

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет економіки і менеджменту
Кафедра готельно-ресторанного та туристичного бізнесу**

«РОЗРОБЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ РЕАЛІЗАЦІЇ МІСЬКИХ ЕКСКУРСІЙ»

Кваліфікаційна робота (проект)
на здобуття ступеня вищої освіти “бакалавр”

Виконала: студентка IV курсу

Спеціальності: 242 Туризм

Освітньо-професійної

програми ТУРИЗМ

Степаненко А.О.

Керівник доцент Сидорович Є.С.

Рецензент професор Шашкова Н.І.

Херсон – 2020

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ МІСЬКИХ ЕКСКУРСІЙ	5
1.1. Поняття екскурсій та її функції.....	5
1.2. Класифікаційні ознаки екскурсій	16
РОЗДІЛ 2. МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ ТА ПРОСУВАННЯ МІСЬКОЇ ЕКСКУРСІЇ.....	26
2.1. Стан розвитку міських екскурсій у Херсонській області...	26
2.2. Механізм створення та реалізація тематичних прогулянок містом.....	30
2.3. Шляхи покращення міської екскурсії.....	35
ВИСНОВКИ.....	43
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	45
ДОДАТКИ.....	
Додаток А.....	49
Додаток Б.....	50

ВСТУП

Туризм є ефективним засобом індивідуального та колективного вдосконалення, важливою складовою якого є екскурсія, послуга з її просвітницькою, духовною та освітньою функціями. Туризм та екскурсії – одні з найпопулярніших форм відпочинку в Україні. Україна в порівнянні з більшістю європейських країн значно відстає за рівнем розвитку рекреаційно-туристичних послуг.

Актуальність теми. Організації міської екскурсійної діяльності полягає в тому, що екскурсії – це пізнання навколишнього світу, формування кругозору, підвищення рівня знань, естетичних і культурних смаків громадян. Екскурсії мають велике значення у задоволенні рекреаційних потреб людини, можна виділити такі потреби: духовних, естетичних, інформаційних. Вони дають змогу відтворювати рекреаційну діяльність людини, яка пов'язана з пізнанням навколишнього світу, наприклад: особливостей природи, елементів побуту, творчих здобутків людства, сучасних та історичних подій. Слід зазначити, що «Херсон єврейський» в Херсоні ніколи не проводилась.

Діяльність екскурсантів проявляється спостереженнях, вивченні та дослідженні об'єктів. Діяльність екскурсовода складається з послідовності дій, головними з них є підготовка і проведення екскурсії.

Сама екскурсія вимагає зв'язку між екскурсантом та екскурсоводом тому, що екскурсовод створює настрій групи та об'єднує екскурсантів. Екскурсії сприяють тому, щоб конкретизувати вже набуті знання та отримати нові, також розвивають вміння розуміти природні та суспільні явища та процеси, приваблюють інтерес до того, що вивчається і викликають певні враження.

Мета дослідження є розробка механізмів реалізації міських екскурсій.

Завдання дослідження:

- 1) розкрити зміст поняття «екскурсія», визначити її функції;
- 2) розглянути класифікаційні ознаки екскурсій;
- 3) схарактеризувати стан розвитку міських прогулянок в Херсонській області;
- 4) визначити особливості організації міської екскурсії;
- 5) визначити шляхи покращення міської екскурсії.

Об'єкт дослідження: особливості організації міських екскурсій.

Предмет дослідження: принципи розробки тематичних міських прогулянок.

Методи дослідження: в кваліфікаційній роботі використовуються такі методи:

- літературний метод, він полягає в зборі необхідних джерел для ознайомлення з даною темою;
- метод синтезу - за допомогою синтезу об'єкти були об'єднанні в один маршрут.
- картографічний метод допоміг прокласти туристичний маршрут;
- математичний метод використовується для обчислення вартості екскурсії.

Структура кваліфікаційної роботи: кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (40 позицій), трьох таблиць та п'яти рисунків, додатків. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи – 51 сторінка.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ МІСЬКИХ ЕКСКУРСІЙ

1.1. Поняття екскурсій та її функції

Термін «екскурсія» походить від латинського слова «excursio» – поїздка. Раніше екскурсія мала практичні цілі, наприклад вихід за місто для пошуку і збирання лікарських трав, тобто екскурсія була тільки як прогулянка.

Екскурсійна технологія являє собою сукупність методичних і технічних прийомів підготовки й проведення різноманітних видів екскурсій, на різні теми і для різних груп людей, а також не слід забувати про сукупність вимог і правил, які демонструються до екскурсії.

Екскурсія є важливою складовою для самореалізації людини. Вона забезпечує задоволення не тільки психологічних потреб людини (повага до себе, прагнення до знань та успіху), але і таких потреб як самоствердження і розвитку, вони пов'язанні з внутрішнім станом людини.

Саме тому екскурсія визначається як процес яскравого сприйняття довкілля, особливостей природи, сучасних та історичних об'єктів, елементів побуту, визначних місць. Екскурсія передбачає розвиток інтелектуального та естетичного ентузіазму учасників [15].

Кожен автор пояснював термін «екскурсія» по-різному. У свою чергу В. Даль трактував це поняття так: «Екскурсія – прогулянка, вихід на пошук чогось, збирання трав та ін.». На цей час поняття «екскурсія» характеризували, як цілеспрямованість, що означає відвідування певних місць з конкретною метою, та відокремлений і короткотривалий характер поїздки чи прогулянки [17].

М. Анциферов сказав, що екскурсія – це прогулянка, основою є вивчення теми за конкретним матеріалом і необхідно, щоб він був доступним для споглядання [1].

Л. Бархаш характеризував екскурсійну діяльність в позашкільній роботі з дітьми, він стверджував, що екскурсія – це наочний метод одержання певних знань, виховання шляхом відвідувань за задалегідь розробленою темою певних об'єктів (музей, завод, колгосп тощо) зі спеціальним керівником (екскурсоводом).

В. Герд вважав, що екскурсія – це форма суспільно-освітньої роботи, коли екскурсанти вивчають явище в природному середовищі, відправляється з цією метою до об'єкта свого вивчення, все це відбувається під керівництвом екскурсовода.

Б. Райков стверджував, що екскурсія – це вивчення об'єктів за місцем їхнього природного розташування (локальний принцип) і в зв'язку з переміщенням свого місця в просторі (моторний принцип).

Л. Родін, Ю. Соколовский вважали, що екскурсія - певна форма навчальної й позанавчальної роботи, в якій здійснюється діяльність учителя-екскурсовода й школярів-екскурсантів у процесі вивчення явищ дійсності, спостережуваних у природних умовах (завод, колгосп, пам'ятки історії та культури, пам'ятні місця, природа тощо) або в спеціально створених сховищах колекцій (музей, виставка).

В. Емельянов трактує екскурсію як цілеспрямований наочний процес пізнання оточуючого світу, сам процес будується на завчасно підібраних об'єктах, які можуть розміщуватись у природних умовах, або знаходитись в цехах промислових підприємств, залах музеїв, науково-дослідницьких інститутів, приміщеннях лабораторій тощо. Показ об'єктів можливий тільки під керівництвом кваліфікованого спеціаліста-екскурсовода. Процес сприйняття підпорядкований завданню висвітлення певної теми [13].

Г. Долженко характеризує екскурсію як методично продуманий показ визначних місць, пам'яток історії й культури, в основі якого лежить аналіз об'єктів, які перебувають перед екскурсантами, а також розповідь про події, пов'язаних з ними [10].

У деяких словниках, екскурсія розглядається, як форма наочного навчання, навчально-виховної роботи, прикладом є короткий педагогічний словник та методичні посібники. При цьому береться до уваги значення тільки однієї зі сторін, тобто екскурсії переносять процес навчання в обстановку спостереження предметів чи об'єктів, що знаходяться в виставлених у музеї або навколишньому середовищі.

В енциклопедичному словнику «Macmillan Dictionary» поняття тлумачиться як короткочасна мандрівка до місць і споруд з особою, яка розповідає про побачене [40].

Термін «екскурсія» як туристська послуга було визначено Міждержавним стандартом ДСТУ 28681.2-95 «Туристично-екскурсійне обслуговування. Туристичні послуги. Загальні вимоги». Екскурсія – туристська послуга, яка забезпечує задоволення духовних, естетичних, інформаційних потреб туристів [23].

Зважаючи на різні підходи до визначення екскурсії можна виділити два головних:

- екскурсія – спрямований та запрограмований наочний процес пізнання особистістю навколишнього світу, відбувається поєднання зорових, слухових та інших вражень, який проходить під керівництвом екскурсовода. Екскурсовод повинен передати аудиторії своє бачення об'єкта, оцінку визначного місця, розуміння історичної події (табл.1.1) [28].
- екскурсія – комплексна туристська послуга, спрямована на ознайомлення туристів і екскурсантів з екскурсійними об'єктами, тривалість повинна бути до 24 годин, включає обов'язковий

супровід екскурсовода, проводиться екскурсія по заздалегідь затвердженому маршруту та виключає послуги розміщення [20].

Таблиця 1.1

Співвідношення цілей, завдань і форм проведення екскурсій [28]

Ціль	Завдання	Форми проведення
Відпочинок	Пошук цілющих трав, ягід, грибів тощо	Прогулянка
Навчальна	Засвоєння школярами знань за навчальною дисципліною (ботаніка, географія, історія, література)	Урок поза шкільним приміщенням
Наукова	Пошук експонатів для краєзнавчого музею	Експедиція
Загальноосвітня	Розширення світогляду	Бесіда в туристичному поході, дорожня екскурсійна інформація в транспортній подорожі
Культурно-просвітницька	Отримання нових знань з історії, архітектури, літератури тощо	Оглядова багатопланова екскурсія
Культурно-виховна	Засвоєння знань у поєднанні з вихованням	Тематична екскурсія

Також, екскурсія розглядається як вид діяльності та форма спілкування.

Екскурсія як вид діяльності. Даний вид розглядає екскурсію як поєднання взаємозалежних і взаємозумовлених дій. Ці дії є досить різноманітними - пересування групи по маршруту, обхід і спостереження об'єктів, пояснення побаченого. Якщо екскурсовод буде давати поради, то дії екскурсантів будуть цілеспрямованими й усвідомленими.

Екскурсійна діяльність може відбуватися з двох сторін:

- з боку екскурсантів - це спостереження і дослідження об'єктів, сприйняття та розуміння почутого. Така діяльність сприймається екскурсантами як активний відпочинок, тому не варто перевантажувати екскурсантів та вимагати від них зусиль для засвоєння нових знань;
- з боку екскурсовода - це професійна діяльність, він повинен взаємодіяти з аудиторією та організацію пізнавального процесу на екскурсії. Вона включає підготовчий етап: вибір теми та відповідних об'єктів, прокладання маршруту, укладання тексту та методичної розробки.

Екскурсовод зобов'язаний надати достовірну інформацію, інформація повинна бути:

- об'єктивною, тобто обирається на основі реально існуючих фактів;
- оперативною та актуальною, тобто включати відомості, які відображають сучасний стан речей, використовувати найсвіжіші дані;
- правильно підбраною – у відповідності до мети і завдань інформаційної роботи;
- систематизованою [31].

Також, екскурсійна методика передбачає сполучення чотирьох видів наочності:

- натурна – спостереження реальних об'єктів у їх природному оточенні – є основним видом наочності в екскурсії;
- зображувальна (ілюстративна) – служить доповненням до натурної; це ілюстративний матеріал, який використовується в “портфелі екскурсовода”;
- словесно-образна (уявна) – це ті образи, які малює в уяві екскурсантів екскурсовод, користуючись прийомами

розповіді й показу; один з основних видів наочності в екскурсії;

- технічна – та що ілюструє екскурсійний матеріал за допомогою технічних засобів (магнітофонів, відео-аудиоапаратури, телебачення тощо); використовується не досить часто, здебільшого в музейних екскурсіях [31].

Вибір та сполучення різних видів наочності в екскурсії залежить від виду екскурсії.

Екскурсія як форма спілкування. Екскурсія передбачає взаємозв'язок і взаємодію екскурсовода й екскурсантів на основі їх комунікативної діяльності. При спілкуванні здійснюється не тільки обмін інформацією, але й досягається взаєморозуміння, результатом є засвоєння знань. В даній формі спілкування головним є зворотний зв'язок, він проявляється в реакції екскурсантів на процес комунікації, з якої видно, чи досягає екскурсовод свої мети, або треба з його боку внести корективи у процес комунікації.

Комунікативний компонент – є важливою частиною професійної майстерності екскурсовода. Ефективність його роботи не може визначатися тільки глибокими знаннями теми, він повинен уміти правильно використовувати екскурсійну методику, також, важливий навик налагодити процес спілкування з аудиторією, методистами музею, водієм автобуса та іншими учасниками екскурсійного процесу. Важливим у спілкуванні відіграють такі якості, як люб'язність, щирість, ввічливість, толерантність, уміння вести діалог, розв'язувати конфліктні ситуації та ін. Екскурсовод завжди повинен контролювати комунікаційний процес.

Для підвищення ефективність комунікаційного процесу, екскурсовод може використовувати різноманітні варіанти. Найефективніший варіантом є те, коли екскурсовод організовує огляд об'єктів так, щоб забезпечити чіткий порядок їх споглядання, розповідь

надає можливість об'єднати враження побаченого в одну історію. Пояснюючи він привертає увагу групи, викликає інтерес, змушує розміркувати та підводить до потрібних оцінок і висновків. Так відбувається тільки за умови, коли екскурсанти зайняті активним сприйняттям [17].

Виділяють такі функції екскурсії (рис.1.1):



Рис. 1.1. Функції екскурсії

Провідною для екскурсії є функція пізнання, за допомогою якої формуються нові знання науково-популярного характеру. Усі факти, події, теоретичні положення пояснюються, якщо їх розглядати з наукової точки зору, одержують висвітлення з урахуванням досягнень тих галузей сучасної науки, до яких вони мають відношення.

З допомогою функції пізнання екскурсовод може допомогти екскурсантам:

- розкрити бачення об'єкта, який розкриває тему екскурсії;
- почути необхідну інформацію про об'єкти;
- зрозуміти та відчувати емоції від піднесення інформації про події;
- навчитись самостійно спостерігати та аналізувати екскурсійні об'єкти на практиці [17].

Процес пізнання на екскурсії вимагає завершеності в розкритті теми. Це означає, що для сприйняття певної інформації, знань екскурсантам не потрібна передчасна підготовка. Успіх екскурсії буде залежить від того, наскільки зрозуміло викладається матеріал екскурсоводом та наскільки його зміст сприймається аудиторією [3].

Функція виховання пов'язана з пізнавальним процесом. Реалізувати цю функцію допомагає добирання відповідних матеріалів й тенденційність екскурсовода як об'єктивний прояв його активної життєвої позиції. У своїй діяльності екскурсовод повинен спиратись на засади гуманістичного й естетичного виховання, бути носієм усіх тих цінностей, які він намагається передати екскурсантам.

Завдання виховання на екскурсії залежать від складу групи. Для місцевого населення формується почуття любові до краю, власної гідності й, зрештою, патріотизму через пізнання рідного краю. У випадку з туристами, то, показуючи унікальність місцевої культури, формується толерантне ставлення до етносу чи регіону, яке може перерости в захоплення. Для іноземних туристів не останнім завданням на екскурсії є спростування стереотипів.

Функція організації культурного дозвілля. Дозвілля - це час, який залишається в розпорядженні людини після робочого дня. Це може бути вільний час у межах доби, тижня, року, який людина витрачає на власний розсуд. Будучи формою культурного дозвілля, вона забезпечує задоволення рекреаційних і духовних потреб людини [17].

Функція формування інтересів та розширення світогляду. Кожна екскурсія сприяє духовному збагаченню людини. Одним із головних завдань екскурсії є розширення та поглиблення загальних знань, які прирівнюються професійним і збагачують духовний світ людини [14].

У розробці та проведенні екскурсій можна виділити 3 етапи, і на кожному з них визначити об'єкти або процеси, що визначають якість екскурсійної послуги.

Перший етап - творчий, охоплює період від зародження ідеї нової екскурсії до розробки та затвердження її тексту, включає в себе вибір маршруту, вивчення об'єктів показу, збір і обробку інформації об'єкти, складання індивідуального тексту екскурсії, формування екскурсійного пакету, затвердження маршруту, підготовку контрольного тексту екскурсії і «портфеля екскурсовода», методичну розробку проведення екскурсії, підготовку технологічної карти, проведення контрольного «прогону екскурсії».

Другий етап - організаційний. Етап включає укладення договір з партнерами, визначення заходів по просуванню і продажу екскурсії, розрахунок вартості екскурсії. Результатом другого етапу є визначення вартості екскурсії і формування екскурсійної групи. Враховується якість екскурсійної послуги, на неї впливають визначення маршруту екскурсії, транспортних засобів та заходів по просуванню екскурсії.

Третій етап - контактано-інформаційний, на даному етапі екскурсовод знайомиться з групою, ознайомлює групу з технікою безпеки на маршруті, передачу інформації – аудіовізуальною частина екскурсії, тобто озвучування тексту і показ екскурсійних об'єктів.

Визначити враження від екскурсії можна шляхом проведення анкетування екскурсантів, заповнення книги відгуків. Результатом 3 етапу є проведення екскурсії, а об'єктами оцінки якості: екскурсійна розповідь, особистість екскурсовода і враження екскурсанта [20].

Оцінюватися екскурсійна послуга може з позицій 3 суб'єктів:

- керуючих органів - на предмет відповідності вимогам та стандартам;
- керівництва фірми - на предмет оцінки тексту, її організації та проведення, тобто оцінку передачі інформації;
- екскурсантів - оцінюється відповідність очікуваним вражень [20].

Загально визнаними ознаками для всіх екскурсій є (рис.1.2) :



Рис. 1.2. Основні ознаки екскурсії [13]

1. За тривалість проведення екскурсія може бути від однієї академічної години (45 хв) до одного дня. Мінімальна тривалість - шкільний урок, а максимальна – пояснює те, що на маршруті не повинно бути ночівлі. На екскурсії можливий обід та інші перерви в пізнавальному процесі. В час коли не відбувається ознайомлення з об'єктами можна розглядати як туристичний супровід.

2. Наявність екскурсантів. Екскурсанти на екскурсії повинні займатися активно-пізнавальною діяльністю такою як, спостереження, вивчення, дослідження об'єктів. Ця ознака пов'язана з тим, що

чисельність екскурсійної групи не повинна перевищувати 30 осіб. Якщо кількість екскурсантів буде більшою, то погіршується ефективність пізнавального процесу, тобто група стає важко керованою.

3. Наявність екскурсовода. Екскурсовод повинен організовувати та скеровувати процес пізнання на екскурсії, має бути фахівцем у двох сферах: перша сфера – це екскурсійна методика, друга сфера – галузі знань, яким присвячені тематики екскурсій [28].

4. Наочність, первинність зорового сприйняття та супровідний характер розповіді. Унаочнення підвищує ефективність пізнавального процесу, робить його простим і цікавим. Тому показом послуговуються в будь-якій освітній діяльності. Слід зауважити, що в аудиторному приміщенні не завжди є можливість показати справжні об'єкти, тому найчастіше демонструють їх малюнки чи фотографії або фільм про них.

5. Пересування учасників екскурсії за здалегідь встановленим маршрутом. Ця ознака використовується для пізнання об'єктів у місцях їхнього розташування, що потребує пересування до них. А тематична спрямованість екскурсії передбачає ознайомлення з об'єктами в певній послідовності, яка й визначає маршрут прямування екскурсійної групи. Екскурсовод повинен перед проведенням екскурсії пройти маршрут самостійно.

6. Цілеспрямованість пізнавального процесу. Ця ознака розкриває на екскурсії певну тему, яка складається з пов'язаних між собою логічними переходами підтем. Підтема об'єднує основні питання не тільки змістовно, але й просторово – відповідні об'єкти повинні бути близько розташовані, наприклад на одній площі чи вулиці місті [28].

Таким чином, у наведених визначеннях екскурсії можна виявити деяку відмінність. Вони не випадкові та не дають підстав для висновків про існування протилежних точок зору на екскурсію. Кожне формулювання має відношення до функціонування екскурсії в певний період часу. Тому, можна сказати, що розбіжність в формулюваннях

цілей, завдань і форм проведення екскурсій, характерних для того або іншого часу. З часом відбувається процес ускладнення завдань.

Екскурсії стають більш довершеними. Перед ними ставляться інші цілі, змінюються форми їх проведення. І в той самий час не можна не звернути увагу на спроби окремих учених обмежити екскурсію вузькими рамками. Загалом, екскурсія розглядається як поєднання взаємозалежних і взаємозумовлених дій. Вони досить різноманітні – це може бути пересування групи по маршруту, обхід і спостереження об'єктів, пояснення побаченого. Поради екскурсовода роблять дії екскурсантів цілеспрямованими й усвідомленими. А найголовнішою функцією постає – пізнавальна.

1.2.Класифікаційні ознаки екскурсій

Класифікація екскурсій – це розподіл екскурсій на групи та види, в кожній екскурсії виділяються основні риси, які визначають характер її проведення [28].

Екскурсії поділяються на групи залежно від:

- змісту;
- складу учасників;
- місця проведення;
- способу пересування;
- форми проведення [14].

За змістом екскурсії поділяються на:

- оглядові (багатопланові);
- тематичні.

При оглядовій екскурсії розкриває кілька тем одразу. Вона охоплює різнопланові об'єкти: пам'ятки історії, культури, архітектури, підприємства, природні об'єкти та ін. Оглядові міські екскурсії становлять найбільший інтерес, кількість таких екскурсій набагато

перевищує число будь-яких тематичних. На оглядовій екскурсії дуже часто передбачається відвідування музею. Це можна пояснити тим, що зоровий ряд на вулицях міста недостатній або маловиразний. У музеях частіше всього показуються археологічні, етнографічні або біографічні матеріали. Час який відведений на огляд тієї чи іншої музейної експозиції, не повинен перевищувати 30-40 хвилин. Головне завдання оглядової екскурсії - дати загальне уявлення про місто, познайомити з визначними пам'ятками архітектури, розповісти про видатні сторінки з його історії та інше [17].

Тематичні екскурсії розподіляються на підтеми присвячені певним проміжкам часу існування чи частинам обраного предмета екскурсійного показу. Усі підтеми пов'язані між собою, але вони повинні бути пов'язані логічними переходами [28].

Тематичні екскурсії можуть поділяться на такі групи (рис.1.3):

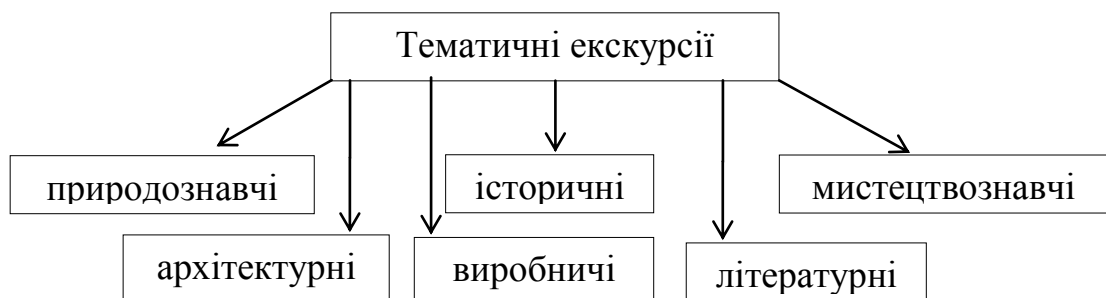


Рис.1.3. Тематичні екскурсії

За складом учасників екскурсії поділяються на групи:

- для дітей, дорослих;
- для загалу і фахових груп;
- для місцевих жителів;
- для туристів: внутрішніх та іноземних.

Класифікація за складом учасників передбачає, що одна і та ж екскурсія матиме кілька варіантів: можуть відрізнитись об'єкти показу і

зміст розповіді, протяжність пішохідної частини маршруту та загальна тривалість екскурсії.

Важливе врахування різниці у віці, що впливає на освітній рівень та життєвий досвід екскурсантів. Від цього залежатиме розповідь екскурсовода, адже відомості мають бути доступні й водночас не загальновідомі, бо якщо тоді до них швидко зникне інтерес [28].

Дітям довга розповідь швидко набридає, їхню увагу досить складно утримати. Екскурсії для молодшого шкільного віку і старшокласників дуже відрізняються між собою за мовою, глибиною аналізу, тривалістю розповіді, розважальністю. Дорослим легше зосереджуються на об'єктах показу та сприймають вербальну інформацію. Вони можуть вислухати значно більше, ніж діти, при цьому намагаються розібратися в почутому.

Фахові групи сформовані з представників певної професії. Зокрема, для них бажано включити в оглядову екскурсію містом підтему, яка буде пов'язана з їх професійними інтересами.

Якщо екскурсанти місцеві, то більшість об'єктів показу їм уже знайома, вони знають планування міста та дещо з його історії, тобто значно краще за туристів підготовлені до сприйняття краєзнавчої інформації.

В екскурсіях для туристів треба спиратися на те, що вони в цьому місті вперше і мало про нього не знають. Помітно відрізняються групи, сформовані внутрішніми туристами та іноземцями. Екскурсія з іноземцями повинна проводитися їх рідною мовою. Використання перекладача тут недоцільне, оскільки час розповіді шляхом перекладу зростає удвічі й можлива втрата інформації. Таким чином, екскурсовод повинен вільно володіти відповідною іноземною мовою. Неабияке значення має країна походження туристів, адже її та місце проведення екскурсії може пов'язувати спільна історія [17].

Екскурсії також класифікують за місцем проведення (рис.1.4):



Рис.1.4. Класифікація екскурсій за місцем проведення

Міські екскурсії бувають оглядовими й тематичними та передбачають показ як усього міста, та окремих його частин, наприклад історичного середмістя або якогось району. Вони можуть бути й комплексні, з відвідуванням одного з міських музеїв.

Міські екскурсії надзвичайно поширені: зосередженість значної кількості пам'яток на невеликій території робить пізнавальний процес насиченим і цікавим, а незначні відстані між об'єктами дозволяють долати їх пішки.

Заміські екскурсії проводяться за межами міста, звідки береться група й починається маршрут, тобто звідти, де екскурсанти проживають або туристи зупинилися на ночівлю. Заміські маршрути можуть включати відвідування й інших міст. За змістом вони можуть бути оглядовими й тематичними. Оглядові мають на меті розкриття кількох підтем краєзнавчого характеру [17].

Звичайно заміські екскурсії проводяться з використанням транспортного засобу. Відстань, яку готові долати екскурсанти, залежить від самого об'єкта пізнання.

Заміські екскурсії бувають кількох видів:

- екскурсії, які проводяться лише в кінцевому пункті. Маршрут у таких випадках передбачає повернення тією ж дорогою;

- екскурсії, маршрут яких охоплює декілька більш-менш рівноцінних об'єктів. Вони можуть бути різнопланові, це є характерно для оглядових замських екскурсій. Такі маршрути організовують у тих випадках, коли привабливості та інформативності одного об'єкта недостатньо для організації замської екскурсії. Тоді кілька пам'яток об'єднують одним маршрутом, як правило, кільцевим, для того, щоб підвищити його загальну привабливість;
- екскурсія, яка передбачає наявність основного об'єкта, заради якого здійснюється екскурсія. По дорозі до нього робляться зупинки та відвідуються інші об'єкти, варті уваги або схожі за тематикою [17].

Місцем проведення виробничих екскурсій є заводи, фабрики, будівництва промислових, житлових і культурно-побутових об'єктів, сільськогосподарські підприємства, залізничні вокзали, річкові й морські порти, аеропорти, науково-дослідні та проектні інститути, лабораторії тощо.

Усі ці об'єкти є дієвими, тому їх огляд треба організовується так, щоб не заважати виробничим процесам і вписуватися в робочі графіки. Екскурсії проводить працівник підприємства чи організації - головний інженер або відповідальний за зв'язки з громадськістю. Особливістю таких екскурсій є те, що необхідно дотримуватися певних правил поведінки, через те, що виробничі цехи є місцями підвищеної небезпеки, особливо для сторонніх осіб [17].

Музейні екскурсії проводяться з метою ознайомлення відвідувачів із предметами, що перебувають у музейних фондах, представлених в експозиціях або на виставці. Залежно від профілю музею такі екскурсії поділяються на:

- історичні - загальноісторичні, військово-історичні, археологічні, етнографічні;

- мистецтвознавчі - образотворчого мистецтва, театральні, музичні, прикладного мистецтва;
- технічні - політехнічні, технічні галузеві (зв'язку, транспорту, будівництва, сільського господарства, машинобудування та ін.);
- природничо-наукові - зоологічні, ботанічні, геологічні.

Музейні екскурсії проводяться гідами, які входять у штат музею. Екскурсовод повинен підготувати індивідуальний текст і здати пробну екскурсію методичній комісії.

Релігійні екскурсії проводяться в культових спорудах, соборах, церквах і монастирях. Вони присвячені релігійній тематиці й передбачають ознайомлення із храмами зсередини.

Однією з особливостей на таких екскурсіях є правила поведінки у храмі:

- перед тим як заходити до храму всі чоловіки повинні зняти головний убір, а жінки покрити голову;
- екскурсовод має підкреслити, що накладати хресне знамення не обов'язково для представників інших віросповідань або атеїстів;
- екскурсійну групу не можна розташовувати спиною до віттаря;
- прикладатися до ікон потрібно не нафарбованими губами;
- фото- і відеозйомка у храмах дозволяється лише з благословення його настоятеля.

Певні вимоги висуваються й до поведінки та одягу відвідувачів храму, особливо це стосується екскурсовода. Його поведінка та зовнішній вигляд - необхідна умова проведення екскурсії у храмі. Група ж своїми діями та висловлюваннями не повинна ображати релігійні почуття віруючих, відповідальним за це є екскурсовод [17].

За способом пересування екскурсії поділяють на пішохідні, транспортні та комбіновані. Кожен із цих видів має свої переваги і недоліки.

Пішохідні екскурсії характеризуються найбільш гнучким маршрутом: можна пройти там, де не проїде транспорт, тобто, дістатися тих об'єктів, до яких в інший спосіб неможливо дістатись. Вигідним є повільний темп руху, який забезпечує найсприятливіші умови для показу об'єктів і розповіді екскурсовода. Пішки можна наблизитися до пам'ятки, обійти її з різних боків, навіть доторкнутися до неї. Це допомагає екскурсантам краще дослідити об'єкт, відчутти себе учасниками подій, про які розповідає екскурсовод.

Недоліки пішохідних екскурсій пов'язані з втомою, яка з'являється при тривалому пересуванні пішки. Тому пішохідні маршрути придатні для проведення екскурсії на компактних територіях зі значним скупченням об'єктів. Найчастіше це міські екскурсії історичним середмістям.

У транспортних екскурсіях немає цього недоліку. Вони дозволяють ознайомитися з великою міською чи замською територією, залучити до екскурсійного показу об'єкти, які знаходяться на значній відстані.

Переїзди є складовими транспортних екскурсій, хоча зазвичай не несуть пізнавальний процес. Але незважаючи на це, в цей час екскурсовод надає інформацію про об'єкти, на які можна спостерігати через вікно транспортного засобу, на якому пересуваються подорожуючі. Переїзди відбуваються від одного об'єкта до іншого, під час зупинок обов'язковим є вихід із транспортного засобу для того, щоб туристи змогли спостерігати пам'ятки.

Найчастіше для транспортних екскурсій використовують автобус, так як він є найзручнішим засобом пересування завдяки розвинутій мережі автодоріг. В залежності типу екскурсії існують двоповерхові автобуси з відкритим поверхом. Для проведення екскурсій можна

використовувати річкові теплоходи, спеціально обладнані трамваї та інші види транспорту.

Недоліків таких екскурсій є те, що маршрути прив'язуються до мережі що існує транспортних шляхів. Використання транспортного засобу робить екскурсію дорожчою та ускладнює її організацію [17].

У комбінованих екскурсіях поєднуються пішохідні екскурсії та транспортні. Використання транспортного засобу дозволяє відвідувати об'єкти, що знаходяться на великій відстані, а пішохідні ділянки маршруту забезпечують вигідний темп руху, дістатись туди, де не проїде транспорт й дає можливість ознайомитись з пам'ятками ближче.

Комбінованими можуть бути й маршрути оглядових екскурсій великими містами. Щоб охопити значну територію, використовують транспортний засіб. Недоліком є те, що здійснюючи огляд усіх пам'яток на автобусі, доведеться робити часті зупинки з виходом та посадкою екскурсантів, а це забирає час і втомлює групу. Тому нетривалі переїзди замінюють пішохідними ділянками маршруту [17].

За формою проведення екскурсії існують декількох видів.

Екскурсія-масовка. Проведення екскурсії відбувається однаковим маршрутом, одночасно пересувається декілька груп на різних автобусах, у кожному з яких працює свій екскурсовод. Екскурсії-масовки організовуються з метою відвідування фестивалів, ярмарок, святкування різноманітних подій, концертів, карнавалів.

Екскурсія-прогулянка. Головною метою такої екскурсії є відпочинок. Найчастіше такі екскурсії мають тематичне, природниче спрямування і проводиться в природному оточенні.

Екскурсія-лекція. Дана екскурсія передбачає те що, розповідь переважає над показом, тобто екскурсовод проводить екскурсію в формі лекції, він повинен зацікавити екскурсантів своєю розповіддю, щоб їм було цікаво його слухати.

Екскурсія-концерт. Такий вид екскурсій присвячується музичній темі з прослуховуванням музичних творів у салоні автобуса або відвідуванням концертної музичної програми.

Екскурсія-спектакль є формою, яка притаманна для проведення тематичних, літературних і мистецтвознавчих. Зазвичай, дані екскурсії включають в себе театральні вистави, під час розповіді екскурсовод використовує значну кількість цитат, також може бути у театральному костюмі та закінченням такої екскурсії може бути відвідування спектаклю.

Екскурсія-консультація розраховується на представників різних професій, під час яких дають відповіді на питання, які висувуються в підтемах екскурсії. Зазвичай, екскурсії-консультації використовують з метою підвищення кваліфікації.

Екскурсія-демонстрація. Наочна форма ознайомлення з явищами, об'єктами, процесами, яка на підставі чинних зразків, технологічних ліній демонструє виконання певних різновидів робіт, виробництва продукції, функціонування механізму, тощо.

Пробна екскурсія. Такий вид екскурсії використовується як метод перевірки готовності екскурсовода до проведення екскурсії на нову тему.

Екскурсія-урок. Дана екскурсія становить наочну форму повідомлення знань і є запланованою в шкільних навчальних програмах із дисциплін природничого циклу.

Рекламна екскурсія. Проводиться туристсько-екскурсійним підприємством – туроператорам для підприємств – майбутніх партнерів, з метою більш детального ознайомлення з характеристиками та особливостями пропонованого екскурсійного продукту [28].

В науковій літературі існують різні підходи до класифікації екскурсійних маршрутів. Кожний вчений виділяє певні критерії під час

проведення типологізації екскурсій. Розглянемо основні види. Наприклад, Б. Ємельянов виділяв такі ознаки екскурсій:

1. Тривалість екскурсії - від однієї академічної години (45 хвилин) до однієї доби.
2. Наявність екскурсантів (групи або окремих осіб).
3. Наявність екскурсовода, який проводить екскурсію.
4. 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, вивчення, дослідження об'єктів) [13].

Отже, головне завдання екскурсії – дати загальне уявлення про місто, познайомити з визначними пам'ятками архітектури, розповісти про видатні сторінки з його історії та ін.

Класифікація екскурсій динамічна. Нині екскурсії класифікуються за такими ознаками:

- змістом;
- складом й кількістю учасників;
- місцем проведення;
- способом пересування;
- тривалістю та формою проведення.

Проаналізувавши теоретико-методологічні основи міських екскурсій можна сказати, що у всіх визначеннях екскурсії є відмінність. Кожне визначення характерне для певного часу. З кожним роком проведення екскурсій покращується, стає більш досконалим, змінюються цілі, завдання та форми їх проведення. Головним завданням екскурсії є те, що екскурсовод повинен ближче познайомити екскурсантів з містом, його визначними пам'ятками тощо.

РОЗДІЛ 2. МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ ТА ПРОСУВАННЯ МІСЬКОЇ ЕКСКУРСІЇ

2.1. Стан розвитку міських екскурсій у Херсонській області

В результаті Всеукраїнського перепису населення 2016 року на території Херсонської області проживали понад 115 національностей. Представники багатьох з них брали участь в освоєнні земель Північного Причорномор'я в XVIII - XIX ст. Багато народів, що мають відношення до цього, залишили після себе ряд об'єктів матеріальної та духовної культури, які представляють і туристичний інтерес. По етнокультурним маршрутам — можна прогулятися і цілком реально (пішки), і заочно (за допомогою віртуальних екскурсій). Такі маршрути можуть бути корисними для тих, хто займається організацією туристичних поїздок, і для тих, хто вирішив самостійно вивчати історію, географію та культуру Півдня України.

Питаннями, пов'язаними з історією заселення Північного Причорномор'я, займалося чимало істориків, географів та краєзнавців, зокрема В. Кабузан, З. Орлова, І. Ратнер, Б. Непомнящий. Дослідницький інтерес представляють також спогади та подорожні нотатки, зокрема А. Афанасьєва-Чужбинського й І. Векслера, написані в XIX - XX ст. Однак в контексті туристичної роботи в Херсоні найбільший інтерес представляють роботи херсонського краєзнавця й історика архітектури С. Дяченко, краєзнавців та журналістів Д. Білого, А. Скорохода, А. Паталаха. У їх статтях накопичений пласт інформації про значення представників різних національностей в історії Херсона і Північного Причорномор'я [24].

Було проведене соціологічне дослідження Херсонським обласним відділенням Соціологічної асоціації України на замовлення

Департаменту туризму та курортів Херсонської обласної державної адміністрації, дослідження проводилось в 2019 році (рис 2.1) [7].

Послуги з проведення екскурсій змогли оцінити близько 36 % опитаних, інші через різні причини екскурсіями не цікавились і ці послуги оцінити не можуть. Більшість оцінок (75%) – позитивні (відповіді «дуже добре» й «добре») [7].

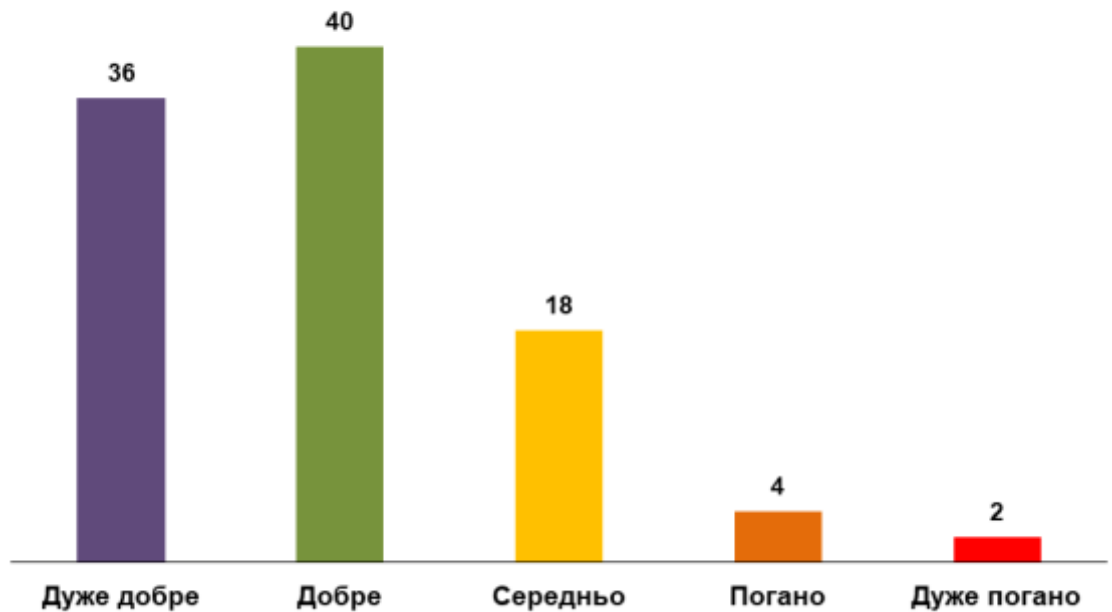


Рис 2.1. Послуги з проведення екскурсій [7]

Учасники фокус-груп зауважили, що цікавою альтернативою традиційним тривалим екскурсіям можуть стати локальні короткі за часом екскурсії про місцеві пам'ятки, історичні місця, особистості тощо [7].

ХерсОН – туристичне агентство в Херсоні, створене в 2013 році з метою розвитку внутрішнього туризму, яку познайомить жителів і гостей Херсона з чудовою природою Херсонського краю і його культурними традиціями. На Херсонщині є дивовижні місця, про які багато хто навіть не підозрюють, але відвідавши їх, туристи мають можливість ближче познайомитися з історією своєї країни [34].

ХерсОН проводить такі екскурсії:

- авторська екскурсія «Херсонські дворики»;

- екскурсія в Актовський каньйон;
- екскурсія в Умань;
- екскурсія по Херсону в авторському виконанні;
- екскурсія «Гори на мапі херсонської області».

Щодо сезонності, то проведення таких екскурсій спрямовано на весняний, літній та осінній періоди [34].

Соціальний проєкт «Мандруймо Херсонщиною» – це піші, велосипедні прогулянки, прогулянки на байдарках та автобусні тури, створений проєкт в 2017 році. Мета – показати всім бажаючим красу Херсонщини, надихнути на подорожі та дослідження дивовижних місць України. У цьому допомагає партнер – Національна спілка краєзнавців України. Соціальний проєкт надає два види послуг: індивідуальні екскурсії та групові. Так як команда докладає зусилля, щоб задовольнити побажання туристів, адже у кожного різні інтереси, комусь подобається екстрим, а хтось любить більш спокійний відпочинок [32].

«Мандруймо Херсонщиною» проводять такі міські екскурсії:

- «Незвичні історії Грецького кварталу»;
- «Вулиця одного француза»;
- «Прогулянка старим Херсоном».

Також, проєкт проводить автобусно-пішохідні екскурсії:

- «Десять відтінків Півдня»;
- «Подорож до Маленької Швейцарії»;
- «Природні дива Таврії (Олешківські піски)»;
- «Таємниці містичної Таврії»;
- «Таємниці козацьких джерел».

Дані екскурсії проводяться у весняний, літній та осінній періоди [32].

Екскурсійний проєкт «Міфи та бувальщини міста Річкової зірки», діє проєкт з 2012 року. В рамках проєкту розроблені та проводяться

тематичні екскурсії нового покоління, імерсивні тури й фото тури, що знайомлять з історією Херсона і природою всієї Північної Таврії (Українського Причорномор'я) [12].

Екскурсійний проєкт проводить такі екскурсії:

- пішохідна екскурсія-івент «Шляхами Діани Трівії»;
- пішохідна екскурсія «Пантеон Свято-Катериненського собору»;
- пішохідна екскурсія «Аліса, Бетсі та Софі»;
- пішохідна екскурсія «Невідома вулиця Театральна»;
- пішохідна екскурсія «Вулицями трьох губернаторів краю»;
- пішохідна екскурсія «Проявлення Херсонської фортеці».

Проєкт проводить свої екскурсії у весняний, літній та осінній періоди [12].

Окремо слід відзначити напрацювання Херсонського міського центру молодіжних ініціатив «Тотем», здійснені в рамках проєкту «Шлях через культуру: розвиток туризму на основі культурної різноманітності на Півдні України» за підтримки Міжнародного Вишеградського фонду в 2006-2007 рр. За час реалізації проєкту ініціативною групою (Н. Гоманюк, С. Дяченко, Є. Афанасьєва, М. Афанасьєв та ін.). Не тільки досліджувалася модель вивчення і збереження культур національних меншин, а й питання їх популяризації в туристичному бізнесі. Також розроблялися механізми розвитку мультикультурного туризму і співпраці з органами місцевого самоврядування в цьому напрямку. Під час цієї роботи паралельно вивчався досвід польських і словацьких організацій, що реалізують мультикультурні проєкти [33].

Таким чином, маршрут був побудований за такою схемою: історія появи етнічної групи в краї, матеріальні об'єкти, пов'язані з нею (опис, місцезнаходження), видатні особистості, джерела, сучасність і, звичайно, карта маршруту. В цілому можна виділити кілька

етномаршрутів, назви яких пов'язані або з важливими історичними подіями, або з конкретними об'єктами, або з особистостями.

Подорож по етнокультурним маршрутам допомагає не тільки повному оцінити історію рідного краю, а й поглянути на своє ставлення до себе, близьких і далеких сусідів. Пізнаючи культуру одного, люди не тільки позбавляються від стереотипів і страхів щодо представників інших національностей, але і краще починають розуміти свою культуру, мову, адже в них, як правило, існує маса запозичень з культур сусідніх народів.

2.2. Механізм створення та реалізація тематичних прогулянок містом

Тематичні прогулянки присвячені одній темі, в основу такої екскурсії може бути покладена одна або кілька подій, об'єднаних однією темою. Тематичні екскурсії поділяються на декілька видів, екскурсія, яка буде проводитись більше відноситься до історичного виду, тобто присвячені ознайомленню з історією краю та з певним періодом.

Міська екскурсія планується проводитися за туристичним маршрутом під назвою «Херсон єврейський». Особливістю даної екскурсії є те, що раніше такої екскурсії ніхто не проводив. Екскурсія по місцям, де раніше проживали євреї. Адже, Херсонщина в кінці XVII - початок XIX століття була малонаселеним краєм, тому царський уряд заохочував приїзд іноземців, потім і євреїв, на вільні землі районів Російської імперії, де вони і заснували свої колонії.

На екскурсії буде розглянуто 8 об'єктів єврейської культури, а саме: набережний дім молитви, Єврейський духовний центр, будівля Синагога Хабиб, Єврейський театр, Синагога Шрайбера, Херсонське гетто в роки війни, Єврейське кладовище, прядильний дім молитви.

Метою є ознайомлення з основними етнокультурним пам'ятками м. Херсона, а саме з єврейськими історичними об'єктами.

Завдання екскурсії «Херсон єврейський» донести до екскурсантів цікаву інформацію про об'єкти, розповісти місцевим жителям та гостям з інших міст про єврейську культуру, звичаї та те як раніше в їх рідному місті жив, працював єврейський народ.

Екскурсії призначені для цільової аудиторії, яка поділяється на такі групи:

1. Вікова:

- діти молодшого шкільного віку (7-10 років);
- діти середнього шкільного віку (11-13 років);
- діти старшого шкільного віку (14-17 років);
- студентські групи (18-25 років);
- дорослі групи (більше 25 років).

2. За місцем проживання:

- місцеві мешканці;
- туристи з сусідніх регіонів;
- іноземні групи.

3. Складного складу учасників:

- сімейні (входять і дорослі, і підлітки, і маленькі діти);
- індивідуальні (3-5 чоловік різного віку);
- збірні групи мандрівників (декілька сімей або окремих людей різного віку, професій і інтересів) [13].

Методика проведення екскурсії цілеспрямована на спрощення засвоєння її сутності. Основне її завдання полягає в тому, щоб налагодити комунікацію, пробудити інтерес, утримати увагу, тобто зробити процес пізнання на екскурсії цікавим та ефективним.

Екскурсійна методика охоплює низку прийомів показу, розповіді, що націлена на цільову аудиторію. Як правило, показ вибудовується узгоджено із загальноприйнятою схемою пізнання об'єкта, яка, тим не

менше, не є догмою і може змінюватися залежно від самої пам'ятки та із набуттям певного досвіду.

У ході екскурсії у м. Херсоні, спершу надається спільне бачення про те, що перебуває перед очима екскурсантів, у тому числі вказується архітектор та рік створення пам'ятки, після об'єкт описується, розкриваючи його особливості та характерні подробиці. Врешті висвітлюється історія пам'ятки та пов'язані з нею події. Історичні передумови також розкривалися на початку розповіді про об'єкт.

Приєм порівняння дає змогу проводити порівняння явищ дійсності зі схожими явищами в інших країнах або можна порівняти минуле із сьогоденням. Даний прийом буде використовуватись в екскурсії з метою показати екскурсантам те як було раніше, і як зараз, тобто провести порівняння [17].

Приєм проблемної ситуації полягає в тому, що екскурсовод вміло торкається визначеної проблеми і пропонує туристам обговорити її разом з ним. Цей прийом можна використати в екскурсії біля об'єкту – Єврейське кладовище, екскурсовод може обговорити з екскурсантами проблеми даного об'єкту.

Приєм співучасті використовується для того, щоб зацікавити екскурсантів, активізує уяву туристів і сприяє підвищенню їхнього інтересу до відомостей, що викладаються. Даний прийом буде використаний для зацікавлення екскурсантів, щоб вони могли сказати свою точку зору.

Приєм ліричного відступу використовується, щоб туристи могли відпочити, метою є відновлення уваги, наприклад, можна розповісти веселу історію. Приєм буде використаний в дорозі від одного об'єкту до іншого, в цей час екскурсовод зможе розповісти якусь цікаву історію, це допоможе екскурсантам відпочити.

Приєм розташування біля об'єкта, який використовується під час огляду архітектурних ансамблів, фортець, природних комплексів та ін., тобто тоді, коли з однієї точки не можна побачити всієї пам'ятки [13].

Приєм використовується для того, щоб екскурсовод розташував групу біля екскурсійного об'єкту так щоб, екскурсанти побачити все в потрібному світлі, також екскурсовод надає відомості про об'єкт, дозволяє дізнатися про пов'язані з ним події.

Приєм опису спрямований на те, щоб допомогти групі побачити об'єкт так, як це потрібно екскурсоводу. Він послідовно висвітлює зовнішні властивості об'єкта, такі як форма, основні частини та їх взаємне розташування, розміщення навколишніх пам'яток. Цей прийом може розкривати характерні риси та особливості зовнішнього вигляду об'єкта. Цей прийом буде використовуватись для того, щоб екскурсовод зміг все детально описати та розповісти, для прийому притаманні точність і конкретність, він не повинен тривати понад 2-3 хв.

Приєм характеристики характеризується відмінні риси і характерні властивості об'єкта, які розкривають його внутрішній зміст. Під час прийому характеристики висвітлюються невидимі для ока якості об'єкта, що допомагають зрозуміти його сутність. Для того щоб використати цей прийом в даній екскурсії екскурсоводу необхідно донести до туристів ті характеристики, які вони не зможуть побачити відразу.

Приєм пояснення розкриває внутрішні зв'язки об'єкта, допомагає з'ясувати причини якоїсь події чи явища, здійснити аналіз [17]. Такий прийом буде використаний для пояснення розвитку певних подій.

Приєм руху навколо об'єкта – прийом полягає в тому, що екскурсовод повинен правильно направити групу біля об'єкту, для того, щоб вони могли побачити всі деталі об'єкту.

Прийом зорового порівняння – для даного прийому екскурсовод використовує портфель екскурсовода, він показує фото на якому об’єкт має свій первинний вигляд.

При розробці туристичного маршруту потрібно зробити розрахунки, в яких буде наведена вартість послуг, загальна собівартість, прибуток, ПДВ та точка беззбитковості, що й подано в (табл.2.1)

Таблиця 2.1

Кошторис тематичної екскурсії

Назва	Вартість за одиницю (грн)	Кількість осіб	Загальна вартість (грн)
Обід	100	15	1500
Екскурсійна програма	100	15	1500
Страхування	50	15	750
Загальна собівартість			3000
Прибуток		20%	750
ПДВ		20%	150
Загальна вартість екскурсії (на групу)			3750
Загальна вартість екскурсії (на особу)	250		
Точка беззбитковості			1,5

Аналіз результатів даних розраховано за формулами:

$$ЗВ_{гр} = O + E + C,$$

$$\text{ПрБ} = 3\text{В} - 80\%. \quad \text{ПрБ} = 3750 - 80\% = 750 \text{ (грн)};$$

$$3\text{С} = 3\text{В} - \text{ПрБ}, \quad 3\text{С} = 3750 - 750 = 3000 \text{ (грн)};$$

$$\text{ПДВ} = \text{ПрБ} - 80\% . \quad \text{ПДВ} = 750 - 80\% = 150 \text{ (грн)};$$

$\text{ТБ} = \text{ПВ} : 3\text{В}$, де 3В - змінні витрати; ПВ - постійні витрати.

$$\text{ПВ} = \text{Е} + \text{С}. \quad \text{ПВ} = 1500 + 750 = 2250 \text{ (грн)}$$

$$3\text{В} = \text{О}. \quad 3\text{В} = 1500 = 1500 \text{ (грн)}$$

$$\text{ТБ} = 2250 : 1500 = 1,5.$$

$$3\text{В}_{\text{ос}} = 3\text{В}_{\text{гр}} : 3\text{К}, \quad 3\text{В}_{\text{ос}} = 3750 : 15 = 250 \text{ (грн)}.$$

Отже, при розробці туристичного маршруту необхідно визначити не тільки мету, цільову аудиторію, прийоми, розробити маршрут, а й підрахувати яку ціну матиме дана екскурсія.

Все вищевикладене сприятиме раціоналізації використання екскурсійного потенціалу міста. На основі узагальнення існуючих наукових розробок щодо розуміння змісту екскурсійного потенціалу виявлено його сутність, а саме екскурсійний потенціал регіону — це наявність у нього перспектив до розвитку туристсько-екскурсійної індустрії та здобуття від її функціонування позитивного соціально-економічного ефекту і зростанню рівня привабливості м. Херсона, а втілення запропонованих рекомендацій дасть змогу розглядати екскурсійний потенціал міста як окрему складову, що являтиме собою сукупність ресурсів, які знаходяться в його розпорядженні з ціллю організації екскурсійної діяльності.

2.3. Шляхи покращення міської екскурсії

Перед тим як проводити екскурсію необхідно все детально продумати, для того, щоб екскурсія була ефективною та приносила екскурсантам задоволення та отримання нових та корисних знань необхідно розробити шляхи покращення екскурсії, тому зараз розглянемо шляхи покращення для даної екскурсії:

- розсилка інформації та робота з різними базами даних (формування постійно підтримуваних баз даних стійкою клієнтури, на основі яких здійснюється доведення до клієнта інформації про конкретних турах та ін.);
- телефонний маркетинг, поштова розсилка - інформація перспективних корпоративних клієнтів;
- стимулювання збуту - клієнтам пропонують знижки, проводяться різноманітні конкурси, здійснюються бонусні програми [19];
- роблячи дописи в соціальній мережі робити креативний заголовок, цим можна показати товар з кращої сторони.

Ефективним інструментом реклами екскурсій, особливо тих, які розраховані на молодь, є web-сторінки у Всесвітній мережі Internet. Якісний дизайн сторінки – один із запорук успіху даного виду реклами. Достатньо діючою може бути консультаційна реклама. Співробітники фірм, які відповідальні за туристсько-екскурсійну роботу, реалізацію путівок повинні мати необхідну підготовку: добре знати зміст маршрутів, екскурсійні можливості місцевості. Також вони повинні бути готовими до того, що треба буде дати відповіді на питання відвідувачів (які подорожі й екскурсії вибрати, де і як провести своє дозвілля) [5].

Соціальна мережа Instagram – наймолодша з використовуваних, але не зважаючи на це найпопулярніша на даний момент серед інтернет-користувачів. Записи ведуться у форматі фотоблогу, де користувачі діляться своїми цікавими фото та думками, слідкують та коментують записи інших користувачів [11]. Для популярності в Instagram потрібно регулярно публікувати цікаві, якісні фотографії, що будуть підтримувати інтерес клієнтів до сторінки. Це можуть бути фото з екскурсій, афіші про заплановані події, акції, знижки та гарячі пропозиції [9].

Сучасна соціальна мережа Instagram дає користувачам багато нових можливостей для публікації своїх думок і пошуку інформації. Контент, створений користувачами легко індексується і практично миттєво потрапляє в пошукові системи. Цю інформацію неможливо ігнорувати, так як побачити її може кожен. Моніторинг соціальних мереж дає можливість проаналізувати, відстежити тенденції, відчувати зворотний зв'язок, визначити своє місце на ринку, і оцінити ефективність своєї діяльності в інтернеті.

Порівняльна характеристика популярних соціальних медіа дозволяє висунути гіпотезу – для просування міської екскурсії ефективно використовувати соціальну мережу Instagram. Це можна пояснити кількома причинами [36]:

1. Архітектура мережі передбачає передачу інформації за правилом «сарафанного радіо», дуже високий інтерес і довірливе ставлення до інформації, отриманої від знайомих, родичів, членів сім'ї, друзів.
2. Широкий мультимедійний функціонал: можливість публікувати як короткі, так і розширені текстові, фото- і відеоматеріали, фотоісторії, вести обговорення, проводити опитування, шукати перехресні групи по цільовій аудиторії, вести приватну і загальну переписку.
3. Відсутність обмежень по кількості відповідей / повідомлень на добу.

Саме тому для просування міської екскурсії в соціальній мережі Instagram була створена група. Але, як показала практика, акаунт в Instagram не був настільки популярним, як акаунт «ВКонтакте», головним чином через відсутність можливості проводити опитування і завантажувати фільми.

Статеві-віковий склад групи: 72% учасників жінки, 28% – чоловіки. Найбільше в групі учасників віком від 21 до 24 років. Жінки у віці від 21

до 24 років становлять 43,8% від загального складу групи (чоловіки цієї вікової категорії складають 12,2% від загального складу групи). В інших вікових категоріях учасники-чоловіки представлені слабо. Жінки від 24 до 27 років – друга за чисельністю вікова група жінок, що беруть участь в групі (10,2% від загального числа учасників групи). Середня добова кількість унікальних відвідувачів за останні 30 днів склала 10 осіб. Загальна кількість унікальних відвідувачів за останні 30 днів – 183 [39].

Для просування в соціальних мережах необхідно правильно підібрати цільову аудиторію, створити унікальний і цікавий контент сторінки, постійно оновлювати інформацію, бути чесним з користувачами соціальної мережі, оскільки негативна інформація дуже швидко розповсюджується, виділяти активних користувачів. Для того щоб дослідити проблеми використання соціальних мереж у просуванні національного туристичного продукту на світовому ринку, необхідно їх охарактеризувати, так як це дасть змогу виявити їхні можливості. Від відповіді на питання, чим відрізняються соціальні мережі, буде залежати вибір інструментів просування [38].

Розглянемо рекомендації щодо соціальної оптимізації сайту Instagram:

- створювати такий контент, який буде цікавим користувачам та вони самі захочуть поширювати в мережі;
- максимально спростити додавання контенту з сайту в соціальні мережі;
- заохочувати тих, хто на вас посилається;
- забезпечити експорт контенту на інші сайти, обов'язково з посиланням на джерело (ресурс компанії);
- заохочувати створення сервісів, які будуть поширювати ваш контент [39].

1. Вся інформація про групу знаходиться на відкритій сторінці групи, на яку може зайти кожен користувач інтернету, але наявної інформації недостатньо, потрібно додати ще.

2. Стіна – це унікальний спосіб «запитати» у клієнта, що він думає про товар або послуги фірми, яка організувала групу. Відгуки, зауваження, пропозиції – найцінніший матеріал, який доходить до компанії.

3. На сторінці, варто вказати імена адміністрації, посилання на вебсайт і контактні номери телефону.

4. Фотогалерея має постійно оновлюватися. Клієнти, що замовили тури, після приїзду на батьківщину мають викладати фотографії і так само відео в галерею відеозаписів.

Фахівці SMM радять дотримуватися наступних принципів просування в міських екскурій в Instagram [35]:

- джерелом корисної інформації повинен бути не тільки сайт фірми;
- повідомлення повинні бути яскравими і захоплюючими, навіть якщо це реклама;
- необхідно створювати повідомлення, які будуть цитувати інші користувачі.
- SMM не повинен перетворюватися на спам;
- потрібно заохочувати тих, хто посилається на вашу сторінку та необхідно згадувати їх на своєму сайті та повідомляти їм про це;
- спочатку фірма заробляє авторитет в співтоваристві, і тільки потім створений особистий або корпоративних бренд почне працювати на фірму.

Правильне користування соціальною мережею Instagram дозволяє вирішити цілий ряд маркетингових завдань:

- підвищення впізнаваності бренду;

- PR;
- постійний контакт з аудиторією;
- оперативне інформування аудиторії;
- висновок на ринок нової лінійки товарів / послуг;
- формування кола лояльних користувачів;
- дослідження думок;
- протидія негативу;
- збільшення відвідуваності сайту компанії;
- збільшення продажів [39].

Стратегія просування сторінки «Херсон єврейський» в соцмережі Instagram

Цілі: виховання патріотизму, любові і поваги до Батьківщини та до інших народів, також розширення кругозору, отримання додаткових знань.

Завдання: привабити більше людей та розширити знання місцевого населення та гостей про історію та культуру спадщину міста.

Цільова аудиторія: в Instagram широка цільова аудиторія, яка охоплює людей різної статі, доходів, освіти, місця проживання, фаху тощо.

Стать: жіноча та чоловіча.

Вік: від 18-40 років.

Сімейний стан: одружені, неодружені.

Місце проживання: місцеве населення та гості.

Географія: по всій Україні.

Дохід: середня заробітна плата та вище.

Соціальний статус: студенти, батьки, підприємці та ін.

Інтереси: професійні, туристичні.

Контент-карта та рубрики(таб.2.2)

Мова публікацій: українська

Таблиця 2.2

Контент-карта та рубрики

Назва рубрики(варіанти)	Завдання рубрики	Контент
Розважальна	Завдання рубрики полягає в тому, щоб активізувати підписників, викликати інтерес, зацікавити своїми публікаціями, історіями.	<ul style="list-style-type: none"> - атмосферні пости для створення настрою; - пости- провокації; - квести.
Навчальний	Рубрика направлена на те, щоб розповісти своїм підписникам певну інформацію, навчити їх чогось нового.	<ul style="list-style-type: none"> - інформаційні пости; - пости на таку тему, що підписниками зможуть в коментарях ввести дискусію.
Продаж	Завданням даної рубрики є те, щоб підштовхнути потенційного покупця до рішення, що товар – це саме те, що йому потрібно.	<ul style="list-style-type: none"> - креативний заголовок; - показати товар з кращої сторони; - детально описати послугу, що в неї входить та яка буде ціна; - завчасно попереджувати про всі анонси; - влаштовувати розіграші, наприклад – один з ваших підписників може виконати прості умови та виграти безкоштовну екскурсію.
Новини	Завоювати довіру майбутнього покупця.	<ul style="list-style-type: none"> - робити фото-історії про минулі екскурсії; - розповідати цікаві історії з вже пройдених маршрутів.
Комунікативний	Налагодження довіри з потенційний покупцем .	<ul style="list-style-type: none"> - проводити опитування; - в інста-сторі можна зробити питання, для того, щоб підписниками могли запитати всі питання, які їх цікавлять - публікувати відгуки та подяки від підписників

В результаті проведеного дослідження можна зробити висновок, що довірче емоційний стан цієї соціальної мережі підходить для просування обраного продукту, оскільки він теж досить динамічний і емоційно забарвлений. Саме тому споживачам необхідний високий рівень довіри до джерела інформації. Обрана для просування соціальна мережа надає всі необхідні інструменти для різнопланового представлення продукту користувачеві: фото, відео, короткі і розгорнуті текст. Мережа також дає можливість адресно реагувати на коментарі користувачів і моментально давати зворотний зв'язок. Разом з тим, слід врахувати, що роботу по просуванню продукту слід проводити не тільки в спеціально створеній групі, але і залучати подібні по тематиці групи і паблік для нарощування аудиторії.

Проаналізувавши механізм реалізації та просування міської екскурсії можна сказати, що при складанні маршруту було взято до уваги історію появи етнічної групи в краї, матеріальні об'єкти, пов'язані з нею такі як опис, місцезнаходження, видатні особистості, джерела, сучасність і карта маршруту. При розробці маршруту було визначено мету, цільову аудиторію, прийоми та цінова політика екскурсії. Для просування даної екскурсії буде використовуватись соціальна мережа Instagram. Також розроблена стратегія просування сторінки.

ВИСНОВКИ

Розкрито зміст поняття «екскурсія» та визначені її функції. Екскурсія – комплексна туристська послуга, яка спрямована на ознайомлення екскурсантів з екскурсійними об'єктами, тривалість повинна бути до 24 годин, екскурсія включає обов'язковий супровід екскурсовода, проводиться екскурсія по заздалегідь затвердженому маршруту.

Проаналізовані функції екскурсій, функція пізнання є провідною для міських екскурсій. Вона спрямована на формування нових знань науково-популярного характеру. Принцип популярності також передбачає, що знання повинні бути доступними, тобто для сприйняття екскурсантам не потрібна попередня підготовка. Функція виховання безпосередньо пов'язана з пізнавальним процесом. Її метою є розвиток навичок пізнання, закладає гуманістичні цінності, вчить «бачити прекрасне». Також, виділяють функцію організації культурного дозвілля, функцію розширення світогляду та формування інтересів.

Охарактеризований стан розвитку міських прогулянок в Херсонській області. На сучасному етапі міські прогулянки організовує туристичне агентство ХерсОН, яке було створене в 2013 році з метою розвитку внутрішнього туризму, яку познайомить жителів і гостей Херсона з чудовою природою Херсонського краю і його культурними традиціями. На Херсонщині є дивовижні місця, про які багато хто навіть не підозрюють, але відвідавши їх, туристи мають можливість ближче познайомитися з історією своєї країни. Соціальний проєкт «Мандруймо Херсонщиною» – це піші, велосипедні прогулянки, прогулянки на байдарках та автобусні тури, створений проєкт у 2017 році. Мета – показати всім охочим красу Херсонщини, надихнути на подорожі та дослідження дивовижних місць України. У цьому проєкті допомагає партнер – Національна спілка краєзнавців України.

У ході проведення екскурсії у м. Херсоні, спочатку надавалось загальне уявлення про те, що знаходиться перед очима екскурсантів, у тому числі вказували архітектора та рік створення пам'ятки, Потім об'єкт описували, розкриваючи його особливості та характерні риси. Зрештою висвітлювалася історія самої пам'ятки та пов'язані з нею події. Історичні передумови також розкривалися на початку розповіді про об'єкт. У ході організації екскурсії «Херсон єврейський» було побудовано маршрут, визначено мету та завдання, визначено цільову аудиторію. Для проведення екскурсії будуть використовуватись прийоми з допомогою яких можна буде краще донести інформацію екскурсантам.

Також був створений кошторис тематичної екскурсії, в який входить: обід, екскурсійна програма, страхування, загальна собівартість, прибуток, ПДВ, загальна вартість екскурсії (на групу), загальна вартість екскурсії (на особу), точка беззбитковості. Представлені шляхи покращення даної екскурсії. Просування сторінки буде проводитись через соціальну мережу Instagram. Соціальна мережа Instagram – наймолодша з використовуваних, але не зважаючи на це найпопулярніша на даний момент серед інтернет-користувачів. Записи ведуться у форматі фотоблогу, де користувачі діляться своїми цікавими фото та думками, слідкують та коментують записи інших користувачів. Instagram дає користувачам багато нових можливостей для публікації своїх думок і пошуку інформації. Було розроблено стратегію просування сторінки «Херсон єврейський». В стратегії представленні рубрики, завдання рубрики та контент.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Анциферов Н. методах и типах историко-культурных экскурсий / Н. Анциферов // Современная школа. С. 129–155. - 2004
2. Артёмова, Е. Основы гостеприимства и туризма : учебное пособие / Е. Артёмова, В. Козлова. -Орёл : Орёл-ГТУ, 2005. -104 с.
3. Боголюбов В. Экономика туризма / В. Боголюбов, В. Орловская. – М.: Академия, 2015. – 192 с.
4. Брич В. Організація туризму: підручник / В. Брич. – Тернопіль: ТНЕУ, 2017. – 448 с.
5. Валединская, Е. Роль и значение стратегического развития сферы услуг туризма и гостеприимства в региональной экономике / Е. Валединская //Современные проблемы сервиса и туризма. - 2012. - № 4. - С. 79-86
6. Величко В. Організація рекреаційних послуг: навчальний посібник / В. Величко. – Х.: Харківський національний університет міського господарства ім. О.М. Бекетова, 2013. – 202 с.
7. Гоманюк М. Соціологія туризму. Хто наші гості? / Гоманюк М., І. Даниленко, А. Маркелюк; департамент туризму та курортів Херсонська обласна державна адміністрація, 2019 – 20 с.
8. Гончарова О. Організація екскурсійної діяльності: робоча програма / О. Гончарова, Л. Стромилюк. – К.: КНУКіМ, 2017. – 36 с.
9. Джанджугазова Е. Туристско-рекреационное проектирование. Учебник / Е. Джанджугазова. – М.: Академия, 2014. – 272с.
10. Долженко Г. Экскурсионное дело : учебное пособие / Г. Долженко. – М. : ИКЦ «Март», 2005. – 272 с.
11. Дурович А. Маркетинг в туризме: Учебное пособие / А. Дурович. - М.: ИД «Инфра-М», 2010. 342 с.

12. Екскурсійний проєкт «Міфи та бувальщини міста Річкової зірки». [Електронний ресурс] / – Режим доступу: <http://www.facebook.com/richkovazirka>
13. Емельянов Б. Экскурсоведение: учебник / Б. Емельянов. – М.: Советский спорт, 2007. – 216 с
14. Ефремова М. Основи технології туристичног бізнесу: навчальний посібник / М. Ефремова М.: Турист. 2016. – 192 с.
15. Зінченко В. Екскурсологія як туризмологічна наука / В. Зінченко // Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. Серія: філософські науки. – 2010. – Випуск 8. – С. 211-223
16. Кифяк В. Організація туристичної діяльності в Україні / В. Кифяк. - Чернівці: Книги-XXI, 2003. - 300 с.
17. Король О. Організація екскурсійних послуг у туризмі : навч.-метод. посібник / О. Король – Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2016. – 144 с
18. Кулаковська І. Етнокультурний потенціал як чинник підвищення екскурсійної привабливості регіону / І. Кулаковська // Вісник Державної академії керівних кадрів культури і мистецтв. – К., 2010. – №3. – С.73-76.
19. Лойко О. Туризм і готельне господарство. Навчальний посібник. / О. Лойко. – Томськ: Видавництво ТПУ, 2005. – 152 с.
20. Мавріна Н. Процес формування екскурсійних послуг / Н. Мавріна // Культура народів Причорномор'я. - 2009. - №161. - С.123-126.
21. Машкова О. Аналіз суспільно-історичних туристичних ресурсів Херсонської області / О. Машкова // Регіональні проблеми України: Географічний аналіз та пошук шляхів вирішення. Зб. наук. праць за матеріалами VI Міжнар. наук.-практ. конфер. (8-9 жовтня 2015 року, Херсон) / [За ред. І. Пилипенка]. – Херсон: ПП Вишемирский, 2015 – С.43-49.

22. Машкова О. Організація туристичних подорожей в межах Херсонської області / О. Машкова // Часопис соціально-економічної географії: зб. наук. пр.- Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна. – Вип. 17(2)., 2014. – С. 8-12.
23. Міждержавний стандарт ДСТУ 28681.2-95 «Туристично-екскурсійне обслуговування. Туристичні послуги. Загальні вимоги»
24. Орлова З. З історії благодійництва на Херсонщині / З. Орлова. – Херсон, 2000. – С. 9-11.
25. Основні напрями розвитку екскурсійної діяльності в Україні // Діловий Вісник. - № 07 (122), 2005. - С.24 - 31.
26. Писаревський І., Погасій С., Андренко І., Поколодна М., Сегеда І. Підручник. За ред. Писаревського І. – Харків: ХНАМГ, 2008. – 541 с.
27. Поколодна М. Визначення екскурсійного потенціалу міста та шляхів активізації його використання / М. Поколодна, В. Гришанова // Комунальне господарство міст. Серія: Економічні науки / Харк. нац. акад. міськ. госп-ва ; голов. ред. В. Бабаєв. – Х., 2012. – Вип. 102. – С. 475–479.
28. Поколодна М. Організація екскурсійної діяльності : підручник / М. Поколодна ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. Бекетова, 2017. – 32 с.
29. Романенко О. Діяльність туристської самодіяльної організації / О. Романенко. – Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. Серія №4, 2008. – Випуск 19. – С. 195–201.
30. Романенко О. Системи гостинності в туризмі / О. Романенко. – Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. Серія №4. – 2009. – Випуск 10 (20). – С. 85–89.

31. Сокол Т. Основи туристичної діяльності : підручник / Т. Сокол ; за ред. доктора пед. наук, проф. Орлова В. – К.: Грамота, 2004. – 327 с.
32. Соціальний проєкт «Мандруймо Херсонщиною» [Електронний ресурс] / – Режим доступу: <http://travel.ks.ua/about-us/>
33. Тотем. Центр молодіжних ініціатив [Електронний ресурс] / – Режим доступу: <http://ukrprison.org.ua/ngo/1213440270>
34. Туристичне агентство ХерсОН [Електронний ресурс] / – Режим доступу: <http://khers-on.com/>
35. Халилов А. 100 инструментов SMM-продвижения / Маркетинг в социальных сетях: секреты и советы. [Електронний ресурс] / А. Халилов – Режим доступу: <http://www.seowrite.ru/>
36. Харрис Г. Стимулювання міжнародного туризму в ХХІ ст. / Харрис Г., Кеннет М., Кац; під ред. В. Квартального; пер. з англ. Е. Мошняга. – М.: Фінанси та статистика, 118-120 с. - 2015
37. Хопяк С. Управління туристичною галуззю: стан та перспективи// Регіональні перспективи. № 2-3, 346 с. - 2016
38. Ціх Г. Особливості вибору маркетингової стратегії / Г. Ціх, І. Крамар // Галицький економічний вісник. №2(27). - с.79-83 - 2010
39. Ших К. Эра Facebook. Как использовать возможности социальных сетей для развития вашего бизнеса / К. Ших. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011. – 304 с.
40. Macmillan Dictionary Online. Macmillan Publishers Ltd, 2015 [Електронний ресурс] / – Режим доступу: <http://www.macmillandictionary.com>

ДОДАТКИ

Додаток А. Туристичний маршрут «Херсон єврейський»

ТЕХНОЛОГІЧНА КАРТА ТУРУ

ХЕРСОН ЄВРЕЙСЬКИЙ

Тема туру: етнокультурні особливості міста

Тривалість: 3 години

Автори-розробники: Степаненко А. та Сидорович Є.

Зміст туру: ознайомлення з етнокультурними об'єктами та місцями міста Херсон.

Маршрут туру: набережний дім молитви - Єврейський духовний центр - будівля Синагога Хабад - Єврейський театр - Синагога Шрайбера - Херсонське гетто в роки війни - Єврейське кладовище - прядильний дім МОЛИТВИ.

Схема маршруту «Херсон єврейський»

