

ЕКСКАРСІЙНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ У СТРУКТУРІ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

EXCURSION SERVICE IN THE STRUCTURE TOURISM PRODUCT

УДК 338.48-32(477)

Лисюк Т.В.

к.пед.н., доцент кафедри туризму та готельного господарства Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

Терещук О.С.

к.геог.н., доцент кафедри туризму та готельного господарства Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

Дмитрук О.О.

студент Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

У статті розглянуто особливості екскурсійного обслуговування у загальній структурі туристичного продукту; обґрунтовано визначальні поняття, які базуються на структурному комплексі, що об'єднується у туристичний продукт; визначено основні завдання програми екскурсійного обслуговування; виділено ряд етапів розробки інноваційного екскурсійного продукту; виділено чинники подальшого розвитку екскурсійної діяльності.

Ключові слова: екскурсійне обслуговування, туристичний продукт, програма екскурсійного обслуговування, інноваційний екскурсійний продукт, екскурсійна діяльність.

В статье рассмотрены особенности экскурсионного обслуживания в общей структуре туристского продукта; обоснованно определяющие понятия, основанные на структурном комплексе, которые объединяются в туристический продукт; определены основные задачи программы экскурсионного обслуживания; выделен ряд этапов разработки инновационного экскурсионного продукта; выделены факторы дальнейшего развития экскурсионной деятельности.

Ключевые слова: экскурсионное обслуживание, туристический продукт, программа экскурсионного обслуживания, инновационный экскурсионный продукт, экскурсионная деятельность.

The article deals with the features of excursion service in the overall structure of the tourist product; substantiated definitions that are based on the structural complex, which is integrated into the tourism product; the main tasks of the excursion service program are determined; There are a number of stages of development of innovative excursion product; the factors of further development of excursion activities are highlighted.

Key words: excursion service, tourist product, excursion service program, innovative excursion product, excursion activity.

Постановка проблеми. Сучасний ринок туристичних послуг включає великий спектр культурно-розважальних послуг, причому одним з найбільш поширених видів послуг як в українському, так і зарубіжному туризмі є екскурсійне обслуговування.

Однією з умов модернізації суспільства виступає збереження культурно-історичної спадщини країни як основи інноваційних процесів в економіці, промисловості, науці і, в тому числі, у вітчизняній культурі. Культура регіонів, виступаючи в якості національного надбання і духовно-моральної основи спрямована на самозбереження і розвиток сучасного українського суспільства.

Однією з основних цілей розвитку туризму України є розробка і реалізація заходів щодо розвитку екскурсійного туризму. При цьому пильну увагу необхідно приділяти розробці нових туристсько-екскурсійних маршрутів, що відображають красу і велич України.

Екскурсійна діяльність є однією з основних складових туристичного продукту. Сучасний туристський ринок вимагає нового підходу до організації екскурсійної діяльності, із застосуванням інноваційних технологій.

Екскурсійна діяльність, продуктивно розкриваючи культурний ресурс різноманітних екскурсійних об'єктів, забезпечує самореалізацію людини, сприяє розвитку соціально-активної, культурно-освіченої, морально здорової особистості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Підстави методології у галузі теорії та практики

організації екскурсійної діяльності закладено у працях вітчизняних і зарубіжних дослідників, які покладено в основу цього дослідження. Серед них виділимо доробки В. Бабарицької, Б. Ємельянова, Г. Лескової, В. Квартальнова, А. Ковальчука та інших.

Постановка завдання. Метою дослідження є узагальнення особливостей екскурсійного обслуговування у структурі туристичного продукту.

Виклад основного матеріалу дослідження. Екскурсійна діяльність – це діяльність з організації ознайомлення екскурсантів з екскурсійними об'єктами без надання послуг розміщення (ночівлі). Організована екскурсійна діяльність повинна здійснюватися кваліфікованими працівниками, котрі знають вимоги, що висувуються до технології створення екскурсійних послуг і обслуговування екскурсантів, й охоплювати широкі верстви населення [1].

Організована екскурсійна діяльність – це пропозиція стандартизованої екскурсійної програми чи окремих екскурсій як різновиду туристських послуг фірмами, які комбінують послуги безпосередніх виробників (музеї, транспортні, видовищні та інші організації), а також є турсервісерами, тобто самі створюють і надають туристично-екскурсійні послуги [2].

Основні поняття екскурсійної діяльності юридично закріплені в законодавчих і виконавчих актах. Зокрема, у Державній програмі розвитку туризму в Україні, екскурсію визначено як «... відвідання (прогулянка) з метою візуального пізнання

навколишнього світу на обраному туристичному маршруті на термін менше 24 годин», а екскурсійну діяльність – як складову туристської діяльності, «організаційні дії з науковою, навчальною або культурно-освітнянською метою, результатом яких є пізнання визначних об'єктів місцевостей» [4].

Відомий теоретик і організатор екскурсійної справи Б. В. Ємельянов під суттю екскурсії розуміє «наочний процес пізнання оточуючого нас світу», пов'язаний з наперед підібраними об'єктами, які вивчають на місці їх розташування. І далі: «Екскурсія – це цілеспрямований процес сприйняття оточуючої нас дійсності, побудований на злитті зорових і смислових вражень» [3].

Кожній екскурсії властиві певні ознаки, за відсутності яких її не можна вважати такою. Б. В. Ємельянов виділив шість обов'язкових ознак екскурсії [3]:

а) протяжність в часі, зазвичай від академічної години до одного дня;

б) наявність екскурсійної групи (від 15 до 30 осіб);

в) наявність кваліфікованого фахівця (екскурсовода);

г) огляд екскурсійних об'єктів, первинна роль зорових вражень;

д) ознайомлення з об'єктами в русі і на зупинках, зокрема з виходом з автобуса;

е) чітко визначена тема, що є стрижнем цього перегляду, диктує його напрям.

Сьогодні в екскурсійній практиці до виділення основних ознак екскурсії відносяться вільніше. Екскурсійна група може складатися всього лише з декількох чоловік, від чого екскурсія не перестає нею бути; для ознайомлення з об'єктами на зупинках не обов'язковий вихід з автобуса, якщо їх добре видно.

До властивих екскурсії ознак слід ще додати неодмінну наявність у неї мети і задач, які диктують вибір екскурсійних об'єктів, розробку маршруту, підбір літературних джерел, ілюстрацій, і так званий портфель екскурсовода, загального емоційного настрою екскурсії і всього іншого, з чого вона полягає.

Але головною ознакою екскурсії є обов'язкове використання при її проведенні екскурсійного методу, тобто єдність показу і розповіді, при первинній і визначаючій ролі показу.

Класифікація екскурсій має велике значення для практичної діяльності. Вона забезпечує умови для кращої організації роботи екскурсоводів, полегшує їх спеціалізацію з урахуванням знань і особистих схильностей екскурсоводів. Використання закономірностей проведення екскурсій конкретної групи сприяє тому, щоб кожна екскурсія ставала ефективнішою.

У Законі України «Про туризм» від 15 вересня 1995 р. в редакції Закону України від 18.11.2003 р.

(зі змінами від 16.04.2009, 08.07.2010, 19.10.2010, 08.07.2011, 09.02.2012) не міститься визначення екскурсійної діяльності, проте вказано що екскурсанти є «учасниками відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності» – поряд із суб'єктами підприємницької діяльності що надають екскурсійні послуги, а також гіді-перекладачі, екскурсоводи [5].

Екскурсія як процес пізнання навколишнього світу нерозривно пов'язана з туризмом.

Згідно із Законом України «Про туризм», туристський продукт – це «попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, що поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за певною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури відпочинку й розваг, реалізації сувенірної продукції й т.п.)» [5].

Ефективність екскурсії як форми мережевої взаємодії в культурних комунікаціях визначається її важливим психолого-педагогічним змістом, що репрезентує «загальне поле» діяльності особистісно-орієнтованих освітніх установ.

Екскурсійні підприємства комбінують послуги безпосередніх виробників (музейних, транспортних організацій) на свій розсуд і за бажанням споживачів, а також самі створюють і надають туристично-екскурсійні послуги, тобто є туроператорами.

На практиці спостерігаються різні варіанти поєднання вищевказаних функцій в рамках однієї екскурсійної фірми. Початківці фірми, що займаються в основному пасивним туризмом, з часом розробляють свої екскурсійні послуги і взаємодіють з фірмою партнером на взаємовигідних умовах.

Екскурсійне підприємство одночасно є турагентом, залучаючи до цієї діяльності екскурсоводів, керівників туристсько-екскурсійних груп, викладачів, учителів шкіл, працівників профспілок і доручаючи їм роль турагента.

Воно може виступати і в ролі продавця екскурсійних послуг, розроблених іншим туроператором, і може створювати свій пакет туристсько-екскурсійних послуг, якщо виявить на ринку необхідний для нього попит.

Екскурсійні підприємства або бюро зазвичай організують екскурсійне обслуговування туристів в місцях їх тимчасового перебування.

Слід зазначити, що екскурсійна програма обслуговування – це план екскурсійних заходів, реалізованих для задоволення конкретних або спеціалізованих пізнавальних запитів і інтересів місцевого населення, туристів або екскурсантів в залежності від цілей їх перебування.

Комплекс послуг, що входять до складу програми, є продуктом екскурсійного підприємства (або екскурсійного відділу туристської фірми).

Основним завданням програми екскурсійного обслуговування є досягнення цілей, а саме:

- пізнавальних (історичні, архітектурно-містобудівні, літературні, мистецтвознавчі, природничі тематики);
- розважальних (відпочинок, спорт);
- професійних (ділові, бізнес-тури, участь у виставках, ярмарках і ін.);
- іншими (паломництво, хобі, навчання, підвищення кваліфікації та ін.).

За змістом програми бувають ознайомчими і тематичними. Ознайомча екскурсійна програма включає оглядову екскурсію, що дає уявлення про місто (країну), його історію, особливості і звичаї населення, про архітектурні пам'ятники і сучасне життя.

Мета тематичної програми обслуговування – розширення пізнання екскурсантів з певної тематики (особливо в пізнавальних турах), а також організація та надання інших послуг.

Виділяють ряд етапів розробки інноваційного екскурсійного продукту:

- визначення цілей і завдань екскурсії;
- вибір теми;
- підбір літератури і складання бібліографії;
- знайомство з експозиціями та фондами музеїв по темі;
- відбір і вивчення екскурсійних об'єктів;
- складання маршруту екскурсії;
- об'їзд або обхід екскурсії;
- підготовка контрольного тексту екскурсії;
- комплектування «портфеля екскурсорода»;
- вибір методичних прийомів проведення екскурсії;
- визначення техніки проведення екскурсії;
- складання методичної розробки;
- підготовка індивідуального тексту;
- прийом (здача) екскурсії.

Екскурсійна діяльність в сучасній туристичній галузі є складною і проблемною. Екскурсійний туризм характеризується такими особливостями:

- яскраво виражена сезонність;
- дефіцит кваліфікованих екскурсороводів та гідів-перекладачів, здатних забезпечити високу якість екскурсії;
- ріст числа «підпільних» екскурсороводів.

З іншого боку, зростання обсягу організованого туризму на сучасному етапі висуває нові вимоги до якості туристично-екскурсійного обслуговування з урахуванням застосування інноваційних технологій.

Відповідальні за проведення екскурсій підприємства повинні мати в своєму штаті спеціально підготовлених фахівців (гідів).

Відсутність гідів-перекладачів або його непрофесіоналізм можуть зіпсувати враження туриста від екскурсії. Вимоги, що висуваються до гідів-перекладачів різні, але основними з них є такі:

- знання фактичного матеріалу;
- вміння застосовувати методичні прийоми відповідно до особливостей контингенту екскурсантів, їх віку та складу;
- вдосконалювати професійні знання і вміння, володіти іноземними мовами, дотримуватися встановлених норм і правил поведінки з екскурсантами.

Принципово новим рішенням в організації екскурсії на сучасному етапі є віртуальні 3D-тури, які дуже поширені в Європі, розроблені в провідних музеях і галереях світу. Будь-який бажаючий у зручний для нього час, не виходячи з дому, може зробити віртуальну екскурсію в один з найцікавіших музеїв світу. Все, що для цього потрібно, зайти на сайт віртуальних екскурсій.

Для віртуальних екскурсантів завжди у відкритому доступі всі зали і території музеїв, і це безумовна перевага такої екскурсії.

Така екскурсія відкриває закриті для екскурсантів об'єкти, дозволяє розглянути кожен предмет інтер'єру, зароджує інтерес і бажання до збагачення культури величезної аудиторії відвідувачів.

Технічно 3D-тур являє собою віртуальний світ, створений з групи сферичних панорам. Відмінною особливістю віртуального туру є можливість переміщення від панорами до панорами. Таким чином, створюється справжня цифрова реальність, що дозволяє з легкістю зробити по ній віртуальну екскурсію.

За таких умов, до вимог часу модифікуються її сутність, завдання, як наслідок, її зміст. Екскурсія залишається тією частиною нашого життя, яка дозволяє відволіктися від буденної, рутинної повсякденності, наповнюючи її яскравими різноманітними враженнями.

Проте, на сучасному етапі існує низка факторів, що стримують розвиток туристсько-екскурсійної діяльності, а саме:

- недостатня підтримка підприємництва туристично-екскурсійної галузі;
- незначні обсяги інвестицій у розвиток означеної галузі;
- туристична інфраструктура не відповідає світовим стандартам.

Для підприємств туристсько-екскурсійної діяльності необхідно: професійно вести конкурентну боротьбу на ринку з наявністю значної кількості пропозицій конкуруючих продуктів, здійснювати ефективну рекламу, надійний і професійний менеджмент.

Для посилення позиції фірм на ринку екскурсійних послуг необхідно розробити чітку стратегію розвитку підприємств і основних пропозицій, розвитку корпоративної місії та культури, підвищити фаховий

рівень працівників шляхом отримання професійної кваліфікації та набуття досвіду роботи, залучення висококваліфікованих спеціалістів, подальша робота над сегментацією ринку екскурсійних послуг та організацією каналів збуту, активна фандрайзингова діяльність з метою пошуку джерел фінансових ресурсів для розвитку фірм, розробка й просування фірмового стилю, зокрема марки на місцевому й загальнодержавному ринку.

Посилити свою позицію зі збільшенням абсолютної і відносної частки на ринку екскурсійних послуг регіонів України туристичні фірми можуть за рахунок обслуговування додаткових груп споживачів, виходу на нові географічні сегменти, розширення спектру екскурсійних пропозицій.

Джерелом зростання може бути активна сегментна політика в цільових аудиторіях з метою заохочення клієнтів до спеціалізованих програм, як-от сакральні-релігійний туризм чи ностальгійні екскурсійні програми.

Оферта екскурсій туристичних агентств України подібна до пропозицій інших туроператорів. На сьогодні відсутні унікальні маршрути – як з географічної, так і тематичної точок зору.

З метою розширення спектру пропозицій екскурсійних маршрутів пропонуємо включити до переліку об'єктів архітектурні й сакральні пам'ятки, пов'язані спільною історією сусідніх країн.

Важливим чинником, який може бути використаний для розвитку підприємств, є перманентне зниження прикордонних бар'єрів між Україною та іншими країнами (зокрема, на шляху руху туристів з сусідніх держав) внаслідок розвитку євроінтеграційних процесів і, як наслідок, – посилення зацікавленості місцевими об'єктами культурно-історичної спадщини.

Заохочення закордонних клієнтів до участі в екскурсійних турах сприятиме збільшенню обороту підприємств, посиленню його конкурентних позицій, а також позитивно вплине на ситуацію зі збереженням екскурсійних об'єктів.

Також турагентства можуть розвивати концепцію власного позиціонування як регіональних туроператорів що пропонують тури територію історичних міст, експлуатуючи іміджеві ресурси регіональних брендів.

У зв'язку із загостренням конкуренції на внутрішньому ринку екскурсій пропонуємо зацікавити місцевими маршрутами гостей з-за кордону, насамперед з Республіки Польща. Ця країна, особливо за останні роки посилення агресії України з Росією активно пропагує зацікавленість пам'ятками епохи пізнього середньовіччя й ренесансу, а також більш сучасних періодів.

Важливою складовою культурологічного туризму є сентиментальні подорожі, мета яких полягає у відданні етнічних місцевостей: пам'ятних, сакральних, історичних і культурологічних об'єктів, що пов'язані з історією й родинними традиціями різних національних і релігійних груп.

Завдяки ініціативам міжнародної спільноти, чимало об'єктів сентиментального туризму в Україні доведено до належного стану, врятовано пам'ятки й інші культурні цінності, проте більшість таких об'єктів потрібно забезпечити рекламно-промоційною кампанією й відповідною інфраструктурою послуг, створити єдину програму їх використання. Чимало пам'яток надалі вимагає коштів на реконструкцію та адаптацію для цілей сентиментального туризму.

Як приклад пропонуємо розробку екскурсійних маршрутів польськими замками і резиденціями – на зразок аналогічних за змістом й рентабельних маршрутів, що експлуатуються за кордоном.

Вирішальну роль у роботі компанії виконує маркетинг, оскільки, за рахунок побудови роботи за принципами маркетингу, робота приносить свої дивіденди у вигляді прибутку, збільшення числа постійних клієнтів.

Висновки з проведеного дослідження. Екскурсійна діяльність – важливий напрям роботи туристичних підприємств. Багато організацій поєднують дві або три функціональні ролі із організації обслуговування екскурсантів.

В основі успіху турфірм лежить правильна організація управління, або менеджмент. Окрім того, правильно розроблена і реалізована схема маркетингової роботи дозволить фірмам домагатися хороших результатів у своїй діяльності, отримання прибутку на основі найбільш повного задоволення різних груп екскурсантів у туристично-екскурсійних послугах високої якості і з мінімальними витратами.

Створення екскурсії – складний процес, що вимагає від організатора екскурсійної справи великих творчих зусиль.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Альтгайм Л. Б. Основне значення та принципи організації екскурсійних послуг. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2014. № 6(1). С. 215-219.
2. Арсененко І. А., Іванова В. М. Екскурсійна діяльність як основа функціонування ринку екскурсійних послуг. Науковий часопис Scientific journal НПУ імені М.П. Драгоманова National Pedagogical Dragomanov University Серія 4. Географія і сучасність. 2015. Вип. 19(33). С. 191-195.
3. Емельянов Б. В. Экскурсоведение / Б. В. Емельянов. М.: Советский спорт, 2014. 216 с.
4. Державна програма розвитку туризму на 2002-2010 роки. Затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2002 року № 583 // Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: збірник нормативно-правових актів / Під заг. ред. проф. В. К. Федорченка. К.: Юрінком-Інтер, 2002. С. 32-40.
5. Закон України «Про туризм» від 15 вересня 1995 р. № 324/95-ВР. URL: <http://www.tropa.dp.ua/extreme/>.