**ТЕМА 10. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ЕКСКУРСІЙНИХ ПОСЛУГ.**

**1. Поняття “екскурсійна діяльність” та її місце на ринку туристично-екскурсійних послуг**

**2. Характеристика ринку екскурсійних послуг для організації екскурсійної діяльності**

**3. Схема функціонування ринку екскурсійних послуг**

4. **Організація екскурсійної діяльності в Україні**

1. **Поняття “екскурсійна діяльність” та її місце на ринку туристично-екскурсійних послуг**

Ринок туристичних послуг визначається як туристичний регіон, країна, система, в якій здійснюється процес перетворення туристично-екскурсійних послуг в гроші і зворотного перетворення грошових коштів на туристично-екскурсійні послуги. Ринок екскурсійних послуг можна визначити як сукупність споживачів туристично-екскурсійного продукту, які мають кошти купити його сьогодні або завтра.

**Екскурсійна діяльність** – це діяльність з організації ознайомлення екскурсантів з екскурсійними об’єктами без надання послуг розміщення (ночівлі). Організована екскурсійна діяльність повинна здійснюватися кваліфікованими працівниками, котрі знають вимоги, що висуваються до технології створення екскурсійних послуг і обслуговування екскурсантів, й охоплювати широкі верстви населення. **Організована екскурсійна діяльність** – це пропозиція стандартизованої екскурсійної програми чи окремих екскурсій як різновиду туристських послуг фірмами, які комбінують послуги безпосередніх виробників (музеї, транспортні, видовищні та інші організації), а також є туроператорами, тобто самі створюють і надають туристично-екcкурсійні послуги

Основні **поняття екскурсійної діяльності** юридично закріплені в законодавчих і виконавчих актах. Зокрема, у Державній програмі розвитку туризму в Україні, **екскурсію** визначено як «... відвідання (прогулянка) з метою візуального пізнання навколишнього світу на обраному туристичному маршруті на термін менше 24 годин», а **екскурсійну діяльність** – як складову туристської діяльності, «організаційні дії з науковою, навчальною або культурно-освітянською метою, результатом яких є пізнання визначних об’єктів місцевостей»

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

Екскурсійне підприємство одночасно є турагентом, залучаючи до цієї діяльності екскурсоводів, керівників туристсько-екскурсійних груп, викладачів, учителів шкіл, працівників профспілок і доручаючи їм роль турагента. Воно може виступати і в ролі продавця екскурсійних послуг, розроблених іншим туроператором, і може створювати свій пакет туристсько-екскурсійних послуг, якщо виявить на ринку необхідний для нього попит.

Екскурсійні підприємства або бюро зазвичай організовують екскурсійне обслуговування туристів в місцях їх тимчасового перебування. **Екскурсійна програма обслуговування –** це план екскурсійних заходів, реалізованих для задоволення конкретних або спеціалізованих пізнавальних запитів і інтересів місцевого населення, туристів або екскурсантів в залежності від цілей їх перебування.

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

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

– пізнавальних (історичні, архітектурно-містобудівні, літературні, мистецтвознавчі, природничі тематики);

– розважальних (відпочинок, спорт);

– професійних (ділові, бізнес-тури, участь у виставках, ярмарках і ін.);

– іншими (паломництво, хобі, навчання, підвищення кваліфікації та ін.).

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

Для підприємств туристсько-екскурсійної діяльності необхідно: професійно вести конкурентну боротьбу на ринку з наявністю значної кількості пропозицій конкуруючих продуктів, здійснювати ефективну рекламу, надійний і професійний менеджмент. Для посилення позиції фірм на ринку екскурсійних послуг необхідно розробити чітку стратегію розвитку підприємств і основних пропозицій, розвитку корпоративної місії та культури, підвищити фаховий рівень працівників шляхом отримання професійної кваліфікації та набуття досвіду роботи, залучення висококваліфікованих спеціалістів, подальша робота над сегментацією ринку екскурсійних послуг та організацією каналів збуту, активна фандрайзингова діяльність з метою пошуку джерел фінансових ресурсів для розвитку фірм, розробка й просування фірмового стилю, зокрема марки на місцевому й загальнодержавному ринку.

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

**Екскурсійна діяльність (**ЕД) як складова частина туризму та сфери соціальноекономічної діяльності, з одного боку, визначається мотиваційними потребами і попитом туристів і екскурсантів, а з іншого боку, належить до товарів і послуг, які надають туристичні й екскурсійні підприємства з метою задоволення цього попиту на ринку екскурсійних послуг. Матеріальне екскурсійне споживання орієнтоване на одержання платних екскурсійних послуг, а духовне - на контакти з культурою, традиціями, побутом в регіоні здійснення ЕД, що сприяє соціально-економічному розвитку регіонів і накопиченню національного багатства.

1. **Характеристика ринку екскурсійних послуг для організації ЕД** виражається в його функціях, ємності, виявленні суб'єктів ЕД, попиту та пропозиціях екскурсійних послуг, виробництві та споживанні екскурсійного продукту.

Функції ринку екскурсійних послуг відображають форми здійснення ЕД і її призначення в суспільстві. Ринок екскурсійних послуг виконує **наступні функції**:

1. реалізацію вартості і собівартості екскурсійного продукту;
2. організацію процесу надання екскурсійних послуг споживачу (туристів і екскурсантів).

**Ємність ринку екскурсійних послуг** - його здатність "поглинути" кількість екскурсійного продукту, тобто можливий обсяг реалізації окремих екскурсійних програм, інших послуг туризму і товарів туристично-сувенірного призначення при існуючих цінах і пропозиції.

**Суб’єктами взаємодії на ринку екскурсійних послуг** виступають: туристи та екскурсанти, туроператори, турагенти, бюро подорожей і екскурсій. Це юридичні і фізичні особи, що є споживачами і виробниками екскурсійного продукту.

**Споживачами екскурсійного продукту** є громадяни, які мають визначену мотивацію до здійснення подорожі, тобто туристи та екскурсанти, і відповідну покупну здібність.

**Виробниками екскурсійного продукту** є туристичні й екскурсійні підприємства (туроператори, турагенти, бюро подорожей і екскурсій), які працюють з метою отримати прибуток і задовольнити потреби населення в організації екскурсійної діяльності.

**Попит на екскурсійний продукт** це форма прояву екскурсійних потреб споживачів, забезпечених коштами.

**Пропозиція екскурсійного продукту** обумовлено визначеними передумовами, серед яких найбільш важливими є: наявність його виробників, рівень розвитку підприємств туристичної індустрії, обсяг екскурсійних ресурсів.

Екскурсійні послуги визначаються як кінцевий продукт діяльності туристичних і екскурсійних підприємств по задоволенню визначених потреб та реалізації діяльності людей у вільний час: відпочинок, екскурсії, подорожі.

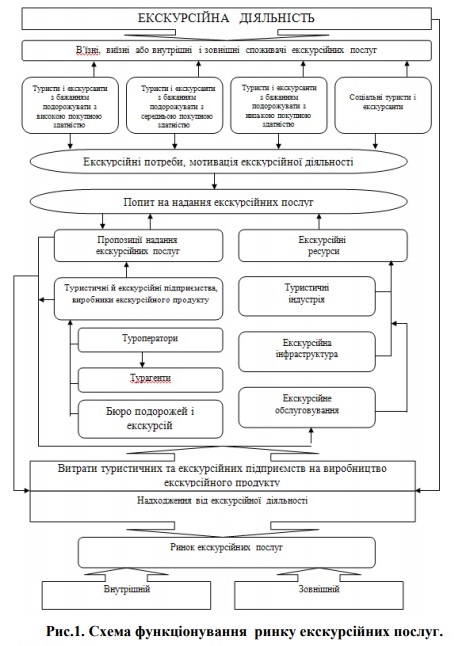
1. **Схема функціонування ринку екскурсійних послуг**

**Механізм функціонування ринку екскурсійних послуг** це система дій економічних важелів для збалансованості попиту та пропозиції на екскурсійний продукт, на обмін "гроші - екскурсійний продукт", на грошові потоки і потоки екскурсійного продукту при яких здійснюється організація та проведення різних тематичних екскурсій, або їх поєднання з певними видами туристичної діяльності.

Функціонування ринку екскурсійних послуг можна представити у вигляді запропонованої схеми на рис.1.

Наведена схема показує, що **попит** на екскурсійні послуги обумовлений певними передумовами пред'явників попиту (туристів і екскурсантів) які формують в'їзні, виїзні або внутрішні екскурсійні потоки: люди з екскурсійними потребами і бажанням подорожувати –

1. туристи і екскурсанти з високою покупною здатністю, попит яких спрямований на найпрестижніші екскурсійні програми, тури, оригінальні подорожі, високий рівень туристичного обслуговування (комфорт, особлива увага обслуговуючого персоналу, надання індивідуального екскурсовода або гіда-перекладача, автотранспортних послуг і т.п.);
2. туристи та екскурсанти з середньою покупною здатністю, які можуть собі дозволити певні туристичні напрямки і визначенні екскурсійні програми;
3. туристи й екскурсанти з бажанням подорожувати, з низькою покупною здатністю, в основному їх купівельна спроможність - стандартні екскурсійні програми і тури;
4. соціальні туристи і екскурсанти – люди які мають бажання подорожувати, але відносяться до найменш захищених в соціальному плані прошарків населення (пенсіонери, інваліди, студенти, діти сироти та ін.) і потребують певних субсидій від держави або громадських організацій для здійснення ЕД.



Розвиток ЕД і ринку екскурсійних послуг (внутрішнього, або зовнішнього) має велике соціально-економічне значення, сприяє вирішенню загальних соціально-економічних проблем, допомагає наповненню бюджету регіону. На ринку екскурсійних послуг не має можливостей задовольнити всі потреби і бажання людини при організації ЕД.

Наявність екскурсійних ресурсів припускає створення досить складної і різноманітної матеріально-технічної бази ЕД. При збільшенні економічної віддачі від туристичної індустрії одна частина доходу використовується для задоволення нових екскурсійних потреб, а інша може бути спрямована на розвиток інших сфер економіки. Таким чином, становлення та розвиток ринку екскурсійних послуг як галузі господарського комплексу характеризується певними економічними показниками, які викреслюють напрямки здійснення ЕД та кількісний обсяг реалізації екскурсійних послуг, їх якість.

Система показників розвитку ЕД в регіоні має включати:

1. обсяг екскурсійних потоків, їх напрямки;
2. сегментацію складових компонентів пропозиції та попиту на екскурсійний продукт;
3. стан та розвиток матеріально-технічної бази;
4. показники фінансово-економічної діяльності суб’єктів які надають екскурсійні послуги (туристичних і екскурсійних підприємств);
5. показники витрат на виробництво екскурсійного продукту та грошових надходжень від ЕД на ринок екскурсійних послуг (внутрішній або зовнішній).

З точки зору економіки і менеджменту організація екскурсійної діяльності в сучасних умовах розвитку туристичної індустрії України націлена забезпечувати зростання інноваційно-інвестиційного потенціалу національної економіки. Організація екскурсійної діяльності як пріоритетний напрямок індустрії туризму формує у визначених межах економічну, науково-культурну, освітню, екологічну безпеку, забезпечує розвиток технологічно пов’язаних галузей національної економіки. **Сучасні цілі** організації екскурсійної діяльності орієнтовані на удосконалення і розвиток в першу чергу внутрішнього та міжнародного туризму, що у свою чергу вимагає якості виробничих і управлінських процесів, які мають бути відображені у гармонізації стандартів із світовими вимогами, в першу чергу з ЄС.

**Розвиток екскурсійної діяльності стимулює** зайнятість, розвиток підприємництва, інвестицій в інфраструктуру і транспорт, збереження національної спадщини, а також розвиток стимулюючих факторів, які сприяють поліпшенню якості життя місцевого населення і гостей країни.

У зв’язку із зростанням обсягу екскурсійних послуг на ринку організованого туризму цей напрямок наукових і практичних досліджень отримав особливу увагу, що викликано різними причинами.

По-перше, підвищення культурного й освітнього рівня суспільства в цілому.

По-друге, розширення цілей самого туризму, так відправляючись у туристську подорож не завжди на перший план ставляться тільки рекреаційні цілі. Перебуваючи на відпочинку, сучасні споживачі туристичних послуг бажають також задовольнити й інтереси пізнання, освіти і духовного розвитку.

По-третє, пов'язане із тлумаченням самого поняття «туристичний продукт» як комплексу послуг надаваного туристові в ході подорожі. Відповідно до рекомендацій Всесвітньої туристської організації (ВТО) даний комплекс повинен включати не менш, ніж три послуги у вільній комбінації. Згідно із Законом України «Про туризм», **туристський продукт** – це «попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, що поєднує не менше, ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за певною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури відпочинку й розваг, реалізації сувенірної продукції й інше)». Зрозуміло, що типові туристські послуги представляють: розміщення, харчування й перевезення туристів. Але з огляду на історичний розвиток вітчизняного та міжнародного туризму, а також сучасної національної законодавчої бази екскурсії стають четвертою характерною туристською послугою, причому іноді відіграючи головну роль при виборі регіону подорожі.

По-четверте, зростає пропозиція суто екскурсійних програм, тобто турів, основною метою яких є відвідування й знайомство з історичними, культурними та іншими визначними пам'ятками певного регіону. І відповідно сформувався окремий вид туризму – **екскурсійний туризм.**

1. **Організація екскурсійної діяльності в Україні** у аспекті підвищення ефективності туристичної індустрії має великі перспективи, які можуть стати реальністю завдяки реформуванню та дотриманню організаційних, економічних, правових, культурних, освітніх, наукових, екологічних, інформаційних та стандартизаційних вимог шляхом інноваційного інвестування економіки.

У процесі вивчення соціально-економічного явища «організація екскурсійної діяльності» виникає потреба розгляду дефініцій: «організація», «екскурсія», «діяльність». Професор Й. С. Завадський поняття «організація» обґрунтовує наступним чином – «організація» (англ. organization) походить від давнього грецького слова «оργανον», латинського - «organon», яке означає знаряддя або інструмент. Від нього ж пішло поняття «орган», а потім, як похідні, «організм» і «організація». Виросла організація із людських потреб в кооперації зусиль для досягнення своїх особистих цілей у зв'язку з наявністю цілого ряду фізичних, біологічних, психологічних і соціальних обмежень. Нині поняття «організація» широко вживається, найчастіше воно означає: внутрішню упорядкованість, узгодженість взаємозалежних елементів цілого.

**Організація екскурсійної діяльності** розвивається відповідно загальних основних законів розвитку: синергії; самозбереження; розвитку; відповідності різноманітності системи, що управляє; різноманітності керованого об’єкта; об’єктивного закону пріоритету цілого над частиною; загального закону врахування системи потреб.

Розвиток та організація екскурсійної діяльності в Україні підтримується і регулюється на національному рівні. Уряд схвалив 16 березня 2017 **року Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року.** Документ розроблено з метою створення умов для забезпечення прискореного розвитку сфери туризму і курортів, перетворення її у високоефективну, інтегровану у світовий ринок галузь. Запровадження Стратегії передбачається за напрямками, серед яких: забезпечення безпеки туристів та захист їх законних прав та інтересів, імплементація законодавства ЄС у сфері туризму, забезпечення комплексного розвитку територій, зокрема створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури, удосконалення системи професійної підготовки фахівців сфери туризму, формування та просування позитивного іміджу України, як країни привабливої для туризму. Стратегія визначає інтегрований підхід до формування і реалізації державної політики у сфері туризму та курортів, який у визначених межах передбачає удосконалення та розвиток екскурсійного обслуговування. Одним із основних напрямків реалізації Стратегії в аспекті екскурсійної діяльності є впровадження міжнародної системи якості послуг за такими напрямами, як організація роботи гідів-перекладачів та екскурсоводів.

Очікується, що відповідно до розробленої Стратегії в Україні до 2026 р. порівняно з 2015 р. зросте кількість екскурсантів у 2,5 рази, кількість внутрішніх туристів – у 5 разів, а це в свою чергу сприятиме збільшенню кількості суб’єктів туристичної діяльності і додаткових робочих місць у сфері туризму – у 5 разів. Внаслідок зростання кількості внутрішніх (у 5 разів) та іноземних туристів (у 2,5 рази) збільшаться і обсяги надходжень до місцевих бюджетів від сплати туристичного збору у 10 разів (із 37,1 до 371 млн. грн.).

Одним із найактуальніших питань організації екскурсійної діяльності є удосконалення організаційно-економічного механізму з використанням передового досвіду провідних країн-лідерів світу туристичної індустрії, враховуючи туристичний потенціал України. Оскільки, туристична сфера пов’язана з діяльністю більш як 50 галузей її розвиток сприяє підвищенню рівня зайнятості, диверсифікації національної економіки, збереженню і розвитку культурного потенціалу, збереженню екологічно безпечного навколишнього природного середовища, а також підвищує рівень інноваційності національної економіки, сприяє гармонізації відносин між різними країнами і народами. Крім того, туризм є одним із засобів реалізації зовнішньої політики держави. Якщо врахувати ефективну інтеграцію індустрії туризму з іншими галузями національної економіки, наприклад, з агропромисловим комплексом, то ми очікуємо синергетичний ефект від розвитку різних видів туризму, що беззаперечно пов’язані з екскурсійною діяльністю.

Україна розташована у центрі Європи та має всі умови для належного розвитку економіки за рахунок туризму, проте суттєво відстає від провідних держав світу за рівнем розвитку туристичної інфраструктури та якості туристичних послуг.

Організація екскурсійної діяльності як пріоритетний напрямок індустрії туризму в Україні потребує чіткого державного регулювання. Враховуючи поступальні кроки в напрямку світової інтеграції, державне регулювання економіки туризму в Україні націлене на ефективну роботу в першу чергу в напрямку розвитку внутрішнього туризму та європейської інтеграції.

Основними цілями державного регулювання в галузі туризму є: забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення зміцнення здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав. Безпека туризму, захист прав та законних інтересів туристів, інших суб'єктів туристичної діяльності та їх об'єднань.

Відповідно до туристичної політики ВТО **модель інклюзивного розвитку** є сприятливим середовищем для розвитку доступного туризму, створенню робочих місць у цій індустрії, розвитку торгівлі, що створює сприятливий клімат для розвитку організації екскурсійної діяльності за економічним вектором.

Модель інклюзивного розвитку є найбільш прийнятною і для України у сенсі забезпечення конкурентоспроможності національної економіки та економіки туризму, зокрема, рівномірного підвищення добробуту усіх громадян.

**Інклюзія** полягає у адаптації системи до потреб людини. У ній всі зацікавлені сторони повинні брати активну участь для отримання позитивного результату при рівних можливостях. У рамках інклюзивної моделі люди адаптуються, змінюються, враховуючи і задовольняючи потреби кожного члена суспільства. Концепція інклюзивного розвитку передбачає, що кожен суб’єкт економіки є важливим, унікальним, цінним для суспільства і має можливості, щоб задовольнити свої потреби.

Ефективна **організація екскурсійної діяльності на мікрорівні** має бути відображена у розширенні та вдосконаленні екскурсій для туристів, формуванні мережі заміських екскурсій, розробці комплексної програми екскурсій для школярів і студентів, організації екскурсійно-інформаційних пунктів, організації та проведенні науково-практичних конференцій, цільових семінарів з екскурсійно-методичної проблематики; координації діяльності та підтримці громадських об’єднань екскурсійних працівників, організації конкурсів на проведення найкращої екскурсії, розробці інноваційних екскурсійних маршрутів. Вагомий вплив на ефективність екскурсійної діяльності має організація роботи гідів, гідів-перекладачів, екскурсоводів їх підготовка, перепідготовка, підвищення кваліфікації, атестація, тому що саме людський фактор відіграє вирішальну роль у розвитку комунікацій, що є передумовою ефективності туристичної індустрії.

**Економічна ефективність організації екскурсійної діяльності** як пріоритетної сфери індустрії туризму повинна формуватись на таких компонентах:

1. розширення співробітництва та нарощування потенціалу в області екскурсійної діяльності;
2. оцінка ринкових тенденцій організації екскурсійної діяльності;
3. активізація вагомості впливу екскурсійної діяльності на розвиток культурного внутрішнього та міжнародного туризму;
4. сприяння організації екскурсійної діяльності розвитку стійкого, відповідального, доступного і етичного туризму.

Література

1. Арсененко І.А., Іванова В.М. Екскурсійна діяльність як основа функціонування ринку екскурсійних послуг // Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова Серія 4. Географія і сучасність 2015. Вип. 19 (33) – С. 191-196
2. Галасюк С.С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності: навчальний посібник / С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 178 с.
3. Зінченко В. А. Екскурсологія як туризмологічна наука / В. А.Зінченко // Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. Серія: філософські науки. – 2010. – Випуск 8. – С.211-223.
4. Лисюк Т.В., Терещук О.С., Дмитрук О.О. Екскурсійне обслуговування у структурі туристичного продукту // Причорноморські економічні студії. Вип. 28-1. 2018 – С. 175–178
5. Нездоймінов С. Г. Організація екскурсійних послуг: навч.- методичний посібник /С. Г. Нездоймінов. – Одеса: Астропринт, 2011. – 216 с.
6. Нездоймінов С. Г. Підприємницький вектор розвитку регіонального туризму: Монографія. – Одеса: пальміра, 2011. – 344 с.
7. Романенко О. В. Організація екскурсійних послуг / О.В.Романенко // Культура народов Причерноморья. – 2009. – №176. – С.159-161 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www. tourlib.net
8. Чагайда І. М. Екскурсознавство: Навчальний посібник / І. М. Чагайда, С. В. Грибанова – К: ІТФПУ, 2004 – 240 с.