

**Попович С. І.**

*канд. іст. наук, зав. кафедри туризму Національного університету  
фізичного виховання і спорту України*

## **СТВОРЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО ЕКСКУРСІЙНОГО ПРОДУКТУ**

Екскурсійна діяльність завжди була і є одним з найважливіших сегментів вітчизняного туризму. Головне її завдання – створення затребуваного, якісного та конкурентоспроможного екскурсійного продукту.

Передусім, варто зазначити, що українська екскурсійно-методична школа є однією з кращих у світі. Зазначена констатація ґрунтується на усталеній думці авторитетних вітчизняних і зарубіжних вчених-екскурсіоністів, провідних експертів і практиків туристичної сфери, журналістів, які висвітлюють проблеми розвитку туризму, численних туристів і екскурсантів. Цю знамениту школу було створено творчою працею попередніх поколінь фахівців туристично-екскурсійної галузі.

Вітчизняна екскурсійна справа гідно розвивалася у контексті світового екскурсійного процесу, а її досягнення та напрацювання вивчались і доволі часто впроваджувались у розвинених у туристичному відношенні країнах. Ще за радянської доби саме Україна була тим експериментальним майданчиком, де успішно розроблялись і апробовувались інноваційні екскурсійні методики, технології та прийоми. З тих часів і донині екскурсійна послуга є тією складовою вітчизняного турпродукту, що цілком відповідає світовим стандартам і якою ми дійсно маємо право пишатися. Без перебільшення, вона спроможна задовольнити найвищі та найвишуканіші запити найвибагливіших українських та іноземних туристів. Форми подачі екскурсійної інформації є доступними, дієвими та результативними.

Незважаючи на низку гострих військово-політичних і соціально-економічних проблем нинішнього етапу життєдіяльності українського суспільства, що значною мірою гальмують розвиток вітчизняного туристично-екскурсійного руху, екскурсійна аудиторія є однією з наймасовіших в Україні. Так, у 2014 р. учасниками екскурсій стало щонайменше 8 млн наших співвітчизників та іноземних гостей. Не меншою, за прогнозами експертів, буде чисельність екскурсантів і в 2015 р.

З економічної точки зору екскурсія є однією з найрентабельніших складових вітчизняного туристичного продукту. Навіть у нинішніх непростих умовах функціонування туристичного бізнесу рентабельність екскурсійної діяльності в Україні складає 10-15%, що не менше відповідних показників готельних підприємств. Однак, якщо готель потребує значних фінансових

видатків на ремонт, оновлення устаткування та обладнання, електро-, водо-, теплопостачання, землекористування, то виробництво екскурсійної послуги не передбачає таких обсягів капіталовкладень. Туроператор створив якісний і затребуваний екскурсійний продукт, набрав групу, провів екскурсію і отримав прибуток.

Екскурсія є невід'ємною складовою туристичної подорожі. Разом з тим, науковий підхід до туризму передбачає розгляд кожної подорожі не як простого набору екскурсій, а як їх систему. Іншими словами має бути логічний зв'язок між окремими екскурсіями, що знаходив би своє втілення в їх тематиці, формах, методах, засобах та ін.

У пізнавальному сенсі принципової різниці між туризмом і екскурсією не існує, це невід'ємні компоненти, що взаємодоповнюють і взаємообумовлюють один одного. Звичайно, екскурсія може бути і цілком самостійним явищем чи заходом. Однак, у даному випадку автор розглядає екскурсію як органічну складову турпродукту, оскільки вона належить до суто туристичних послуг, тобто є «найтуристичнішою» послугою.

Створення нової екскурсії – надзвичайно складний технологічний процес, що має відбуватись у суворій відповідності до вимог Міждержавного стандарту ДСТУ 28681.1-95 «Туристично-екскурсійне обслуговування. Проектування туристичних послуг», введеного в дію в Україні 1 січня 1997 р.

Результатом проектування послуги «Екскурсія» мають бути такі технологічні документи:

- технічна карта екскурсії (технологічний документ, що визначає логічну послідовність огляду об'єктів на маршруті);

- контрольний текст екскурсії (технологічний документ, що містить науковий, актуалізований зміст інформації, який надається екскурсантам);

- матеріали «портфеля екскурсорода» (комплект інформаційних матеріалів (світлин, копій документів, репродукцій, аудіо-, відеозаписів та ін.), що використовує екскурсорода);

- схема траси маршруту транспортної екскурсії (графічне відображення ділянок маршруту, місць зупинок з позначенням тривалості (хв.) та протяжності (км)).

Багаторічний практичний досвід свідчить, що створення якісного екскурсійного продукту можливо лише за умови тісної взаємодії вчених різних галузей знань (передусім, географії, історії, краєзнавства, етнографії, літератури, мистецтва та ін.), а також провідних практиків екскурсійної справи, менеджерів, маркетологів, економістів сфери туризму.

Звісно, багатовекторність процесу створення нової екскурсії вимагає значних фінансових видатків. Так, кошторис підготовки нової транспортної

міської екскурсії (у столичному чи обласному центрі) складає орієнтовно 25-30 тис. грн, а заміської – до 40 тис. грн. На рівні з фінансуванням колосального обсягу науково-пошукової, методичної, аналітичної роботи авторського колективу, також потребують значних видатків і транспортні послуги (для відбору об'єктів показу та об'їзду маршруту), редагування та рецензування технологічних документів, технічне забезпечення процесу підготовки нової екскурсії та ін. Разом з тим, як свідчить практика професійного екскурсійного менеджменту, зазначені видатки окуплюються за один-два туристичних сезони.

Підводячи підсумок, варто зазначити, що на сьогодні назріла гостра необхідність створення не тільки окремих екскурсій, а й комплексних екскурсійних програм для різних категорій вітчизняних та іноземних споживачів.

#### Література

1. П'ятницька Г.Т. Менеджмент громадського харчування / Г.Т. П'ятницька, Н.О. П'ятницька – Київ: КНТУ, 2001. – 655 с.
2. Лук'янов В.О. Організація готельно-ресторанного обслуговування / В.О. Лук'янов, Г.Б. Мунін —К.: Кондор-Видавництво, 2012. – 346 с.

#### ***Потапюк І.П.***

*к.е.н., доцент кафедри туризму та адміністрування*

*Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка*

#### ***Потапюк Л.М.***

*к.пед.н., доцент кафедри інженерної педагогіки, психології та  
українознавства*

*Луцького національного технічного університету*

### **СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГРУПИ**

Туристична група відноситься до груп неофіційного, неформального типу, оскільки її основою є добровільне об'єднання людей, які об'єднані спільними інтересами, зокрема участю у спортивно-туристичному поході. Членство в туристичній групі підтверджується виявленим бажанням заявника, яке підкріплюється запрошенням чи особистим проханням. Також за кожним членом групи зберігається право вийти з її складу. Це є свідченням того, що внутрішня структура групи, взаємовідносини і норми поведінки в ній визначаються не правилами субординації і службовою дисципліною, а спільною метою подорожі, характером й особистісними якостями членів туристичної групи.