, про «успіхи» закарпатських «туристів» та їх начальників, на міжнародних виставках GO та REGIONTOUR.

Більше того. Інформаційні нісенітниці на кшталт «У чеському місті Брно відкрилися одразу дві закарпатські виставки», які поширювались з подачі: то Управління туризму та курортів то, ніби, від Прес-служби Закарпатської ОДА, навіть прийшлося спростувати листом-попередженням від Прес-служби національної експозиції, у якому вимагали об'єктивного висвітлення виставок, а також - припинити маніпулювати «визначною роллю» чиновництва у цих міжнародних заходах.

Тим не менше, усіх учасників та організаторів виставок GO та REGIONTOUR, а також - волонтерів й спонсорів, які вперше: долучились та організували національну експозицію України - було відзначено Свідоцтвами та Подяками від Організаційного комітету, а також, листи-подяки членам Оргкомітету та його Прес-службі - було вручено від Консула України у місті Брно, що при сотнях світлин з виставок та міста Брно - зробило хороший настрій для усіх та на довгий час.

Людський фактор у туристичній сфері, як гарантія успіху та причини невдач

Сказати, що з державним чи іншим, але - повним фінансуванням (це коли придбається все, що треба й... хочеться: від реклами й великого павільйону до оренди залів для презентацій і зіркових готелів для проживання організаторів й учасників), організувати національну експозицію можна краще - не зовсім вірно. Адже відомо, що бажання це - тисяча можливостей, а небажання - стільки ж причин. Звідси - все в нас, в людях. Тобто у нашому випадку, в тих - хто зголосився організувати, допомогти та сприяти реалізації ідеї - національної експозиції. Тому, ніякі кошти, а головне: їх кількість, переконаний - не можуть бути визначальними при реалізації такого роду проєктів, якими стала Національна експозиція «Україна туристична».

Натомість, кількість бажаючих прийняти участь у такого роду міжнародних форумах, аж ніяк не штовхаються у черзі, з метою презентувати власну справу, в тому числі й у сфері туризму, а особливо - за кордоном. Причин кілька, а серед головних, такі: неготовність інфраструктури до прийому туристів, особливо - іноземців; невміння презентувати власні можливості, особливо за кордоном; небажання вчитися чомусь новому, через власну амбітність; боязнь ризикувати та приймати власні рішення, що притаманно бізнесу, взагалі тощо. Є й банальні «причини»: незнання іноземних мов, невміння вести перемовини, економія коштів на міжнародні виставки і так далі...

Уважний читач мабуть звернув увагу, що принципово послуговуюсь терміном: туристична сфера, позаяк вважаю, що індустрія туризму в Україні, як тенденція до виокремлення специфічної міжгалузевої структури, в складі господарства держави - так і не відбулась. Більше того, поки що, навіть - не можемо похизуватись й туристичною галуззю, у європейському розумінні цього терміну. Тобто, вся структура (туркомпанії, готелі, ресторани, перевізники, екскурсиводи тощо) ніби і є, але на ділі - суцільний, приватний базар, з державними лозунгами, бо: гасло, що «туризм - стратегічна галузь» ним і залишається; суб'єкти - діють на власний розсуд; системне бачення у туризмі - відсутнє; державна чи місцева/муніципальна політика, крім створених органів «по туризму»: управлінь й відділів та прийняття «Програм розвитку...» того, чого на ділі нема, й нескінченних засідань/нарад - відсутня; фінансування туризму на державному рівні нульове, на місцевому - по залишковому принципу і так далі. Натомість, навіть більше 100 вузівських факультетів та кафедр, які сьогодні готують кадри для туризму в Україні - ніяким чином, ось уже десятки років - не в змозі зарадити/допомогти «сталому розвитку» туристичної сфери країни.

Тому, без переймання досвіду тих країн, які вже пройшли етап становлення туризму, як галузі, Україні - не обійтись. Причому, найкращим майданчиком у цьому сенсі - можуть стати саме вчорашні країни соцтабору - країни Вишеградської групи.

Однак, очевидно й те, що кожна виставка, це не тільки подія чи св'ято, скільки робота, яка б мала мати, бодай якийсь результат, в тому числі й для органів влади, які приймають участь у таких заходах звісно, що за бюджетні кошти! У цивілізації: планують та ведуть переговори, підписують, меморандуми, готують звіт та аудит кожної виставки чи ярмарку, а міжнародної й поготів. А в Україні, на жаль, цього, практично - немає. Можливо, тому що організаторами часто є - волонтери, а може тому, що нема про що звітувати, а головне - нікому такого роду звіти не потрібні.

З другого боку, приймати рішення про участь у міжнародній виставці, доцільно не тоді, коли тебе переконують... за третім разом а, мінімум за 9-6 місяців до події, коли можна замовити виставкову площу на 20-10% дешевше, як це робить більшість учасників з Європи. Можливо, саме невіра, насамперед у себе та у те, що: національний павільйон таки відбудеться, візу «дадуть», начальники транспортом забезпечать - і є «причиною» пасивності окремих учасників з України?

Звичайно, що негативів могло б бути й менше, якби: павільйон замовили більших розмірів з полицями та столами для продажу сувенірів, якби за виставкову площу та за стоянку автомобілів - не треба було б плати взагалі, якби відвідувачів, а особливо покупців сувенірів було більше, якби наші дипломати діяли так, щоб не товктись у чергах до Візового центру в Ужгороді та не платити «дурні» гроші за терміновість, якби готелі у Брно коштували пару євро на ніч... із сніданком і т.д.

Тим не менше, треба чесно сказати, що не усі учасники туристичного ринку, особливо західних областей України та, навіть члени Оргкомітету зрозуміли до кінця - про що йде мова та який потенціал має презентація туристичних можливостей країни, саме на міжнародних виставках. Другими словами, не треба бути генієм, щоб зрозуміти - коли, у сусідній країні, «за плотом» (а Київ, значно - далі) організовується така акція, як міжнародна виставка, то на ній не можна не бути, чи то у якості учасника/співучасника (в тому числі й заочно), чи то у якості - відвідувача.

Нікчемна роль держави та потенціал її громадян, як фактор становлення країни

Реалізуючи, практично втретє - ідею презентації України на міжнародних виставках у Чеській Республіці, дозволю собі зробити деякі висновки та внести окремі пропозиції:

1. Політикам та чиновникам України, презентація останньої, особливо без державного (тобто за рахунок платників податків), фінансування - нецікава, зовсім. Представлення ж окремих регіонів/міст України, яких, як правило запрошують у свої павільйони, чеські регіони та/чи міста-побратими (як це мало місце з містом Харків, яке презентувалось на експозиції міста Брно), вважати повнокривою презентацією - важко.

Натомість, спілкування з політикам й чиновникам України та державними інституціями, шляхом переписки та, навіть - перемовин, як вже було вказано вище - пуста трата часу та сил. Найбільше ж засмучує факт повного ігнорування, навіть листів від ініціаторів та/чи організаторів акції, на які політик та чиновник, або їх свита - навіть не вважають за потрібне відповісти.

2. Позиція ж офіційної влади, яку маємо за місцеву, в особі - Посольства України в Чеській Республіці, ще прозаїчніша, бо - за статусом «не положено» долучатись до якихось масових заходів та й грошей катма. Зрозуміти скруту та безгрошів'я діяльності чиновників-дипломатів можна, а от вибачити безініціативність та, навіть - протидію пропозиціям простих українців - не можна. А як кваліфікувати дії, наприклад - амбасадора, коли на ввіреній дипломатичній території, громадяни України організують участь співвітчизників у міжнародних туристичних виставках, а Посол на таких - відсутній? Зате, останній, «відкриває» проект «Україна в Європі» у Празі, шляхом розміщення наклейки українського прапора на «14 автобусах празької туристичної фірми Нор оп-Нор офф», що дасть «можливість слухати екскурсію українською мовою (в навушниках)».

Одним словом, якщо порівняти, наприклад, своєрідний індекс сприяння ініціаторам та організаторам, в ході підготовки та реалізації Національної експозиції «Україна туристична», то вийде 95% - на користь Виставкому і лише до 5% - на користь Посольства (навіть з урахуванням Листів-подяк від Консула України у Брно).

3. Найбільше ж «розвеселили» місцеві чиновники з України, які до їх честі - долучились до роботи туристичних виставок GO та REGIONTOUR та, які, як виявилось - не дуже розуміють роль та завдання, наприклад, Консула України у Брно, запропонувавши останньому, на цих виставках - цілу кипу інформаційно-рекламних матеріалів про туристичні можливості Закарпаття!

Однак, нотаріальні функції Консула, навряд чи дозволять останньому, як і Посольству, до речі також, займатись - рекламою бізнесу, яким є по суті туристична сфера та й ще одного регіону України. Натомість, плекати надію, що роздаткові матеріали - можна запропонувати відвідувачам Консульства, тобто українцям-заробітчанами (значна частина яких саме із Закарпаття), яких туди «приводять» такі проблеми, як: виготовлення закордонного документу, зміна сімейного стану, народження дитини, втрата закордонного паспорту тощо, мінімум - наївно.

З другого боку, логічно, що знати положення та норми Віденських конвенцій про дипломатичні відносини та про консульські відносини, не мусить знати кожний начальник місцевого управління туризму та курортів, однак - мінімум логіка все ж би мала бути присутня...

4. Треба визнати, що надії на українську діаспору, яка нібито буде ходити на Національну експозицію «Україна туристична» усі дні виставок - не виправдали себе. Можливо, співгромадяни прийшли до Чехії тільки на заробітки, а не ходити по туристичних виставках чи купувати сувеніри у земляків, а можливо - культурний бюджет українців, які проживають на Моравії, поглинули, практично - щодакдні, уже згадувані концерти та інші масові заходи, що організуються, також українцями, але дещо спритнішими та тими, які знають у які двері місцевої влади - стукати, щоб їх не тільки відкрили, але й насипали грошенят на ту чи іншу, «шароварну» акцію.

5. Роль ініціаторів, активістів, організаторів, волонтерів, спонсорів та інших, небайдужих, які знайшли час, кошти та можливості долучитись, організувати й успішно провести Національну експозицію «Україна туристична», однозначно - неперевершена. Ні на одній з виставок, а тим паче на міжнародних - не організуються і не діють національні павільйони, які були б, зовсім байдужі державі, її політикам та чиновникам, прапор та герб якої - гордо несуть, саме її прості громадяни: сучасні, компетентні, сміливі, чесні, працьовиті. Тому, й надія та сподівання, в першу чергу, саме на таких, як у політиці так у народній дипломатії, так і в бізнесі...