

ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА ТА КЕЙТЕРИНГ

УДК 338.48:379.8:37.02:659.4

DOI <https://doi.org/10.32782/2521-6643-2025-1-69.33>

Горб К. М., кандидат географічних наук, доцент
Університету митної справи та фінансів
ORCID: 0000-0002-3779-484X

Корнєєв М. В., доктор економічних наук, професор
Університету митної справи та фінансів
ORCID: 0000-0002-4005-5335

Горожанкіна Н. А., кандидат географічних наук, доцент
Університету митної справи та фінансів
ORCID: 0000-0003-2773-8630

Кучер М. М., кандидат економічних наук, доцент
Університету митної справи та фінансів
ORCID: 0000-0003-3214-6410

ТЕХНОЛОГІЇ ЕКСКУРСІЙНОГО ТА СУПРОВІДНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ У СФЕРІ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ

Статтю присвячено аналізу та систематизації технологій екскурсійного та супровідного обслуговування у сфері туризму та гостинності, за різних трактувань екскурсії та супроводу: по-перше, як туристичної послуги, коли застосовуються головним чином сервісні технологічні прийоми, по-друге, як методу навчання з використанням насамперед педагогічних прийомів, по-третє, як інструменту реклами та популяризації з пріоритетним базуванням на маркетингових інструментах та PR-технологіях. Обґрунтовано спільні та відмінні риси між екскурсією та супроводом, запропоновано поняття екскурсійно-супровідного заходу (ЕСЗ). Наведено авторську технологічну схему супроводу типового одноденного пізнавального автобусного туру як прикладу та підґрунтя для формування стандартів туристичного супроводу в умовах «економіки вражень».

Окремі послуги та загалом діяльність, пов'язана з підготовкою та проведенням екскурсій та супроводу, а також з екскурсійним та супровідним обслуговуванням туристичних подорожей, освітніх, ділових та рекламних заходів, є змістовно та технологічно складними операціями, що вимагають досить широкого спектру професійних знань, навичок та особистісних характеристик її постачальників, включаючи високу відповідальність (у т. ч. фінансову), обізнаність з Google-картами та правилами створення контенту для соціальних мереж, стресостійкість та ефективність у прийнятті рішень з урахуванням величезного спектру можливих непередбачених ситуацій під час подорожі. Розмежування екскурсії та супроводу залежить від співвідношення екскурсійних та супровідних послуг. Будь-яка екскурсія або в цілому програма туристичної подорожі являє собою результат творчого процесу, де цінуються креатив, незвичність та індивідуальний підхід. Тому процеси екскурсійного та супровідного обслуговування не можуть бути піддані абсолютній формалізації. При стандартизації технологічних процесів туристичного супроводу та проведення екскурсій в умовах «економіки вражень» варто знайти «золоту середину» між забезпеченням високої якості послуг та проявами творчої уяви та креативності.

Ключові слова: екскурсійно-супровідний захід, технологія проведення екскурсії, технологія туристичного супроводу, екскурсійні методи та прийоми, «економіка вражень».

Horb K. M., Korneyev M. V., Horozhankina N. A., Kucher M. M. Technologies of excursion and accompanying service in the sphere of tourism and hospitality

The article is devoted to the analysis and systematization of technologies of excursion and accompanying services in the field of tourism and hospitality, under different interpretations of excursion and accompanying: firstly, as a tourist service, when mainly service technological techniques are used, secondly, as a method of training using primarily pedagogical techniques, thirdly, as a tool of advertising and popularization with a priority based on marketing tools and PR technologies. The common and distinctive features between an excursion and accompanying are substantiated, the concept of an excursion and accompany-

ing event (EAE) is proposed. The author's technological scheme of accompanying a typical one-day cognitive bus tour is given as an example and basis for the formation of standards of tourist accompanying in the conditions of the «economy of impressions». Individual services and in general the activities related to the preparation and conduct of excursions and accompaniment, as well as excursion and accompaniment support for tourist trips, educational, business and advertising events, are substantively and technologically complex operations that require a fairly wide range of professional knowledge, skills and personal characteristics of its providers, including high responsibility (including financial), awareness of operating Google maps and creating content for social networks, stress resistance and efficiency in making decisions, taking into account the huge range of possible unforeseen situations during the trip. The distinction between excursion and accompaniment depends on the ratio of excursion and accompaniment services. In modern conditions, it can be considered relevant to improve, create and implement national standards and educational, methodological and instructional and regulatory materials on tourist support, taking into account international standards. But both the excursion and the tourist travel program as a whole are the result of a creative process, where creativity, unusualness and an individual approach are valued. Therefore, the processes of excursion and support services cannot be subjected to absolute formalization. In standardizing of the technological processes of tourist accompaniment and conducting excursions in the conditions of the «experience economy», it is worth finding a «golden mean» between ensuring high quality services and manifestations of creative imagination and creativity.

Key words: excursion and accompanying event, excursion technology, tourist accompaniment technology, excursion methods and techniques, «economy of impressions».

Постановка проблеми. Організація екскурсій та супроводу в туристичному процесі та в гостинності є важливою складовою як сфери обслуговування, так і навчання, виховання, налагодження та укріплення ділових зв'язків, забезпечення стабільного потоку споживачів. Як загальним питанням та проблемам організації, так і окремим технологіям, методичним та технічним прийомам підготовки та здійснення екскурсій і супроводів присвячено значну кількість наукових та навчально-методичних праць, що активно використовуються у практичній діяльності, насамперед в туризмі та гостинності. Але при цьому слабо простежуються розмежування у згаданих техніках та прийомах підготовки та проведення екскурсій і супроводів різного змісту, цільового призначення та контингенту.

Екскурсійна та супровідна діяльність в сучасних умовах в Україні активно розвивається та вдосконалюється, незважаючи на всі перешкоди та виклики, і поступово наближається до світових та європейських вимог і стандартів. Проте слабо враховується комплексний підхід до застосування екскурсійних та супровідних технологій в контексті розмежування підходів при урахуванні ключових цілей діяльності вказаного напрямку, насамперед як платної послуги, як інструменту виховання та навчання і як елементу популяризації. У цьому зв'язку можна вважати актуальним розгляд та систематизацію екскурсійних та супровідних технологій насамперед за різних цільових установок.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Технології, методики, окремі технічні прийоми (як традиційні, так і інноваційні) підготовки та проведення екскурсій і супроводів є предметом вивчення багатьох науковців та практиків, що представлені як у численних джерелах навчального призначення, так і в наукових розробках. Серед фахівців, у роботах яких детально обґрунтовані вказані методики та техніки, варто зазначити насамперед таких: О. Старинець [1], О. Шестель [1], Л. Матвійчук [1], О. Король [17], В. Кіптенко [14], О. Малиновська [14], Т. Лисюк [19], О. Терещук [19], О. Дмитрук [19], К. Верес [5], О. В. Коваленко ([15], [16]), С. С. Галасюк [7], М. М. Білянська [2], Л. І. Бондаренко [2], О. М. Лазебна [2], Г. В. Машіка [20], О. В. Касинець [13], Т. Сокол ([26], [27]), О. В. Гаврилюк, Л. В. Півнюва [6], Н. С. Нещеретний [23], М. М. Покоłodна [23], Є. Є. Кривенко [18], М. М. Покоłodна [18] тощо.

Окремі з наведених та інших праць повністю присвячені екскурсійній та частково супровідній діяльності, в інших вона розглядається як елемент більш загального змісту, головним чином у якості одного з ключових напрямів організації туристичної діяльності. При цьому власне екскурсії у більшості робіт розглядаються максимально ґрунтовно, з детальним описом усіх організаційно-технологічних елементів (екскурсійна методика, екскурсійний метод пізнання, прийоми та техніки екскурсійного показу і розповіді тощо), супровідна ж діяльність описується в основному фрагментарно та епізодично, головним чином як своєрідне доповнення до екскурсійної. Також слабо простежується і чіткість розмежування між екскурсією та супроводом, що ускладнює формування та застосування конкретних технологій. Вказані обставини зумовлюють необхідність удосконалення методичних та організаційно-технологічних засад підготовки та проведення екскурсій і супроводів, насамперед у сфері туризму та гостинності.

Метою статті є аналіз підходів та систематизація технологій екскурсійного та супровідного обслуговування, включно з інноваційними, з позицій його цільового призначення та контингенту споживачів, обґрунтування відмінностей між екскурсійною та супровідною сервісною діяльністю та відповідного поняття екскурсійно-супровідного заходу, розробка технологічної схеми супроводу типового одноденного туру екскурсійно-пізнавального спрямування в умовах «економіки вражень».

Виклад основного матеріалу. В сучасній літературі представлено велику кількість визначень та трактувань екскурсії, значно меншою мірою обґрунтовано поняття туристичного супроводу, без якого в класичному розумінні не може обійтись як будь-яка екскурсія, так і туристичний маршрут. З об'єктивних позицій

екскурсії та супроводи мають як спільні риси («області перетинання»), так і відмінні. Будь-який екскурсовод завжди є супроводжувачем, але далеко не всякий супровід є екскурсійним. Супровід зазвичай передбачає насамперед організаційно-технічне забезпечення пересування людей у просторі з певною метою, найпримітивніший варіант супроводу – елементарне проведення людей місцевістю до заданої точки найоптимальнішим шляхом. По мірі того, як таке «проведення» включає окремі елементи показу об'єктів на шляху та розповіді про них, що викликає певний інтерес у супроводжуваних, супровід поступово перетворюється на екскурсію, супроводжувані особи – на екскурсантів, до повністю підготовленого та відпрацьованого маршруту із застосуванням найбільш придатного для нього спектру екскурсійних прийомів для досягнення відвідувачами туристичного «wow-ефекту». При цьому та змістовна межа, де закінчується супровід та починається екскурсія, залежить від глибини опрацювання змісту та ступеня підготовленості гідів у застосуванні прийомів показу та розповіді.

Для тих туристичних маршрутів, що включають більше одного прогулянкового заходу та відвідування, зазвичай функції супровідного та екскурсійного обслуговування розмежовуються: головним завданням супроводжувача є забезпечення безперебійності реалізації програми подорожі у часі та просторі, екскурсовода – надання якісних екскурсійних послуг, коли кожна екскурсія в турі розцінюється як своєрідна «вистава» зі своїми сценарієм та фабулою [17], безвідносно ступеня її театралізації. Якщо супроводжувач за програмою подорожі, поряд з організаційними, надає хоча б епізодичні екскурсійні послуги (наприклад, озвучує цікаву дорожню інформацію під час тривалого автобусного переїзду у якості одного з прийомів забезпечення того, щоб туристи не скучали в дорозі, поряд з показом фільму або прослуховуванням аудіозаписів відповідно до тематики туру), то таку роботу, на наш погляд, вже можна назвати екскурсійним супроводом, а супроводжувача – гідом-екскурсоводом.

У зв'язку з вищевикладеним, у подальшому в цій статті ми будемо оперувати здебільшого поняттям «екскурсійно-супровідний захід» (ЕСЗ), з урахуванням великого спектру можливих варіантів співвідношення екскурсійних та супровідних послуг та видів сервісної діяльності в одному такому заході.

Представлені у багатьох наукових розробках та навчально-методичних працях численні класифікації екскурсій (екскурсійно-супровідних заходів) за різними ознаками (насамперед за змістом та призначенням, складом учасників, місцем та формою проведення і способом пересування ([14], [17] та ін.)) зумовлюють застосування різних підходів до їх організації та здійснення, а відповідно й до технологічних засад та методико-технічних прийомів як їх підготовки (проектування), так і реалізації. З нашої точки зору, в сучасних умовах важливим є розмежування таких підходів насамперед для ЕСЗ, які можна трактувати з наступних трьох ключових позицій:

- 1) як платну послугу в системі насамперед туристичного обслуговування;
- 2) як навчально-виховний захід в системі освіти;
- 3) як рекламно-популяризаційний захід в системі ділових комунікацій та маркетингового комплексу.

Залежно від представлених трьох тлумачень ЕСЗ очевидним є факт використання диференційованого підходу до обрання методів та технічних прийомів і підготовки, і реалізації таких заходів. У табл. 1 ми здійснили спробу загальної систематизації основних характеристик кожного із даних виділених типів заходів, включно з технологічною специфікою, з урахуванням цільового призначення та особливостей оплати і ціноутворення.

Варто проаналізувати наведену таблицю.

Класичні туристичні екскурсії та супроводи формуються з урахуванням наявного ринку екскурсійних послуг, на них встановлюється комерційна ринкова ціна з урахуванням попиту і конкуренції та обираються прийоми показу і розповіді, що максимально можуть приємно здивувати туристів. Зазвичай такі ЕСЗ проводяться ліцензованими та сертифікованими гідами, як у складі турів, так і у якості «самостійних» видів платних послуг. При цьому для туристів – гостей з інших міст, регіонів та країн, такі екскурсії спрямовані в основному на формування позитивного образу відвідуваного місця, для місцевих мешканців – на посилення почуття патріотизму, любові до «малої батьківщини». Але в обох випадках акцент робиться на цікавості інформації для широкого загалу, естетичності краєвидів та окремих об'єктів показу. Гіди-екскурсоводи та туристичні й суто екскурсійні установи в цьому випадку, крім ліцензування та сертифікації у сфері туристичних послуг, в умовах конкуренції прагнуть до забезпечення максимальної якості екскурсійних та супровідних послуг, з урахуванням міжнародних, національних та «внутрішньофірмових» стандартів [22].

Екскурсія як важливий інструмент навчального та виховного процесу передбачає, у першу чергу, таку побудову маршруту та відбір інформації і об'єктів показу, що максимально розширюють кругозір, забезпечують нові знання, формують навички дружнього поводження в колективі під час подорожі, патріотичні почуття та повагу до інших культур, екологічну свідомість тощо, в окремих випадках є елементами реалізації конкретних навчальних програм. В таких ЕСЗ широко застосовуються різноманітні педагогічні прийоми та методи, головним чином заохочувальні, спрямовані на невимушене засвоєння навчального матеріалу, наприклад, ігрові, спостереження та порівняння і т. ін. Зазначені ЕСЗ зазвичай не переслідують комерційної мети, але їх організатори, як правило, вимушені брати плату з учасників, головним чином з метою покриття поточних витрат на їх здійснення (транспортні витрати, вхідна плата в музей або парк тощо). Контингентом

таких екскурсій в основному є здобувачі освіти та слухачі навчальних курсів і тренінгів, що претендують у кінцевому підсумку на отримання документу про освіту (атестату, диплому, сертифікату тощо). Стандартизація екскурсійних послуг та сертифікація і ліцензування екскурсоводів у цьому випадку орієнтується першочергово на відповідні стандарти у сфері освіти.

Таблиця 1

**Сутність та ключові організаційно-технічні прийоми підготовки і проведення
різноспрямованих екскурсійно-супровідних заходів**

Екскурсійно-супровідний захід	Основна мета	Особливості оплати та ціноутворення	Головні види прийомів та технік для підготовки і проведення (показу та розповіді)	Типовий приклад
Як туристична послуга	Надання якісного екскурсійного сервісу	Комерційна ринкова ціна	Сервісні прийоми: формування маршруту та тексту, відбір об'єктів, засобів показу і розповіді для забезпечення максимального туристичного wow-ефекту	Екскурсія «Неповторна Барселона» у складі туру «Чарівна Іспанія»
Як метод навчання та виховання	Закріплення навчального матеріалу в цікавій формі	Відшкодування поточних витрат	Педагогічні прийоми: методи та техніки навчання із застосуванням наочностей, з обов'язковим контролем засвоєння матеріалу	Екскурсія музеєм історії України для закріплення навчального матеріалу з історії України
Як інструмент реклами та PR	Забезпечення популярності серед споживачів та партнерів	Безкоштовне проведення	Маркетингові прийоми: показ ключових об'єктів та ділянок, що підкреслюють вигідність обрання закладу для споживання послуг, ділового партнерства, інвестицій або місця роботи	Рекламна екскурсія готельно-ресторанним комплексом «Бартоломео»

Джерело: складено авторами

Рекламні екскурсії та супроводи мають за основну мету в найбільш вигідному світлі презентувати певну групу об'єктів на місцевості або у приміщеннях та будівлях (як правило тих, що розташовані у межах одного закладу, підприємства, компанії), для досягнення головним чином комерційно-ділових цілей. Організація та проведення таких ЕСЗ безпосередньо не пов'язане з можливістю отримання прибутків і навіть відшкодування поточних витрат, навпаки, вони передбачають певні витрати підприємства, що спрямовані головним чином на оплату праці фахівців з реклами та PR, у складі загальних витрат на маркетингові заходи. Але кінцевою метою у даному випадку є формування позитивного іміджу та образу місця, що в остаточному підсумку забезпечує стабільність роботи підприємства, включно з прибутковістю. «Клієнтами» таких екскурсій зазвичай є нові найняті працівники або претенденти на вакантні посади, представники компаній-інвесторів та ділових партнерів, журналісти та потенційні споживачі. Для проведення даного типу ЕСЗ застосовується широкий спектр рекламних та PR-інструментів, головними серед яких слід назвати презентаційні прийоми. У цьому випадку мова не йде про якість послуг та будь-які стандарти щодо їх надання, крім тих кваліфікаційних вимог, що висуваються до фахівців з реклами та PR.

Окремо слід відзначити екскурсії та ЕСЗ, що проводяться як програмні заходи в рамках наукових конференцій, ділових нарад, виставок нових досягнень тощо. У цьому випадку ознаки кожного із зазначених трьох ділових різновидів ЕСЗ знаходяться у своєрідному «переплетенні» та «взаємопроникненні». Учасники таких екскурсій зазвичай одночасно є і діловими туристами, і діловими партнерами організаторів заходу, і претендентами на отримання сертифікату учасника як документу про навчання або підвищення кваліфікації.

В цілому всі розглянуті та частково систематизовані цільові різновиди екскурсійно-супровідних заходів характеризуються як відмінними, так і спільними рисами. Кожна технологія підготовки та проведення ЕСЗ у будь-якому разі має базуватися на принципах гостинності як ключової особистої риси реалізаторів таких заходів [8], передбачати їх досконалі комунікативні компетентності [9], відповідний освітній рівень і фах, та достовірність інформації, що надається під час екскурсії.

Загалом технології як підготовки, так і проведення екскурсій на даний час є достатньо розробленими, детально обґрунтованими та широко застосовуються на практиці. Технології ж класичного туристичного супроводу в нашій країні на даний час розроблені поки що досить слабо, у навчальній та науковій літературі зустрічаються, як вже зазначалося, зазвичай в епізодичному та фрагментарному вигляді, в основному як доповнення до екскурсійних та «туристично-організаційних» технік, методів та прийомів. Туроператорські та турагентські компанії у цьому зв'язку, як правило, з урахуванням досвіду розробляють свої технології та

встановлюють власні «внутрішньофірмові» стандарти й правила туристичного супроводу, на підставі яких навчають та контролюють відповідний персонал.

Нижче представлено авторську технологічну схему супроводу типового одноденного автобусного екскурсійно-відпочинкового туру для групи туристів з 20 чоловік, що включає послідовно: переїзд до іншого міста, оглядову екскурсію цим містом, обід в кафе, відвідування музею, вільний час та зворотній переїзд. Дана схема може служити пілотним матеріалом для обговорень та дискусій з метою подальшого вдосконалення існуючих, формування нових та затвердження загальних стандартів туристичного супроводу. Отже, послідовні дії супроводжувача такого туру під час його підготовки, проведення та підведення підсумків полягають у наступному.

1. За один або два дні до початку туру відвідати офіс туристичної компанії – розробника туру та отримати детальні консультації та усно з'ясувати всі нюанси послідовних програмних заходів туру.

2. Отримати пакет документів і матеріалів для реалізації туру – «папку («валізку») супроводжувача», що містить: фірмову табличку туристичної фірми для демонстрації при збиранні групи та для розміщення на лобовому склі автобуса під час туру (за умови узгодження з перевізником); груповий страховий поліс; прапор туристичної компанії для групового фотографування на знакових місцях; роздруковану програму туру з таймінгом та контактами усіх надавачів окремих послуг; список групи з номерами телефонів кожного туриста та вказанням місця в автобусі; схему розсадки туристів по місцях в автобусі; папірці з номерами місць в автобусі; друковані рекламні матеріали та сувеніри на згадку про подорож.

3. У разі необхідності отримати готівкові кошти для оплати окремих послуг (в нашому випадку – транспортних, екскурсійних, вхідні квитки в музей, харчування), перерахувати у присутності представника-консультанта від туристичної фірми.

4. У разі необхідності уточнення певних нюансів подорожі зв'язатися з надавачами послуг (насамперед з перевізником та екскурсоводом по місту).

5. У разі необхідності написати у чат групи туристів по цій подорожі в одній із соціальних мереж (чат створюється розробником туру) окремі настанови туристам щодо речей, документів та ліків, які варто взяти з собою в тур, та форми одягу з урахуванням прогнозованих погодних умов та інших обставин.

6. Звільнити пам'ять власного смартфона для накопичення фотографій та відеозаписів майбутнього туру.

7. У день реалізації туру взяти з собою «валізку супроводжувача», отримані готівкові кошти, смартфон та зарядні пристрої. З'явитися на місце зустрічі групи за 15 хвилин до початку туру. У разі відсутності автобуса на місці оперативно зв'язатися з водієм.

8. При прибутті автобуса познайомитися з водієм та розрахуватися за транспортні послуги, перевірити салон автобуса та сидіння, перевірити роботу автобусного мікрофона, розкласти папірці з номерами по місцях. З'ясувати знання дороги водієм, у разі необхідності користуватися власними знаннями дороги, довідковими картографічними Google-сервісами та телефонними консультаціями представників приймаючого міста.

9. Зустріти групу біля автобуса з демонстрацією фірмової таблички туристичної компанії. Люб'язно запрошувати туристів до автобуса почергово, оголошуючи кожному номер його місця. У разі запізнення когось із туристів терміново з ним зв'язатися та з'ясувати обставини, нагадавши, що час очікування не може перевищувати 15 хвилин.

10. Після виїзду автобуса в тур з використанням мікрофону ще раз привітати групу, побажати позитивного настрою, представитись та представити водія, оголосити номер автобуса та програму туру, проанонсувавши в заохочувальній формі всі заходи під час туру. Ввічливо попросити дотримуватись таймінгу під час туру та підтримувати чистоту в автобусі.

11. З'ясувати місце найближчої комфортної автозаправної станції для першої санітарно-технічної зупинки та визначити орієнтовний час її відвідування, про що оголосити в мікрофон.

12. Зв'язатися з екскурсоводом по місту відвідування, визначити (уточнити) місце та час зустрічі.

13. В дорозі періодично надавати цікаву дорожню інформацію та контролювати настрій у туристичній групі. Оперативно реагувати на скарги та побажання туристів, постійно підтримуючи комфортний психологічний клімат в групі.

14. По прибутті до місця першої санітарної зупинки чітко оголосити час відправлення та контролювати вчасність збору туристів та від'їзду. Під час зупинки зібрати папірці з номерами місць.

15. З'ясувати місце та час другої санітарної зупинки ближче до міста відвідування, аналогічно контролюючи час перебування групи на АЗС.

16. Перед в'їздом до міста призначення вдруге зв'язатися з приймаючим гідом, остаточно з'ясувавши місце та час зустрічі.

17. Після зустрічі з місцевим екскурсоводом розрахуватися з ним, представити його групі та передати йому повноваження супроводжувача на час екскурсії, надавши зручне місце в автобусі з мікрофоном.

18. Під час екскурсії стежити за групою та настроєм у групі, контролювати час. У найбільш знакових місцях організувати та зробити спільні групові фото з прапором туристичної компанії.

19. За годину до обіду зв'язатися з адміністратором кафе та узгодити час обіду, нюанси щодо проїзду та паркування автобусу, уточнити кількість учасників групи, що будуть обідати.

20. Після завершення екскурсії попросити екскурсовода надати загальні поради групі, де і як з користю та задоволенням провести в даному місті вільний час, подякувати за екскурсію від себе та від усієї групи.

21. По прибутті в кафе розрахуватися з адміністратором з урахуванням фактичної кількості учасників групи, що обідають. З'ясувати посадочні місця для групи та місце санітарного вузла. Запросити групу до кафе, направивши до санвузла та посадкових місць. Слідкувати за таймінгом під час обіду. За необхідності зарядити смартфон від стаціонарного джерела живлення.

22. Під час обіду зателефонувати до музею, остаточно з'ясувавши час прибуття групи, тривалість екскурсії та огляду експонатів, особливості проїзду та паркування автобусу.

23. Після обіду подякувати закладу харчування від себе та від групи. Зібравши групу в автобусі, підбадьорити усіх та проанонсувати відвідування музею.

24. По прибутті до музею розрахуватися за музейну екскурсію та з урахуванням фактичної кількості учасників – за вхідні квитки. Познайтись із музейним гідом. Запросити групу до музею, представити екскурсовода, призначити час збору в автобусі після музейної екскурсії.

25. Під час перебування в музеї контролювати групу, включно із загальним настроєм та психологічним кліматом. Зробити декілька групових фото з прапором. Наприкінці подякувати музейному гіду від себе та від групи.

26. Після завершення перебування в музеї зібрати групу в автобусі, переїхати у визначене місце для початку та закінчення проведення вільного часу за бажанням, запропонувати варіанти. Визначити та оголосити час збору групи в автобусі та час від'їзду. Контролювати психологічний клімат в групі та зарядженість власного смартфона.

27. Після збору групи в автобусі по завершенні вільного часу роздати туристам рекламні листівки та сувеніри на згадку від компанії – організатора туру. Після від'їзду у напрямі домівки підвести підсумки подорожі, з'ясувати найцікавіші її моменти та місця.

28. Під час зворотного переїзду надати усно із застосуванням мікрофону рекламну інформацію щодо наступних турів компанії, за бажанням туристів забезпечувати прослуховування аудіозаписів або перегляд фільмів, підтримуючи дружні стосунки з групою та водієм. Попросити усіх туристів не виходити з групового чату до розміщення у ньому анкети щодо оцінки складових туру та її заповнення, заохотити до викладення в чат окремих особистих фото та відеозаписів з туру.

29. На зворотному шляху робити санітарні зупинки з урахуванням побажань туристів, використовуючи лише комфортні АЗС.

30. При наближенні до рідного міста оголосити про прибуття незабаром, про правила зупинок та виходу на шляху до кінцевого пункту. Попросити не забувати особисті речі. Подякувати за користування послугами компанії.

31. За потреби зупиняти автобус для висадки туристів лише на узгоджених з водієм зупинках, люб'язно прощаючись з кожним туристом та висловлюючи позитивні побажання.

32. При прибутті до кінцевого пункту попрощатись із рештою групи, ще раз подякувати та побажати усього найкращого.

33. Протягом першої доби після завершення туру викласти в чат групові та інші цікаві власні фото та відеозаписи з туру, побажати остаточно усім учасникам усього найкращого та ненав'язливо закликати купувати та здійснювати нові тури компанії.

34. Протягом тижня відвідати офіс туристичної компанії, повернути «папку супроводжувача» та відзвітувати про супроводжений тур, обговоривши з його організаторами сильні та слабкі сторони подорожі і варіанти удосконалення програми та технології її реалізації.

Таким чином, лише із загальних позицій наданої технологічної схеми супроводу типового одноденного автобусного туру з трьома програмними заходами та вільним часом стає зрозумілим, що туристичний супровід являє собою досить складний сервісний процес, який вимагає неабияких знань, вмінь та особистих рис його реалізаторів, включаючи надзвичайну відповідальність (у т. ч. фінансову), обізнаність в оперуванні Google-картами та створенні контенту для соцмереж, стресостійкість та оперативність у прийнятті рішень, з урахуванням величезного спектру можливих непередбачуваних ситуацій.

У світлі вищевикладеного актуальним в сучасних умовах можна вважати вдосконалення, створення та впровадження національних стандартів і навчально-методичних та інструктивно-нормативних матеріалів щодо туристичного супроводу з урахуванням міжнародних норм. З іншого боку, не варто забувати про те, що як екскурсія, так і програма туристичної подорожі в цілому являє собою результат творчого процесу, де цінується креатив, незвичність та індивідуальний підхід. Тому, на відміну від окремих інших виробничих та сервісних технологій, процеси екскурсійного та супровідного обслуговування не можуть бути піддані абсолютній формалізації.

У цьому зв'язку варто наголосити на важливості емоційної складової у наданні зазначеного виду послуг. В сучасних умовах у світі і туризм, і готельно-ресторанна справа є чи не найяскравішим проявом та

віддзеркаленням «економіки вражень», концепцію якої в 1998 р. започаткували американські науковці Джо-зеф Б. Пайн і Джеймс Х. Гілмор [6]. Згідно з даною концепцією, економіка вражень є сучасним етапом розвитку світового господарства, після відповідних етапів пріоритетності в економіці аграрного, індустріального та сервісного секторів, та передбачає важливість не стільки формальних проявів якості і відповідності стандартам товарів та послуг, скільки «ступеня позитивності» тих емоцій та вражень, які вони викликають у споживачів ([4], [12] та ін.). Тому в нашому випадку, щодо стандартизації технологічних процесів туристичного супроводу та проведення екскурсій, варто знайти «золоту середину» між забезпеченням високої якості послуг та проявами творчої фантазії і креативу.

Висновки. Окремі послуги та в цілому діяльність щодо підготовки й проведення екскурсій та супроводу, а також екскурсійне і супровідне забезпечення туристичних подорожей, навчальних, ділових та рекламних заходів являють собою змістовно та технологічно складні операції, що потребують доволі широкого спектру професійних знань, вмінь та особистих характеристик його надавачів. Розмежування між екскурсією та супроводом залежить від співвідношення екскурсійних та супровідних послуг в одному туристично-прогулянковому заході. Вибір технології здійснення екскурсійної та супровідної діяльності залежить значною мірою від провідної мети заходу та контингенту відвідувачів, що диференціюється за трьома ключовими цільовими трактуваннями екскурсійно-супровідного заходу: як туристичної послуги, як методу навчання і як рекламного та PR-інструменту. Окремі технології екскурсійного та, особливо, супровідного обслуговування потребують вдосконалення та стандартизації, з урахуванням міжнародних норм та тенденцій «економіки вражень».

Список використаних джерел:

1. Starynets O., Shestel O., Matviichuk L. New trends in the formation of excursions in Ukraine. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2023. № 3 (9). С. 66–70.
2. Білянська М. М., Бондаренко Л. І., Лазебна О. М. Застосування методу інтерпретації в процесі проведення екскурсій екологічного спрямування. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*. 2020. № 70. Т. 1. С. 36–41.
3. Богатирьова Г. А., Ніколайчук О. А., Романуха О. М., Снігур К. В. Організація туристичної діяльності: методика та практика : навч. посіб. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2020. 159 с.
4. Боярська М. О. Сутність та визначення економіки вражень на сучасному етапі розвитку економіки України. *Молодий вчений*. 2016. № 4. С. 25–27.
5. Верес К. О. Інноваційні технології в екскурсійному супроводі. *SWorld*. 2014. Т. 34. Вип. 2. С. 29–34.
6. Гаврилюк О. В., Півнюва Л. В. Економіка вражень – новий креативний тренд туристичного бізнесу. *Тези доповідей IV Міжнар. наук.-практ. конф.-фестивалю «Нематеріальна культурна спадщина як сучасний туристичний ресурс: досвід, практики, інновації»* (м. Київ, 20-21 травня 2021 р.). Київ: Вид. центр КНУКіМ, 2021. С. 335–339.
7. Галасюк С. С. Проблемні питання організації діяльності фахівців туристичного супроводу в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Вип. 7. С. 566–569.
8. Горб К. М., Корнєєв М. В., Кучер М. М. Гостинність в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: загальні засади досліджень та особливості підготовки фахівців. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2024. № 1 (85). С. 111–119.
9. Горб К. М., Корнєєв М. В., Кучер М. М. Комунікативні компетентності персоналу в туристичному, готельному, ресторанному менеджменті та маркетингу. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2025. № 1 (89). С. 74–79.
10. Гудкова Н. Інтерпретація спадщини: як проводити екскурсії цікаво. URL: <https://www.britishcouncil.org.ua/heritage-interpretation-how-make-excursions-captivating>
11. Джинджоян В. В., Тесленко Т. В., Горб К. М. Інноваційні технології в туризмі та гостинності: навчальний посібник. Київ: Видавництво «Каравела», 2022. 340 с.
12. Дишкантюк О. В. Економіка вражень – сучасний етап розвитку суспільного виробництва. *Економіка харчової промисловості*. 2016. Том 8. Вип. 4. С. 3–9.
13. Касинець О. В. Ефективна підготовка фахівців туристичного супроводу (екскурсоводів) – потреба сучасності. *Сучасні тенденції розвитку науки і освіти в умовах поглиблення євроінтеграційних процесів* : збірник тез доповідей II Всеукраїнської науково-практичної конференції, 17-18 травня 2018 р., Мукачєво / Ред. кол. : Т. Д. Щербан (гол. ред.) та ін. Мукачєво : Вид-во МДУ, 2018. С. 432–434.
14. Кіптенко В. К., Малиновська О. К. Організація екскурсійних послуг: Підручник. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2018. 518 с.
15. Коваленко О. В. Визначення професійних компетентностей, якими повинен володіти фахівець туристичного супроводу (гід-екскурсовод). *Проблеми та шляхи реалізації компетентнісного підходу в сучасній освіті*: матеріали Міжнародної науково-методичної Інтернет-конференції, 14-15 травня 2020 року / за заг. ред. О. А. Жукової. Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2020. С. 57–62.

16. Коваленко О. В. Особливості підготовки фахівців туристичного супроводу (гідів-екскурсоводів) у країнах Європейського Союзу. *Актуальні питання гуманітарних наук* : міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Дрогобич : Видавничий дім «Гельветика», 2020. Вип. 27, том 3. С. 102–106.
17. Король О. Д. Організація екскурсійних послуг у туризмі : навч.-метод. посібник. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2016. 144 с.
18. Кривенко Є. Є., Покоłodна М. М. Сучасні інноваційні форми проведення екскурсій. *Матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. «Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності: глобальні виклики»* (м. Харків, 15 квітня 2024 р.). Харків: ХНУМГ імені О. М. Бекетова, 2024. С. 252–254.
19. Лисюк Т. В., Терещук О. С., Дмитрук О. О. Екскурсійне обслуговування у структурі туристичного продукту. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 28 (1). С. 175–178.
20. Машіка Г. Особливості використання мобільних додатків в організації та проведенні екскурсій. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2024. № 1 (11). С. 32–39.
21. Мистецтво інтерпретації природи: найцікавіше з тренінгу WWF Україна для Київського зоопарку. 2019. URL: <https://wwf.ua/?344371/interpretation-zoo>
22. Мілінчук О. В., Кириєнко Ю. О. Стандартизація вітчизняних туристичних послуг в контексті європейської інтеграції. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки*. 2015. № 2. С. 169–174.
23. Нещеретний Б. С., Покоłodна М. М. Використання інноваційних технологій на екскурсіях. *Матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. «Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності: глобальні виклики»* (м. Харків, 15 квітня 2024 р.). Харків: ХНУМГ імені О. М. Бекетова, 2024. С. 254–255.
24. Організація туризму: підручник / За заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. Тернопіль : ТНЕУ, 2017. 448 с.
25. Паньків М. М. Економіка вражень як інструмент застосування готельного продукту. *Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації*. Матеріали X Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 6-7 квітня 2023 р.). Київ: КНУКІМ, 2023. С. 370–371.
26. Сокол Т. Г. Визначення фахових компетентностей професійної підготовки фахівців туристичного супроводу з урахуванням вимог сучасного інформаційного суспільства. *Інтернет-освіта-наука-2016* : Матеріали Десятої міжнародної науково-практичної конференції ІОН-2016 (11-14 жовтня 2016 р.). Вінниця: ВНТУ, 2016 С. 117–118.
27. Сокол Т. Професійна підготовка туристичних гідів в Україні у світлі європейських вимог. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія : Туризм*. 2019. Т. 2. № 2. С. 157–163.
28. Технологія туристичної діяльності : лабораторний практикум / укл. Т. Д. Скутар. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2020. 64 с.
29. Чубукова О. Ю., Яренко А. В. Економіка вражень: передумови зародження, головні ідеї, економічна сутність. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія : Економічні науки*. 2016. № 6. С. 92–98.

References:

1. Starynets O., Shestel O., Matviichuk L. (2023). New trends in the formation of excursions in Ukraine. *Innovatsii ta tekhnologii v sferi posluh i kharchuvannia*, 3 (9), pp. 66–70.
2. Bilianska M. M., Bondarenko L. I., Lazebna O. M. (2020). Zastosuvannia metodu interpretatsii v protsesi provedennia ekskursii ekolohichnoho spriamuvannia [Application of the interpretation method in the process of conducting ecological excursions]. *Pedahohika formuvannia tvorchoi osobystosti u vyshchii i zahalnoosvitnii shkolkakh*, 70(1), pp. 36-41.
3. Bohatyrova H. A., Nikolaichuk O. A., Romanukha O. M., Snihur K. V. (2020). Orhanizatsiia turystychnoi diialnosti: metodyka ta praktyka : navch. posib [Organization of tourist activities: methodology and practice: teaching manual]. Kryvyi Rih: DonUET. 159 p.
4. Boiarska M. O. (2016). Sutnist ta vyznachennia ekonomiky vrazhen na suchasnomu etapi rozvytku ekonomiky Ukrainy [The essence and definition of the impression economy at the current stage of development of the Ukrainian economy]. *Molodyi vchenyi*, 4, pp. 25-27.
5. Veres K. O. (2014). Innovatsiini tekhnologii v ekskursiinomu suprovodi [Innovative technologies in excursion support]. *SWorld*. T. 34. Vyp. 2, pp. 29-34.
6. Havryliuk O. V., Pivnova L. V. (2021). Ekonomika vrazhen – novyi kreatyvnyi trend turystychnoho biznesu [The Experience Economy is a new creative trend in the tourism business]. *Tezy dopovidei IV Mizhnar. nauk.-prakt. konf.-festyvaliu «Nematerialna kulturna spadshchyna yak suchasnyi turystychnyi resurs: dosvid, praktyky, innovatsii»* (m. Kyiv, 20-21 travnia 2021 r.). Kyiv: Vyd. tsentr KNUKIM, pp.335-339.
7. Halasiuk S. S. (2015). Problemni pytannia orhanizatsii diialnosti fakhivtsiv turystychnoho suprovodu v Ukraini [Problematic issues of organizing the activities of tourist support specialists in Ukraine]. *Hlobalni ta*

natsionalni problemy ekonomiky: elektronne naukovе fakhove vydannia. Mykolaiv: MNU im. V. O. Sukhomlynskoho. Vyp. 7. pp. 566-569.

8. Horb K. M., Kornieiev M. V., Kucher M. M. (2024). Hostynnist v hotelno-restorannomu ta turystychnomu biznesi : zahalni zasady doslidzhen ta osoblyvosti pidhotovky fakhivtsiv [Hospitality in the hotel, restaurant and tourism business: general principles of research and features of specialist training]. *Naukovyi pohliad: ekonomika ta upravlinnia*, 1 (85), pp. 111-119.

9. Horb K. M., Kornieiev M. V., Kucher M. M. (2025). Komunikatyvni kompetentnosti personalu v turystychnomu, hotelnomu, restorannomu menedzhmenti ta marketynhu [Communicative competences of personnel in tourism, hotel, restaurant management and marketing]. *Naukovyi pohliad: ekonomika ta upravlinnia*, 1 (89), pp. 74-79.

10. Hudkova N. Interpretatsiia spadshchyny: yak provodyty ekskursii tsikavo [Heritage interpretation: how to make excursions interesting]. URL: <https://www.britishcouncil.org.ua/heritage-interpretation-how-make-excursions-camptivating>

11. Dzhyndzhoian V. V., Teslenko T. V., Horb K. M. (2022). Innovatsiini tekhnolohii v turyzmi ta hostynnosti: navchalnyi posibnyk [Innovative technologies in tourism and hospitality: a training manual]. Kyiv: Vydavnytstvo «Karavela». 340 p.

12. Dyshkantiuk O. V. (2016). Ekonomika vrazhen – suchasnyi etap rozvytku suspilnoho vyrobnytstva [The impression economy is a modern stage in the development of social production]. *Ekonomika kharchovoi promyslovosti*. Tom 8. Vypusk 4, pp. 3-9.

13. Kasynets O. V. (2018). Efektyvna pidhotovka fakhivtsiv turystychnoho suprovodu (ekskursovodiv) – potreba suchasnosti [Effective training of tourist support specialists (tour guides) is a modern need]. *Suchasni tendentsii rozvytku nauky i osvity v umovakh pohlyblennia yevrointehratsiinykh protsesiv : zbirnyk tez dopovidei II Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii, 17-18 travnia 2018 r., Mukachevo / Red. kol. : T. D. Shcherban (hol. red.) ta in. Mukachevo : Vyd-vo MDU*, pp. 432-434.

14. Kiptenko V. K., Malynovska O. K. (2018). Orhanizatsiia ekskursiinykh posluh: Pidruchnyk [Organization of excursion services: Textbook]. Kherson : OLDI-PLiuS, 2018. 518 p.

15. Kovalenko O. V. (2020). Vyznachennia profesiinykh kompetentnostei, yakymy povynen volodyty fakhivets turystychnoho suprovodu (hid-ekskursovod) [Definition of professional competencies that a tourist support specialist (tour guide) must possess]. *Problemy ta shliakhy realizatsii kompetentnisnoho pidkhodu v suchasni osviti: materialy Mizhnarodnoi naukovo-metodychnoi Internet-konferentsii, 14-15 travnia 2020 roku / za zah. red. O.A. Zhukovoi*. Kharkiv: KhNU imeni V.N. Karazina, pp. 57-62.

16. Kovalenko O. V. (2020). Osoblyvosti pidhotovky fakhivtsiv turystychnoho suprovodu (hidiv-ekskursovodiv) u krainakh Yevropeiskoho Soiuzu [Features of training tourist support specialists (tour guides) in the countries of the European Union]. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk : mizhvuzivskiy zbirnyk naukovykh prats molodykh vchenykh Drohobyskoho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu imeni Ivana Franka*. Drohobych : Vydavnychiy dim «Helvetyka», Vyp. 27, tom 3, pp. 102-106.

17. Korol O. D. (2016). Orhanizatsiia ekskursiinykh posluh u turyzmi : navch.-metod. Posibnyk [Organization of excursion services in tourism: teaching and methodological manual]. Chernivtsi : Chernivetskyi nats. un-t. 144 p.

18. Krivenko Ye. Ye., Pokolodna M. M. (2024). Suchasni innovatsiini formy provedennia ekskursii [Modern innovative forms of excursions conducting]. *Materialy III Mizhnar. nauk.-prakt. konf. «Suchasni tendentsii rozvytku industrii turyzmu ta hostynnosti: hlobalni vyklyky» (m. Kharkiv, 15 kvitnia 2024 r.)*. Kharkiv: KhNUMH imeni O.M. Beketova, pp. 252-254.

19. Lysiuk T. V., Tereshchuk O. S., Dmytruk O. O. (2018). Ekskursiine obsluhovuvannia u strukturi turystychnoho produktu [Excursion services in the structure of the tourist product]. *Prychornomorski ekonomichni studii*, 28 (1), pp. 175-178.

20. Mashika H. (2024). Osoblyvosti vykorystannia mobilnykh dodatkov v orhanizatsii ta provedenni ekskursii [Features of using mobile applications in organizing and conducting excursions]. *Innovatsii ta tekhnolohii v sferi posluh i kharchuvannia*, 1 (11), pp. 32-39.

21. Mystetstvo interpretatsii pryrody: naitsikavishe z treninhu WWF Ukraina dlia Kyivskoho zooparku [The art of nature interpretation: the most interesting from the WWF Ukraine training for the Kyiv Zoo] (2019). URL: <https://wwf.ua/?344371/interpretation-zoo>

22. Milinchuk O. V., Kyryienko Yu. O. (2015). Standartyzatsiia vitchyznianykh turystychnykh posluh v konteksti yevropeiskoi intehratsii [Standardization of domestic tourist services in the context of European integration]. *Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu. Seriya : Ekonomichni nauky*, 2, pp. 169-174.

23. Neshcheretnyi B. S., Pokolodna M. M. (2024). Vykorystannia innovatsiinykh tekhnolohii na ekskursiiaakh [Using innovative technologies on excursions]. *Materialy III Mizhnar. nauk.-prakt. konf. «Suchasni tendentsii rozvytku industrii turyzmu ta hostynnosti: hlobalni vyklyky» (m. Kharkiv, 15 kvitnia 2024 r.)*. Kharkiv: KhNUMH imeni O. M. Beketova, pp. 254-255.

-
24. Orhanizatsiia turyzmu: pidruchnyk / Za zah. red. d.e.n., prof. V. Ya. Brycha (2017) [Tourism Organization: Textbook / Edited by Doctor of Economics, Prof. V. Ya. Brych]. Ternopil : TNEU, 448 p.
25. Pankiv M. M. (2023). Ekonomika vrazhen yak instrument zastosuvannia hotelnoho produktu [The experience economy as a tool for applying the hotel product]. *Hostynnist, servis, turizm: dosvid, problemy, innovatsii. Materialy Kh Mizhnar. nauk.-prakt. konf. (m. Kyiv, 6-7 kvitnia 2023 r.)*. Kyiv: KNUKIM, pp.370-371.
26. Sokol T. H. (2016). Vyznachennia fakhovykh kompetentnostei profesiinoi pidhotovky fakhivtsiv turystychnoho suprovodu z urakhuvanniam vymoh suchasnoho informatsiinoho suspilstva [Definition of professional competencies for professional training of tourism support specialists taking into account the requirements of the modern information society]. *Internet-osvita-nauka-2016 : Materialy Desiatoi mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii ION-2016 (11-14 zhovtnia 2016 r.)*. Vinnytsia: VNTU, pp 117-118.
27. Sokol T. (2019). Profesiina pidhotovka turystychnykh hidiv v Ukraini u svitli yevropeiskykh vymoh [Professional training of tourist guides in Ukraine in light of European requirements]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu kultury i mystetstv. Serii : Turizm*. T. 2. № 2, pp. 157-163.
28. Tekhnolohiia turystychnoi diialnosti : laboratornyi praktykum (2020) [Tourism technology: laboratory workshop] / ukl. T. D. Ckutar. Chernivtsi : Chernivets. nats. un-t im. Yu. Fedkovycha, 64 p.
29. Chubukova O. Yu., Yarenko A. V. (2016). Ekonomika vrazhen: peredumovy zarodzhennia, holovni idei, ekonomichna sutnist [The economy of impressions: prerequisites for its emergence, main ideas, economic essence]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu tekhnolohii ta dyzainu. Serii : Ekonomichni nauky*, 6, pp. 92-98.