

ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ

Кафедра спортивного туризму

Феленчак Ю.Б.

Організація надання екскурсійних послуг на туристсько-екскурсійних підприємствах

Лекція з навчальної дисципліни

„ОРГАНІЗАЦІЯ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ”
для студентів спеціальності 242 Туризм

“ЗАТВЕРДЖЕНО”
на засіданні кафедри
спортивного туризму
„30” серпня 2019 р. протокол № 1
Зав.каф _____ А.О.Кухтій

ОРГАНІЗАЦІЯ НАДАННЯ ЕКСКУРСІЙНИХ ПОСЛУГ НА ТУРИСТСЬКО-ЕКСКУРСІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

1. Напрямки роботи з організації надання екскурсійних послуг на туристському підприємстві
2. Види туристсько-екскурсійних організацій.

1. Напрямки роботи з організації надання екскурсійних послуг на туристському підприємстві

Функціональні напрямки роботи з організації надання екскурсійних послуг на туристському підприємстві схематично представлені на рис. 1. Дано коротку характеристику кожній зі складових.

Дослідження ринку екскурсійних послуг (екскурсійний маркетинг). Використання маркетингових механізмів конче потрібно в екскурсійній діяльності через трудомісткість і наукоємність такого виду послуги як екскурсія, що спричиняє неможливість нескінченного розширення пакету надаваних тем екскурсій. Сфокусувати свої зусилля, розробити мінімально необхідний пакет екскурсійних програм – одне із завдань маркетингу на туристсько-екскурсійних підприємствах.

Під маркетингом розуміється така система внутріфірмового керування, що спрямована на вивчення й облік попиту й вимог ринку для орієнтації виробничої діяльності фірми на випуск конкурентоспроможних видів продукції.

На основі програми маркетингу ведеться постійний пошук нових цільових ринків, споживачів, видів продукції, а також нових областей застосування продукції.

Практика показує, що на туристсько-екскурсійних підприємствах використовується не повний комплекс маркетингу, а лише певні його частини. Для новостворюваного підприємства для початку екскурсійної діяльності слід обмежитися дослідженням ринку екскурсійних послуг певного регіону й розробити на його основі пакет екскурсійних програм.

Створення екскурсій. Створення нової екскурсії за будь-якою темою — складний трудомісткий процес. Екскурсія — це результат двох найважливіших процесів: її підготовки й проведення. Вони зв'язані між собою, взаємообумовлені. У процесі підготовки нової екскурсії, з огляду на практику роботи екскурсійних установ склалася певна послідовність етапів роботи.

Підготовка екскурсовода. До проведення екскурсії допускаються особи, які мають спеціальну підготовку підтверджену свідоцтвом державного зразка про присвоєння кваліфікації «екскурсовод» володіють необхідними навичками і вміннями.

Реклама. Реклама є найважливішим інструментом роботи фірми в сучасних умовах. Особливо це актуально в умовах жорсткої конкуренції туристсько-екскурсійного ринку України. Для екскурсійної діяльності

рекомендується використовувати методи особистих рекламних звернень до потенційних організацій-споживачів екскурсійних послуг й застосовувати традиційні види реклами.

Комунікаційна діяльність. Комунікаційна діяльність з організації екскурсійного обслуговування складається з: 1) роботи із замовниками; 2) роботи з постачальниками й посередниками щодо надання екскурсійних послуг; 3) документального оформлення взаємин.

У роботі із замовниками туристські підприємства при наданні екскурсійних послуг повинні керуватися вимогами чинного законодавства і державних стандартів.

Так, діючим туристським законодавством при наданні екскурсійних послуг туристичній організації необхідно:

- 1) укласти договір на екскурсійне обслуговування.
- 2) зробити обов'язкове страхування екскурсантів (медичне й від нещасного випадку).

Екскурсійне обслуговування. Екскурсійне обслуговування - безпосереднє проведення екскурсій для груп екскурсантів або для індивідуалів. Якість екскурсійного обслуговування залежить від багатьох складових: якісне транспортне обслуговування; підготовленість екскурсантів до прослуховування і сприйняття теми екскурсії; якісно підготовлена методична розробка екскурсії; професійна майстерність екскурсовода, дотримання правил техніки проведення екскурсії, диференційований підхід до обслуговування різних груп екскурсантів.

При правильній організації екскурсійної роботи підготовка до неї повинна відбуватися заздалегідь. Екскурсовод попереджається про склад екскурсантів, а екскурсант повинен знати тему екскурсії. Важливо, щоб покупка екскурсійної путівки була відділена від екскурсії одним - двома днями. Це істотно в тому відношенні, що за цей проміжок часу відбудеться певна психологічна установка екскурсанта. Він встигне вдуматися й ужитися в сюжет екскурсії.

Менеджмент екскурсійної діяльності. Менеджмент - це керування в умовах ринку й ринкової економіки. «Грамотний» менеджмент - це основа успішної роботи й процвітання екскурсійної фірми. Для вирішення завдань в організаціях застосовується керування яке здійснюється через діяльність менеджерів – фахівців, які професійно займаються управлінською діяльністю в конкретній області. Прийнято вважати, що в процесі керування виконуються п'ять основних функцій: планування, організація, координація, мотивація і контроль.

2. Види туристсько-екскурсійних організацій.

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

1. організації які виробляють власну продукцію (екскурсійні організації);
2. посередницькі (при організації турів з фірмами-партнерами);
3. постачальники (музеї, заклади харчування, транспортні господарства й

т.д.);

4. торговельні (турагенції, екскурсійні бюро та ін.).

На ринку послуг туристсько-екскурсійних організацій у чистому вигляді, тобто які виконують якусь одну з перерахованих вище функцій, майже не існує. Багато організацій сполучають 2 або 3 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.

Екскурсійна діяльність – це діяльність з організації ознайомлення туристів і екскурсантів з екскурсійними об'єктами без надання послуг розміщення (нічлігу). Організована екскурсійна діяльність повинна здійснюватися кваліфікованими працівниками, які знають вимоги до технології створення екскурсійних послуг і обслуговування екскурсантів, і зачіпати самі широкі верстви населення.

Під організованою екскурсійною діяльністю розуміється пропозиція стандартизованої екскурсійної програми або окремих екскурсій як різновиду туристських 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 заміських екскурсійних турів для екскурсантів на груповій або індивідуальній основі. 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 звичайно також одночасно є турагентом, залучаючи до даної діяльності екскурсоводів, 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.

Але при цьому відповідно до Закону України дані підприємства не повинні одержувати ліцензії ні на туроператорську, ні на турагентську діяльність. Таким чином, для заняття наданням послуг з екскурсійного обслуговування досить буде реєстрації як суб'єкта підприємницької

діяльності - фізичної особи.

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 наступними видами робіт:

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

Рекомендована література

Основна:

1. Бабарицька В. Екскурсознавство і музеєзнавство : навч. посіб. / В. Бабарицька, А. Короткова, О. Малиновська – К. : Альтерпрес, 2012. – 444 с.
2. Організація екскурсійної діяльності. Опорний конспект лекцій. Укладач О.О. Каролоп.- К.: Видавничий центр КНТЕУ. - 2002. – 45 с.
3. Покоłodна М.М. Опорний конспект лекцій з дисциплін «Екскурсознавство» «Організація екскурсійних послуг» (для студентів спеціальності 7.050201 – «Менеджмент готельного курортного і туристського сервісу» і 6.050400 – «Туризм») / ХНАМГ, Уклад.: – Х.: ХНАМГ, 2007. – 80 с.

Допоміжна:

1. Екскурсійна діяльність в питаннях і відповідях // Новини турбизнеса. – 2006. – №14 (64). – С.10-11.
2. Чагайда І. М., Грибакова С. В. Екскурсознавство. Навчальний посібник. – К.: “Кондор”, 2004. – 204 с.