

Змістовий модуль 1. Організація екскурсійної діяльності

Лекція №1. Організація діяльності з надання екскурсійних послуг

1. Організація діяльності з надання екскурсійних послуг в закладах сфери рекреації та туризму

До складу туристичних послуг згідно із Міждержавними стандартами зараховуються екскурсії, походи і подорожі. Такі послуги надають різні організації.

На ринку туристично-екскурсійних послуг функціонують чотири види організацій (суб'єктів ринку):

- організації які виробляють власну продукцію (екскурсійні організації, туроператори);
- посередницькі турагенції (з агентськими угодами з туроператорами, при організації турів з фірмами-партнерами);
- постачальники (музеї, заклади харчування, транспортні господарства й т.д.);
- суб'єкти туристичного супроводу

На ринку послуг туристсько-екскурсійних організацій у чистому вигляді, тобто які виконують якусь одну з перерахованих вище функцій, майже не існує. Багато організацій сполучають дві або три функціональні ролі з організації обслуговування екскурсантів. Наприклад, екскурсійна фірма не тільки створює продукт, але й при комплектації екскурсійних програм виконує посередницькі функції стосовно постачальників послуг (транспорт, харчування й т.д.) або стосовно приймаючої фірми чи музею, а також сама займається реалізацією екскурсійних турів або окремих послуг

У великих туристсько-екскурсійних організаціях дані функції виконують різні відділи, в тому числі екскурсійні й методичні. У малих і середніх організаціях може функціонувати один відділ - екскурсійно-методичний, або ця діяльність здійснюється групою методистів. Існують і самостійні екскурсійні фірми, діяльність яких спрямована на створення і проведення екскурсій, а також на надання інших туристсько-екскурсійних послуг.

Екскурсійні фірми комбінують послуги безпосередніх виробників (музеїв, транспортних, видовищних і інших організацій) за своїм розсудом і за бажанням споживачів, а також самі створюють і надають туристсько-екскурсійні послуги (наприклад, екскурсії), тобто є, по суті, екскурсійними туроператорами. Екскурсійний туроператор планує й створює маршрут, програму й пакет послуг міських і замських екскурсійних турів для екскурсантів на груповій або індивідуальній основі.

В Україні представлено 87 туроператорів:

Join up. - http://joinup.ua/?gclid=Cj0KEQjw0_O-BRCfjsCw25CYzYoBEiQAqO9BDN5y6hf9HoeXzjo26yGHVYQaaAneIaj4FNIUrSoyDtYaAqnh8P8HAQ

Tez-tour. - <http://www.tez-tour.com/article.html?categoryId=28&id=20000253>

TUI <http://www.tui.ua/>

"Аккорд-Тур" та інші. У Полтаві один з туроператорів - турфірма "World Travel" (Мир путешествий)

Продукція туроператорів, а також послуги окремо взятих виробників екскурсійних послуг (наприклад, музеїв, театрів і т.д.) знаходять збут через турагентів або турагентські відділи (відділи реалізації продукції, продажів).

Екскурсійна фірма, зазвичай, також одночасно є турагентом, залучаючи до даної діяльності екскурсіводів, керівників туристсько-екскурсійних груп, викладачів шкіл, працівників профспілок і доручаючи їм роль турагента - продавця власних екскурсійних послуг, а також виступати як продавець екскурсійних послуг, розроблених іншим туроператором.

Крім того, екскурсійні фірми, прагнучи розширити коло своїх комерційних операцій з метою збільшення товарообігу, займаються й наданням додаткових або так званих супутніх послуг: продажем квитків на культурно-видовищні заходи, путівників, карт, консультаційні й транспортні послуги та ін.

Таким чином, діяльність екскурсійних підприємств представлена такими видами робіт:

- Екскурсійний туроперейтинг:
 - розробка екскурсій (до 1 доби);
 - розробка екскурсійних програм для подорожей (уїк-енд тури від 1 до 3 доби);
- Турагентська діяльність:
 - продаж власних екскурсійних продуктів;
 - продаж екскурсійних продуктів інших операторів;
- Надання додаткових послуг

2. Поняття екскурсія, її основні функції та ознаки

Екскурсія може бути надана як екскурсанту, так і туристу. Екскурсант – тимчасовий відвідувач, який перебуває менше 24 годин у країні або на об'єкті відвідування. Якщо ця тривалість перевищує одну добу, то відвідувач є туристом. Екскурсійна діяльність – діяльність із організації туристичної послуги, що не перевищує 24 годин, у супроводі фахівця-екскурсовода за задалегідь складеними маршрутами, із метою ознайомлення із пам'ятками історії, культури, природи, музеями, із визначними місцями тощо. Сформульовані різні означення екскурсії, що не протирічать одне одному, а доповнюють різні аспекти сутності цього складного, що має комплексний характер і різноманітність проявів.

Екскурсія – методично продуманий показ визначних місць, пам'ятників історії й культури, в основі якого лежить аналіз об'єктів, які перебувають перед очима екскурсантів, а також уміла розповідь про події, пов'язаних з ними.

Екскурсія – цілеспрямований та запрограмований наочний процес пізнання особистістю навколишнього світу, побудований на поєднанні зорових, слухових та інших вражень, який проходить під керівництвом кваліфікованого фахівця-екскурсовода.

Екскурсія – туристична послуга тривалістю до 24 годин у супроводі екскурсовода за задалегідь затвердженим маршрутом для забезпечення задоволення духовних, естетичних, інформаційних потреб туристів.

Ознаки екскурсії:

1. Тривалість за часом проведення від 45 хв. до однієї доби.
2. Наявність екскурсантів (групи або індивідуалів).

3. Наявність екскурсовода, який проводить екскурсію. Наочність, зорове сприйняття, показ екскурсійних об'єктів на місці їхнього розташування.
5. Пересування учасників екскурсії по заздалегідь складеному маршруту.
6. Цілеспрямованість показу об'єктів, наявність певної теми.
7. Активна діяльність учасників (спостереження, дослідження об'єктів).

Крім цих загальних ознак у кожного виду екскурсій є свої специфічні ознаки:

- в автобусних вихід з автобуса для огляду пам'ятників (не менш трьох);
- у музейних - знайомство з матеріалами, розташованими на стендах;
- у виробничих - демонстрація діючих об'єктів (верстатів, агрегатів, механізмів).

Екскурсійний метод

У практиці використовується чимало різних методів пізнання: індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичний, методи абстрагування, аналогії, моделювання, узагальнення, експерименту та ін. Всі ці методи тією чи іншою мірою використовуються при проведенні екскурсій.

Екскурсійний метод являє собою сукупність методичних прийомів, які застосовують на екскурсіях для повідомлення знань. Це комплексний метод, який має ряд особливостей:

1. Вибір у спостережуваних об'єктах найважливішого й істотного;
2. Узгодження нового матеріалу з раніше отриманим досвідом і знаннями.
3. Предметність, речовинна доказовість (наочність). Висунуті в розповіді екскурсовода положення аргументуються за допомогою зорових доказів.
4. Екскурсійний метод побудований на перевазі показу.
5. Екскурсійний метод спрямований на вивчення головного в темі.
6. Переміщення екскурсантів та екскурсовода.
7. Пізнання предметів проходить при участі всіх органів чуття людини.

3. Класифікації екскурсій

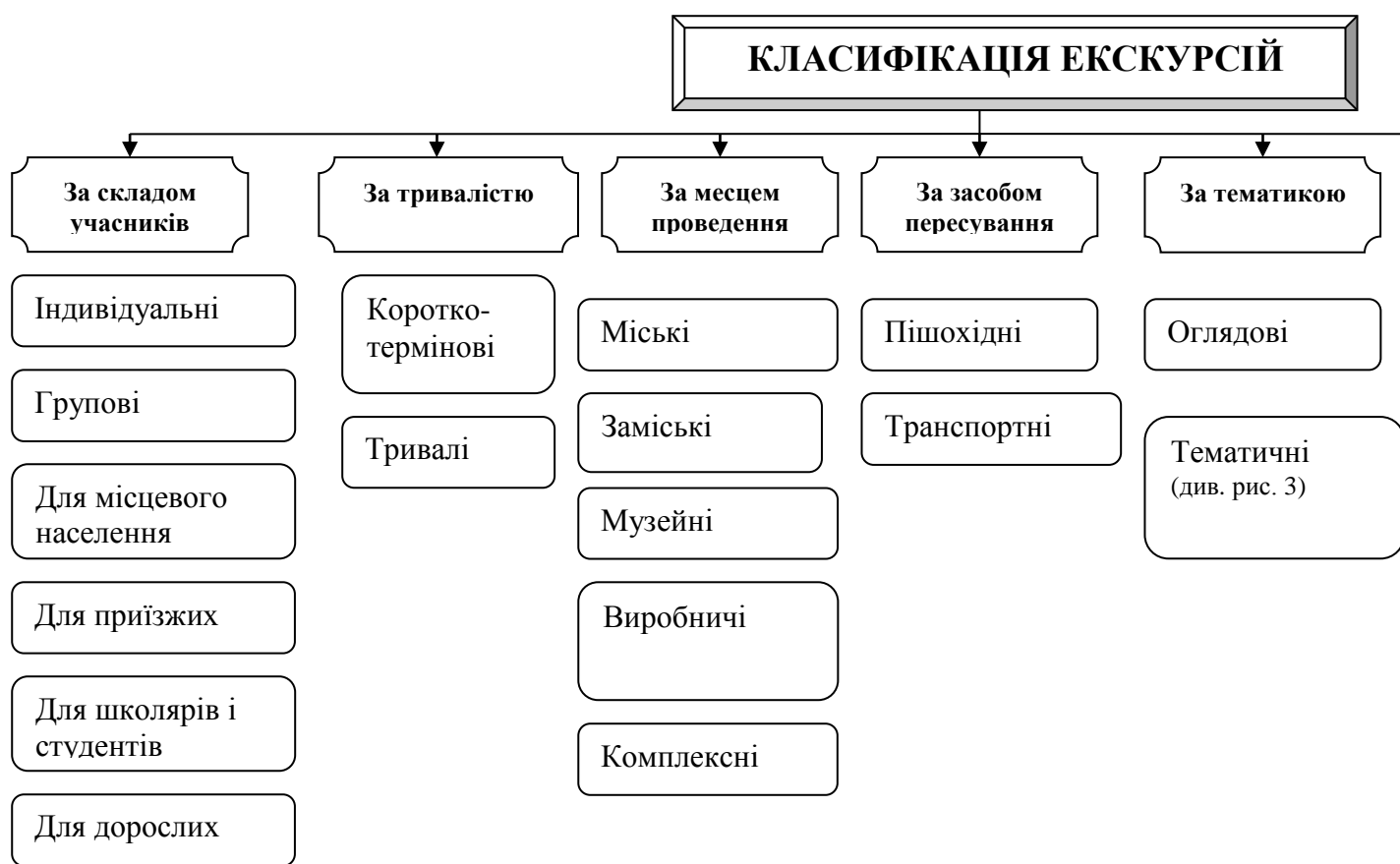


Рис.2. Види класифікацій екскурсій за різними критеріями

Екскурсії класифікуються за такими ознаками: змістом; складом й кількістю учасників; місцем проведення; способом пересування; тривалістю; формою проведення.

Класифікація за формою проведення представлена консультацією, демонстрацією, уроком, масовкою, прогулянкою, лекцією, концертом, спектаклем, а також різновидами - учбова, пробна, показова, рекламна.



Рис. 3. Класифікація екскурсій за тематикою

Група архітектурно-містобудівних екскурсій включає такі види: по будівлях населеного пункту або по окремо розміщених замках, фортецях тощо; по пам'ятниках архітектури певного періоду, по творчій спадщині одного архітектора; по плануванню та забудові міста; по сучасній архітектурі та забудові.

Функції екскурсій. Функціональне призначення екскурсій – відпочинок, змістовне дозвілля, підвищення культурного рівня, наукова інформованість, розширення світогляду, формування інтересів, спілкування.

4. Особливості оглядових екскурсій

Згадаємо, що за змістом екскурсії поділяються на оглядові (багатопланові), тематичні. Оглядові екскурсії, як правило, багатотемні. Не випадково їх називають багатоплановими. У них використовується історичний і сучасний матеріал. Будується така екскурсія на показі всіляких об'єктів (пам'ятників історії й культури, будинків і споруд, природних об'єктів, місць знаменитих подій, елементів благоустрою міста, промислових і сільськогосподарських підприємств і т.д.) Це дає загальне уявлення про місто, край, регіон, державу в цілому. Хронологічні рамки такої екскурсії – час існування міста/туристичного центру з першої згадки про нього досьогодення і на майбутнє – перспективи розвитку.

В оглядових екскурсіях події викладаються крупним планом. Це дає загальне уявлення про місто, край, область, державу в цілому. Хронологічні рамки такої екскурсії – від часу заснування міста (першої документальної згадки про нього) до сьогоднішнього дня з обов'язковим оглядом перспектив подальшого розвитку.

Оглядові екскурсії мають свої особливості. На відміну від тематичних, формулювання теми в оглядових екскурсіях пов'язане із певною складністю. Незалежно від місця, де їх готують і проводять, оглядові екскурсії практично подібні між собою, насамперед за своєю структурою. У кожній із них висвітлюється декілька підтем (історія міста, стисла характеристика промисловості, науки, культури, освіти тощо). У той же час в оглядових екскурсіях є свої відмінні риси, які пояснюються тими особливостями в історичному розвитку, що властиві визначеному місту, області, краю. Наприклад, військово-історична підтема є присутньою в оглядових екскурсіях тих міст і областей, на території яких відбувалися військові бої. Літературні підтеми включаються в оглядові екскурсії міст, пов'язаних із життям і діяльністю письменників, поетів.

5. Особливості тематичних екскурсій

Тематична екскурсія присвячена розкриттю однієї теми. Якщо це історична екскурсія, то в її основу може бути покладено одна або кілька подій, об'єднаних однією темою, а іноді більш тривалий період часу. Якщо це екскурсія на архітектурну тему, то предметом вивчення можуть стати найцікавіші здобутки зодчества, розташовані на вулицях і площах міста, а у великому місті - архітектурні ансамблі минулих століть.

Слід відмітити, що тематичні екскурсії того або іншого виду рідко існують ізольовано. Наприклад, історичний матеріал використовується в екскурсіях на архітектурно-містобудівні теми; елементи природознавчих екскурсій знаходять своє місце в екскурсіях майже кожної групи тематичних екскурсій. Зміст залежить від конкретних умов проведення екскурсії, від ресурсів пізнавального плану того або іншого міста або регіону.

Однакових екскурсій не існує, вони розрізняються насамперед за темою. Слово «тема» в перекладі із грецької означає «те, що покладено в основу». Тема являє собою поняття, що належить до змісту чого-небудь. Кожна екскурсія повинна мати свою чітко визначену тему. *Тема в екскурсії* - предмет показу й розповіді. Формування теми являє собою короткий і концентрований виклад основного змісту екскурсії.

Підготовка нової теми, змісту екскурсії - це багатомісячна напружена

праця колективу працівників. Особливістю кожної екскурсійної теми є те, що вона тісно пов'язана з об'єктами показу й з тим екскурсійним матеріалом, що насичує її зміст. Цей матеріал повинен бути поданий у такому обсязі, що може бути засвоєний екскурсантами при показі об'єктів. Тема відіграє вирішальну роль в об'єднанні зовні розрізнених частин екскурсії в єдине ціле. Вона регулює розповідь, не даючи можливості екскурсоводу розповісти про об'єкт усе, що він про нього знає, особливо в тих випадках, коли об'єкт буває багатоплановим і містить велику інформацію. Саме темою екскурсії визначається як показати об'єкт, яку частину інформації дати екскурсантам у цьому випадку.

Деякі об'єкти показуються в декількох екскурсіях. Наприклад, площу Свободи в м. Харків або будинок Харківського академічного театру опери й балету ім. Лисенка показують і в оглядових, і в тематичних екскурсіях. І в кожній з них про один і той самий об'єкт дається різний обсяг інформації, у розповідях він висвітлюється в різних ракурсах.

Велике значення має витриманість тематики екскурсії. Вся розповідь і показ повинен «працювати» на її основну тему. По шляху проходження групи в екскурсію можуть «вторгатися» об'єкти, розташовані на даному маршруті, але не стосовні до обраної теми. Відомості про такі об'єкти можуть бути дуже цікавими, але другорядними до конкретно розглянутої теми. Тому екскурсовод може повідомити про їх екскурсантам тільки як відповіді на питання.

Кожна тема являє собою сукупність цілого ряду *підтем*. У кожній підтемі повинна бути повнота й логічна завершеність. Правильно розроблена підтема повинна сприйматися екскурсантами не сама по собі, а разом з іншими підтемами, у композиції.

Композицією екскурсії називають розташування, послідовність і співвідношення підтем, основних питань, вступу й заключної частини екскурсії.

Провідна підтема - композиційний центр екскурсії, навколо якого будується вся розповідь екскурсії. Вона сприяє більше глибокому розкриттю змісту екскурсії, робить її переконливою і такою, що запам'ятовується.

Деякі вчені, розглядаючи структуру екскурсії, окрім вступу основної частини і висновків виділяють такі поняття, як сюжет, фабула, кульмінація

Сюжет — подія або кілька подій, пов'язаних один з одним.

Фабула - ланцюг подій, про які оповідає твір.

Кульмінація - момент найвищого напруження в розвитку фабульної дії.

Багатотемність оглядової екскурсії не дає можливості досить глибоко розкрити зміст кожної підтеми, дати більш глибоке тлумачення подій. У такій екскурсії звичайно буває більше фактів без їхнього тлумачення. Однак оглядова екскурсія має велике значення для розвитку екскурсійної тематики, тому що майже кожна її підтема може надалі стати темою для розробки самостійної екскурсії.

Назва екскурсії - це мовний вираз, який у прямій і непрямій формі позначає зміст екскурсії. Він повинен бути точним і не допускати двоякого або незрозумілого тлумачення.

6. Етапи підготовки нових екскурсій

Підготовка нової екскурсії проводиться за такими етапами:

1. Визначення мети і завдань екскурсії.
2. Вибір теми.

3. Відбір літератури і складання бібліографії.
4. Визначення інших джерел екскурсійного матеріалу.
5. Відбір і вивчення екскурсійних об'єктів. Поняття про картку об'єкта.
6. Упорядкування маршруту екскурсії.
7. Об'їзд або обхід маршруту.
8. Підготовка контрольного тексту екскурсії.
9. Комплектування "Портфеля екскурсовода".
10. Визначення методичних прийомів проведення екскурсії.
11. Визначення техніки ведення екскурсії.
12. Складання методичної розробки екскурсії.
13. Складання індивідуального тексту.
14. Прийом (здача) екскурсії
15. Затвердження екскурсії.

Підготовка нової екскурсії доручається творчій групі в складі 3 - 7 чоловік, а в окремих випадках і більше, залежно від складності теми. Здебільшого це працюючі в установі екскурсоводи. Часто як консультантів запрошують фахівців різних галузей - науковці музеїв, викладачі вузів і середніх шкіл і т.д. Звичайно кожному з учасників творчої групи поручається розробка одного з розділів, однієї з підтем екскурсії або одного або декількох питань підтеми. З метою контролю за роботою вибирається керівник творчої групи.

У найпростішому вигляді схема всіх екскурсій, незалежно від теми, виду й форми проведення, однакова: вступ, основна частина, висновок.

Вступ, як правило, складається з двох частин:

- організаційної (знайомство з екскурсійною групою та інструктаж екскурсантів про правила безпеки й поведіння на маршруті);
- інформаційної (коротке повідомлення про тему, довжину й тривалість маршруту, час відправлення й прибуття назад, санітарні зупинки і місце закінчення екскурсії).

Основна частина будується на конкретних екскурсійних об'єктах, поєднанні показу й розповіді. Її зміст складається з підтем (від 5 до 12).

Висновок не пов'язаний з екскурсійними об'єктами. Він повинен займати за часом 5-7 хвилин і складається з двох частин:

- підсумок основного змісту екскурсії, висновок за темою, що реалізує ціль екскурсії
- інформація про інші екскурсії, які можуть розширити й поглибити дану тему

7. Методика підготовки нових екскурсій

Підготовка нових екскурсій проводиться за вищезазначеними етапами.

Етап 1. Визначення мети й завдань екскурсії

Робота над будь-якою новою екскурсією починається і чіткого визначення її мети. Це допомагає авторам екскурсії більш організовано вести роботу надалі. **Мета екскурсії** — це те, задля чого показуються екскурсантам екскурсійні об'єкти (пам'ятники історії й культури та ін.)

Приклад формулювання мети екскурсії: виховання любові й поваги до своєї малої батьківщини; естетичне виховання; розширення кругозору; одержання додаткових знань по конкретних галузях науки або окремих темах;

знайомство з історією й сучасністю міста та ін.

Завдання екскурсій - досягти цілей шляхом розкриття її теми.

Етап 2. Вибір теми

Вибір теми залежить від потенційного попиту, конкретного замовлення або цілеспрямованого створення певної тематики екскурсій. Кожна екскурсія повинна мати свою чітко визначену тему. Тема є стрижнем, що поєднує окремі об'єкти й підтеми екскурсії в єдине ціле. Відбір об'єктів при створенні екскурсії учасники творчої групи ведуть, постійно звіряючи свої матеріали з темою. Однак мало відібрати об'єкт за темою, треба знайти конкретний матеріал, на якому ця тема буде розкрита з найбільшою повнотою й переконливістю. Після визначення теми обирають назву екскурсії таким чином, як це було описано в темі 2.

Етап 3. Відбір літератури й складання бібліографії

У ході розробки нової екскурсії складається список книг, брошур, статей, опублікованих у газетах і журналах, що розкривають тему. Призначення списку - визначити межі майбутньої роботи з вивчення літературних джерел, надати допомогу екскурсоводам у використанні необхідного фактичного й теоретичного матеріалу при підготовці тексту. Перелік літератури розмножується в декількох екземплярах для зручності в роботі групи. При великій кількості літературних джерел список може бути розділений на дві частини: «Основна література» і «Додаткова література».

Етап 4. Визначення інших джерел екскурсійного матеріалу

Крім публікацій у пресі можуть бути використані інші джерела. Автори екскурсії складають їхній перелік, в який входять державні архіви, музеї, хронікально-документальні й науково-популярні кінофільми, відеоматеріали, перелік електронних і інтерактивних інформаційних ресурсів, де містяться матеріали за темою екскурсії. Як джерело також можуть бути використані статистичні дані, картографічні джерела. Певну інформацію можна одержати з інтерпретації усної народної творчості, спогадів учасників і очевидців історичних подій. Можливі власні спостереження за природними об'єктами та процесами.

Етап 5. Відбір і вивчення екскурсійних об'єктів

Правильний відбір об'єктів, їхня кількість, послідовність показу безпосередньо впливають на якість екскурсії.

В якості екскурсійних об'єктів можуть виступати:

- *пам'ятні місця*, пов'язані з історичними подіями (наприклад, Поле Полтавської битви);
- *будівлі й споруди*, меморіальні пам'ятники, пов'язані з життям і діяльністю видатних особистостей, шедеври архітектури й містобудування, житлові й суспільні будівлі, будівлі промислових підприємств, інженерні споруди, будівлі культурного, культового призначення, фортифікаційні споруди та інші будівлі;
- *природні об'єкти* — ліси, гаї, парки, ріки, озера, ставки, заповідники, заказники, національні природні парки, парки пам'ятники садово-паркового мистецтва, а також окремі дерева, реліктові рослини й ін.;
- *експозиції* музеїв, картинних галерей, постійних і тимчасових виставок;

- *пам'ятники археології* — городища, древні стоянки, поселення, кургани з похованнями, земляні вали, дороги, святилища, та ін.;
- *пам'ятники мистецтва* — витвори образотворчого, декоративно-прикладного мистецтва, скульптура й твори інших видів мистецтва.

Екскурсійні об'єкти класифікуються:

- *за змістом* - *однопланові* (шедеври живопису, ріка, рослина, тварина, будинок) і *багатопланові* (архітектурний ансамбль, ліс, поле, вулиця, площа міста);
- *за функціональним призначенням* - основні, які є основою для розкриття підтем, і додаткові, які показуються під час переїздів (переходів) між основними об'єктами, в ході логічних переходів у розповіді;
- *по ступеню збереженості* - повністю збережені, такі, що дійшли до наших днів зі значними змінами, частково збережені, втрачені.

Правильний відбір об'єктів забезпечить зорову основу сприйняття екскурсійного матеріалу й глибоке розкриття теми. Варто так організувати цю справу, щоб одні й ті самі об'єкти не кочували з екскурсії в екскурсію. По можливості в кожній темі повинні бути «свої» об'єкти. Розмаїтість об'єктів дасть можливість забезпечити правильне чергування вражень в екскурсантів, дозволяє зберегти елемент новизни при відвідуванні різних екскурсій одного екскурсійного підприємства.

Якщо неможливо виключити той або інший об'єкт із передбачуваного маршруту через його унікальність (наприклад, Будівлі архітектора А.Н. Бекетова, Площа Свободи та ін.), які показуються в різних екскурсіях (оглядовій, історичній, архітектурній), то такий об'єкт повинен бути розкритий особливо. При його показі повинні бути виявлені ті характерні риси, які не знайшли відбиття в екскурсіях на інші теми. А при розповіді щораз повинен бути використаний інший, матеріал відповідній конкретній темі. Тому інтерес екскурсантів при їхньому повторному огляді в різних екскурсіях не знижується.

У практиці підготовки екскурсій вироблена певна *методика оцінки екскурсійних об'єктів*. Застосування цієї методики особливо важливо в тих випадках, коли творці нової екскурсії, зустрічаючись на маршруті з декількома об'єктами, подібними за змістом, можуть обирати ті з них, які найцікавіші для, даної теми.

Для оцінки об'єктів, які включаються в екскурсію, рекомендується використовувати наступні критерії:

- *Пізнавальна цінність* — зв'язок об'єкта з конкретною історичною подією, з певною епохою, життям і творчістю відомого діяча науки або культури, художня цінність пам'ятника, можливість використання в естетичному вихованні учасників екскурсії.
- *Популярність об'єкта*, його відомість серед широких верств населення.
- *Незвичайність (екзотичність) об'єкта*. Мається на увазі особливість, неповторність об'єкта (наприклад, суцільнозварний міст Е. О. Патона через Дніпро в Києві). Незвичайність об'єкта може бути також пов'язана з якоюсь історичною подією, що відбулося в даній будівлі, на певному місці, або з легендою.
- *Зовнішня виразність об'єкта*, тобто його взаємодія із навколишнім

середовищем - будівлями, спорудами, природою. Перевага віддається тому об'єкту, який найкраще вписується в місцевість, гармоніює з іншими об'єктами, з ландшафтом.

- *Збереженість об'єкта.* Робиться оцінка стану об'єкта в конкретний момент, і відповідно визначається можливість його показу екскурсантам.
- *Місцезнаходження об'єкта.* При відборі об'єктів повинні враховуватися відстань до пам'ятника, зручність під'їзду до нього, придатність дороги для автотранспорту, можливість підвозу до об'єкта екскурсантів, природна обстановка, що оточує даний об'єкт, наявність місця, придатного для розташування групи з метою спостереження.
- *Тимчасове обмеження показу об'єкта* (за часом доби, по днях, місяцях і сезонах) - це коли відвідування й огляд об'єкта неможливі через погану видимість, сезонність, графік роботи.

Екскурсія не повинна бути перевантажена великою кількістю об'єктів, тому що це збільшує її тривалість і викликає стомлюваність екскурсантів, а увага й інтерес при цьому слабшають. Оптимальна тривалість міської екскурсії становить 2-4 академічних години при цьому екскурсанти з інтересом сприймають не більше 15-20 екскурсійних об'єктів.

В екскурсію можуть входити об'єкти як однієї групи (наприклад, пам'ятники архітектури) так і декількох груп (пам'ятні місця, історичні пам'ятники, житлові будівлі, природні об'єкти). Набір об'єктів залежить від теми екскурсії, її змісту, складу екскурсійної групи. Неправильно, наприклад, коли вся оглядова екскурсія побудована винятково на показі скульптурних пам'ятників і монументів. Варто уникати одноманітності побудови зорового ряду. Зорові враження екскурсантів будуть неповними, якщо в маршрут поряд з пам'ятниками й монументами не буде введений показ окремих об'єктів природи, визначних місць та ін.

Всі об'єкти, залежно від своєї ролі в екскурсії, розподіляються на *основні й додаткові*. Основні об'єкти піддаються більш глибокому аналізу, на них розкриваються підтеми екскурсії. Показ додаткових об'єктів, як правило, здійснюється при переїздах (переходах) екскурсійної групи.

Відбір об'єктів закінчується складанням картки на кожний з них. Картка виготовляється на твердому картоні у вигляді таблиці (рис. 4)

Картка об'єкта №

1) найменування об'єкта (первинне й сучасне), а також назва, під якою пам'ятник відомий серед місцевих жителів	
2) історична подія, з якою пов'язаний об'єкт, дата події	
3) місцезнаходження об'єкта, його поштова адреса, під'їзд і підхід до нього	
4) опис об'єкта (автор, дата спорудження, з яких матеріалів виготовлений, текст меморіального напису, особливості);	
5) джерело відомостей про пам'ятник (література, де описаний об'єкт і події, пов'язані з ним, архівні дані,	

усні перекази);	
б) Збереженість об'єкта (стан об'єкту й прилеглої території, дата останнього ремонту, реставрації);	
7) в яких екскурсіях пам'ятник використовується;	
9) дата складання картки, прізвище й посада укладача;	
10) додаткові дані (при необхідності)	

Рис. 4. Приклад бланка картки екскурсійного об'єкта.

До картки обов'язково прикріплюються світлини об'єкта в його нинішньому й колишньому видах.

Етап 6. Складання маршрута екскурсії

Маршрут екскурсії являє собою найбільш зручний шлях проходження екскурсійної групи, що сприяє розкриттю теми. Одне із завдань маршруту - сприяти найбільш повному розкриттю теми.

Розробка маршруту - складна багатоступінчаста процедура, що вимагає досить високої кваліфікації і є одним з основних елементів технології створення нової екскурсії. При розробці автобусного маршруту слід керуватися «Правилами дорожнього руху», «Правилами перевезення пасажирів» та ін.

Основні вимоги, які повинні бути враховані укладачами маршруту - організація показу об'єктів у логічній послідовності й забезпечення зорової основи для розкриття теми.

У практиці екскурсійних установ існують три варіанти побудови маршрутів:

- *хронологічний* (наприклад, екскурсії, присвячені життю й діяльності видатних людей);
- *тематичний* (екскурсії, пов'язані з розкриттям певної теми в житті міста, наприклад, «Храми Харкова»);
- *тематико-хронологічний* (усі оглядові міські екскурсії).

Вимоги до екскурсійного маршруту

1. Показ об'єктів варто проводити, не допускаючи непотрібних повторних проїздів по одній і тій самій ділянці маршруту (вулиці, площі, мосту, шосе), тобто так званих «петель»;

2. Наявність доступності об'єкта (майданчика для його огляду, упоряджених зупинок, у тому числі санітарних, і місць паркування транспортних засобів);

3. Переїзд або перехід між об'єктами не повинен займати більше 10-15 хвилин, щоб не було занадто тривалих пауз у показі й розповіді;

Рекомендується до моменту проведення екскурсії мати кілька варіантів руху групи. Необхідність зміни маршруту в ряді випадків викликається транспортними «пробками», ремонтними роботами на міських магістралях. Все це повинне бути враховане при створенні різних варіантів маршруту.

Розробка автобусного маршруту завершується узгодженням і затвердженням паспорта й схеми маршруту, розрахунку кілометражу й часу використання автотранспорту.

Етап 7. Об'їзд (обхід) маршрута

Об'їзд (обхід) маршруту є одним з важливих етапів розробки нової

екскурсії. При організації об'їзду (обходу) маршруту вирішуються такі завдання:

- 1) ознайомитися із плануванням траси, вулицями, площами, по яких прокладений маршрут;
- 2) уточнити місце, де розташовані об'єкти, а також місце передбачуваної зупинки екскурсійного автобуса або пішохідної групи;
- 3) освоїти під'їзд на автобусі до об'єктів або місць стоянок;
- 4) провести хронометраж часу, необхідного для показу об'єктів, їхньої словесної характеристики й пересування автобуса (пішохідної групи), а також уточнити тривалість екскурсії в цілому;
- 5) перевірити доцільність використання намічених об'єктів показу;
- 6) вибрати кращі точки для показу об'єктів і варіанти розташування екскурсійної групи;
- 7) вибрати методику ознайомлення з об'єктом;
- 8) з метою безпеки пересування туристів по маршруту виявити потенційно небезпечні місця й вжити заходів.

Етап 8. Підготовка контрольного тексту екскурсії

Текст екскурсії являє собою матеріал, необхідний для повного розкриття всіх підтем, що входять в екскурсію. Текст покликаний забезпечити тематичну спрямованість розповіді екскурсовода на факти й події, яким присвячена екскурсія, в ньому дається об'єктивна оцінка показуваних об'єктів.

Вимоги до тексту: стислість, чіткість формулювань, необхідна кількість фактичного матеріалу, наявність інформації з теми, повне розкриття теми, літературна мова.

Види текстів: контрольний і індивідуальний.

Контрольний текст - ретельно підібраний і вивірений по джерелах матеріал, який є основою для всіх екскурсій за даною темою. У більшості випадків містить хронологічний виклад матеріалу й не відбиває структури екскурсії, не будується в маршрутній послідовності з розподілом матеріалу, що викладається, по зупинках, де відбувається аналіз екскурсійних об'єктів.

Контрольний текст екскурсії складається творчою групою. Використовуючи положення й висновки, які містяться в контрольному тексті, екскурсовод будує свій індивідуальний текст.

Крім матеріалів для розповіді екскурсовода в контрольний текст включають матеріали, які повинні скласти зміст вступного слова й висновку екскурсії, а також логічних переходів. Він повинен бути зручний для користування. Цитати, цифри й приклади супроводжуються посиланнями на джерела.

Етап 9. Комплектування «портфеля екскурсовода»

«Портфель екскурсовода» - умовне найменування комплекту наочних матеріалів, використовуваних у ході проведення екскурсії. Ці матеріали звичайно містяться в папці або невеликому портфелі.

Завдання «портфеля екскурсовода»:

- відновити відсутні ланки при показі (об'єкт не зберігся до наших днів, дати уявлення про первісний вид об'єкта, показати перспективу в майбутньому)
- дати зорове уявлення про об'єкт (рослини, мінерали, механізми шляхом показу справжніх зразків, їхніх світлин, макетів).

У «портфель екскурсовода» включаються світлини, географічні карти, схеми, креслення, малюнки, зразки продукції, копії справжніх документів, рукописів, літературних творів, макети, муляжі й ін.

Такі «портфелі» створюються, зазвичай, з кожної теми і використовуються в кожній екскурсії. Кількість їх не повинна бути великою, тому що в цьому випадку експонати будуть відволікати екскурсантів від огляду справжніх об'єктів, розсіювати їхню увагу.

Наочні експонати «портфеля екскурсовода» повинні бути зручні для використання. До кожного експоната, включеного в «портфель», прикладається картка з поясненнями або довідковим матеріалом. Іноді пояснення приклеюються зі зворотної сторони експоната. Така анотація служить вихідним матеріалом для екскурсовода при показі експоната екскурсантам.

Етап 10. Визначення методичних прийомів проведення екскурсії

Успіх проведення екскурсії перебуває в прямої залежності від використаних у ній методичних прийомів показу й розповіді. Вибір того або іншого методичного прийому диктується завданнями, поставленими перед екскурсією, інформаційною насиченістю конкретного об'єкта.

Робота творчої групи на цьому етапі складається з декількох частин:

- а) відбору найбільш ефективних *методичних прийомів для висвітлення підтем*, методичних прийомів, які рекомендуються залежно від екскурсійної аудиторії (дорослі, діти), часу проведення екскурсії (зима, літо, день, вечір), особливостей показу;
- б) визначення *прийомів збереження уваги екскурсантів* і активізації процесу сприйняття екскурсійного матеріалу;
- в) вироблення *рекомендацій з використання виразних засобів у мові екскурсовода*;

Етап 11. Визначення техніки ведення екскурсії

Техніка ведення екскурсії поєднує всі організаційні питання екскурсійного процесу. Ці вказівки відносяться як до екскурсовода, так і до водія та екскурсантів.

В основному формулюються вказівки щодо:

- місць зупинок транспорту й виходів для огляду об'єктів;
- пересування між об'єктами, його швидкості;
- демонстрації матеріалів «портфеля екскурсовода»;
- використання пауз;
- дотримання часу, відведеного на висвітлення підтем;
- організацію відповідей на питання екскурсантів;
- про порядок дотримання елементів ритуалу
- місця екскурсовода при показі об'єктів і при пересуванні групи.

Етап 12. Складання методичної розробки

Методична розробка — документ, що визначає, як провести дану екскурсію, як краще організувати показ пам'ятників, яку методику й техніку ведення варто застосувати, щоб екскурсія пройшла ефективно. Вона дисциплінує екскурсовода й повинна: підказати екскурсоводові шляхи для розкриття теми; озброїти його найбільш ефективними методичними прийомами показу й розповіді; містити чіткі рекомендації з питань організації екскурсії; враховувати інтереси певної групи екскурсантів. Методична розробка складається на кожен тему екскурсії, в тому числі й при диференційованому підході до підготовки й проведення екскурсії. У варіантах методичної розробки знаходять висвітлення вікові, професійні й інші інтереси екскурсантів, особливості методики їх проведення. Основне завдання цього документу-з'єднати показ і розповідь у єдине ціле.

Методична розробка оформлюється таким чином:

На титульному аркуші розташовують дані: найменування екскурсійної установи, назва теми екскурсії, вид екскурсії, довжина маршруту, тривалість в академічних годинах, прізвища й посади укладачів, дата затвердження екскурсії керівником екскурсійної установи (печатка і підпис);

1. На наступній сторінці викладають мету й завдання екскурсії, схему маршруту із вказівкою об'єктів і зупинок під час екскурсії. Список підтем.
2. Текст вступу, основної частини і висновків.
3. Технологічна карта (таблиця з 7 стовпчиків обсягом 6-12 сторінок).
4. Матеріали «портфеля екскурсовода», які супроводжуються списком із порядковими номерами і назвами експонатів.
5. Картки об'єктів.
6. Список використаних джерел.

Ефективність методичної розробки залежить від правильного, точного та змістовного заповнення всіх граф технологічної карти екскурсії. Розмір технологічної карти - 6-12 сторінок друкованого тексту (обсяг документа залежить від кількості екскурсійних об'єктів, числа підтем, тривалості екскурсії за часом і довжиною маршруту). Фрагмент заповненої технологічної карти по першій підтемі екскурсії «Вулиця Полтавський шлях - сторінки історії відомі й невідомі» наведений в табл. 1. дидактичного забезпечення.

У 1 графі «Ділянки маршруту екскурсії» називається точка початку екскурсії й закінчення I підтеми; далі по маршруту початок і закінчення другої підтеми і т. д.

У 2 графі «Місця зупинок» називаються ті точки маршруту, де передбачений вихід з автобуса; передбачається огляд об'єкта з вікон автобуса без виходу екскурсантів або передбачається зупинка на пішохідній екскурсії. Всі записи в цій графі слід робити максимально точно вказуючи гнографічні місця розташування зупинок.

У графі 3 «Об'єкти показу» перераховують ті об'єкти, які показують групі на зупинці, у ході переїзду або пересування групи до наступної зупинки.

У замиській екскурсії об'єктами показу можуть бути в цілому місто,

селище, а при їх розташуванні вдалині - видимі частини (висока будівля, вежа, дзвіниця й ін.). У міській екскурсії об'єктами показу можуть бути вулиця або площа

Графа 4 «Тривалість екскурсії». Час, що називається в цій графі являє собою суму часу, що затрачається на показ об'єктів, розповідь екскурсовода й на пересування екскурсантів по маршруту до наступної зупинки. Тут же необхідно враховувати час, затрачений на рух біля об'єктів і між об'єктами.

Графа 5 «Найменування підтем і перелік основних питань». Називається підтема, що розкривається на даному відрізку маршруту, в даний відрізок часу, на перерахованих в графі 3 об'єктах. Тут формулюють основні питання, що викладаються при розкритті підтеми.

Графа 6 «Організаційні вказівки». У цю графу включають всі питання, які входять у поняття «Техніка ведення екскурсії», і рекомендації, що були розроблені на 11 етапі підготовки екскурсії.

Графа 7 «Методичні вказівки» визначає напрямок усього документа, формулює основні вимоги до екскурсовода за методикою ведення екскурсії, дає вказівки щодо використання методичних прийомів. Варто вказати, де і як застосовуються методичні прийоми. У цій графі також викладається варіант логічного переходу до наступної підтеми, даються рекомендації з показу матеріалів «Портфеля екскурсовода» (Етап 10).

Таблиця 2. Технологічна карта екскурсії на тему «Вулиця Полтавський шлях - сторінки історії відомі й невідомі»

Місця зупинок	Об'єкти показу	Тривалість огляду	Найменування підтем і перелік основних питань	Організаційні вказівки	Методи
Університетська гірка Стоянка автотранспорту напроти дзвіниці Успенського собору. Поки ведеться розповідь, автобус переїжджає до нижніх щаблів спуску з Університетської гірки. Стоянка напроти щаблів. Посадка.	Територія колишньої Харківської фортеці Панорама Залопанської і Захарківської частин міста й вулиць Полтавський шлях.	20 хв.	1. Університетська гірка - історичний центр Харкова. 1. Історія створення Харківської фортеці. 2. Характеристика Захарківської частини міста. 3. Характеристика Залопанської частини міста. 4. Характеристика вул. Полтавський шлях.	Групу вивести з автобуса зробити зупинку напроти вічного вогню, розташування напівколом (Характеристика харківської фортеці та сучасних об'єктів які розташовані на її теренах), потім провести по бічній правій алеї із зупинкою на розі, де проглядається вид на Захарківську частину міста. (Характеристика її забудови). Далі пройти понад огорожено, зупинитися де проглядається Залопанська частина міста та злиття річок Уди, Лопань, Харків (Характеристика забудови). Далі зупинитися на верхньому щаблі спуску до Торговельної площі де відкривається широка панорама вулиці Полтавський шлях. (Розкрити історію назви вулиці, коротка характеристика забудови) Спуститися по сходам (Оцінити крутість схилу й	Після попередньої зупинки напроти Університетської гірки, з допомогою зорової рекогносцировки території й фортеці 17 століття прийом харківської виникнення. Пояснити панорамно абстрагування частини міста. За допомогою панорамно абстрагування частини міста. За допомогою панорамно абстрагування частини міста. За допомогою панорамно абстрагування частини міста. Особливо зрозумілий як розташування Демонстрації з «Портфеля

вигідне розташування Харківської фортеці). Посадка в автобус.	«Панорама шлях напою Застосувати запропонувати зробити по узагальнити висновки п
---	--

Переходи в тексті екскурсії

Перед творцями екскурсії постає завдання зв'язати зміст усіх підтем у єдине ціле. Воно вирішується за допомогою логічних переходів, які повинні розглядатися як важлива частина екскурсії. Добре складені логічні переходи надають екскурсії стрункність, забезпечують послідовність у викладі матеріалу, є гарантією того, що наступна підтема буде сприйматися з інтересом. Переходи бувають двох видів: логічні й формальні.

Часто в екскурсіях при переході від однієї підтеми до іншої користуються *формальними (конструктивними) переходами*. Формальним називається такий перехід, що не пов'язаний зі змістом екскурсії й не є «перехідним містком» від однієї частини екскурсії до іншої. (Наприклад, «А тепер проїдемо по площі», «Зараз ми з вами підемо далі», «Давайте оглянемо ще одне примітне місце».) Не треба, однак, заперечувати правомірність використання таких переходів взагалі й вважати їх помилкою в екскурсійній роботі.

У тих випадках, коли пересування між об'єктами займає лічені секунди, такі переходи неминучі. (Наприклад, «Тепер подивиться праворуч» або «Прошу звернути увагу на пам'ятник, розташований поруч».) Такі переходи неминучі при огляді експозицій у музеях і на виставках, де зали, тематичні розділи й окремі стенди, присвячені різним підтемам, розташовані неподалік один від одного. Конструктивний перехід, не будучи «перехідним містком» між підтемами, націлює екскурсантів на ознайомлення з наступним об'єктом.

Більш ефективний *логічний перехід*, ув'язаний з темою екскурсії. Такий перехід може початися до пересування групи до наступної зупинки або закінчитися вже на зупинці біля об'єкта. Логічний перехід диктується не стільки особливостями екскурсійного об'єкта, скільки змістом самої екскурсії, тієї підтеми, після якої робиться цей перехід. Тривалість логічного переходу звичайно дорівнює за часом переїзду (переходу) групи від об'єкта до об'єкта, але вона може бути й більше, і менше.

Тема 2. Методика та техніка проведення екскурсій

1. Методичні прийоми ведення екскурсій

Класифікації методичних прийомів

Залежно від призначення методичні прийоми підрозділяються на кілька груп:

- методичні прийоми, завдання яких - допомогти екскурсоводу встановити міцні контакти між екскурсоводом і екскурсантами;
- прийоми, завдання яких домогтися стійкої уваги аудиторії до спостережуваного об'єкта;
- прийоми, що закріплюють увагу до розповіді, збуджують в екскурсантів інтерес до певних питань;
- прийоми, що забезпечують зорове сприйняття екскурсійного матеріалу.

У класифікації *прийомів проведення екскурсії* виділяються:

- прийоми показу
 - прийоми розповіді
- Крім цього методичні прийоми діляться на:
- загальні, застосовувані на всіх екскурсіях незалежно від того, що показується й про що йде розповідь;
 - окремі, властиві одному виду екскурсій (виробничих, музейних, природознавчих);
 - одиничні прийоми, використовувані при спостереженні якого-небудь одного унікального об'єкта (наприклад, Дзвіниця Успенського собору в дні з незначною хмарністю й достатньо сильним вітром можна продемонструвати ефект падіння дзвіниці). Такі прийоми, як правило, є «знахідкою» одного екскурсовода й не застосовуються всіма, хто проводить подібні екскурсії;
 - прийоми, використовувані в певну пору року, дня.

2. Методичний прийом показу в екскурсії

Показ — процес реалізації принципу наочності, наочний спосіб ознайомлення з екскурсійним об'єктом або декількома об'єктами одночасно (наприклад, з пам'ятником архітектури або з архітектурним ансамблем). Показ може розглядатися як дія (або сума дій) екскурсовода, спрямована на виявлення сутності предмета.

Особливістю показу є здатність виявити, розкрити ту або іншу якість (властивість, здатність) спостережуваного об'єкта, можливість зробити явним, очевидним те, що непомітно при першому погляді на предмет.

Крім показу на екскурсії присутні такі дії екскурсантів по знайомству з об'єктами як, **споглядання** й **огляд**, але вони значно відрізняються від показу. Так, при спогляданні й огляді ніхто не демонструє об'єкт, відсутній керівник, і сприйняття предметів зорового ряду - пасивне. **Споглядання** в такий спосіб - це просте пасивне сприйняття об'єкта. **Огляд** як поверхнєве позапланове знайомство з пам'ятниками. Розходження споглядання й огляду в порівнянні з показом полягає в тому, що при огляді людина сприймає тільки зовнішній вигляд пам'ятника. При показі ж вона бачить не тільки пам'ятник, але за допомогою екскурсовода розрізняє різні сторони, частини, зовнішні особливості об'єкта, бере участь у їхньому аналізі.

Завдання показу на екскурсії полягають у наступному:

- 1) показати екскурсійні об'єкти, що перебувають перед екскурсантами;
- 2) показати об'єкти, яких уже немає (збереглися тільки на фотографії або малюнку);
- 3) показати історичні події, що відбувалися на даному місці, відтворити їх зорову картину;
- 4) показати дії історичного діяча (письменника, художника, полководця), які відбувалися на даному місці;
- 5) показати об'єкт таким, яким він був у період описуваної події.

Умови для показу:

Ефектний показ екскурсійних об'єктів вимагає певних умов. У поняття умови показу, входить:

- а) правильно обрані точки показу;

б) час, більш вигідний для показу;

в) можливість відволікти увагу екскурсантів від об'єктів, далеких від теми;

г) використання руху екскурсантів як методичного прийому;

Методика вимагає забезпечення послідовності при здійсненні показу на екскурсії.

Орієнтовна схема послідовності дій екскурсовода при показі об'єкта

1. Екскурсовод визначає, що за предмет (об'єкт) показується екскурсантам.	Визначення
2. Екскурсовод пояснює, що собою представляє об'єкт (характеризує, описує об'єкт).	Характеристика
3. Екскурсовод говорить про призначення об'єкта.	Мета створення
4. Екскурсовод розглядає окремі частини об'єкта.	Екскурсійний аналіз, порівняння
5. Екскурсовод називає автора пам'ятника, архітектора будівлі.	Довідка
6. Екскурсовод розповідає про подію, пов'язаному з об'єктом, його значення.	Оцінка історичної події

Для посилення показу екскурсовод користується **вказівками**, які розрізняють:

- за часом їхнього впливу на аудиторію:
 - до зустрічі з екскурсійним об'єктом, до початку спостереження;
 - у ході показу об'єкта, коли він перебуває в полі їхнього зору;
 - наприкінці спостереження з метою повідомити методику самостійного огляду екскурсантами подібних об'єктів у майбутньому.
- вказівки, що орієнтують екскурсантів на певні частини або деталі об'єкта (за часом - до спостереження);
- спрямовує увагу екскурсантів на певний об'єкт;
- рекомендують порівняти даний об'єкт з яким-небудь іншим, баченим ними раніше (дається в ході спостереження);
- особливості, що роз'яснюють об'єкт показу з метою його більш глибокого розуміння (в ході спостереження);
- вказівки, що виділяють об'єкт із ансамблю або з ряду подібних йому з навколишнього середовища (природа, забудова);

Види показу в автобусній екскурсії

Для автобусної екскурсії характерні чотири види показу:

1) на ходу автобуса з вікон при швидкості 50-60 км/год екскурсовод коментує те, що бачать екскурсанти. Такий вид показу об'єктів характерний для шляхової екскурсійної інформації;

2) спостереження з вікон у ході вповільненого руху автобуса при проходженні повз зорові об'єкти. Це дає можливість оглянути пам'ятники

історії й культури, одержати поверхневе враження про них. Звичайно такий показ використовується для знайомства з додатковими об'єктами;

3) спостереження об'єктів при зупинці автобуса без виходу екскурсантів із салону. Показ ведеться з вікна автобуса. Відбувається більше глибоке знайомство з об'єктом, пам'ятними місцями. Можливість використання методичних прийомів показу обмежена;

4) на зупинці з виходом екскурсантів з автобуса. Відбувається більш глибокий показ. Використовуються методичні прийоми показу.

Методичні прийоми показу

Прийоми показу підрозділяються на:

Прийом попереднього огляду - використовується в той момент, коли екскурсанти перебувають на місці розташування пам'ятника. Він являє собою перший щабель спостереження об'єкта. Існують два варіанти використання прийому:

- *Перший* починається зі слів екскурсовода: «А це такий-то пам'ятник, ознайомтеся з ним». Тим самим він запрошує екскурсантів самим провести первісне спостереження об'єкта, познайомитися з його зовнішнім виглядом, побачити якісь деталі. Після цього екскурсовод націлює увагу групи на визначення сутності об'єкта, що дає екскурсантам можливість: а) скласти уявлення про історичну місцевість, де відбувалися розглянуті події; б) представити даний об'єкт у природній обстановці; в) дати певну оцінку об'єкту; г) одержати уявлення про його природне оточення.
- *Другий* варіант використання прийому попереднього огляду полягає в тому, що початком служить коротке вступне слово екскурсовода, в якому він зорієнтує групу на те, що саме слід побачити в ході спостереження об'єкта, які його якості й конкретні особливості рекомендується виявити в ході спостереження.

Прийом панорамного показу дає можливість екскурсантам спостерігати вид місцевості. Для панорамного показу можуть бути використані вежі, дзвіниці, кріпосні стіни, мости та інші високі точки, звідки відкривається панорама міста, поля бою, долини, ріки. Для активізації сприйняття екскурсантами широкої картини, що відкривається перед ними, необхідно в спостережуваній панорамі виявити композиційний центр і звернути на нього увагу групи. Інша особливість панорамного показу полягає в тому, що в поле зору екскурсантів попадає багато об'єктів. Екскурсовод повинен показати ті об'єкти, які розкривають тему, перейшовши від загального показу панорами до окремих частин.

Прийом зорової реконструкції (відтворення). Термін «реконструкція» означає відновлення первісного виду (вигляду) чого-небудь. Сутність цього прийому полягає в тому, що словесним шляхом відновлюється первісний вигляд об'єкта. Робить це екскурсовод, спираючись на зорові враження екскурсантів. Цей прийом широко використовують при показі пам'ятних місць, де проходили бої, народні повстання, страйки, мітинги та інші події. Сюди ж відносять місця, пов'язані з життям і діяльністю відомих особистостей. Якщо, наприклад, будівля перетворилася в руїни зробити зорову реконструкцію

екскурсоводові допомагають її вцілілі частини й деталі. Якщо ж будівля не збереглася, на допомогу приходять експонати «портфеля екскурсовода». Успіх використання прийому зорової реконструкції залежить від ступеня підготовленості екскурсовода.

Прийом зорового монтажу є одним з варіантів методичного прийому реконструкції. Екскурсовод, використовуючи прийом зорового монтажу, відновлює потрібний образ, підсумовуючи зовнішній вигляд декількох пам'ятників, а також їхніх окремих частин. Складові частини можуть бути «запозичені» з тих об'єктів, які в цей момент служать предметом спостереження екскурсантів. У зоровому монтажі можуть бути використані фотографії, креслення, малюнки.

Прийом локалізації подій тобто зв'язок подій з конкретним місцем. Цей прийом дасть можливість обмежити увагу учасників екскурсії певними рамками, прикувати їхні погляди до даної конкретної території, саме до того місця, де відбулася подія.

Прийом абстрагування являє собою уявний процес виділення із цілого яких-небудь частин з метою наступного глибокого спостереження. Цей методичний прийом дозволяє екскурсантам розглянути ті ознаки предмета (пам'ятника історії й культури, монументальної скульптури), які є основою для розкриття теми (підтеми). Прийом абстрагування побудований на спостереженні: а) одного з об'єктів за допомогою уявного відволікання від інших об'єктів, розташованих поруч, на тій же площі або вулиці; б) однієї із частин будівлі (поверху, балкона, ганку та ін.) при відволіканні від інших його частин, які менш істотні або не потрібні для розгляду даної теми.

Прийом зорового порівняння. В екскурсійній методиці використовують різні види порівняння: зорове, словесне, порівняння об'єкта, який знаходиться перед очима екскурсантів з об'єктом, який екскурсанти бачили раніше. Даний прийом побудований на зоровому зіставленні різних предметів або частин одного об'єкта з іншим, що перебуває перед очима екскурсантів. При цьому порівнюють один з одним як схожі, так і різні за своїм зовнішнім виглядом об'єкти.

Використання прийому зорового порівняння дає змогу екскурсантам представити дійсну величину об'єкта (наприклад, висоту пам'ятника, довжину кріпосних стін, ширину вулиці), дозволяє скоротити кількість цифр у розповіді, число використовуваних фактів і прикладів, час, затрачуваний на пояснення.

Прийом інтеграції побудований на об'єднанні окремих частин спостережуваного об'єкта в єдине ціле. Показуючи будівлю, споруду, пам'ятне місце, екскурсовод йде шляхом інтеграції, тобто об'єднання різних сторін, деталей, властивостей, в єдине ціле. Наприклад, прийом інтеграції може бути використаний при показі архітектурного ансамблю. Спочатку показується кожна будівля окремо, потім екскурсовод поєднує (інтегрує) зорові враження, отримані екскурсантами при спостереженні окремих об'єктів. На заключному етапі показу група спостерігає ансамбль як єдність декількох будівель. І екскурсовод формулює висновки, характеризуючи ансамбль у цілому.

Прийом зорової аналогії або асоціації побудований на порівнянні: а) даного об'єкта з фотографією або малюнком іншого аналогічного об'єкта; б) спостережуваного об'єкта з тими об'єктами, які екскурсанти спостерігали

раніше. Механізм дії цього прийому полягає в тому, що екскурсовод «ставить» перед екскурсантами два об'єкти, причому тільки один з них фізично перебуває перед їхніми очима.

Прийом зорової аналогії більш складний, ніж прийом зорового порівняння. При зоровому порівнянні зіставляються дві схожих між собою будівлі, споруди, монумента, рослини, пам'ятні місця, портрети, що перебувають у цей момент перед екскурсантами. Завдання екскурсовода, який використовує цей прийом при показі об'єкта, - залучити екскурсантів до активного пошуку аналогії, викликати в пам'яті уявлення про зовнішній вигляд аналогічного об'єкта, який вони бачили на колишніх екскурсіях. При цьому в кожного екскурсанта може бути своя аналогія. Прийом зорової аналогії іноді називають прийомом асоціації. Особливо часто цей прийом показу будується на асоціації за подібністю.

Прийом переключення уваги. Після спостереження об'єкта екскурсанти за пропозицією екскурсовода переносять свій погляд на інший об'єкт (наприклад, перенос погляду з будинку, побудованого на початку минулого століття, на сучасну багатоповерхову будівлю або перехід від спостереження панорами міста до спостереження об'єктів природи). Наявність контрасту збагачує новими враженнями. Порівняння об'єктів дозволяє краще зрозуміти спочатку спостережуваний об'єкт.

Методичний прийом руху. Треба розрізнити два поняття: «рух» як ознака екскурсії й «рух» як методичний прийом. Рух як методичний прийом представляється у трьох варіантах:

1. Перший - рух екскурсантів *поблизу об'єкта* з метою кращого його спостереження (наприклад, огляд кріпосних стін, рух екскурсантів уздовж конвеєра на заводі та ін.).
2. Другий варіант руху як методичного прийому — *обхід навколо будівлі, споруди, пам'ятника.*
3. Третій варіант - *рух до пам'ятника.* Методично він побудований таким чином, що в ході пересування автобусної або пішохідної групи об'єкт починає поступово вимальовуватися, виникаючи й збільшуючись у розмірах на очах екскурсантів.

Показ меморіальної дошки. При наявності на екскурсійному об'єкті меморіальної дошки екскурсоводу варто починати з аналізу об'єкта й розповіді про події, з ним пов'язані. Тільки після цього увага екскурсантів звертається на меморіальну дошку, що на даному об'єкті встановлена. Якщо меморіальна дошка добре видна екскурсантам і вони вже прочитали напис на ній, екскурсоводу не слід зачитувати її вголос.

Висвітлення підтеми може бути почате з меморіальної дошки в тому випадку, якщо вона встановлена на об'єкті, спорудженому на місці, де відбулася історична подія, тобто об'єкт, про який йде мова, не зберігся.

4. Методичний прийом розповіді

Розповідь — умовно прийнята в екскурсійній справі назва усної частини екскурсії, тобто повідомлення і пояснення, які екскурсовод дає групі. В оцінці ролі розповіді в екскурсії вчені-екскурсологі завжди були одноставні, незалежно від розходження точок зору з інших питань екскурсійної теорії й

методики. Вони вважали, що розповідь є доповненням до показу зорового матеріалу; вона не повинна бути великою; не можна допускати перетворення екскурсії в лекцію.

Розповідь екскурсовода виконує такі *завдання*:

1. Визначає об'єкт;
2. Коментує, пояснює, доповнює побачене;
3. Реконструює, відновлює те, що не може в цей момент побачити екскурсант;
4. Характеристика об'єкта (виявляє їхні якості), допомогти екскурсантам правильно побачити, зрозуміти й оцінити об'єкт;
5. На основі побаченого прийти до потрібних висновків. У своїй розповіді екскурсовод повідомляє аудиторії і про такі властивості об'єкта, які зорovo не сприймаються.
6. «Намалювати» картину події, пов'язаної з об'єктом.

Методичні прийоми розповіді

Прийом екскурсійної довідки використовується в сполученні із прийомами зорової реконструкції, локалізації, абстрагування. Екскурсовод повідомляє короткі дані про спостережуваний об'єкт: дату будівлі (реставрації), авторів, розміри, призначення та ін. За своїм змістом й побудовою даний прийом нагадує шляхову екскурсійну інформацію.

Прийом опису ставить своїм завданням надати допомогу в правильному відображенні об'єкта у свідомості екскурсантів (форма, обсяг, з якого матеріалу виготовлений, розташування щодо навколишніх об'єктів). Для опису об'єкта характерні точність, конкретність. Цей прийом можна використовувати не тільки для розповіді про об'єкти, але й про певні історичні події. На відміну від опису об'єктів опис історичних подій має образний характер розповідь повинна викликати в екскурсантів зорові образи, дозволяє їм подумки представити, як відбувалася подія.

Таким чином, прийом опису подій має підлеглий характер, замикаючись із методичним прийомом зорової реконструкції.

В автобусній екскурсії прийом опису використовується при всіх видах показу як з виходом екскурсантів з автобуса, так і без, виходу (спостереження об'єктів з вікна й під час руху автобуса на маршруті).

Прийом характеристики побудований на визначенні відмітних властивостей і якостей предмета, явища, людини. В екскурсії дається мовна характеристика об'єктів і «діючих» в екскурсії осіб.

На відміну від прийому опису прийом характеристики являє собою перерахування властивостей і особливостей, сукупність яких дає найбільш повне уявлення про даний об'єкт, дозволяє краще зрозуміти його сутність. Прийом опису стосується лише зовнішніх сторін об'єкта, не даючи характеристик його внутрішніх, не видимих для ока властивостей і якостей. При використанні прийому характеристики дається оцінка якісних сторін об'єкта, таких як пізнавальна цінність, художні вартості, оригінальність авторського рішення, виразність, схоронність та ін.

Прийом пояснення - форма викладу матеріалу, коли в розповіді, крім довідки про історичну подію, розкриваються сутність і причини, що її

викликали. Найбільш часто цей прийом використовується у виробничих і природознавчих екскурсіях, де в розповіді пояснюються внутрішні зв'язки процесів і явищ, екскурсіях з показом творів образотворчого мистецтва. Екскурсовод пояснює зміст зображеного художником у картині, зміст пам'ятника монументальної скульптури. В архітектурній екскурсії за допомогою цього прийому виявляються особливості конструкції будівлі, характерні риси цілого ансамблю. Особливість прийому пояснення полягає в тому, що розповідь про об'єкт має доказовий характер.

Прийом коментування використовується екскурсоводом при викладі матеріалу, що роз'яснює зміст події або задум автора пам'ятника історії й культури, що в цей момент спостерігається екскурсантами. Широко використовується при показі експозицій музеїв і виставок як пояснення до експонатів.

Прийом репортажу - це коротке повідомлення екскурсовода про подію, явище, процес, очевидцями яких є екскурсанти. Складність використання такого прийому полягає в тому, що розповідь у значній своїй частині не готується заздалегідь, вона не входить цілком в індивідуальний текст екскурсовода, а має характер імпровізації.

Прийом цитування. Цитата в екскурсії спрямована на те, щоб викликати у свідомості екскурсантів зоровий образ. У тексті екскурсії у вигляді цитат використовуються уривки з художніх творів (проза, вірші).

Прийом питань-відповідей. Суть цього прийому полягає в тому, що в ході розповіді екскурсовод задає різні запитання екскурсантам з метою їхньої активізації. Більша частина питань не розрахована на те, щоб одержати на них які-небудь відповіді від учасників екскурсії.

Всі питання на екскурсії можна розділити на кілька видів:

- а) питання, на які екскурсовод відразу ж або після закінчення деякого часу сам дає відповідь, продовжуючи свою розповідь за темою;
- б) питання історичного характеру, що являють собою твердження чогось-небудь у формі питання. Такі питання в лекційній пропаганді розглядаються як прийом ораторської мови;
- в) питання екскурсовода, на які відповідають екскурсанти, вони загострюють увагу екскурсантів до змісту екскурсії, вносять деяку розрядку й допомагають краще усвідомити підтему.

Прийом посилання на очевидців. Використання цього прийому в розповіді дає можливість для образного відтворення подій. Причому посилання можливі не тільки на особистості але й на неживі об'єкти, наприклад, ...що бачили ці стіни..., це дерево пам'ятає коли...

Прийом завдань, знаходить вираження в звертанні до екскурсантів: «Подумайте, чому цей пам'ятник так названий? Згадайте, на що схожа ця вежа? Які прикмети на місцевості говорять про минуле? Постарайтеся пояснити, чому тут зроблений такий напис. і ін. Коли екскурсовод дає подібні завдання, він не припускає, що учасники їх відразу виконають. Прийом націлює увагу екскурсантів на конкретну будівлю, певну частину будівлі, на ті деталі, розуміння яких важливо для засвоєння розглянутих питань. Завдання цього прийому - зацікавити екскурсантів, змусити їх задуматися, активізувати свою розумову діяльність, збудити уяву. Що ж стосується відповідей на ці питання,

екскурсовод дає їх надалі самостійно, немовби підсумовуючи думки екскурсантів.

Прийом словесного (літературного) монтажу. Використовуючи його, екскурсовод свою розповідь будує на наборі уривків з різних літературних творів, документальних матеріалів, опублікованих у періодичній пресі. Зміст цих уривків розкриває підтему екскурсії або одне з основних її питань. Цей прийом дає можливість відтворити картину подій.

Прийом співучасті. Завдання цього прийому - допомогти екскурсантам стати учасниками тієї події, якій присвячена екскурсія. Робиться це за допомогою, наприклад, звертання до групи: «Уявіть собі, що ми з вами перебуваємо на цьому полі під час наступу ворожих військ». Потім за допомогою прийому зорової реконструкції відновлюється картина бою.

Прийом дискусійної ситуації. Екскурсовод, використовуючи цей прийом, висуває у своїй розповіді таке положення, що викликає дискусійну ситуацію. Цей прийом дає можливість у частині екскурсії замінити монологічну форму матеріалу відкритим діалогом. Свою точку зору по висунутому положенню висловлюють два-три екскурсанти. Потім екскурсовод, підводячи підсумки, робить висновки.

Прийом персоніфікації використовується для уявного створення образу конкретної людини. Рекомендується робити це за допомогою яскравої розповіді про окремі епізоди з життя тих людей, з якими пов'язана тема екскурсії, або на основі опису якої-небудь історичної події, в якій ця особистість брала участь.

Прийом відступу полягає в тому, що в ході розповіді екскурсовод відходить від теми: читає вірш, наводить приклади зі свого життя, розповідає зміст кінофільму, художнього твору. Цей прийом прямо не пов'язаний зі змістом екскурсії, тому іноді його називають «прийомом освіжаючого відступу». Його завдання - зняти втому.

5. Особливі методичні прийоми

Особливі прийоми допомагають краще засвоїти зміст матеріалу.

- *Зустріч екскурсантів з одним з учасників історичних подій* - прийом, що робить екскурсію більш документальною, доказовою. При цьому повинна забезпечуватися документальність виступів учасників подій. Фактичний матеріал, який вони використовують, ретельно перевіряється;
- *Прийом дослідження.* Наприклад: глибина колодязя визначається за допомогою палаючого аркуша паперу, який, падаючи, висвітлює спочатку стінки, потім далеке дно; глибина ущелини вимірюється кинутим камінчиком. Прийом дослідження сприяє активізації сприйняття змісту екскурсії її учасниками, частіше він використовується на екскурсіях з дітьми й підлітками;
- *Прийом демонстрації наочних матеріалів включених в «портфель екскурсовода».* Найбільше поширення одержав *ілюстративний прийом* - розповідь екскурсовода супроводжується показом посібника. *Прийом коментарію* - показ експоната передує розповіді. Розповідь є лише поясненням до експоната з «портфеля» (при показі будівлі демонструється фотографія його внутрішнього оздоблення з наступними коментарями екскурсовода та ін.) *Прийом контрасту*, коли фотографія

(або малюнок) показується для того, щоб переконати екскурсантів у тому, як змінилося історичне місце (площа, вулиця, будівля), яке в цей момент оглядають екскурсанти;

- *Використання технічних засобів* - магнітофона, відеоапаратури та ін. З їхньою допомогою глибше розкривається тема, підсилюється зоровий ряд екскурсій. Можуть бути прослухані виступи учасників подій у магнітофонному записі. При проходженні групи по місцях, де жили й творили видатні письменники, поети, композитори, в екскурсію включають виконання їхніх творів. Такі музичні й літературні записи не повинні бути тривалими. Вони є частиною екскурсії, підлеглі їй темі й не являють собою самостійного заходу.

6. Техніка ведення екскурсії

1. Перевірка екскурсоводом необхідної документації
2. Знайомство з групою.
3. Розміщення групи біля об'єктів.
4. Вихід і повернення екскурсантів у автобус.
5. Пересування екскурсантів.
6. Місце екскурсовода.
7. Дотримання часу, відведеного на екскурсію в цілому й розкриття окремих підтем.
8. Техніка проведення розповіді при русі автобуса.
9. Відповіді на питання екскурсантів.
10. Паузи в екскурсії.
11. Техніка використання «портфеля екскурсовода».
12. Дотримання елементів ритуалу.

До техніки ведення екскурсії ставиться ряд вимог, в число яких входять основні 12 пунктів:

1. Перевірка екскурсоводом необхідної документації

Перевірка екскурсоводом наявності всієї необхідної документації для проведення екскурсії: затверджена методична розробка екскурсії; затверджена схема маршруту руху транспортного засобу або групи (при пішохідній екскурсії); матеріали «портфеля екскурсовода»; договір на екскурсійне обслуговування; список екскурсантів, завірений печаткою організації, яка замовила екскурсійне обслуговування.

2. Знайомство екскурсовода з групою

Екскурсовод, увійшовши в автобус, знайомиться з групою. Він здоровається із присутніми, називає своє прізвище, ім'я, по батькові, екскурсійну установу, яку представляє, знайомить екскурсантів з водієм автобуса, тобто починає екскурсію вступом.

Важливо, щоб із самого початку екскурсовод підкорив свої дії сталим правилам спілкування із групою. Він не відразу починає говорити. Виникає пауза, що триває десять-двадцять секунд. Відбувається перше знайомство, від нього багато в чому залежать подальші контакти екскурсовода з групою. Екскурсанти поступово замовкають, зручніше розсідаються, їхня увага перемикається на екскурсовода.

3. Розміщення групи біля об'єктів

При розробці екскурсії, як правило, визначається кілька варіантів розміщення групи для спостереження екскурсійного об'єкта. Робиться це на той випадок, коли місце, визначене методичною розробкою, зайнято іншою групою або коли сонячні промені світять в очі, заважаючи оглядати об'єкт. У жаркий час використовують можливості для розташування груп у тіні. На випадок дощу передбачається варіант розміщення екскурсантів під дахом, під кроною дерев. В окремих випадках методика вимагає, щоб для огляду об'єкта було обрано кілька точок спостереження: далека, якщо об'єкт показується разом з навколишнім середовищем або іншими об'єктами; ближня, якщо аналізуються окремі деталі будинку, спорудження, місцевості, об'єкта природи. Ці особливості відображаються у графі «Організаційні вказівки» методичної розробки.

При одночасному розташуванні декількох груп в одного об'єкта між ними повинна бути збережена така відстань, щоб один екскурсовод своєю розповіддю не заважав іншому, щоб одна група не закривала інший об'єкт спостереження.

4. Вихід й повернення екскурсантів в автобус

До виходу екскурсантів потрібно заздалегідь готувати. У тих випадках, коли це не робиться, значна частина групи залишається сидіти в автобусі, не виходячи для спостереження пам'яток на місці їхнього розташування. Для того щоб цього не відбувалося, рекомендується кількість зупинок з виходом груп називати у вступному слові, пояснивши значення таких виходів, зацікавивши учасників екскурсії екзотичністю, незвичайністю об'єктів.

На зупинках, де передбачений вихід екскурсійної групи, екскурсовод виходить першим, показуючи приклад групі й визначаючи напрямок її руху до об'єкта. А дочекавшись коли приблизно половина групи вже вийшла, починає рух до об'єкта, тим самим кваплячи вихід іншої частини групи.

У тих випадках, коли в екскурсіях улаштовуються інші зупинки, наприклад, санітарні або для придбання сувенірів, екскурсовод повідомляє точний час (година й хвилини) відправлення автобуса. При посадці групи в автобус екскурсовод стоїть праворуч від входу й перераховує екскурсантів, які входять у салон. Робиться це непомітно. Переконавшись у тому, що зібралися всі учасники екскурсії, він входить в автобус останнім і подає умовний знак водієві про початок руху.

5. Пересування екскурсантів

Пересування екскурсантів здійснюється тільки групою. Місце екскурсовода - у центрі групи, кілька людей ідуть попереду, більша частина поруч, інші – за екскурсоводом. Важливо, щоб група не розтягувалася: відстань між її головною частиною й тими, хто йде останніми, не повинна перевищувати 5-7 метрів. Темп руху групи залежить від її складу, рельєфу місцевості, небезпечних зон та ін.

6. Місце екскурсовода

Екскурсовод в автобусі повинен займати таке місце, звідки йому добре видні ті об'єкти, про які мова йде на екскурсії, але щоб у полі його зору

перебували й всі екскурсанти. У той же час екскурсанти повинні його бачити. Як правило, це спеціально відведене переднє сидіння поруч з водієм. Стояти екскурсоводові при русі автобуса (так само, як і екскурсантам) не дозволяється з метою безпеки.

На пішохідній екскурсії екскурсовод повинен розташовуватися напівобернувшись до об'єкта. Проведення показу об'єктів вимагає, щоб вони перебували перед очима екскурсовода, адже він аналізує їх на основі своїх зорових вражень. Це особливо важливо в замських екскурсіях, коли екскурсовод під час руху автобуса, сидячи на своєму місці спиною до екскурсантів, дивиться в переднє скло автобуса й розповідає про те, що вже бачать або ось-ось побачать екскурсанти.

7. Дотримання часу, відведеного на екскурсію в цілому й розкриття окремих підтем

Точний час, відведений на розкриття кожної підтеми, вказаний у методичній розробці. Нерідко екскурсія з причин, що не залежать від екскурсовода, значно скорочується за часом. Причиною тому є тривалі збори групи, не вчасно поданий туристам сніданок, запізнення автобуса та ін. У результаті екскурсія починається із запізненням. В екскурсовода залишається один вихід - скорочувати час, відведений на розкриття теми. Робити це треба, зберігаючи все головне в темі екскурсії. Але це не означає що з екскурсії випадає яка-небудь підтема або відміняється вихід екскурсантів, просто необхідно скоротити свою розповідь за підтемою або час відведений на вихід.

8. Техніка проведення розповіді при русі автобуса

Розповідь під час руху в автобусі повинна вестися екскурсоводом тільки через мікрофон. Якщо устаткування погано функціонує або мікрофон взагалі відсутній, екскурсоводу вести розповідь під час руху даремно. У цьому випадку матеріали про найближчу ділянку маршруту екскурсовод дає до початку руху, а в ході руху повідомляє тільки назви об'єктів або місцевості. При наявності важливих об'єктів або населених пунктів необхідно зупинити автобус, виключити двигун і тільки після цього давати пояснення.

9. Відповіді на питання екскурсантів

В екскурсійній практиці склалася певна класифікація питань. Вони підрозділяються на чотири групи:

- питання екскурсовода, на які відповідають екскурсанти;
- питання, поставлені в ході розповіді, на які відповідає екскурсовод;
- риторичні питання, які ставляться для активізації уваги екскурсантів;
- питання, що задаються учасниками екскурсій за темою.

Перші три групи питань пов'язані з методикою проведення екскурсій і тільки четверта група питань має відношення до техніки проведення екскурсій. Головне правило роботи з такими питаннями - не слід переривати розповідь і давати негайну відповідь на них, не потрібно також відповідати на питання по завершенні кожної з підтем. Екскурсоводові слід відповідати на питання не в ході екскурсії, а по її закінченні. Тому, роблячи вступ до теми, екскурсовод повідомляє своїх слухачів про такий порядок відповідей на питання.

10. Паузи в екскурсії

Екскурсовод не повинен говорити безупинно. Між окремими частинами

розповіді, розповіддю й екскурсійною довідкою, логічним переходом і розповіддю про об'єкт і події, з ним зв'язані, повинні бути невеликі перерви.

Паузи переслідують наступні завдання:

- перша -сутнісна, коли час перерви використовується людьми для обмірковування того, що вони почули від екскурсовода й побачили своїми очима. Для закріплення фактичного матеріалу в пам'яті, формулювання своїх висновків і запам'ятовування побаченого;

- друга - дати короткочасний відпочинок екскурсантам.

Паузи в замських екскурсіях поєднуються з відпочинком, що відповідно до існуючого порядку надаються екскурсоводові - 15 хвилин після закінчення кожної години роботи (для екскурсовода година ведення екскурсії дорівнює 45 хвилинам). Цей відпочинок може бути підсумований і використаний екскурсоводом наприкінці екскурсії. В екскурсіях можуть бути також паузи - вільний час, використовуваний для придбання сувенірів, друкованої продукції, угамування спраги, а також для санітарних зупинок у тривалих екскурсіях.

11. Техніка використання «портфеля екскурсовода»

Кожний експонат - фотографія, малюнок, репродукція картини, портрета, креслення, копія документа - має свій порядковий, номер. Це визначає послідовність демонстрації даного експоната екскурсантам. Експонат може бути показаний екскурсоводом з його робочого місця. Передача в руки екскурсантів експоната по рядах для більше докладного ознайомлення не рекомендується й може бути використана для заповнення пауз при транспортних екскурсіях.

12. Дотримання елементів ритуалу

Елементи ритуалу в екскурсіях присутні при відвідуванні меморіалів, цвинтарів, поховань та ін. при цьому екскурсанти шанують пам'ять загиблих хвилиною мовчання, присутні при зміні почесної варти, прослуховують жалобні мелодії, покладають квіти. Екскурсовод повинен сам знати правила поведінки на таких об'єктах і повідомити про їх екскурсантів, підкресливши значення дотримання ритуалу при відвідуванні подібних місць. Особливо дотримується ритуал при відвідуванні культових об'єктів різних конфесій. При цьому від екскурсантів потрібно не тільки дотримання особливих правил поведінки, але й певної форми одягу (іноді макіяжу для жінок), про що учасники екскурсії повинні бути обов'язково сповіщені заздалегідь.

Модуль 2. Організація туристичних подорожей

Лекція № 3. Організація надання послуг туристичними фірмами.

План

1. Виробники та виконавці турпослуг та їх функції
2. Туристична подорож як комплекс туристських послуг
3. Організація надання послуг засобами розміщення туристів
4. Харчування в системі туристичного обслуговування
5. Організація транспортного обслуговування туристів
6. Організація екскурсійного обслуговування та розважальних послуг
7. Класифікації турів
8. Особливості замовлених та інклюзив -турів

9. Інформаційне забезпечення розробки туру

10.Методика розробки туру

11.Договірні відносини між туристськими підприємствами і споживачами туристських послуг

12. Документальне оформлення взаємин туриста та надавача турпослуг

1.Виробники та виконавці турпослуг та їх функції

У сфері туристичного обслуговування виділяють суб'єктів туристської діяльності та споживачів туристичних послуг.

Суб'єктів туристської діяльності можна згрупувати таким чином:

- виробники (організатори) й оптові продавці турпродукту – туроператори;
- виконавці турпослуг (контрагенти, підприємства, компанії і фізичні особи, які надають окремі послуги);
- роздрібні продавці – турагенти.

Рис. .. Учасники технологічних процесів у туристській діяльності

Діяльність туроператорів і турагентів.

Види діяльності туроператора:

- формування (комплектування) турпродукту;
- просування турпродукту;
- оптову реалізацію турпродукту;
- забезпечення обслуговування туристів;
- контроль і оперативний супровід турпродукту;
- відповідальність за виконання робіт.

Основні завдання туроператора:

- складання маршрутів та перспективних програм обслуговування туристів;
- взаємодія з постачальниками послуг;
- розрахунок вартості турпродукту і визначення ціни;
- реалізація турпродукту;
- методичне забезпечення турпродукту;
- забезпечення туристів необхідним та спеціальним знаряддям, сувенірами та рекламно-інформаційною продукцією;
- підготовка, підбір і призначення спеціалістів на маршрутах подорожей;
- рекламно-інформаційна робота з просування турпродукту до споживача;
- контроль за якістю, надійністю та безпекою туробслуговування.

Отже, туроператор виконує три основні функції: а) комплектації (комплектування турпродукту), б) сервісну (обслуговування туристів в офісі та на маршруті), в) гарантійну (гарантія об'ємів та якості турпослуг).

Ключовим елементом діяльності туроператора будь-якого типу є пакетування різноманітних послуг. Діяльність туроператора з комплектації послуг, які ним самим не виробляються (послуги готелів, транспортних компаній, розважальних закладів тощо) у туристський пакет, тур, називається *туроперейтингом*.

Завдання турагента:

- залучити клієнта й умовити його придбати саме даний турпродукт;
- укласти договір, оформити документи;
- відправити в подорож;
- повернути назад;
- організувати зворотній зв'язок.

Отже, турагент виконує дві функції: а) надання інформаційних послуг ; б) збут турпродукту.

Об'єднання підприємств туристської індустрії

Унаслідок розвитку процесів глобалізації створюються різні об'єднання підприємств індустрії туризму в масштабі регіону, країни, декількох держав. Об'єднання підприємств можливо у формі глобальних об'єднань або стратегічних альянсів. *Глобальні об'єднання* утворюються шляхом злиття, придбань і поглинань організацій. Простішими та ефективнішими формами організації міжнародної співпраці є *стратегічні альянси*. Дуже поширеною формою є *франчайзинг*.

Суть угод про франчайзинг полягає в тому, що головна фірма укладає договір з організацією про надання їй виняткового права на реалізацію послуг під торговою маркою головної компанії, тобто невелика і маловідома туристська організація (фірма або готель) включається в збутову мережу відомої туристської компанії, що розширює можливості останньої контролювати ринки з мінімальними витратами.

Франчайзодавець створює повну концепцію організації або методів роботи, а франчайзоодержувач купує право використовувати наявні напрацювання. До таких туристських фірм відносяться американська мережа туроператорів “Carlson Wagonlit” (об'єднує близько 3,5 тис. компаній), “Thomas Cook”, “TUI”, “Nekkerman” та ін.

Учасники альянсів на основі франчайзингового пакету, одержують низку переваг та вигод: систему спеціальних знижок; рекламну підтримку; забезпечення продажу авіаквитків; використання товарного знака, ноу-хау в організації бізнесу, маркетингової концепції; сумісне використання сучасних інформаційних технологій бронювання і резервування; консалтинг і навчання персоналу.

Участь в подібних союзах дозволяє турфірмам скорочувати витрати на управлінський апарат, рекламну діяльність, просування торгової марки, оскільки ці витрати фірми, з'єднані в союз, несуть колективно.

2. Туристична подорож як комплекс туристських послуг

Туристська послуга – результат діяльності туристського підприємства із задоволення потреб туристів. Туристське підприємство може організовувати подорож повністю як турпродукт або окремі послуги.

Турпродукт – попередньо розроблений комплекс туристських послуг, який поєднує не менше двох таких послуг, що пропонуються для реалізації або реалізуються за певною ціною, до складу якого входять послуги з перевезення, послуги розміщення та інші туристські послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідування об'єктів культури, відпочинку, розваг, реалізації сувенірної продукції тощо).

Можливий перелік видів послуг, що можуть входити до турпродукту:

- транспортні послуги (перевезення різними видами транспорту);

- розміщення в різних за рівнем, типом та місцем розташування готелях;
- харчування: повний або напівпансіон, або зовсім без харчування;
- екскурсії;
- дозвільно-розважальні послуги;
- спортивні послуги; курортні послуги;
- візові послуги;
- послуги страхування,
- послуги гідів-перекладачів,
- послуги побутового обслуговування тощо.

Туристський продукт – комплексне поняття, що охоплює три основні види можливої пропозиції туристського підприємства на ринку: тур, туристсько-екскурсійні послуги і туристські товари.

Тур - комплекс різних видів туристських послуг, об'єднаних на базі головної мети подорожі, що надаються по ходу проходження маршруту в певні терміни для задоволення потреб туриста. Тур оформляється у вигляді путівки або ваучера.

Туристсько-екскурсійні послуги різних видів, що надаються туристськими підприємствами, також складають різновид і складову частину туристського продукту.

Туристські товари – включають товари специфічного туристського попиту (карти, листівки, буклети, сувеніри, туристське спорядження та ін.), тобто характерні туристські товари, і неспецифічні, тобто супутні туристські товари, до яких відносяться товари загального призначення (рушники, парасольки, купальники та ін.).

Поділ послуг на основні та додаткові

О с н о в н и й к о м п л е к с п о с л у г – це набір послуг, що складають програму обслуговування у рамках туру (транспортування, проживання, харчування, програмні послуги). Програмні послуги являють собою комплекс екскурсійних, розважальних, пізнавальних та інших послуг, що формуються у відповідності зі цільовим призначенням туру.

Основний комплекс послуг є обов'язковим елементом кожного туру, незалежно від того, на кого цей тур орієнтований. Набір послуг включається до туру і не підлягає заміні або відмові споживача від них. Основний комплекс послуг формує основу вартості туру.

Д о д а т к о в і п о с л у г и – важливий компонент туру, що включає будь-які по-слуги, що можуть бути надані споживачеві за його бажанням і відповідно до його інтересів за додаткову плату. Додаткові послуги надаються у доповнення до основних. Додаткові послуги можуть бути запропоновані споживачу в момент придбання туру і будуть враховані у вартості туру, а можуть пропонуватися в ході туру і оплачуватися туристом самостійно. Слід враховувати, що додаткові, послуги не можуть підміняти або замінювати собою основний комплекс послуг туру. Разом з тим широка пропозиція додаткових послуг в рамках одного туру дозволяє туристському підприємству зробити стандартний тур більш індивідуальним і таким чином більш повно задовольнити особисті потреби кожного із споживачів.

Основним туристським продуктом у практичній діяльності є комплексне обслуговування, тобто стандартний набір послуг, що продається туристам в одному пакеті.

3.Організація надання послуг засобами розміщення туристів

У договорі між туристом та туристичною організацією має бути чітко прописана тривалість перебування туристів в засобі розміщення з а кількістю ночівель, оскільки всі розрахунки за обслуговування в готелях ведуть саме за їх кількістю. Проте при певній кількості ночівель днів перебування може бути на один більше (заїзд вранці першого дня перебування, від'їзд увечері останнього дня). Тому для чіткості тлумачення поняття “тривалість подорожі” прийнято позначати її двома показниками – кількість днів і кількість ночівель. Наприклад, тур 7 днів/6 ночей; тур 14 днів/13ночей тощо.

Слід також мати на увазі, що майже у всіх готелях діє так звана *р о з р а х у н к о в а г о д и н а*, тобто фіксований час доби, з якого відлічується кількість прожитих у готелі днів. У більшості випадків цим часом є 12 година дня (хоча в Італії, наприклад, це може бути і 10 година ранку). Тому в день закінчення туру або переїзду з міста до міста по маршруту туристам доводиться звільняти готельні номери до 12 години дня, в іншому випадку з них стягатиметься доплата за половину доби або за повну добу. Іноді за домовленістю з приймаючою фірмою або готелем туристській групі може бути виділений один-два чергових номера без доплати за зберігання багажу на якийсь час після звільнення ними номерів і до від'їзду з готелю. У деяких готелях для вирішення такої проблеми створені безкоштовні камери схову. Все це (користування туристами кімнатами або камерами схову в день виїзду) повинне бути обумовлено з приймаючим партнером і внесено в договір.

При обговоренні питання розміщення туристів у готельному підприємстві необхідно погоджувати з фірмою його класність, тип і місце розташування. Ці параметри залежать від соціального складу передбачуваних туристів і мети подорожі. Обов'язково повинна бути узгоджена категорія номерів.

Оскільки в будь-якій групі можуть бути непарні чоловік і жінка, треба узгодити з фірмою надання для кожної групи двох одномісних номерів без збільшення ціни. Слід також передбачити, щоб двомісні номери переважно були з двома односпальними ліжками (а не з одним двоспальним, що зустрічається у готелях для розміщення подружніх пар), адже не можна наперед гарантувати, що в поїздку відправляться тільки сімейні туристи. При необхідності в контракті обумовлюється можлива доплата (диференціація цін) за наявності додаткових комфортних умов (вид з вікна, наявність в номері телевізора та ін.).

Типологія готелів

Готель люкс. За місткістю відноситься до малих чи середніх підприємств. Звичайно розташовується в центрі міста. Добре навчений персонал забезпечує високий рівень сервісу найвимогливішим клієнтам, якими є учасники конференцій, ділових зустрічей, бізнесмени, високооплачувані професіонали. Характерна висока ціна номера, що включає всі можливі види обслуговування.

Готель середнього класу. За місткістю більший від готелю люкс (400—2000 місць). Розташований в центрі міста чи в міській зоні. Пропонує досить широкий набір послуг, ціни на них дорівнюють рівню регіону. Розрахований на прийом бізнесменів, туристів-індивідуалів, учасників конгресів, конференцій.

Готель – апартамент (апарт-отель). За місткістю це підприємство малих або середніх розмірів (до 400 місць). Характерний для великого міста з непостійним населенням. Представляє квартирний тип номерів, які використовуються як тимчасове житло, частіше на базі самообслуговування. Ціна в такому типі готелів залежить від термінів розміщення. Обслуговує сімейних туристів і бізнесменів, комерсантів, які зупиняються на тривалий термін.

Сюїт-готель. З'явився порівняно недавно. Деякою мірою його можна розглядати як різновид апарт-отелей. Відмінність між ними полягає в тому, що апартаменти звичайно мають у номері кухонне устаткування, що дозволяє клієнтам приготувати собі їжу. У сюїтах-готелях цього немає. Тільки деякі номери мають невелику кухню з холодильником і міні-баром для напоїв. Окремі підприємства як альтернативу пропонують послуги харчування (сніданки, обіди, вечері), включаючи або не включаючи їх у вартість проживання. У своїй більшості сюїт-готелі надають номери, що складаються з вітальні («загальної кімнати») та окремої спальні. Кількість і площа приміщень загального призначення тут скорочені до мінімуму. Також обмежений набір додаткових послуг. Клієнтами сюїт-готелів є люди, що часто змінюють місце проживання, сімейні туристи, бізнесмени, професіонали і всі ті, хто одержує задоволення від домашньої атмосфери і здатний достойно оцінити затишок і самотність нестандартного житла, спроектованого з урахуванням сімейних інтересів.

Готель економічного класу. Підприємство малої чи середньої місткості (до 150 місць і більше). Знаходиться поблизу магістралей. Характерним є просте і швидке обслуговування, обмежений набір послуг. Споживачі – бізнесмени й індивідуальні туристи, які прагнуть до фактичної оплати споживаних ними послуг.

Готель-курорт. Підприємство зі значними відмінностями за місткістю, що пропонує повний набір послуг гостинності. Крім того, включає комплекс спеціального медичного обслуговування і дієтичного харчування. Розташовується в курортній місцевості.

Мотель. Прості одноповерхові чи двоповерхові споруди, розташовані поза міською забудовою біля автомагістралей. Це малі та середні підприємства (до 400 місць). Характерний середній рівень обслуговування при невеликій кількості персоналу. Клієнтами є різні категорії туристів, але з акцентом на пізнавальний автотуризм. Залежно від тривалості зупинки клієнтів мотелі поділяються на транзитні і кінцеві. Перші розміщені уздовж шосейних доріг і головних магістралей, другі, як правило, за берегах річок, озер, біля гребель.

Приватний готель типу “нічліг і сніданок” (Bed and breakfast (B&B) – ліжко і сніданок). Дешевий готельний продукт, що формується для наступної комерціалізації безпосередньо самим власником будинку. Це готелі або житлові будинки, що працюють цілодобово. Власники (хазяї) тут, як правило, і проживають. Вони керують процесом обслуговування клієнтів, а також самі безпосередньо беруть участь у його здійсненні. Це готелі малої місткості (деякі

з них не підпадають під визначення поняття «готель» через обмежену кількість номерів). Розташовані в приміській зоні або сільській місцевості. Варіанти пропонованого сніданку різні. Додаткові послуги, як правило, не надаються. Завдяки обмеженому набору послуг ціна за проживання в готелях У&У нижча, ніж у готелях з повним обслуговуванням.

Готель-гарні. Підприємство, що представляє клієнтам обмежену кількість послуг: розміщення і континентальний сніданок.

Готель типу “кондомініум-таймшер”. В основі концепції лежить таймшерний принцип організації відпочинку, що припускає викуп на визначений, заздалегідь обговорений період (у більшості випадків він обмежений декількома тижнями в році), готельного номера і прилягаючої до нього території. Подібний тип готелів набув особливої популярності в курортних районах, їхня місткість звичайно складає 50—250 номерів. Однак трапляються готелі, що мають усього 4—5 номерів. Дається повний набір послуг за цінами, вищими від середніх. Можливе комплексне обслуговування за єдиною ціною. Система організації відпочинку за таймшерним принципом спочатку виникла в Європі і була удосконалена в США. Сформований ринок таймшерів існує 15—20 років. На сучасному етапі з'явилася можливість обміну часом і місцем володіння між власниками (власник номера-апартаменту таймшер-готелю, що знаходиться на морському узбережжі, може обміняти володіння цим номером на володіння номером у готелі, розташованому на гірськолижному курорті). При цьому обмін може відбуватися зі збільшенням чи зменшенням часу перебування. Наприклад, один тиждень у готелі на Канарських островах рівноцінний двом тижням у Канаді, трьом в Австралії, Новій Зеландії або Південній Африці.

Казино-готель. Пов'язані з ігорним бізнесом. Це готелі з великою місткістю номерного фонду (від 500 номерів до 3000 і більше). У структурі номерного фонду переважають багатокімнатні номери дорогим інтер'єром, міні-басейнами, джакузі, декількома ванними та спальнями. Казино-готель має кілька підприємств харчування (4 і більше), частина з яких працює без перерви 24 години на добу. Тут створені умови для проведення розважальних заходів, виступів співаків, акторів, естрадних груп (є спеціальні зали, бари, холи). Особливістю обслуговування в казино-готелях є те, що їжа й напої даються безкоштовно, тобто їхня вартість входить у вартість розміщення. Казино-готелі – одні з найдорожчих. Вартість номера може становити 1000 – 25 000\$

Конгрес-готель. Готелі, що обслуговують учасників великих форумів і конференцій. Цей тип підприємств набирає популярність. За останні 20 років попит на послуги цих готелів подвоївся. Являють собою різновид бізнес-готелів, однак мають свої відмінності, (місткість бізнес-готелів не більша ніж 600 номерів, конгрес-готелів — 2000 номерів і більше). Є виставочні площі і різні приміщення для зустрічей. Пропонується повний набір бізнес-обслуговування: проведення телеконференцій, послуги секре-таріату, переклад і т. ін. Різноманітні підприємства харчування: ресторани самообслуговування, бари, кафе, кафетерії, фешене-бельні ресторани.

Пансіон. Підприємство з простим стандартом і обмеженим спектром послуг. На відміну від готелів, – гарні, тут пропонуються сніданки, обіди й вечері (повний

пансіон). Однак послуги харчування можуть отримати лише клієнти, які тут проживають

Гостинний двір. Підприємство, що відрізняється від готелів спрощеним стандартом обслуговування, меншою місткістю, відсутністю ряду приміщень для зустрічі і перебування гостей (холів, вестибюлів, віталень і т. ін.). У структурі гостинного двору обов'язкова наявність ресторану або бару.

Ротель. Пересувний готель, що представляє собою вагон з одно-двомісними відсіками, в яких розташовані спальні крісла. Є відсік для перевдягання, туалет, кухня, холодильник.

Ботель. Невеликий готель на воді, для чого використовується відповідним чином обладнане судно

Флотель. Готель, який часто називають “курортом на воді”, в якості якого використовується морське судно. Флотелі останнім часом виступають головними конкурентами великих готелів. Їхня перевага полягає в тому, що вони надають можливість переміщуватися по морю (океану), і тим самим значно розширюють розмаїтість одержуваних клієнтом вражень. Відпочиваючи в такому готелі, можна прокидатися щоранку в новому місці. За місткістю флотелі можуть бути малими (20 кают-номерів) і великими (800 кают-номерів). Характерний широкий спектр додаткових послуг. Комфортабельні каюти оснащені всіма видами сучасних зручностей, включаючи телефонний зв'язок, супутникове телебачення. Маються фітнес-центри, басейни, тренажерні зали, ресторани, бари, казино, магазини. Окремі судна надають приміщення для проведення конференцій, конгресів та інших заходів. Цей тип готелів часто використовується для організації бізнесів-турів, конгрес-турів, конгрес-круїзів тощо

Флайтель. Аероготель чи “літаючий готель”. Надзвичайно дорогий і нечисленний тип готелів. Обладнаний посадковою площадкою і зв'язком з метеослужбами.

У більшості готелів, насамперед більш високих класів обслуговування надається значний перелік додаткових послуг. До безоплатних послуг належать; зберігання багажу в камерах схову, доставка телеграфної кореспонденції в номер; виклик швидкої допомоги; доставка до номера термометра, медикаментів першої необхідності: побудка проживаючих у будь-який час; доставка в номер довідкової та сувенірної реклами, фірмових конвертів і паперу; зберігання грошей, цінних паперів; видання довідок про розташування і режим роботи пунктів побутового обслуговування тощо.

Можна обумовлювати положення вікон в номері готелю щодо зон огляду з нього :

- з балконом (balcony);
- вид на місто (city view);
- вид в протилежну від моря сторону — IV;
- вид на пляж (beach view);
- вид на басейн (pool view)
- вид на сад (garden view)
- вид на океан (ocean view);
- вид на околиці (land view);
- з видом на піски (dune view);

- вид на гори (mountain view);
- з видом на парк (park view);
- вид на море (sea view, SV);
- з бічним видом на море (side sea view, SSV);
- вид на атриум (приміщення з верхнім світлом) або внутрішній двір готелю (inside view) .

4. Харчування в системі туристичного обслуговування

У договорі затверджуються і можливі варіанти харчування туристів:

- повний пансіон – Full Board (American Plan) – повне обслуговування, що включає розміщення і триразове харчування (FB);
 - напівпансіон – Half Board (Modified American Plan) – розміщення і двохразове харчування (сніданок і обід або сніданок і вечеря) (HB);
 - лише сніданок – Bed & Breakfast (Bermuda Plan) – розміщення і сніданок (BB).
- При більш низьких категоріях обслуговування можна повністю виключити харчування з пакету послуг (в кемпінгах, наметових таборах туристи часто самі готують собі їжу). Крім того, туристи, які подорожують індивідуально, також можуть відмовитися від регламентованого харчування на користь самостійного відвідування місцевих кафе і ресторанів. У такому разі цей вид пакету називається без харчування – Bed (European Plan) – тільки розміщення (B). Можливість надання туру без харчування також обумовлюється у контракті.

Мають місце також відмінності у формі обслуговування при організації харчування. Під час харчування (обіду і вечері) алкогольні й безалкогольні напої до меню не включаються, якщо це спеціально не обумовлено в договорі. Винятком можуть бути жаркі країни, де прийнято подавати воду з льодом або прохолодні напої.

Можливість організації дієтичного харчування також фіксується у договорі. При обговоренні питання харчування на основі повного або напівпансіону має бути зафіксовано, яким харчуванням (сніданком, обідом або вечерею) починається і закінчується обслуговування туристської поїздки. Наприклад, харчування починається з вечері в день прибуття і закінчується сніданком у день від'їзду.

Іноді при тривалій одноденній екскурсії або переїзді з міста до міста, якщо по дорозі немає можливості організувати харчування в ресторані, туристам видається так званий “сухий пайок” (в деяких країнах називається “пікнік” або “ланч пакет”).

В усіх готелях особлива увага приділяється сервісу сніданків. Розрізняють такі види сніданків:

1. Континентальний.
2. Розширений.
3. Англійський.
4. Американський.
6. Пізній сніданок.

Континентальний сніданок, який в обмеженій кількості на стіл подає офіціант, може включати: чай, розчинну каву, шоколад з

молоком або вершками, фруктовий сік, тост, хліб, кекс, печиво, мед, масло, джем, шматочок ковбаси або шинки, шматочок сиру та інше.

У багатьох європейських готелях введений “розширений континентальний сніданок”, який включає додатково до перерахованих вище продуктів йогурти, різні пластівці і молоко. Ковбаса або шинка і сир пропонуються без обмежень.

Англійський сніданок складається з набору продуктів континентального сніданку плюс ще щось додаткове: суп, шинка, омлет, підсмажений бекон, шампіньйони, сосиски, нарізані помідори, салямі, яйця, сири та інше. Наприклад, у британських і в деяких готелях Африки й Азії можуть запропонувати вафлі і чорний пудинг – різновид кров'яної ковбаси.

Американський сніданок пропонують туристам американські готелі й готелі в інших частинах світу, ”стилізовані під вестерн”. Туристам запропонують величезну порцію яєчні з сосисками, беконом і смаженою картоплею. До цих блюд додаються салати, сік, кава, корнфлекс з молоком.

При організації харчування використовують різні *форми обслуговування*:

- ”а ля карт”;
- “а парт”;
- “табльдот”;
- шведський стіл;
- буфетне обслуговування.

При використуванні форми обслуговування “а ля карт” гості з карти-меню блюд і напоїв вибирають те, що їм найбільше подобається. Замовлення передається на кухню і зразу починається приготування і сервіровка замовлених блюд і напоїв. При такому обслуговуванні гість має нагоду отримати від офіціанта пораду, а офіціант, з свого боку, бере активну участь у виборі страв і напоїв.

“А парт”. При цьому методі обслуговування гості, заздалегідь зробивши замовлення, обслуговуються у встановлений проміжок часу. Часто зустрічається в будинках відпочинку і курортних готелях.

“Табльдот” відрізняється від “а парт” тим, що всі гості обслуговуються в один і той же час і за одним і тим же меню. Часто використовується в пансіонатах, будинках відпочинку та інших засобах розміщення, де виробничі потужності й можливості кухні обмежені.

Шведський стіл представляє широкий вибір страв з вільним доступом: можна взяти все що завгодно в бажаній кількості з того, що запропоновано і виставлено. Шведський стіл практично аналогічний буфетному обслуговуванню, яке припускає часткове самообслуговування гостей. Обслуговуючий персонал поповнює асортимент страв і закусок, приносить додаткові порції, дає гостям поради при виборі їжі, відкриває пляшки з напоями, готує чай або каву, приби-рає використаний посуд і прибори.

При буфетному обслуговуванні асортимент продукції залежить від умов

її приготування і відпуску і може бути найрізноманітнішим: прохолодні й гаря-

чі напої, хлібобулочні й кондитерські вироби, молочнокислі продукти, фрукти, бутерброди, закуски і т. ін. Останнім часом даний метод обслуговування став популярний при організації сніданків (так званий сніданок-буфет). Слід зазначити, що крім триразового харчування в готелях може надаватися чотириразове харчування. Харчування за формулами “в с е в к л ю ч е н о” (**All inclusive**), “у л ь т р а в с е в к л ю ч е н е” (**Ultra All inclusive**) і “е к с т р а в с е в к л ю ч е н о” (**Extra All inclusive**) – чотириразове. Воно охоплює сніданок, обід, полудень і вечерю за типом шведського столу, додаткові закуски відповідно до ексклюзивного розкладу їх надання в обідньому залі.

Харчування за формулою **Ultra All inclusive** надають спеціалізовані ресторани: ”а ля карт” (замовлення за меню). У меню харчування за формулами **Ultra All inclusive** (UAL) додатково включається пізній сніданок, широкий вибір солодощів, десертів, всіляких закусок, а також широкий вибір напоїв як місцевого, так і імпортного виробництва (у тому числі спиртних).

Під час їжі по формулі **All inclusive** (All i AI) до безкоштовних напоїв місцевого виробництва офіціант може запропонувати воду, чай, каву, прохолодні напої, а також вино і пиво.

Особливістю харчування по All i AI можна вважати додаткове харчування: другий сніданок, полудень, пізня вечеря, легкі закуски, барбекю та інше в барах готелю.

Формула **All inclusive** в різних готелях різна, – окрім названих компонентів обслуговування в готелі може розповсюджуватися, наприклад, на оренду тенісних кортів протягом певної кількості годин, на безкоштовне користування джакузі та інше.

Mini all inclusive — це повний пансіон і напої місцевого виробництва як під час їжі, так і протягом дня, але в обмеженій кількості.

Оскільки формула “все включено” відрізняється в різних країнах і навіть готелях, то необхідно розкривати цю формулу саме для того готелю, в якому розміщуватимуться туристи в турі.

5.Організація транспортного обслуговування туристів

У системі транспортного забезпечення в туризмі розрізняють:

- туристські перевезення, що входять в основний комплекс туристських послуг і включаються до туру: доставка туристів від місця їх постійного мешкання до місця призначення і назад;
- трансфер – надання транспортних засобів для забезпечення зустрічей-проводів туристів;
- транспортне обслуговування програмних заходів щодо туру: екскурсійне обслуговування, виїзд на програмні заходи, огляд місцевості, переміщення за маршрутом.

Обов'язково повинні бути детально обумовлені умови зустрічі і доставки туристів і їх багажу з аеропорту (вокзалу) до готелю і навпаки. Для перевезення туристів і їх багажу до готелю використовують замовлені автобуси, легковий автотранспорт приймаючої фірми. Трансфер обов'язково повинен бути включений до пакету послуг, бо він спочатку забезпечує чітке обслуговування туристів, які прибувають.

Практика показує, що якщо автобус на зустріч туристів запізнюється або взагалі не приходить, вони опиняються у важкому становищі, не знаючи, як дістатися до готелю, їх настрій стає зіпсованим мало не на весь час подорожі.

В окремих випадках (коли йдеться про більш низький, економічний клас обслуговування, наприклад, студентських або шкільних груп) за взаємною домовленістю і з метою зниження ціни пакету послуг допускається використання для трансферу міського транспорту, якщо він достатньо зручний і не вимагає пересадок на шляху від аеропорту (вокзалу) до готелю.

Для організації подорожей використовується різноманітний транспорт – автомобільний, залізничний, авіаційний, морський, річковий, повітряний. Набувають розвитку такі перспективні для організації подорожей транспортні засоби й різновиди транспорту, як швидкісні поїзди на магнітній підвісці, монорейкові дороги, морські й річкові суда на повітряній ”подушці”, космічний транспорт тощо.

Використання автомобільного транспорту.

Автопослуги, що використовуються у туристському обслуговуванні включають три напрями:

- організація автобусних подорожей;
- організація подорожей на особистому транспорті туристів;
- прокат автомобілів.

Залежно від мети перевезення пасажирів весь автобусний парк можна розділити на сім груп:

1. *Міські й приміські автобуси* для перевезення пасажирів. У багатьох великих містах на вулицях, особливо в районах історичної забудови і центрах виникають проблеми з організацією дорожнього руху і для автобусів виділяють спеціальні смуги руху. Туристи активно використовують міський транспорт для індивідуальних подорожей при відвідуванні великих туристських центрів. З метою полегшення розрахунків для туристів випускають спеціальні туристські проїзні квитки, наприклад, у Лондоні, Парижі, Мілані. Окрім проїзду у громадському транспорті такі проїзні квитки передбачають можливість відвідування музеїв.

2. Автобуси для перевезення туристів до великих транспортних вузлів (у міжнародні аеропорти, залізничні вокзали, морські порти і т. ін.). Така транспортна орієнтація у туризмі називається “**т р а н с ф е р**” і призначена для організованої доставки туристів при прибутті від аеропорту до туристського центру або до готелю і назад. Для трансферів використовуються автобуси туристської комплектації з м'якими сидіннями і великим багажним відділенням. Оскільки трансфери на відстані більше 50 км майже не практикуються, то вимога наявності особливих зручностей (радіотрансляції, телевізора, кухні, туалету) у таких автобусах не ставиться.

3. *Автобуси для екскурсій.* Найбільша частина екскурсій по туристських центрах організовуються саме на автобусах. Частина об'єктів екскурсійного показу туристи оглядають безпосередньо, а частину з автобуса по ходу руху, наприклад при оглядовій екскурсії великим містом. Якщо клімат дозволяє (наприклад, в Лондоні й Берліні), то автобуси роблять відкритими й дворівневими.

Зазвичай, екскурсійні автобуси відрізняються підвищеною комфортністю, м'якими сидіннями, великими панорамними вікнами для відмінного огляду, наявністю радіопідсилювача з мікрофоном для екскурсовода. У деяких автобусах є можливість регулювати кут встановлення крісла щодо вікна для кращого огляду. Використання автобусів для екскурсій пов'язано з необхідністю узгодження маршрутів із службою дорожнього руху, оскільки в місцях туристського інтересу заборонена стоянка автотранспорту, а для екскурсійних автобусів робиться виняток..

5. Автобуси для дальніх регулярних рейсів і перевезення туристів (рейсові й чартерні). Автобуси для чартерів орендуються турфірмами з водієм і без водія. Оренда комфортабельного автобуса коштує до 600 доларів США на добу. Термін оренди може складати від 8 годин до декількох місяців. При перевезенні туристів в один кінець необхідно враховувати порожній прогін автобуса назад до місця прокату. Салони чартерних автобусів для дальніх рейсів повинні бути пристосовані для тривалого перебування в них туристів. Такі автобуси забезпечені м'якими регульованими кріслами з підголівниками, індивідуальним освітленням кожного місця і вентилятором. У салоні повинен бути кондиціонер, безпечне скло підвищеної міцності у вікнах, іноді затемнене, із завісками, верхні полиці для легкої ручної поклажі і одягу. Автобус повинен бути обладнаний гардеробом для верхнього одягу, туалетом, сміттєвими бачками, кухнею з холодильником, спеціальним спальним місцем для змінного водія.

6. Автобуси, обладнані під кемпери або каравани. У середині салону такого автобуса (місткістю до 6 пасажирів) обладнується справжнє житлове приміщення із спальними місцями, кухнею з газовою плитою, холодильником і санвузлом, раковиною і душем (ванною). Автобуси розрізняють за устаткуванням і класифікують за зірками (як готелі). Каравани частіше за все пропонуються в оренду в туристських центрах і пунктах прокату автомашин. Для зупинки на природі обладнують спеціальні зупинки (кемпінги), на яких є можливість дозаправки паливом для газових плит, зміни танків туалету і сміттєвих бачків, підключення бортових електроприладів до місцевої електромережі.

7. Спеціальні автобуси для сафари й пригодницьких турів. Це автобуси класу "люкс" або більш прості залежно від характеру подорожі й складу групи (місткість до 25 пасажирів). Вони пристосовані для їзди по ґрунтових дорогах, достатньо екіпіровані для здійснення тривалих поїздок на природі без автострад і центрів технічного обслуговування, обладнані кондиціонером, холодильником, туалетом, причепом з кухнею, великою місткістю з питною водою (до 200 л), а також похідним спорядженням, двомісними наметами. Багато автобусів забезпечені кондиціонерами, високими сидіннями, звукоізолювані, мають поліпшене освітлення, великі вікна для огляду, телевізори, туалети і мінібари.

У 1986 р. у країнах Європи в зв'язку із загостренням конкуренції між залізничними і автобусними компаніями було створено об'єднання автобусних перевізників – Рада "Євроліній" (Eurolines). Вона обслуговує більше 250 маршрутів по всій Європі, до неї входить 35 європейських автобусних компаній. З 1992г. "Eurolines" почали працювати і в Східній Європі.

Перевезення залізничним транспортом.

На американському континенті є три тривалі залізничні маршрути: “Транс-Канада” (десятидобовий поїзд з Ванкувера до Монреалю через Вінніпег і Оттаву), “Транс-Америка” (12 діб з Вашингтона в Лос - Анжелес через Чарльстон, Новий Орлеан, Сан-Антоніо, Ель-Пасо та ін.) і “Транс-атлантика” (з Манагуа в Пуерто-Монт через Гуаякиль, Ліму і Сантьяго).

У Норвегії популярні туристські маршрути на спеціальному поїзді з оглядом найбільших і красивих фьордів у світі. Залізничні маршрути є в Індії і Індонезії. Для туристів, які відвідують Індонезію, пропонується унікальний тур – “Парові локомотиви Індонезії” з оглядом самої великої колекції діючих локомотивів і вагонів вузької колії.

У системі пасажирських перевезень, поїзди розділяють на нерейсові (чартерні), комплектовані при необхідності, і рейсові, що курсують за жорстко встановленим маршрутом і строгим дотримуваним графіка руху. Нерейсові (*чартерні*) поїзди – це замовлені поїзди, що призначаються поза регулярним розкладом. До спеціальних відносяться туристсько-екскурсійні поїзди, що прямують за спеціально для них прокладеними нитками маршрутів і графіками руху, складеними з урахуванням “вікон” у регулярному розкладі, а також туристсько-екскурсійної мети.

П о д о р о ж і в о д н и м т р а н с п о р т о м

Частіш за все річкові або морські судна застосовують для доставки туристів на острови архіпелагів або за відсутності інших транспортних засобів. Основним видом морських і річкових перевезень в туризмі є круїзи.

Під к р у ї з о м розуміється організована морська або річкова подорож з відвідуванням портових міст декількох країн. Круїзи поєднують в собі морський і береговий відпочинок, у тому числі екскурсії. Залежно від програми берегового відпочинку прийнято розрізняти дві системи організації круїзних поїздок: європейську і американську.

Європейська система передбачає подорож по морю з заходом в різні порти і надання в них екскурсійної програми, причому можуть навіть практикуватися поїздки на 1-2 дні в інші міста. Ця система круїзних поїздок охоплює в даний час до 60% усіх круїзів.

Разом з європейською системою організації круїзів все більшу популярність завойовує а м е р и к а н с ь к а с и с т е м а, яка передбачає надання можливості круїзним пасажиром відпочивати на пляжах в пунктах заходу по маршруту. У більшості випадків для країн транзиту, де пасажир виходять на берег, не потрібна спеціальна віза, але термін їх перебування, як правило, не може перевищувати 72 години.

На сучасних круїзних судах окрім традиційних послуг, таких як басейн, ліфт, кіно, відео, ресторани, сауна, солярій і т. ін., передбачені також майданчики для волейболу і гольфу, тенісні корти та ін.

За технічною оснащеністю і комфортабельністю флоту, рівнем сервісу на борту, розмірами базових тарифів і рядом інших показників круїзні компанії підрозділяються на чотири категорії: стандартні (їх звичайно позначають ***), першокласні(****), престижні (*****), суперлюкс (*****).

За цінами умовно круїзи можна підрозділити на п'ять категорій: економічні (75-150 дол. на одного туриста на день), класичні (100-200 дол.), преміум (150-400 дол.), люкс (400-1000 дол.) і ексклюзивні (700-1200 дол.).

Географія круїзів – весь Світовий океан. У літній сезон в європейських туристів найбільш популярні маршрути по Середземномор'ю, особливо Західному. Такі подорожі починаються у Венеції, Неаполі, Марселі, Барселоні, Каннах, Римі. Великим попитом користуються круїзи уздовж узбережжя Західної і Північної Європи і по фьордах Норвегії.

Протягом усього року користуються попитом круїзи по Південній Атлантиці і Карибському морю (попит на них особливо значний в американських туристів). На цей регіон припадає близько 70% усіх круїзів. Основні порти відправлення Майямі, Лаудердейл, Канаверал, Сан-Хуан (Пуерто-Ріко).

Останнім часом набирають популярність маршрути уздовж Північної Америки з Ванкувера до Аляски. Взимку домінують два напрями по Карибах і морях Південно-східної Азії, де найкрупнішим портом є Сінгапур. Є попит на маршрути уздовж Океанії і Австралії, Південної Америки і Африки. Дуже привабливою пропозицією круїзних компаній є кругосвітня подорож. Тривалість таких маршрутів складає мінімум три місяці, вартість – від 9 тис. дол. Можна придбати і частину такої подорожі.

На відміну від морських річкові круїзи менш схильні до впливу погоди, більш інформативні, оскільки мають береговий огляд. Крім того, у туристів є чудова можливість користуватися стоянками. Західна Європа має протяжну судноплавну мережу водних шляхів. По її території протікають Сена, Ельба, Дунай, Рейн та інші річки. Усі вони об'єднані складною системою каналів, що дає можливість підвищення популярності річкових круїзних подорожей. Перше місце в річкових круїзах утримує Німеччина, далі йдуть Великобританія, Голландія, Швейцарія і Австрія. Найбільш популярні маршрути по Рейну і його притоках (Мозель, Майн, Неккар, Везер). В Європі великим попитом користуються річкові круїзи по Дунаю через сім країн. На третьому місці за популярністю стоять Волга, Дон, їх притоки. Круїзи по Нілу звичайно є складовою частиною програм більш обширних турів. Це ж відноситься і до ще більш екзотичних круїзів: по Амазонці, річках Святого Лаврентія і Янцзи.

Тури на парусних судах класифікують на дві самостійні групи: яхт-чартер і яхт-круїз. **Я х т - ч а р т е р** – це прокат невеликих (до 30-40 футів) суден за годинами, днями, тижнями, місяцями. Яхту можна взяти як з командою, так і без неї (за наявності орендаря сертифікату на право керування яхтою). Технологія яхт-круїза аналогічна звичайному (морському або річковому) круїзу. Даний вид круїзів найбільш поширений в Карибському басейні й Середземному морі, де він вважається елітно-клубним туризмом. Серед туристів великим попитом окрім круїзів користується такий вид подорожі, як морські (річкові) прогулянки. До екскурсійних і прогулочних перевезень відносяться поїздки екскурсантів, що здійснюються на річкових судах з метою відпочинку і ознайомлення з пам'ятними, історичними та іншими ви-значними пам'ятками тривалістю не більше 24 годин.

За кордоном морські прогулянки популярні в районі грецького Архіпелага, Карибського басейну, Середземного і Чорного морів. Характерними прикла-

дами річкових прогулянок є екскурсії по Темзі, Сені, Дніпру, Неві та ін. Завзвичай, екскурсії по воді здійснюються невеликими прогулянковими пароплавами, які іноді називають “річковий трамвай”.

Перевезення туристів повітряним транспортом

При організації туристських подорожей на великі відстані (наприклад, до Північної Америки, держав Південно-східної Азії або інших видалених світових макрорегіонів) використання авіаційних перевезень практично не має альтернатив. Застосування авіаційного транспорту також поширено і на середні (в масштабах земної кулі) відстані (наприклад, в країни Європи і Близького Сходу). Не менше привабливими є авіаційні перевезення туристів і на внутрішніх лініях, особливо для таких великих країн, як США, Росія, Китай.

У світі налічується більше 1300 авіакомпаній. У середньому за рік на авіарейсах перевозиться близько 1,5 млрд. пасажирів. В обслуговуванні міжнародних повітряних сполучень беруть участь понад 1 тис. аеропортів світу. Найбільшими авіакомпаніями світу за кількістю перевезень вважаються американські Delta Airlines, Pan American, United, французька Air France, німецька Lufthansa, британська British Airways, російський Аерофлот.

Існують різні пільги для туристів: сезонні, корпоративні, групові, для пасажирів з дітьми, молодят, молоді, залежно від терміну придбання квитка, часу перебування в місці призначення та ін. Спеціальні знижки регулюють міжнародні тарифні правила, що діють у всіх авіакомпаніях без винятку.

Д и т я ч и й т а р и ф – діти у віці до 2 років летять за 10% вартості дорослого квитка, якщо їм надається окреме місце. Діти від 2 до 12 років летять за 70% вартості дорослого квитка.

С і м е й н и й т а р и ф – діє при польотах в країни Скандинавії і Фінляндії та з них. 50%-на знижка надається до тарифу економічного класу для супроводжуючого пасажира і дітей віком від 2 до 25 років. Термін дії квитка – один місяць.

Е к с к у р с і й н и й т а р и ф - термін дії квитка обмежений до шести місяців. На деяких напрямках існує мінімальний термін перебування в країні призначення. Діє так зване правило “неділі”, тобто турист повинен провести в країні перебування ніч з суботи на неділю, а відлетіти назад можна тільки в найближчунеділю або в наступні дні.

І н к л ю з и в - т у р т а р и ф – квитки можуть бути продані тільки за наявності ваучера, в якому є підтвердження про наземне обслуговування. Спеціально визначають умови продажу, терміни мінімального і максимального перебування в країні призначення.

М о л о д і ж н и й т а р и ф – ним можуть скористатися пасажирів, як правило, молодше 25 років, які документально підтвердили свій вік. Молодіжна знижка

Останнім часом у практику ввійшли сумісні програми авіакомпаній і готельних ланцюгів, зякими надаються знижки на пакет послуг, що складаються з перельоту і розміщення в готелі.

У всіх авіакомпаніях світу існує, як правило, три класи обслуговування.

Перший клас:

– **R** – надзвуковий літак, перший клас (*Supersonic*);

- **P** – перший клас преміум (*First Class premium*);
- **F** – перший клас (*First Class*);
- **A** – перший клас зі знижкою (*First Class discounted*).

Бізнес-клас (*Business Class*):

- **J** – бізнес-клас преміум;
- **C** – бізнес-клас;
- **D, Z** – бізнес-клас зі знижкою залежно від величини варіанту знижки).

Економічний клас

(*Economy Class*):

- **W** – економічний клас преміум;
- **S, Y** – економічний клас

N, B, H, K, L, M, N, Q, T, V, X – економічний клас зі знижкою (залежно від терміну бронювання, дії квитка, дня відправлення і повернення, а також від різних обмежень за віком, ануляції та ін.).

Перший клас – найдорожчий. Головна відмінність класів – у комфортабельності крісел, якості харчування і розмірі багажу, що безкоштовно провозиться. Особистий простір на борту літака в пасажирів першого і бізнес-класу більше на 50 %. Розрізняють норму багажу, який безкоштовно провозиться: для економічного класу – 20 кг, для бізнес – 30 кг, для першого – 40 кг. На борту пасажирів літака можуть бути запропоновані чотири види харчування (сніданок, обід, вечеря і чай). Вид харчування залежить від часу перебування у польоті.

Туристські підприємства використовують також чартерні рейси. Під ч а р т е р о м р о з у м і є т ь с я договір фрахтування, згідно з яким фрахтувальник зобов'язаний надати фрахтувателю за плату всю або частину місткості одного або декількох транспортних засобів на один чи декілька рейсів для перевезення вантажів, пасажирів, багажу. Чартерні рейси організують конкретні фірми або авіакомпанії для перевезення конкретної групи людей. Ціна чартерного перевезення може бути значно нижче рейсового.

Т а р и ф д л я г р у п ш к о л я р і в застосовують при польотах у деякі країни Європи для учнів шкіл та інших навчальних закладів у віці до 19 років і супроводжуючого їх керівника. Мета використання такого тарифу – підвищення рівня освіти й культурний обмін. Мінімальна чисельність групи – 10 дітей плюс один дорослий, який придбає квиток за пільговим тарифом. Знижки для дітей до 2 і до 12 років до пільгового тарифу не надають.

П о д р у ж н і й т а р и ф застосовують при польотах в обмежене число країн. Одному з подружжя надається 50%-а знижка від тарифу першого, бізнес- або економічного класу. Термін дії квитка – один місяць.

6. Організація екскурсійного обслуговування та розважальних послуг

У договорі повинні бути чітко обумовлені планові й додаткові екскурсії та інші відвідування об'єктів показу. Необхідно також погоджувати мову проведення екскурсій. Будь-яка екскурсія містом або на об'єкт показу повинна проводитися у супроводі досвідченого гіда із знанням мови, якою розмовляють туристи групи. Крім того, необхідно також уточнити з фірмою, чи включається ціна вхідних квитків, наприклад, до музею, у вартість екскурсії і послуги штатного екскурсовода, якщо за правилами музею тільки він може проводити екскурсію.

Оплата стоянки автобуса або проїзду по платних ділянках дороги також повинна входити у вартість пакету послуг і в жодному випадку не стягуватися з туристів у вигляді додаткової плати.

Додаткові послуги

Вказуються додаткові різноманітні екскурсії, які не ввійшли до пакету туру. Також у договорі має бути вказано безкоштовне чи платне користування пляжем, басейном, пляжними лежачками, стільцями, душем, парасольками та ін. Якщо готель знаходиться на віддалі від пляжної зони, чи є у встановлені години “човникові перевезення” туристів до неї на автобусі.

Відпочинок стає різноманітним завдяки додатковим послугам оздоровчо-бальнеологічного характеру: сауни, фітнес-центри, масаж, тренажерно-спортивні зали тощо. Туристи мають бути проінформовані про звичаї та правила оплати чайових, туристських податків і зборів.

7. Класифікації турів

Тури поділяються на види відповідно до мети подорожі та форми щодо організаційних заходів, класифікуються за кількістю учасників, сезоном та терміном перебування (таблиця 2). Залежно від комплексу послуг та комфортності подорожування тури поділяються на класи обслуговування. Мотивація подорожі та решта її параметрів визначають програму туру.

Таблиця 2. Класифікація турів

Ознаки	Види турів
1. Мотивація	- курортно-лікувальний - рекреаційний - культурно-пізнавальний - спортивний - діловий - науковий, конгресний - релігійний - етнічний - інші
2. Організаційні засади	- замовлений індивідуальний - інклюзив-тур (пекидж-тур)
3. Форми організації	- організований - самодіяльний
4. Кількість учасників	- груповий - індивідуальний
5. Сезонність	- цілорічний - сезонний
6. Термін подорожування	- короткостроковий - середньостроковий - довгостроковий
7. Клас обслуговування	- V.I.P. - люкс-апартамент - люкс - перший - туристський

	- кемпінг
8. Набір послуг	- повний пансіон - напівпансіон - ліжко/сніданок
9. Маршрут	- лінійний - кільцевий
10. Засоби долання	- транспортні - пішохідні
11. Види транспорту	- наземні: автомобільний, автобусний, залізничний, мотоциклетний, велосипедний, кінний та інші; - водні: річковий, морський, підводний; - повітряні: авіаційний, повітряні кулі, інші види
12. Масштаби	- міжнародний - внутрішній

П а к е т п о с л у г (т у р п а к е т) – це вироблений туроператором туристський продукт, що складається з певного набору послуг: перевезення, розміщення, харчування, екскурсії і т. ін. При формуванні туру і його пакету, можливі два варіанти роботи з туристами: реалізація замовлених турів; реалізація інклюзив-турів.

8. Особливості замовлених та інклюзив -турів

З а м о в л е н и й т у р. При продажу замовлених турів формування програми і комплектування складу послуг проводяться за бажанням і при безпосередній участі туриста. Йому пропонують на вибір різні варіанти обслуговування по кожному з видів послуг в передбачуваному ним місці відпочинку:

- розміщення – різні за рівнем, типом і місцем розташування готелю;
- харчування – різні варіанти (повний пансіон або напівпансіон, або зовсім без харчування), шведський стіл або «а ля карт» з обслуговуванням і т. ін.;
- екскурсії, дозвільно-розважальні послуги на вибір;
- транспортні послуги – варіанти авіаперельоту, залізничного проїзду, оренда автомашини і т. ін.;
- спортивні й курортні послуги – користування такими програмами на вибір;
- візові послуги, а також послуги страхування.

Турист сам бере участь у складанні програми свого відпочинку або подорожі. Вибрані туристом послуги формуються у програмі туру, розраховується ціна, яку турист оплачує при придбанні пакету туру (турпутівки). Підготовка індивідуальних турів (тур на замовлення), індивідуальний набір послуг формується разом з клієнтом. Звичайно, такі замовлення формуються в агентствах і надходять потім для реалізації до туроператора.

П р и о р г а н і з а ц і ї і н д и в і д у а л ь н и х з а м о в л е н и х т у р і в у договорах прописуються:

- дата прибуття і дата від'їзду туристів;
- перелік послуг і їх класність.

І н к л ю з и в - т у р (п е к і д ж - т у р) – це тур з жорстким, наперед запланованим (до контакту з клієнтом) набором послуг (не менше трьох), зорієнтованим на певний вид відпочинку або туризму, а також на соціальний клас туристів і їх вік. Найпоширенішими інклюзив-турами можна назвати **м а р ш р у т н і т у р и**, коли на автобусі група туристів здійснює подорож по декількох містах і країнах. Особливості підготовки і проведення такого туру (єдина для всіх програма, строго пов'язана з терміном і графіком подорожі) не дозволяють зробити його замовленим. Інклюзивами є також круїзні тури, хобі-тури.

Склад послуг на інклюзив-тури при реалізації не міняється. Турист має право купити його повністю або взагалі відмовитися від нього. Інклюзив-тури організуються і пропонуються на популярних маршрутах у відомі місця туризму й відпочинку, що користуються стійким попитом. Велику частину вартості інклюзив-турів складає оплата транспорту і розміщення, меншу – оплата харчування. Витрати на решту послуг, у тому числі екскурсійні складають невелику частку в загальній вартості.

Інклюзив-тури дають можливість розраховувати на спеціальні авіаційні тарифи, що надаються авіакомпаніями туристським підприємствам саме для цих турів. Інклюзив-тур для туристського тарифу відповідно до вимог Міжнародної асоціації повітряного транспорту (IATA) повинен включати не менш трьох послуг: авіапереліт, розміщення в готелі по всьому маршруту подорожі і ще одну, будь-яку, не пов'язану з першими двома (екскурсію, оренду автомобіля і т. ін.).

П р и о р г а н і з а ц і ї м а р ш р у т н о г о і н к л ю з и в - т у р у в договорі прописуються:

- маршрут, програма туру і пакет послуг, які повинні бути надані туристам під час їх подорожі;
- дата прибуття і дата від'їзду;
- перелік і послідовність відвідування міст;
- вид транспорту;
- кількість днів перебування у кожному місті;
- перелік екскурсій.

Попри коливання попиту на інклюзивні тури, вони мають певні переваги для подальшого їх розвитку:

- в цілому комплексна поїздка коштує дешевше, ніж набір послуг, що купуються окремо;
- турагентству легше радити клієнту, який вибрати маршрут, оскільки програма і ціни послуг відомі наперед;
- більше можливості показати привабливість свого продукту.

Основою для розробки і реалізації туристського продукту як сукупності споживацьких вартостей, що виявляються під час подорожі, є туристський маршрут.

Т у р и с т с ь к и й м а р ш р у т – наперед спланований шлях пересування туристів протягом певного періоду часу з метою надання їм

послуг, передбачених програмою обслуговування. Туристські маршрути класифікують за різними ознаками.

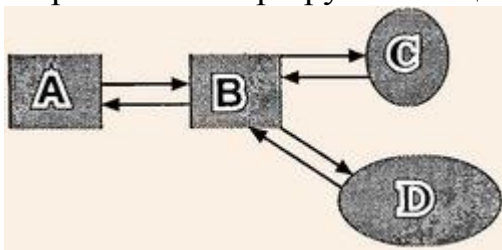
З а м е т о ю маршрути підрозділяють на такі види:

- тематичні – з переважанням екскурсійного обслуговування і пізнавальної спрямованості;
- похідні – з активними способами пересування;
- фізкультурно-оздоровчі – з переважанням вище перелічених чинників.

З а т е р и т о р і а л ь н о ю о з н а к о ю маршрути класифікують на:

- міжнародні;
- внутрішні (у межах країни);
- регіональні;
- місцеві.

Також тури поділяють на рухомі, що передбачають інтенсивне пересування з максимально можливим охопленням об'єктів показу та стаціонарні, що передбачають більш спокійний відпочинок з обмеженими виїздами. За цим критерієм тур може формуватися в формі маршрутно-транспортного чи маршрутно-стаціонарного (мал. 3).



Де А - місце постійного проживання туриста; В - місце відпочинку;
С і D - екскурсійні пункти, які відвідуються під час відпочинку

Мал. 3. Схема маршрутно-стаціонарного туру.

Здебільшого маршрутно-стаціонарну форму мають рекреаційні тури з метою відпочинку в певному місці або курортно-лікувальні тури, коли рухомість обмежена режимом лікування. Вибір схеми маршрутно-транспортного туру передбачає динамічні форми проведення дозвілля і більше підходить для пізнавальних, молодіжних програм.

Маршрути, відповідно до мети, сезону, тривалості подорожування та інших ознак, можна класифікувати наступним чином (мал. 4).



Мал. 4. Класифікація маршрутів

9. Інформаційне забезпечення розробки туру

Розробка туру ґрунтується на банку даних, який охоплює інформацію відповідно до цільової установки і стосується наявних ресурсів, матеріально-технічної бази та інфраструктури.

Рекреаційні ресурси – необхідна передумова туристичної діяльності

Культурно-історичні рекреаційні ресурси

Цей вид ресурсів розміщується переважно в населених пунктах і є залишками минулих епох суспільного розвитку. Культурно-історичні об'єкти поділяються на матеріальні та духовні. До матеріальних відносять засоби виробництва, споруди, предмети побуту тощо. Духовні представлені досягненнями в освіті, науці, мистецтві, літературі. Матеріальні пам'ятки культури поділяють на п'ять видів: а) історії, б) археології, в) містобудування та архітектури, г) мистецтва, д) документальні пам'ятки.

До пам'яток історії відносять окремі споруди, пам'ятні місця і окремі предмети, пов'язані з історичними подіями, розвитком суспільства, науки та техніки. Пам'ятки археології – це кургани, залишки давніх поселень, укріплень, виробництв, каналів, доріг, древні місця захоронень, наскельні зображення, старовинні предмети, ділянки древніх «культурних шарів».

Пам'ятки містобудування та архітектури представлені архітектурними ансамблями та комплексами, історичні центри, окремі квартали, площі, вулиці, залишки давнього планування та забудови міст, споруди промислової, воєнної, культової (релігійної архітектури). Специфічними об'єктами є витвори монументального, образотворчого, декоративно-прикладного, садово-паркового мистецтва, а також природні ландшафти в межах населених пунктів. Є і сучасні культурно-історичні пам'ятки: оригінальні підприємства промисловості, сільського господарства, транспорту, наукові та вищі навчальні

заклади, театри, спортивні споруди, ботанічні сади, зоопарки, океанаріуми, етнографічні та фольклорні ансамблі, а також збережені народні звичаї, святкові обряди тощо.

Природні рекреаційні ресурси поділяються на кліматичні, петрографічні, орографічні, водні, біологічні, ландшафтні, бальнеологічні, грязьові, спелеоресурси, тощо. Кожен з видів природних рекреаційних ресурсів може мати багато варіантів використання. Наприклад, найбільш масові види рекреаційних занять на водоймах: купання, плавання, рибальство (з судна, з берега, з криги), відпочинок на парусних та веслових плавзасобах, відпочинок з використанням моторного малолітражного флоту, воднолижний спорт, туризм, підводне полювання, полювання на водноплавну здобич, тощо.

Біологічні рекреаційні ресурси, насамперед лісові, використовуються для таких занять:

- туризм і спорт - масовий пішохідний і лижний туризм, види лижного сорту, автотуризм, кінний спорт, спортивне та ліцензійне мисливство, спортивне орієнтування, радіоорієнтування тощо;
- загальнооздоровчий відпочинок – пішохідні прогулянки, спортивні ігри, пікніки, лижні прогулянки тощо.
- любительські промисли – збір грибів, ягід, лікарських рослин, колекцій рослин та їх окремих органів, тощо.
- лікування кліматичне, фітолікування, відтворення фізичних сил та морального стану шляхом споглядання мальовничих пейзажів (відеорекреація) тощо.
- рекреаційно-пізнавальна діяльність – в дендропарках, ботанічних садах, регіональних та національних ландшафтних парках, природних лісах та інших фітоценозах, тощо.

Указані рекреаційні ресурси за функціями в організації турів поділяються на такі види:

- 1) *природні блага* (клімат, акваторії морів та прісноводних водойм, ліси, гори);
- 2) *об'єкти показу або атрактивні об'єкти* (природні: національні парки, заказники, пам'ятки природи; культурно-історичні - архітектурні, археологічні, пов'язані з видатними подіями, життям та творчістю видатних людей, садово-паркові садиби, замкові та культові комплекси тощо; етнічні - національні та фольклорні свята, історичні села, заклади харчування з національною кухнею тощо);
- 3) *об'єкти дозвілля* - музеї, театри та інші заклади культури, заклади шоу-бізнесу, виставки, поточні події культурного життя (концерти видатних митців та колективів, фестивалі тощо) та класи відповідно до їх атрактивності (пам'ятки всесвітньої спадщини, регіонального значення, національні святині, визначні місця).

Матеріально-технічна база характеризується категорією підприємств, що надають послуги гостинності певного класу (тип закладів розміщення та їх категорія за євростандартом, ціни номерного фонду). Інфраструктурне забезпечення включає характеристику сполучень (наявність транспортного зв'язку, в тому числі прямих лінійних рейсів, їх взаємозамінність, інтенсивність руху), транспортних засобів (тип і відповідна йому комфортність та швидкість

пересування, місткість), інформацію про вартість проїзду та транспортні компанії.

Обов'язковим елементом інформаційного забезпечення розробки туру є карта території, оскільки розробка маршруту є результатом картографічного моделювання і обов'язково повинна спиратися на оцінку території: її туристсько-географічне положення, протяжність, конфігурацію, систему розселення і транспорту, що склалися, адміністративно-територіальний поділ.

10. Методика розробки туру

Розробка туру включає такі етапи: вибір пунктів маршруту, ієрархізація цих пунктів, вибір пунктів початку та закінчення маршруту, після чого провадиться розробка схеми маршруту та його оптимізація

Етап I. ВИБІР ПУНКТИВ МАРШРУТУ. Критерієм відбору є атрактивність об'єктів показу для задоволення мети подорожі, можливість забезпечити різноманітність програми перебування в даному населеному пункті, його транспортна доступність та забезпеченість послугами гостинності.

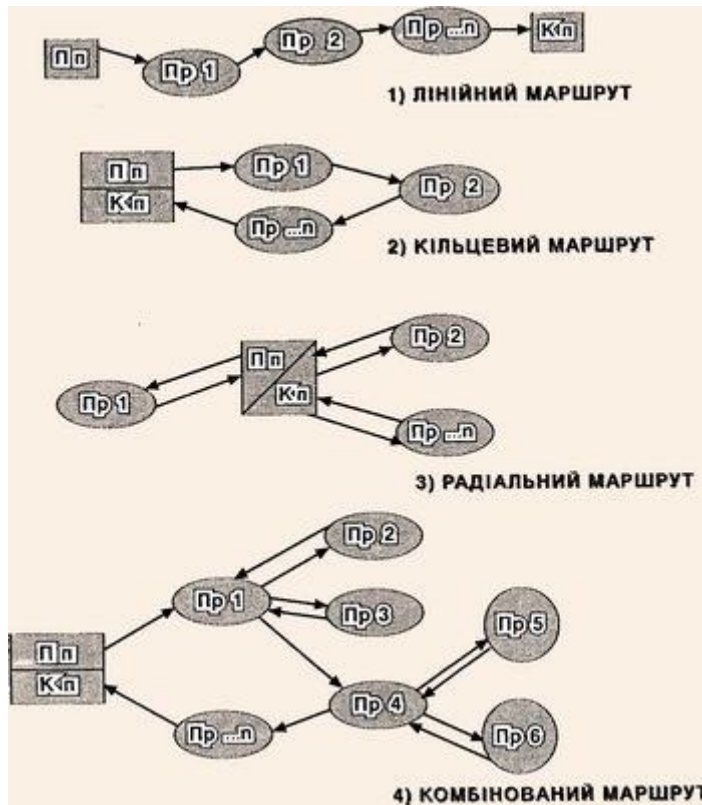
Етап II. ІЄРАРХІЗАЦІЯ ПУНКТИВ МАРШРУТУ провадиться за вказаними вище критеріями, при цьому основна увага повинна бути звернута на клас гостинності та транспортну доступність обраних пунктів маршруту. Метою даного етапу є диференціація пунктів маршруту відповідно до мети подорожі з виділенням пунктів дислокації з тривалим програмним забезпеченням та екскурсійних пунктів.

Етап III. ВИБІР ПОЧАТКОВОГО ТА КІНЦЕВОГО ПУНКТИВ маршруту здійснюється за показником транспортної доступності, тобто зв'язності з місцем постійного проживання потенційних туристів (зоною дії туроператора), взаємозамінності видів транспорту, типу транспортних засобів.

Етап IV. РОЗРОБКА СХЕМИ МАРШРУТУ. Схема маршруту залежить від обраної форми. Маршрут - це напрямок (траєкторія) переміщення туриста. За формою маршрути підрозділяють на такі види:

- *лінійні* – маршрути з відвідуванням одного або декількох пунктів (окрім початкового), що знаходяться на трасі, тобто початок і закінчення маршруту відбуваються в різних пунктах;
- *радіальні* – маршрути, під час яких туристи постійно перебувають в одному пункті, реалізуючи програму поїздок і екскурсій в інших пунктах і повертаючись назад;
- *кільцеві* – маршрути, що починаються і закінчуються в одному пункті;
- *комбіновані*, що поєднують елементи лінійних, радіальних та кільцевих форм (мал. 5).

Вибір пунктів по маршруту узгоджується з програмою відповідно до виду туризму, терміну та класу обслуговування.



Умовні позначення: Пп - початковий пункт маршруту;
 Пр - проміжний пункт з порядковим номером 1,2,...,n;
 Кп - кінцевий пункт маршруту; —→ напрямок руху

Мал.5. Схеми маршрутів

Найпоширенішим випадком при розробці схеми маршруту є варіант, коли за обмежений термін при мінімізації витрат часу на переміщення між основними пунктами маршруту бажано забезпечити максимально можливу інформативність подорожі, тобто охопити якнайбільше об'єктів показу задля задоволення пізнавальної мети. Такий варіант отримав назву "задача комівояжера". Основними пунктами дислокації (розміщення) обирають ті, що мають пряму транспортну доступність з найбільшою кількістю місцевих населених пунктів. Дуже важливим критерієм є наявність міжнародного аеропорту.

Етап V. ОПТИМІЗАЦІЯ МАРШРУТУ полягає у встановленні низки обмежень. Обмеження визначаються перш за все параметрами споживачів – туристів (вік, життєвий цикл сім'ї, стиль та рівень життя тощо). Часові обмеження стосуються сезонності та терміну подорожі. Економічні обмеження виходять з умов функціонування ринку (кон'юнктура ринку, стан конкурентного середовища, цінова політика тощо).

Основним обмеженням на початковому етапі розробки туру є обмеження в часі та засобах по забезпеченню комфортності подорожування. Саме часові обмеження визначають вибір транспортних засобів та їх тип під час проходження маршруту. Вибір транспортного засобу слід розглядати як введення певних обмежень в організаційні параметри туру (кількість туристів в групі і відповідно вибір форми туру впливають на його організацію та вартість).

Види транспорту та типи транспортних засобів дуже різняться за своїми характеристиками. При виборі засобів пересування керуються відстанню, а при

виборі типу транспортного засобу - його комфортністю (швидкість, місткість, зручності). В пасажирських перевезеннях на далекі відстані домінує повітряний транспорт. За останні 15 років частка туристів в міжнародних повітряних пасажироперевезеннях зростає більш ніж удвічі (з 30 до 70%). В перевезеннях на короткі відстані найбільшою популярністю користується автомобільний транспорт, що стимулюється як зростаючою автомобілізацією населення, так і технологічними змінами в автомобілебудуванні в бік збільшення швидкості та комфортності та зменшення енергомісткості. Так, обсяг автобусних пасажироперевезень за останні 20 років збільшився майже вдвічі. У внутрішньоконтинентальних перевезеннях пасажирів автомобільний транспорт переважає залізничний.

Етап VIII. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ТЕХНІЧНІ ЗАХОДИ з забезпечення туру.

На цьому етапі визначається клас обслуговування. Послуги харчування поділяють за обсягом та формою обслуговування. За обсягом розрізняють: повний пансіон (РВ), представлений щонайменше триразовим харчуванням, напівпансіон (НВ), що передбачає дворазове харчування за варіантами "сніданок-вечеря" або "сніданок-обід"; тільки сніданок (ВВ). За формою обслуговування розрізняють: обслуговування на умовах "А ля карт" - вільний вибір страв за меню ресторана; "Табльдот" - обслуговування за єдиним для всіх туристів меню, без права вибору страв; "Шведський стіл" - обслуговування за принципом самообслуговування з вільним вибором страв, що виставлені на загальному столі.

Залежно від умов надання основних та додаткових послуг під час подорожування розрізняють такі **класи туристичного обслуговування**:

- V.I.P. - гості, що приймаються з особливою увагою. Цей клас обслуговування передбачає 1-2-місне розміщення в 2-3кімнатних номерах категорії "люкс-апартамент" (або в однокімнатних залежно від умов туру) в готелях класу 3*-5* з харчуванням за умовами "а ля карт" з повним пансіоном; зустріч-проводи автотранспортом з підноскою багажу в необмеженій кількості та обслуговування автотранспортом не менше 25 год. за добу в супроводі гіда;

- люкс-апартамент - розміщення в номері категорії "люкс-апартамент" в готелях класу 3*-5* за різних умов харчування в ресторанах категорії "люкс" та "вища"; зустріч-проводи на автотранспорті з підноскою необмеженої кількості багажу;

- люкс - одно-двомісне розміщення в 1,5-2 кімнатному номері категорії "люкс" та "напівлюкс" в готелях класу 3*-5*; харчування в ресторанах категорії "люкс" та "вища" за різних умов; зустріч-проводи на автотранспорті з підноскою багажу згідно умов обслуговування;

- перший клас - одно-двомісне розміщення в номерах з усіма зручностями, харчування в ресторані або кафе вищої або першої категорії на умовах угоди, зустріч-проводи на автотранспорті з підноскою багажу згідно умов угоди;

- туристичний клас - різне (від двох до чотирьох осіб) розміщення в номерах з обмеженим набором зручностей, харчування в ресторані або кафе першої категорії на умовах туру; зустріч-проводи та підноска багажу за домовленістю;

- шкільний (здешевлений) клас - дво-чотиримісне розміщення в номерах з обмеженим набором зручностей в готелях 1*-3* класу або в інших закладах розміщення, харчування можливе в кафе першої пониженої категорії чи у їдальні другої категорії, зустріч-проводи;

- кемпінг - розміщення залежно від умов угоди: від надання будиночку з усіма зручностями, бунгало, намета до місця під власний намет.

11. Договірні відносини між туристськими підприємствами і споживачами туристських послуг

Перелік інформації, яку турист повинен і може отримати до укладення договору туристського обслуговування

І н ф о р м а ц і я , н а д а н н я я к о ї т у р и с т у є
о б о в ' я з к о в и м

1 Основні вимоги до оформлення виїзних документів (паспорт, дозвіл (віза) на в'їзд у країну тимчасового перебування), у тому числі інформація щодо термінів оформлення вказаних документів

2 Медичні рекомендації (попередження) щодо майбутньої туристської поїздки, зокрема протипоказання у зв'язку з певними захворюваннями, особливостями фізичного стану і віку туристів, які можуть спричинити небажані наслідки у разі здійснення поїздки

3 Інформація про туроператора (турагента), його місцезнаходження і поштові реквізити, наявність ліцензії на здійснення діяльності, наявності сертифікатів відповідності тощо.

4. Інформація про розмір фінансового забезпечення туроператора або турагента на випадок його неплатоспроможності (банкрутства), і кредитну установу, що надала таке забезпечення (гарантію)

І н ф о р м а ц і я , я к а м о ж е б у т и н а д а н а
т у р и с т у з а й о г о в и м о г о ю

1. Інформація про загальні умови договору про надання туристських послуг (при його наявності)

2. Програма туристського обслуговування

3. Характеристика транспортних засобів, які здійснюють перевезення, у тому числі їх вид і категорія, терміни стикувань (сполучення) рейсів тощо.

4. Характеристика готелів, інших місць розміщення туристів, у тому числі їх місце розташування, класифікація за законодавством країни (місця) тимчасового перебування, відомості про підтвердження відповідності послуг готелю встановленим вимогам, відомості про правила тимчасового проживання, строки і порядок оплати готельного обслуговування.

5. Інформація про звичаї місцевого населення, пам'ятники природи, історії, культури та інші об'єкти туристського показу; інформація про стан навколишнього середовища, санітарну і епідеміологічну обстановку.

6. Інформація про правила в'їзду в країну (місто) тимчасового перебування, а також правила перебування в країні іноземних громадян

7. Інформація про види й способи забезпечення туристів харчуванням під час туристської поїздки

8. Інформація про види й тематику екскурсійного обслуговування, порядок

зустрічей, проводів і супроводу туристів

9. Інформація про дату і час початку та закінчення туристського обслуговування і його тривалості

10. Відомості про максимальну кількість туристів в групі, а також строках інформування туристів про те, що турпоїздка не відбудеться у зв'язку з недобором груп

11. Відомості про страхову організацію, яка здійснює страхування ризиків, пов'язаних з туристським обслуговуванням, а також розмір страхових відшкодувань і порядок їх виплати

12. Інформація про ціну туристського обслуговування і порядку здійснення розрахунків

13. Відомості про місцезнаходження організацій, яка уповноважена туроператором на прийом претензій туристів, а також про телефони і адреси українських дипломатичних установ у країні тимчасового знаходження, або місцевих служб, до яких турист також може звернутися у разі виникнення труднощів під час туристської поїздки

12. Документальне оформлення взаємин туриста та надавача турпослуг

Споживачами турпослуг можуть бути фізичні особи : громадяни України, особи без громадянства та іноземні громадяни. У залежності від видів послуг, які вони отримують, клієнтами турфірм можуть бути туристи, екскурсанти, відвідувачі тощо.

Важливим елементом обслуговування клієнта є документальне оформлення взаємин. При цьому документи можуть бути розділені на три групи:

1. Документи для замовлення (замовлення, лист бронювання, підтвердження бронювання).

2. Документи для клієнта (договір, путівка, ваучер, страховий поліс, квиток на транспорт).

3. Документи, що підтверджують особу туриста (паспорт, доручення на дітей).

Заявка туриста (групи туристів) на бронювання туру повинна бути оформлена на спеціальному бланку. Заявка містить відомості про намір придбати ті чи інші турпослуги.

Згідно із Законом України "Про туризм" реалізація туристського продукту здійснюється на підставі договору. За договором на туристське обслуговування, одна сторона (туроператор, турагент) за встановлену договором плату зобов'язується забезпечити надання за замовленням іншої сторони (туриста) комплексу туристських послуг (туристський продукт).

При оплаті вартості туру вроздріб первинними обліковими документами, що підтверджують прийом і оприбуткування коштів у касу туристської фірми, можуть бути:

– прибутковий касовий ордер – у випадку прийому наявних коштів від юридичних осіб;

– чек електронного касового апарату

- туристська путівка за формою № 1-ТУР – при оприбуткуванні коштів від фізичних осіб.

Туристська путівка визначається як невід'ємна частина договору на реалізацію туристського продукту, а також як документ первинного обліку туроператора чи турагента.

Після повної оплати вартості туру (як правило, не пізніше двох тижнів до початку поїздки) клієнту видають документи на право одержання послуг:

- на перевезення (квитки);
- на розміщення і харчування (ваучери).