

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

Факультет міжнародного туризму та економіки

Кафедра туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної дипломної роботи

другого (магістерського) рівня вищої освіти

на тему ТУРИСТСЬКО-ЕКСКУРСІЙНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ ЯК
ЧАСТИНА СИСТЕМИ НАДАННЯ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ В ГОТЕЛІ

(назва теми)

Виконала: студентка VI курсу, групи МТЕз-412м
Спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа

(код та назва)

Освітня програма (спеціалізація) Готельно-
ресторанна справа

ЛОЦМАН А.С.

(ПРИЗВИЩЕ та ініціали)

Керівник ВІНДЮК А.В.

(ПРИЗВИЩЕ та ініціали)

Рецензент Захарова С.Г.

(ПРИЗВИЩЕ та ініціали)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

Факультет Міжнародного туризму та економіки

Кафедра Туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Ступінь вищої освіти Другий (магістерський) рівень

Освітньо-кваліфікаційний рівень магістр

Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа
(шифр і назва)

Освітня програма (спеціалізація) Готельно-ресторанна справа
(назва освітньої програми (спеціалізації))

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри ТГРБ

В.М. Зайцева

«01» вересня 2023 року

ЗАВДАННЯ
НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНТА

Лоцман Анни Сергіївни

(прізвище, ім'я по батькові)

1. Тема роботи Туристсько-екскурсійне обслуговування як частина системи надання додаткових послуг в готелі

керівник роботи (проекту) ВІНДЮК А.В., д. п. н. проф.,
затвердженні наказом вищого навчального закладу від «18» жовтня 2023 року № 397

2. Строк подання студентом роботи (проекту) 15.12.2023 р.

3. Вихідні дані до роботи (проекту) в роботі використанні результати наукових праць вітчизняних та зарубіжних дослідників, вітчизняні нормативно-правові та нормативні документи, статистичні дані, матеріали неурядових вітчизняних та зарубіжних організацій, дані спеціалізованих періодичних видань з питань використання сучасних інноваційних технологій в готельному господарстві, результати проведеного автором дослідження.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) _____

Розділ 1. Теоретичні аспекти надання готельних послуг.

Розділ 2. Організація надання додаткових послуг у готельному господарстві.

Розділ 3. Туристсько-екскурсійне обслуговування як додаткова послуга в готелі (на прикладі Запорізького обласного краєзнавчого мезею).

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

4 таблиці, 3 рисунка

6. Консультанти розділів дипломної роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	ВІНДЮК А.В., д. п. н. проф.	12.11.2023	13.11.2023
2	ВІНДЮК А.В., д. п. н. проф.	05.12.2023	06.12.2023
3	ВІНДЮК А.В., д. п. н. проф.	06.12.2023	07.12.2023
Нормо-контроль	Кукліна Т.С., к.е.н., доцент		

7. Дата видачі завдання 01.09.2023 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Узгодження теми, складання змісту	02.10.23	Виконано
2	Вивчення літературних джерел	02.10.23–17.10.23	Виконано
3	Збір матеріалу на кваліфікаційну дипломну роботу	02.10.23–17.10.23	Виконано
4	Групування та аналіз зібраного матеріалу	02.10.23–17.10.23	Виконано
5	Виконання першого розділу	12.11.23	Виконано
6	Виконання другого розділу	05.12.23	Виконано
7	Виконання третього розділу	09.12.23	Виконано
8	Формування висновків та рекомендацій	09.12.23	Виконано
9	Оформлення кваліфікаційної дипломної роботи	09.12.23	Виконано
10	Перевірка роботи керівником	10.12.23	Виконано
11	Одержання відгуку та рецензії	01-20.12.2023	Виконано
12	Попередній захист кваліфікаційної дипломної роботи	16-30.11.2023	Виконано
13	Подання роботи на кафедру	15.12.2023	Виконано
14	Захист кваліфікаційної дипломної роботи		Виконано

Студентка

_____ (підпис)

ЛОЦМАН А.С.

_____ (прізвище та ініціали)

Керівник роботи

_____ (підпис)

ВІНДЮК А.В.

_____ (прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

Актуальність обраної теми полягає в визначенні шляхів удосконалення та підвищення якості додаткових готельних послуг, а саме туристсько-екскурсійних послуг. Важливою складовою сфери гостинності є готельне господарство. Саме готельні підприємства виконують одну з основних функцій у сфері обслуговування туристів, забезпечуючи їх житлом і різноманітними послугами. Сьогодні готелі вважаються основним і найбільш розповсюдженим видом житла. Найчастіше вони є ключовим елементом пакетних турів.

Готельне господарство швидко розвивається та інвестується як важлива галузь індустрії туризму та національного господарства, яка здатна приносити високий прибуток та активно сприяти економічному розвитку суспільства. У час зростання чисельності туристів та посилення конкурентної боротьби на ринку туристичних послуг з проблемою якості послуг зіткнулись усі вітчизняні виробники готельних послуг. Тому підвищення якості послуг та розширення їх обсягу має важливе значення для готельного підприємства, споживача та національної економіки в цілому. Надання якісних послуг відвідувачам сприяє збільшенню обсягу їх реалізації, рентабельності підприємства, зростанню престижу готелю.

Метою кваліфікаційної дипломної роботи є дослідження туристсько-екскурсійного обслуговування як частини системи надання додаткових послуг в готелі.

Для досягнення поставленої мети треба вирішити наступні завдання :

- дослідити теоретичні аспекти надання готельних послуг;
- проаналізувати організацію надання додаткових послуг у готельному господарстві;
- розглянути туристсько-екскурсійне обслуговування як додаткову послугу в готелі (на прикладі Запорізького обласного краєзнавчого музею).

Об'єктом дослідження роботи є туристсько-екскурсійне

обслуговування.

Предмет дослідження – туристсько-екскурсійне обслуговування в готелях, як складова додаткових послуг.

В якості **інформаційної бази дослідження** були використані різні навчальні посібники, статті вітчизняних і зарубіжних авторів з даної тематики, документація підприємства, Інтернет-ресурси, власний досвід роботи на посаді молодшого наукового співробітника Запорізького краєзнавчого музею.

Для вирішення поставлених завдань у роботі використано такі **методи дослідження**: описовий, порівняння, узагальнення, аналіз літературних джерел та Інтернет ресурсів.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в доповненні змісту організації та надання туристсько-екскурсійних послуг як додаткових послуг готельного господарства.

Практичне значення роботи полягає у визначенні особливостей надання готельних послуг, а саме туристсько-екскурсійних екскурсійних послуг. Матеріали даної роботи можуть бути використані при вивченні студентами спеціальностей 241 «Готельно-ресторанна справа» і 242 «Туризм», дисциплін «Організація готельного господарства» та «Організація екскурсійних послуг».

Апробація результатів кваліфікаційної дипломної роботи. Основні результати дипломної роботи були викладені і ухвалені на II Міжнародній науково-практичній конференції «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства» (м. Запоріжжя, Національний університет «Запорізька політехніка», листопад 2023 р.) [50].

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань (50 найменувань), додатків. Загальний обсяг роботи становить 89 сторінок, основний зміст роботи викладено на 82 сторінках. Робота містить 4 таблиці та 3 рисунка.

АНОТАЦІЯ

Лоцман А. С. Туристсько-екскурсійне обслуговування як частина системи надання додаткових послуг в готелі.

Робота присвячена дослідженню туристсько-екскурсійного обслуговування як частині системи надання додаткових послуг в готельному господарстві. Охарактеризовано теоретичні аспекти надання готельних послуг, а саме їх поняття та класифікацію. Проаналізовано особливості організації надання додаткових послуг у готельному господарстві. Розглянуто туристсько-екскурсійне обслуговування як додаткову послугу в готелях (на прикладі Запорізького обласного краєзнавчого музею).

Ключові слова: туристсько-екскурсійне обслуговування, готельне господарство, готельні послуги, додаткові послуги, Запорізький обласний краєзнавчий музей.

ANNOTATION

Lotsman A. S. Tourism and excursion service as the part of the system providing extra services at the hotel

The work is devoted studying of tourist and excursion service as part of the system of providing additional services in the hotel industry. Concepts and classification of theoretical aspects are characterized, namely their. The peculiarities of the organization of the provision of additional services in the hotel industry are analyzed. Tourist and excursion service was considered as an additional service in hotels (example – Zaporizhia Regional Museum of Local History).

Keywords: tourism and excursion service, hotel industry, hotel services, additional services, Zaporizhia Regional Museum of Local History.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

АТО – Антитерористична операція на сході України

гр. – гривня

м. – місто

мал. – малюнок

ООС – Операція Об'єднаних сил

р., рр. – рік, роки

рис. – рисунок

с. – село

США – Сполучені Штати Америки

табл. – таблиця

тис. – тисяч

ІСОМ – міжнародне об'єднання музеїв

VIP – Very Important Person (укр. Вельми Іменита Персона)

% – відсоток

ЗМІСТ

ВСТУП	9
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ НАДАННЯ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ	12
1.1. Історія розвитку готельних послуг	12
1.2. Поняття і класифікація готельних послуг	22
РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ НАДАННЯ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ У ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ	35
2.1. Особливості організації додаткових послуг	35
2.2. Туристсько-екскурсійне обслуговування у готельному господарстві	41
РОЗДІЛ 3. ТУРИСТСЬКО-ЕКСКУРСІЙНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ ЯК ДОДАТКОВА ПОСЛУГА В ГОТЕЛІ (НА ПРИКЛАДІ ЗАПОРІЗЬКОГО ОБЛАСНОГО КРАЄЗНАВЧОГО МУЗЕЮ)	56
ВИСНОВКИ	81
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	83
ДОДАТКИ	88

ВСТУП

Важливою складовою сфери гостинності є готельне господарство. Саме готельні підприємства виконують одну з основних функцій у сфері обслуговування туристів, забезпечуючи їх житлом і різноманітними послугами. Адже готелі вважаються основним і найбільш розповсюдженим видом житла. Найчастіше вони є ключовим елементом пакетних турів.

Прискорений розвиток туризму та бажання отримати більші прибутки, а також зростаюча платоспроможність клієнта сприяли розширенню та урізноманітненню готельної діяльності. Таким чином до основних готельних послуг таких як розміщення та харчування, додаються й нові додаткові послуги одними з яких є туристсько-екскурсійне обслуговування. Така діяльність призводить до збагачення змісту поняття «готельне господарство». А різноманітність і різнобічність у переліку додаткових готельних послуг дозволяє готельному підприємству здобувати перемогу в складній конкурентній боротьбі на ринку. Також додаткові продукти готелів дозволяють отримувати додаткову вигоду разом з вигодою від реалізації основного продукту і допомагають відрізнити продукт певного підприємства від продуктів-конкурентів.

Зазвичай у більшості споживачів готельних послуг можна виділити одну спільну потребу – потребу відвідати визначні туристичні місця та познайомитись з історією міста. І саме тому одним з основних та найбільш популярних компонентів додаткових послуг в готелі є туристсько-екскурсійне обслуговування.

Дослідження питання з організації основних та додаткових готельних послуг знайшло своє відображення у працях Левицька І. В.; Корж Н. В.; Онищук Н. В; Круль Г. Я.; Заячук О. Г.; Чорненької Н. В. та ін.

Актуальність обраної теми полягає в визначенні шляхів удосконалення та підвищення якості додаткових готельних послуг, а саме туристсько-екскурсійних послуг. Історія виникнення додаткових готельних послуг є

дуже давня. І весь час система додаткових послуг змінювалась та розширювалась згідно зі зміною людських потреб. Такі зміни відбуваються і в даний час, а додаткові готельні послуги вже стали невід'ємною складовою готельного підприємства.

Готельне господарство швидко розвивається та інвестується як важлива галузь індустрії туризму та національного господарства, яка здатна приносити високий прибуток та активно сприяти економічному розвитку суспільства. У час зростання чисельності туристів та посилення конкурентної боротьби на ринку туристичних послуг з проблемою якості послуг зіткнулись усі вітчизняні виробники готельних послуг. Тому підвищення якості послуг та розширення їх обсягу має важливе значення для готельного підприємства, споживача та національної економіки в цілому. Надання якісних послуг відвідувачам сприяє збільшенню обсягу їх реалізації, рентабельності підприємства, зростанню престижу готелю.

Саме з цих причин обраний напрямок дослідження є своєчасним та актуальним. Тема роботи виконана у відповідності до плану науково-дослідної роботи кафедри «Туристичного, готельного та ресторанного бізнесу» «Інноваційний розвиток туризму та готельно-ресторанного господарства» (0121U113800).

Вищезазначене визначили об'єктивну необхідність подальшого розвитку дослідження, зумовили вибір теми кваліфікаційної дипломної роботи «Туристсько-екскурсійне обслуговування як частина системи надання додаткових послуг в готелі», її мету і завдання.

Метою даної роботи є дослідження туристсько-екскурсійного обслуговування як частини системи надання додаткових послуг в готелі.

Для досягнення поставленої мети треба вирішити наступні завдання:

- дослідити теоретичні аспекти надання готельних послуг;
- проаналізувати організацію надання додаткових послуг у готельному господарстві;
- розглянути туристсько-екскурсійне обслуговування як додаткову

послугу в готелі (на прикладі Запорізького обласного краєзнавчого музею).

Об'єктом дослідження даної роботи є туристсько-екскурсійне обслуговування.

Предмет дослідження – туристсько-екскурсійне обслуговування в готелях, як складова додаткових послуг.

В якості інформаційної бази були використані навчальні посібники, статті вітчизняних і зарубіжних авторів з даної тематики, документація підприємства, Інтернет-ресурси, власний досвід роботи на посаді молодшого наукового співробітника Запорізького краєзнавчого музею.

Для вирішення поставлених завдань у роботі використано такі методи дослідження: описовий, порівняння, узагальнення, аналіз літературних джерел та Інтернет ресурсів.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в доповненні змісту організації та надання туристсько-екскурсійних послуг як додаткових послуг готельного господарства.

Практична цінність роботи полягає в визначенні особливостей надання додаткових готельних послуг, а саме туристсько-екскурсійних екскурсійних послуг. Матеріали даної роботи можуть бути використані при вивченні студентами спеціальностей 241 «Готельно-ресторанна справа» і 242 «Туризм», дисциплін «Організація готельного господарства» та «Організація екскурсійних послуг».

Апробація результатів дослідження. Основні результати дипломної роботи були викладені і ухвалені на II Міжнародній науково-практичній конференції «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства» (м. Запоріжжя, Національний університет «Запорізька політехніка», 10 листопада 2023 р.) [50].

Структура роботи. Кваліфікаційна дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань (50 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 89 сторінок, основний зміст роботи викладено на 82 сторінках. Робота містить 4 таблиці та 3 рисунка.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ НАДАННЯ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ

1.1. Історія розвитку готельних послуг

Історія сфери гостинності тісно пов'язана з розвитком культури, подорожей та туризму, вона відображає характерні культурні риси різних епох і народів втілених у типах засобів розміщення, методах обслуговування і моделі гостей, які користувалися засобами розміщення. Історія ж подорожування сягає своїм корінням ще античних часів – мандрівки того часу здійснювалися з різною метою та намірами (торгівлі, завоювань, відвідування святих місць і храмів, олімпійських ігор тощо).

Гостинність є одним з фундаментальних понять людської цивілізації і має три похідні з латині, французької та англійської:

- Hospitalis (лат.) – гостинний;
- Hospitality (англ.) – гостинність;
- Hospice (фр.) – притулок мандрівника [32].

Головні чинники, що вплинули на становлення та розвиток сфери гостинності можна розглянути в таблиці 1.1.

З розвитком надання послуг гостинності людям, котрі з певних причин покидали свої домівки, гостинність перетворилася на професію, а потім і на справжню індустрію.

Індустрія гостинності – це бізнес, який спрямований на забезпечення мандрівників житлом, харчуванням, а також на організацію їхнього дозвілля. Індустрія гостинності об'єднує всі суміжні галузі економіки, що спеціалізуються на обслуговуванні через спеціалізовані підприємства: готелі, ресторани, туристичні агентства, національні парки, парки культури та відпочинку та інші [28].

Таблиця 1.1 – Головні чинники виникнення та розвитку сфери гостинності [28].

Чинники	Що охоплюють чинники	Наслідки впливу чинників
Соціально-екологічні чинники	Демографічні процеси	Призвели до пошуку нових робочих місць, а, отже й місць проживання
	Міграційні процеси	
Економічні чинники	Зростання доходів населення та вільного часу	Викликали потребу у якісному відновленні сил
	Зростання економічного потенціалу регіону	Сформували передумови для розбудови туристичної інфраструктури регіону
Культурні чинники	Потреби, мотиви і цінності подорожуючих	Визначили профіль спеціалізації засобів розміщення, який задовольняє потреби подорожуючих
Чинники пов'язані з розвитком науково-технічного прогресу	Розвиток доріг, транспорту	Збільшив туристичний потік, а отже й потребу в засобах розміщення
	Розвиток новітніх технологій	Сприяв поліпшенню комфорту засобів розміщення, їхніх форм та методів функціонування
Політичні чинники	Система законодавчих і нормативних принципів держави	Впливає на комплекс функціональних характеристик засобів розміщення, їхнє будівництво, комфортність, форми організації

В еволюції сфери гостинності виділяють наступні періоди:

- виникнення перших закладів гостинності (IV тис. до н. е. – V ст. н. е.);
- формування спеціальних закладів розміщення (VI – XV ст.);
- розвиток готельної та ресторанної сфери у XVI – на початку XX ст.;
- сучасний розвиток світового готельного господарства [32].

Виникнення перших засобів розміщення в IV тис. до н. е. пов'язують з необхідністю забезпечити подорожніх місцем для відпочинку та харчуванням. Одними з перших підприємств індустрії гостинності вважаються таверни. Таверни – це заклади, що надавали послуги з харчування та мали приміщення для розміщення мандрівників. Проте щодо

комфорту навіть не йшлося, адже, ночували зазвичай в одному приміщенні з тваринами, а само спальне місце являло собою солом'яну підлогу. Згадки про таверни зустрічаються ще в манускриптах епохи античності [28].

Вже в ті часи Єгипет славився своїми пам'ятками культури, а також лікувальними курортами. Ці чинники спонукали до створення різних будинків та споруд для мандрівників того часу. В таких місцях можна було отримати послуги з розміщення, харчування та побутового обслуговування.

А ось в Стародавній Греції однією з головних подій тих часів були Олімпійські ігри. На цю подію збирались з усіх куточків Стародавньої Греції. А саме атлети, що приймали участь у змаганнях, глядачі, ремісники та купці, які продавали різні товари. Це спонукало створення спеціальних будинків в околицях Олімпу для розміщення атлетів та інших.

Розширення торгових відносин на Близькому Сході та Стародавній Греції супроводжувались довгими мандрівками купців. Ці події сприяли виникненню більш розширеної мережі підприємств які тепер надавали не лише послуги харчування для подорожніх, а пропонували їм тимчасове розміщення та проживання. Такі заклади отримують назву постоялі двори або заїзди.

Постоялі двори розвивалися майже однаково і в Греції, і в Римі. Вони були одно-, двоповерховими будинками з окремими кімнатами для мандрівників, складськими приміщеннями, крамницями, майстернями, стійлами для коней.

Про те, наскільки розвинутими були ці засоби розміщення, може свідчити хоча б той факт, що римським законодавством («Кодекс вавилонського царя Хаммурапі», 1792 – 1750 рр. до н. е) було передбачено особливу відповідальність такого закладу за речі гостя та обман відвідувачів [28].

Окрім державних постоялих дворів з часом починають виникати й приватні. В приватних постоялих дворах відзначався високий рівень сервісу. Такі заклади розміщення засновували багаті земле власники на окраїні своїх

земель та гладіатори які прагнули інвестувати свої прибутки в сферу гостинності. Приватні постоялі двори створювались неподалік доріг які призначались для проходження військових загонів, купців, збирачів податків та інших верств інтелігенції.

Постоялі двори і таверни які були зорієнтовані на надання послуг селянам, ремісникам та іншій категорії простолюду, пропонували обмежений перелік послуг та надзвичайно скромні умови проживання. Зазвичай місце для ночівлі пропонувалось на соломі навіть у холодну пору року. Про якийсь додатковий комфорт навіть не йшлося. А таверни власне були місцем шумних гулянок, часто з надмірним вживанням алкоголю та антисанітарними умовами.

Для тимчасового проживання офіційних осіб, аристократів та вельможі, в Римі будувались окремі підприємства розміщення. Вони будувались з каменю і нараховували в собі не лише приміщення для проживання, але й складські приміщення, конюшні майстерні, тощо. Там надавався необхідний перелік послуг, а в холодну пору року приміщення обігрівались. Деякі готелі обслуговували лише офіційних осіб за спеціальними документами, що надавались державою. В цих закладах розміщення не могли поселитись звичайні мандрівники з простого народу [28].

З часом в Римській імперії починають розвиватись господарські відносини і відповідно з цим зросли вимоги подорожуючих до умов проживання. Як результат виникають постоялі двори які пропонують одні з перших додаткових послуг в індустрії розміщення, а саме лазні, пральні та послуги чищення взуття. Також починають стежити за порядком та чистотою. А ще постоялі двори мали вести список гостей та бухгалтерію.

Розвиток готельної справи на Близькому сході та Азії спонукали торгівельні зв'язки. Мандрівники подорожували караванами на верблюдах. Для відпочинку та ночівлі використовували шатра. Такий засіб розміщення був досить небезпечний, тому виникають своєрідні «готельні комплекси» які

отримали назву караван-сараї. На території знаходились приміщення для проживання мандрівників та загони для верблюдів, а сам «готельний комплекс» був оточений фортечною стіною, що захищала від природних стихій та розбійників. До того ж проживання та харчування перші три дні сплачувались за рахунок держави [26].

Новий етап у розвитку гостинності настає з падінням Римської імперії у 476 р. н. е. у період Середньовіччя. Найчисельнішою категорією мандрівників тих часів були паломники, священники, місіонери, які відвідували святі місця, тому виникає потреба у створенні постійних дворів біля храмів та монастирів [32].

Значного розвитку готельна справа в Європі набула лише в VIII – IX ст. після виданого Карлом Великим едикту, яким зобов'язав монастирі та церкви утримувати «госпиції» – будинки, що надавали подорожнім і прочанам ночівлю, харчування, відпочинок, лікувальні процедури та ванну [26]. Самі умови проживання були скромними, наближеними до монастирських. У плануванні приміщення складались з трьох частин – приміщення для чоловіків, жінок та приміщення для харчування. Управління цими закладами здійснювали монахи, або особи, що перебували на службі в монастирі. Харчування паломників, яке забезпечувалось монастирем теж було скромним, але значно кращим ніж в придорожніх постійних дворах. Це пояснюється тим, що монастирі мали власні земельні ділянки, та самостійно вели господарство яке й забезпечувало їх всім необхідним. Найбільш поширеними «госпиції» були в Швейцарії [32].

Зі зміцненням державної влади в країнах Європи державні чиновники все частіше ідуть в робочі відрядження. Тому виникає потреба в забезпеченні їх тимчасовим житлом з гарними умовами проживання. Саме тому Карл IV і його син Людовік I створюють придорожні двори для проживання державних службовців [32].

В Англії сфера гостинності почала розвиватись лише в період пізнього середньовіччя. Цьому сприяла реформа англійського короля Генріха VIII, за

його наказом церковну власність перетворили на державну, що призвело до зникнення безкоштовних місць розміщення для паломників. Мандрівники були вимушені зупинятись в приватних заїжджих дворах. Англійський готель був місцем, де відвідувачі займалися різним видами спорту та грати в ігри. Наприклад тогочасні готелі пропонували: ігри з дротиками, доміно, більярд. Також готель стає місцем збору для риболовлі чи полювання [26].

Саме в період середньовіччя відбувається створення перших професійних асоціацій в сфері гостинності. У 1282 р. трактирниками з міста Флоренція що в Італії була заснована гільдія «Союз власників готелів», що встановлювала правила для власників та для гостей готельного підприємства [26].

Період Нового часу (XVI – XIX ст.) пов'язаний з трансформацією економічного та культурного життя, Активізація економіки та розширення сфери зайнятості позначається на туризмі та спонукає до значних змін у сфері гостинності. А саме збільшення кількості засобів розміщення, харчування та покращення якості обслуговування [32].

Таким чином на зміну пансіонів та «кімнат для гостей», що розташовували в монастирях та релігійних місцях відкриваються перші комфортабельні готелі. Одним з перших вишуканих готелів Європи був Готель Генріха IV (м. Нант, Франція, 1788 р.) пропонував гостям 60 ліжко-місць [26].

Наприкінці XVI ст. у Франції відкриваються готельні підприємства значних розмірів. Вони створювались у спеціально побудованих палацах та розкішних державних маєтках. Вони мали подібні композиційні принципи: перед фасадом будівлі розташовувався просторий двір з під'їздом, позаду будівлі знаходився парк в французькому стилі, для нього характерні чіткі та прямі алеї, симетрично розташовані мармурові скульптури та водойми.

На початку XVII ст. в Англії виникає зовсім новий тип закладів готельного господарства – банкетні двори і клуби. Банкетні зали поєднували функції установ для офіційних прийомів, святкування урочистих подій, а

також надавались послуги розміщення, харчування, анімації. Перший банкетний зал побудований у Лондоні призначався для державних прийомів, зустрічі іноземних послів, проведення придворних спектаклів [32].

На початку XVIII ст. у Франції виникли прибуткові будинки. В такому готельному підприємстві можна було забронювати як звичайний номер, так і цілу квартиру. В цей час разом зі зростанням культурного та технічного прогресу зростають і вимоги постояльців до умов проживання та якості обслуговування. Таким чином збільшується кількість кімнат побутового призначення, використовуються водопостачання та каналізація, покращується освітлення приміщень за рахунок збільшення вікон. Невід'ємними елементами в інтер'єрі стають невисокі каміни, дзеркала, картини, різьблене дерево, ліпка.

У Німеччині на межі XVIII – XIX ст. виникли перші курорти мінеральних вод. Цей фактор зумовив будівництво розкішних готелів для обслуговування аристократів, «нового дворянства», вищого офіцерства [26].

Перші засоби розміщення в США виникли на початку XVII ст., це були давно вже відомі постоялі двори. Вони будувались при дорогах та використовувались як житловий будинок для власників та місце тимчасового проживання для подорожніх. Лише через два століття 1794 р. у Нью-Йорку відкрився перший готель, що виконував функції лише комерційного засобу розміщення. Відкриття готелю у Нью-Йорку спонукало до будівництва таких закладів гостинності і в інших містах. Перші готелі складались з двох-трьох поверхів, на першому поверсі зазвичай була крамниця.

Збільшення кількості міст в США та їх розширення спонукали виникненню більш розширеної мережі готельних підприємств. Такі підприємства використовувались не лише як засоби розміщення, а ще й як місце для відпочинку, укладання ділових угод, розваг та проведення зборів. Власники цих засобів розміщення зазвичай були поважними громадськими діячами, або займали важливі посади у місцевому самоврядуванні та державному управлінні [32].

У 1829 р. у Бостоні (США) відкрився готель першого класу «Tremont House» який стає своєрідним еталоном серед готельних підприємств. Послуги, що надавав готель не мали аналогів ані в США, ані в інших країнах Європи. В готелі знаходилось 170 номерів, і це була найбільша та найдорожча будівля в США. Готель славився своїми нововведеннями: тут пропонували номери різної місткості (одномісний та двомісний); проживання та харчування оплачувалось окремо, що давало можливість клієнтам харчуватись на вибір (згідно з меню, або в інших закладах харчування); кожен номер зачинявся з середини. Крім того, вперше в історії готельного бізнесу номери були обладнані переговорною системою (прообраз телефонів), яка зв'язувала клієнтів із персоналом готелю. У готелі працював ресторан, за харчування відповідав французький шеф-кухар, а персонал готелю був добре вишколений. Обслуговування було розраховане на заможних гостей. Запропонована концепція була одразу скопійована іншими підприємствами і впродовж наступних 20 років морально застаріла. Сам же готель проіснував загалом 65 років. Впродовж XIX ст. в США відбувався готельний бум. Власники готельних підприємств прагнули перевершити один одного розмірами, висотою та вишуканістю нових готельних будівель [26].

Починаючи з XIX ст. в Європі, аналогічно США, з'являються готелі з високим рівнем комфорту та якістю обслуговування. Вони були розраховані на обслуговування багатих гостей – політиків, вищого офіцерства, інтелігенції. Переважно такі готелі розміщувались в найбільших адміністративних центрах, відомих місць відпочинку та оздоровлення [32].

Зростає і кількість додаткових послуг. Так, в готелі «Holt Hotel» (Нью-Йорк) у вартість проживання вперше входить вартість послуги спеціально навченого працівника, що доставляє багаж постояльца до нього в номер [28].

До кінця XIX ст. були поширені два типи готелів:

– до першого типу відносились великі і розкішні готелі, деякі з них були просто архітектурними шедеврами – з просторими вестибюлями, залами

для балів. Вони мали в своєму розпорядженні всі можливі у той час зручності: ліфт, туалети, електричне освітлення та ін.;

– до другого типу відносились маленькі і застарілі готелі, що пропонували послуги за низькими цінами [28].

На початку XX ст. починається активне будівництво готелів для бізнесменів. Першим такий готель відкрив Елсворт Статлер в 1908 р. у м. Буфало, США. Готель мав назву «Buffalo Statler» та орієнтувався на обслуговування виключно ділових клієнтів. Це була принципово нова концепція у готельній справі, заснована на наданні гостям максимальних зручностей [26].

Таким чином вже на межі XIX – XX ст. індустрія гостинності стає важливою сферою економіки багатьох країн світу.

Останній четвертий період еволюції гостинності починається після Другої світової війни. Цей період характеризується різким розвитком та поширення різних транспортних засобів, особливо автомобільного та авіаційного, пожвавленням міжнародної торгівлі і культурних зав'язків між країнами й подальшим розвитком туризму.

Після Другої світової війни готельне господарство розвинених країн перетворилось на значну галузь – готельну індустрію зі своїми інститутами, послугами, виробничим циклом, методами організації і управління виробництвом, що для багатьох країн стало реальним джерелом доходів та отримання іноземної валюти. Готелі почали надавати масові та різноманітні додаткові послуги. Із предмета розкоші туризм перетворився на потребу для більшості населення високорозвинених індустріальних країн [26].

Згідно даних Всесвітньої туристичної організації (ВТО), у 1980 р. у світі нараховувалось 8 млн. готельних номерів, у 2003 р. їх кількість збільшилась до 15,4 млн. Лідерами щодо частки номерного фонду є Європа (38,5 % від загальної кількості) та США (33,5%) [32].

При спорудженні фешенебельних готелів обов'язковими додатковими послугами стають: басейни закритого та відкритого типу, сауни, солярії, спортивні зали, кабінети для масажу, косметичні салони, бари та нічні клуби.

Після Другої світової війни значні зміни в готельному бізнесі відбуваються і в США. У цей час американці починають більше подорожувати і виникає потреба в спеціальному засобі розміщення на шосе чи автостраді, зі значною кількістю номерів, які зручні для сімейного відпочинку та індивідуального, з можливістю заправити чи полагодити транспортний засіб, але без необхідності сплачувати за весь перелік додаткових послуг які надаються в старому класичному готелі. І в 1952 р. Кемонс Вілсон збудував один із перших готелів для автомобілістів «Holiday Inn». Поява мотелів з обмеженим переліком послуг, за помірними цінами була найкращим вирішенням питання. Зростання популярності мотелів як нової готельної концепції створило певну конкуренцію між власниками мотелів та готелів старого класичного типу. В 60-х роках ХХ ст. ці суперечки завершилися визнанням нової готельної концепції та прийняттям власників мотелів і готелів для автотуристів до Американської Готельної Асоціації, яка згодом була перейменована в Американську Асоціацію Мотелів і Готелів [26].

Сьогодні у готельній сфері широко використовують інформаційні електронні системи управління і резервування місць. Спеціальні системи розроблені для готельного сервісу забезпечують виконання систем управління і контролю номерним фондом, використання технічних засобів, ведення рахунків, безпеки тощо. Використання технічних засобів в готельній сфері зумовило використання кваліфікованої праці, серед персоналу збільшилась кількість операторів з інформаційного управління, програмістів тощо.

Великі готельні корпорації використовують єдину систему бронювання місць інтегрованих у глобальну систему Інтернет. Серед найбільш відомих систем виділяється «Amadeus», «Worldspan», «Galileo», «Sabre», «Fedelio

Hotel Bank». Найбільш популярна система бронювання – «Amadeus». Ця система надає інформацію про розташування готелю, його номерний фонд, додаткові послуги, тарифи і окрему інформацію щодо місцевості в якій розташоване готельне підприємство [32].

У сфері гостинності сьогодні спостерігаються активні процеси утворення корпоративних форм в організації готельних підприємств – міжнародних і національних ланцюгів. Готельні ланцюги – це об'єднання групи підприємств, які здійснюють колективний бізнес і дотримуються в організації бізнесу єдиних стандартів, перебувають під безпосереднім єдиним контролем апарату управління. Утворення готельних ланцюгів відображає важливу роль у розробці і просуванні на світовий ринок високих стандартів обслуговування клієнтів, організації та управління [32].

Отже, розвиток готельного господарства та послуг готелю має велику та багату історію. Починаючи від притулків для подорожніх дана індустрія постійно розвивалася та змінювалась відповідно до вимог та потреб постояльців. На сьогоднішній день готельне господарство в усьому світі є невід'ємною частиною економіки, причому такою, що забезпечує валютні надходження за рахунок розвитку міжнародного туризму.

1.2. Поняття і класифікація готельних послуг

Сфера гостинності – це сукупність галузей національної економіки, у якій особливе місце належить індустрії туризму та є однією з найбільш дохідних і швидко розвиваючих галузей економіки [14]. Головною задачею сфери гостинності є обслуговування туристів за межами їх постійного місця проживання. До неї відносяться готельний та ресторанний бізнес, транспортні і туристсько-екскурсійні послуги. Готельна сфера в структурі індустрії гостинності виконує ключові функції, оскільки пропонує відвідувачам комплекс послуг, у формуванні та реалізації яких беруть участь усі сектори й елементи індустрії гостинності.

Результатом такої співпраці є збільшення кількості постійних клієнтів, підвищення популярності, зростання прибутку готелів.

Елементами сфери гостинності є гість, послуга та середовище. З урахуванням цих складових розроблені технологічна, гуманітарна та комерційна концепції гостинності.

Прискорений розвиток туристичної галузі, прагнення підприємств отримувати найвищий прибуток та зростаюча платоспроможність споживачів послуг сприяють розширенню додаткових послуг та покращенню готельного обслуговування. Це збагачує зміст поняття «готельний бізнес», розширює сферу діяльності готельних підприємств, що надають послуги і власного виробництва, і суміжних галузей.

Готельна послуга – дії (операції) підприємства з розміщення споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням та тимчасовим проживанням. Готельна послуга складається з основних та додаткових послуг, що надаються споживачу відповідно до категорії готелю [1].

Основні послуги – це обсяг послуг готелю (проживання, харчування тощо), що включається до ціни номера (місця) і надається споживачеві згідно з укладеним договором [47]. Також до основних послуг можна віднести: видачу і заміну постільної білизни, надання рушників і засобів особистої гігієни, можливість користування телевізором та іншими приладами в номері, прибирання приміщень тощо.

Надання основних послуг в готельному підприємстві можна поділити на етапи :

- інформація про надання комплексу послуг;
- бронювання місць;
- реалізація послуг;
- зустріч і розміщення гостей;
- обслуговування під час перебування в готелі.

Вище згадані етапи надання основних послуг визнають рівень якості готельного підприємства [1].

Додаткові послуги – послуги, які не належать до основних послуг готелю, їх замовляють і оплачують споживачі додатково згідно з окремим договором.

Найбільш розповсюджені такі додаткові послуги:

- ремонт одягу та взуття, прання й хімчистка;
- перукарські послуги;
- користування сауною, банею, басейном;
- користування більярдною, спортзалом, майданчиками;
- продаж друкованої продукції, сувенірів;
- доставка квітів і подарунків;
- користування камерою зберігання чи сейфом;
- прокат різноманітного інвентаря, побутових приладів;
- прокат автомобілів;
- виклик таксі;
- продаж квитків на транспортні чи розважальні послуги;
- замовлення місць в ресторанах міста;
- організація екскурсій;
- замовлення послуг перекладачів, гідів;
- оренда конференц-залу чи інших приміщень [26].

Технологія виробництва готельних послуг представляє сукупність методів, прийомів, послідовність дій та використання різноманітних засобів, обладнання, матеріалів та кадрових ресурсів необхідних для забезпечення виконання послідовності надання готельних послуг. Цикл обслуговування гостей в готельному підприємстві ділиться на чотири етапи:

- перший етап це період до приїзду гостя в готель. Це момент отримання заявки на бронювання номеру;

- другий етап це прибуття гостя до готелю. До нього належать: трансферні послуги, зустріч гостя в готелі, оформлення реєстрації, видача ключів від номеру, віднесення багажу в номер;

- третій етап це проживання гостей в готелі та їх обслуговування. До нього належать: обслуговування побутового характеру, обслуговування культурно-розважального характеру, обслуговування спортивно-оздоровчого характеру, обслуговування туристсько-екскурсійного характеру, забезпечення зв'язку та комунікацій, робота зі скаргами;

- четвертий етап це виїзд туристів з готелю. До нього належить: оформлення виїзду, проведення повного розрахунку за послуги, піднесення багажу, трансферні послуги [22].

Тож, можна стверджувати, що сфера послуг є сукупністю багатьох видів діяльності, наслідком чого є велика різноманітність послуг. Суттєвою характеристикою послуги є економічна цінність, що робить її об'єктом комерційної діяльності і предметом торгівлі, з огляду на що і трактують її суть.

Послугу як об'єкт комерційної діяльності характеризують такі особливості:

- на відміну від товарів послуги виробляються і споживаються здебільшого одночасно і не підлягають зберігання;

- торгівля послугами взаємопов'язана з торгівлею товарами і суттєво впливає на неї;

- не всі послуги, на відміну від інших об'єктів комерційної діяльності, придатні до широкого залучення в міжнародний господарський обіг [6].

У сукупності послуг розрізняють матеріальні (послуги щодо задоволення матеріальних потреб споживача) і нематеріальні (послуги щодо задоволення соціально-культурних потреб споживача). Характерними особливостями нематеріальних послуг є невідчутність (нематеріальний характер), невіддільність виробництва і споживання, неоднорідність (змінюваність), нездатність до зберігання.

Невідчутність (нематеріальний характер) послуг. Ця якість послуг означає, що їх неможливо продемонструвати, побачити, спробувати, транспортувати, зберігати або упаковувати до моменту отримання. Невідчутність послуг створює суттєві проблеми в організації торгівлі ними як для продавців послуг, так і для споживачів. У процесі продажу послуг підприємствам, які їх реалізують, складно продемонструвати клієнтам свій товар (послугу) таким чином складно обґрунтувати її собівартість і ціну продажу. Продавець може тільки описати переваги, які отримає клієнт внаслідок набуття послуги, а якість послуги може бути оціненою тільки після її виконання. Тому в процесі організації надання (продажу) нематеріальних послуг ефективними є такі прийоми:

- посилення відчутності послуги за допомогою присутності у будь-якій формі елемента товару (наприклад фото, відео матеріали);
- підкреслення значущості послуги;
- зосередження уваги на перевагах технології надання послуги конкретним підприємством;
- залучення до рекламування послуги провідних рекламних агентств, впливових засобів масової інформації та інші [6].

Невіддільність виробництва і споживання послуг. Специфіка виробництва нематеріальних послуг полягає в тому, що на відміну від матеріальних, їх неможливо попередньо виготовляти, накопичувати і зберігати. Розпочинати надання послуг можна тільки після отримання замовлення або з появою клієнта. З цього погляду виробництво і споживання послуг тісно взаємопов'язані.

У зв'язку з невіддільністю виробництва і споживання послуг у процесі їх купівлі-продажу контакти між суб'єктом, який надає послуги, і суб'єктом, який купує їх (клієнтом), можуть мати такі особливості:

- відокремленість послуг від споживача, тобто надання послуг без особистої його присутності (ремонт одягу та взуття, прання й хімчистка);

- не відокремленість послуг від споживача (стоматологічні послуги, послуги перевезення, екскурсія та ін.);
- відокремленість послуг від працівників сфери обслуговування (послуги електронної торгівлі, реалізація товарів за допомогою торговельних автоматів та ін.);
- не відокремленість послуг від працівників сфери обслуговування (лікувально-оздоровчі послуги, особисте обслуговування в готелях та ін.).

Важливою конкурентною перевагою підприємств у сфері послуг є високий професійний рівень їх продавців. Покупець найчастіше розглядає продавця послуг як експерта, довіряючи його компетенції. У цьому сенсі майже завжди продавець послуги є її невід'ємною частиною [6].

Неоднорідність (змінюваність) послуг. Ця якість послуг є прямим наслідком одночасності їх виробництва і споживання. Залежить вона від існуючих на підприємстві стандартів системи обслуговування, від рівня сервісу на конкретному підприємстві. Для зменшення змінюваності послуг необхідно з'ясувати її причини. Переважно вона пов'язана з відсутністю конкуренції, кваліфікаційним рівнем персоналу й ефективністю заходів щодо підвищення його кваліфікації, розвитком комунікацій, підтримкою менеджерами невиробничої сфери тощо. Не менш важливим джерелом змінюваності послуг є споживач, його індивідуальні потреби, що зумовлює ступінь удосконалення послуг відповідно до потреб клієнтів. Із цим пов'язана необхідність управління поведінкою споживачів у процесі надання послуг, обліку комунікаційних факторів у роботі з ними, а також це унеможливорює масовість виробництва багатьох видів послуг.

З метою підвищення конкурентоздатності в сфері обслуговування клієнтів, готельні підприємства розробляють та впроваджують в роботу стандарти обслуговування споживачів.

Стандарт (англ. standart – норма, зразок) обслуговування – це комплекс обов'язкових для виконання правил обслуговування клієнтів, покликаних

гарантувати встановлений рівень якості всіх технологічних і торговельних операцій.

Стандарт обслуговування встановлює формальні критерії, за якими оцінюють рівень обслуговування клієнтів і професійність працівників підприємств готельного господарства. Стандарти можуть бути фірмовими, галузевими і міжнародними. Стандарт обслуговування повинен бути чітко і конкретно написаний доступною для сприйняття мовою, всебічно регулювати процес надання послуг, передбачаючи можливості для імпровізації [6].

Нездатність послуг до зберігання. Більшість послуг неможливо зберігати для подальшої реалізації. Наприклад, незайняті кімнати у готелі, непродані авіаквитки не можуть бути відновленими. Тому переважання попиту на послуги над пропозицією неможливо виправити, адже це відбувається у традиційній торгівлі, яка за таких обставин може використати товарні запаси. У зв'язку з цим, якщо потужності щодо надання послуг переважають попит на них, це спричинює зниження дохідності або вартості послуг.

Коливання попиту на послуги поширюється майже на всі їх види. Як правило, він змінюється залежно від пори року, днів тижня. Таке коливання може спричинити серйозні проблеми для фірм, що надають певні послуги. Наприклад, влітку зі збільшенням потоку пасажирів необхідно значно збільшити кількість транспортних засобів, щоб задовольнити попит на пасажирські перевезення.

Специфічні особливості послуг створюють суттєві проблеми щодо управління технологічними операціями в процесі їх надання. У ринкових умовах, коли клієнт має широкий вибір однакових або споріднених послуг, їх надавачі вимушені розумітися на інтересах, запитах, поведінці споживачів, розробляючи різноманітні заходи врівноваження попиту і пропозиції, що є однією з важливих передумов забезпечення конкурентоспроможності фірми.

Урівноваження попиту і пропозиції на ринку послуг забезпечують, як правило, за рахунок таких засобів:

- зміщення частини попиту із пікового періоду на більш спокійні періоди (застосування системи знижок, запровадження додаткових послуг);
- запровадження й ефективне використання системи попередніх замовлень на послуги;
- підвищення швидкості обслуговування (за рахунок комплексної автоматизації, комп'ютеризації);
- запровадження в періоди пікового попиту додаткових послуг, які полегшують клієнтам очікування основної послуги (журнали, кава, Wi-Fi);
- наймання тимчасових працівників у періоди пікового попиту для обслуговування додаткового потоку клієнтів [6].

Класифікація і загальна характеристика послуг. З метою пізнання, аналізу, узагальнення відмінних ознак кожного виду послуг вдаються до їх класифікації, що є важливою умовою ефективного управління процесом їх створення і надання. Класифікація також спонукає працівників сфери послуг до пошуку нових їх видів.

Класифікація послуг – процес розподілу видів, різновидів послуг на відокремлені класи і категорії. У процесі класифікації послуг користуються різними критеріями, найпоширеніші критерії:

- специфіка поняття «послуга»: товар як об'єкт комерційної діяльності (платні послуги), дія, спрямована на те, щоб принести користь споживачу (безоплатні послуги);
- місце послуги у суспільному виробництві: послуги, скеровані на виробниче споживання (транспортне перевезення вантажів), послуги, скеровані на певного споживача (готельний сервіс);
- роль у суспільстві та в інфраструктурі економіки: послуги, які задовольняють споживчі потреби населення (побутові послуги, екскурсійні послуги), послуги, які мають інфраструктурний характер (фінансові, торгово-посередницькі послуги);

- капіталомісткість продукування послуг: індивідуальні послуги (індивідуальні екскурсії), масові послуги (послуги громадського харчування);
- матеріаломісткість послуг: матеріальні послуги, які здебільшого мають речовинний характер (сувенірна продукція), нематеріальні послуги, які характеризуються виконанням інтелектуальних дій (інформаційно-консультаційні послуги, послуги гίδα-перекладача);
- характер витрат праці: потребують праці висококваліфікованих фахівців (транспортні послуги, послуги екскурсовода), не потребують праці висококваліфікованих фахівців (послуги прання, хімічна чистка);
- комплексність надання послуг: комплексні, тобто набір групи послуг (торговельні, екскурсійно-туристичні послуги), основні, тобто конкретні види послуг (продаж білетів), допоміжні, які сприяють сервісному виконанню основної і супутньої послуги (дегустація вина в ресторані);
- зв'язок із процесом виробництва: послуги, які є продовженням процесу виробництва (ремонт і технічне обслуговування транспортних засобів), послуги, що забезпечують нормальне функціонування процесу виробництва і реалізації продукції (торговельні, страхові послуги), послуги, не пов'язані з процесом виробництва (послуги у сфері культури, санаторно-курортні послуги);
- призначення послуг: виробничі послуги (лізинг, технічне обслуговування обладнання), розподільчі послуги (торговельні, транспортні послуги), професійні послуги (страхові послуги, послуги гίδα перекладача), споживчі або масові послуги (послуги, пов'язані дозвіллям), суспільні послуги (телебачення, радіо культура);
- соціальний статус клієнтів: послуги, адресовані мало захищеним верствам населення (послуги дошкільного виховання), послуги, скеровані на працююче населення (побутові, соціально-культурні), елітні види послуг (екзотичний і міжнародний туризм);
- рівень комерціалізації послуг: платні послуги, безкоштовні послуги;

– періодичність надання періодичні послуги (туристичні, оздоровчі), постійні послуги (водопостачання, електропостачання).

Послуги готельного підприємства мають швидко підлаштовуватись до конкретних потреб і запитів клієнтів. Для цього готель має запроваджувати передові технології, додаткові семінари, навчання для підвищення кваліфікації працівників, та шукати нові форми роботи на конкурентному ринку.

Згідно з визначенням Державної туристичної адміністрації України «готель» – це підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, що складається із шести і більше номерів та надає готельні послуги з тимчасового проживання з обов'язковим обслуговування [1].

А в підручнику С. І. Байлик, І. М. Писаревський «Організація готельного господарства» поняття готель трактується наступним чином. Готель – найдосконаліший колективний засіб розміщення клієнтів із замкненою технологією виробництва і споживання готельних послуг. Виробництво і споживання готельних послуг збігаються в часі [6].

У сучасній економічній літературі найбільш визнаним визначенням цього поняття є: готель – це заклад гостинності у якому подорожуючі за окрему плату можуть скористуватись послугами ночівлі та проживання [32].

З метою встановлення відповідності готелів і номерів критеріям (стандартам) обслуговування у кожній країні їх класифікують за певними розрядами, що вказує на престиж, впливає на формування клієнтури, вартість послуг тощо. Класифікація готелів затверджена на міжнаціональному й національному рівнях, а також готельною мережею, асоціаціями, спілками. Існує близько 30 різних класифікацій, найпоширенішими серед яких є: система зірок (від однієї до п'яти).

Встановленню єдиної класифікації готелів у всьому світі перешкоджають національні традиції, культурно-історичні відмінності держав, критерії якості [6].

Незалежно від категорії усі готелі мають відповідати наступним основним вимогам:

- мати зручні під'їзні шляхи з необхідними дорожніми знаками, упорядковану й освітлену територію; майданчик із твердим покриттям для короткотермінового паркування й маневрування автотранспорту, вивіску з найменуванням підприємства та зазначенням його категорії, за наявності окремого входу до ресторану – вивіску з його назвою;
- архітектурно-планувальні, будівельні елементи й технічне обладнання готелю повинні відповідати будівельним нормам і правилам;
- розташування готелю має бути в екологічно сприятливому навколишньому середовищі;
- гарантування безпеки життя, здоров'я клієнтів, збереження їхнього майна. В приміщенні мають бути аварійні виходи, сходи, інформаційні покажчики, що забезпечують вільну орієнтацію гостей у звичайній і надзвичайній ситуаціях;
- наявність системи протипожежного захисту і повідомлення;
- дотримання встановлених органами санітарно-епідеміологічного контролю санітарно-гігієнічних норм і правил чистоти приміщень, стану сантехнічного обладнання, прибирання відходів, ефективного захисту від комах і гризунів;
- встановлення та експлуатація електричного, газового, водопровідного обладнання відповідно до правил технічної експлуатації готелів та їхнього обладнання;
- оснащеність інженерними системами та обладнанням, здатними забезпечити: гаряче і холодне водопостачання (цілодобово), а в районах із перебоями у водопостачанні – наявність резервуару для мінімального запасу води не менше ніж на добу; відведення стічних вод (каналізація); підтримання температури не нижче 18,5°C у жилих приміщеннях і приміщеннях загального користування; вентиляцію повітря; роботу точок радіомовлення і телебачення, телефонного зв'язку; освітлення в номерах:

природне (не менше одного вікна), штучне, що забезпечується освітленням за допомогою ламп, цілодобове освітлення в коридорах;

– наявність умов для приймання та обслуговування людей з обмеженими можливостями, що використовують крісла на коліщатах [6].

Готелі що дотримуються вищезгаданих вимог можуть претендувати на присвоєння відповідної категорії.

У структурі комплексного готельного продукту розрізняють такі його типи: основний, спеціальний, супутній, додатковий.

Основний продукт формує надання готельного номера та готельного обслуговування. Також кожен готель повинен надавати спеціальний продукт – складові обслуговування, що виділяють готель серед будь-якого іншого на ринку готельних послуг, наприклад, туристські послуги, послуги бізнес-центра, певний тип розваг, спортивних послуг тощо.

Супутній готельний продукт – це комплекс послуг і товарів, що необхідні клієнтам для використання основного та спеціального продуктів. Наприклад, надання у готелі послуг телефонного, поштового зв'язку необхідних побутових послуг і товарів туристичного попиту.

Додатковий готельний продукт підсилює переваги спеціального продукту й сприяє його виділенню серед конкурентів на ринку послуг. Це можуть бути оздоровчі послуги, послуги бізнес-центру, гральні атракціони тощо. Сьогодні додатковий готельний продукт набуває все більшого значення у формуванні ринкової привабливості готельного підприємства. Наразі послуга розміщення розглядається гостями як звичайне буденне явище, а ось підвищений інтерес викликають ті послуги, що виділяють готельне підприємство серед інших на ринку. У більшості випадків такими послугами виступають такі, що формують додатковий продукт. Про це свідчать успіхи багатьох готельних підприємств.

В готельній індустрії послуги розміщення, харчування та додаткові послуги взаємодоповнюються та часом сприймаються клієнтами як єдине ціле. Водночас різниця між основними та додатковими готельними

послугами майже не помітна. Часом послуги, що виступають основним продуктом на одному ринку можуть бути додатковими на іншому. Досвід відомих готельних підприємств свідчить, що розробка комплексного готельного продукту має супроводжуватись реальним вивченням тенденцій та характеристик споживчого ринку готельних послуг.

Комплексний готельний продукт включає в себе елементи та характеристики, що створюють загальний імідж готельного підприємства, виражений у загальній атмосфері обслуговування, формі пропозиції, толерантності у спілкуванні обслуговуючого персоналу та їх професійних навичках. Лише загальна атмосфера пропозиції готельного продукту може стати вирішальним фактором у виборі клієнтами готельного продукту [32].

Ефективність роботи будь-якого підприємства, особливо готельного, визначається групою факторів, а саме; розташування готелю, що впливає на вартість землі, будівельних робіт, розмір оплати праці, а найголовніше на збут продукції. Насамперед готелі орієнтуються на збут своєї продукції. На відміну промисловим підприємствам, що постачають свою готову продукцію покупцям, то в готельній сфері споживач самостійно обирає та приходить в готель. Тому розташуванню готелю надається значна увага. Наприклад, ділові туристи під час вибору готелю більш за все виберуть готель в центрі міста.

Отже, важливою умовою створення і надання послуг в готельному господарстві є їх класифікація. Класифікація допомагає краще сформулювати послугу та визначити потенційного покупця, це сприяє вдалій роботі маркетингу, підвищенню рівня якості обслуговування клієнта, підвищення рівня конкурентоспроможності закладу розміщення і розвитку індустрії гостинності в цілому. Існуюча система класифікації може спонукати працівників сфери послуг до її вдосконалення, чи навіть пошуку нових її видів.

РОЗДІЛ 2

ОРГАНІЗАЦІЯ НАДАННЯ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ У ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

2.1. Особливості організації додаткових послуг

Додаткові послуги – обсяг послуг, що не належать до основних послуг готелю, замовляються та сплачуються споживачем додатково за окремим договором [1].

Для привернення уваги більшої кількості клієнтів в готелях часто надають різноманітні додаткові послуги. Це можуть бути розважальні, побутові, для сімей, бізнес чи VIP-послуги, в тому числі і у вигляді пакетів. Перелік додаткових послуг може доповнюватися та змінюватися в залежності від розмірів готелю, його місця розташування та цільового призначення, рівня комфортабельності й інших причин. Унікальні та якісні додаткові види послуг здатні заповнити сезони низького попиту, збільшити дохід та покращити імідж. При правильній організації процесу обслуговування додаткові послуги – це надійна допомога в роботі готельного підприємства. Розвиток додаткових послуг дозволяє не тільки розширювати перелік пропозицій для клієнтів готелю, але й залучати до відвідування готельного комплексу мешканців міста.

Різновид додаткових послуг вказує на рівень комфорту готелю та його спеціалізацію. Готелі можуть надавати додаткові послуги самостійно, використовуючи власну інфраструктуру, а можуть використовувати послуги інших підприємств на договірній основі. Це можуть бути комунально-побутові послуги, транспортні, банківські, торговельні та інші. До елементів інфраструктури готелю, що забезпечують можливість розвитку додаткових послуг, належать: фотоательє, більярд, обмін валют, конференц-зал, бізнес-центр, казино, паркування, пральня, хімчистка, перукарня, фітнес центр, пункт першої медичної допомоги, сауна, басейн обслуговування в номерах,

бронювання авіаквитків, бронювання залізничних квитків, бронювання квитків на культурні заходи (вистави в театрах, екскурсії в музеях). Сучасними тенденціями є те, що готелі прагнуть створити таку інфраструктуру для надання якісних додаткових послуг, щоб клієнт як найбільше часу проводив в готелі, користуючись саме його послугами.

На сьогоднішній день перелік додаткових послуг які надаються готельними підприємствами дуже великий та різноманітний, але найчастіше готелі пропонують своїм гостям скористатися послугами підприємств харчування, а саме замовлення місць в кафе та ресторані, або замовлення їжі з них [28].

Незважаючи на розмаїття асортименту додаткових послуг, їх доцільно розділити на групи залежно від сфери задоволення попиту. Приклад представлений в таблиці 2.1.

Остаточний перелік послуг, що надаються в готелі, визначає керівництво, враховуючи розмір об'єкта, місце розташування, цільову аудиторію та конкурентну ситуацію.

Послуги готельного комплексу або послуги міні готелю звісно, що мають два абсолютно різних переліки додаткових послуг. Великі підприємства мають більші можливості та бюджет. Вони здатні пропонувати своїм клієнтам більш значні й об'ємні послуги готельного сервісу, не втрачаючи рентабельності. Невеликі об'єкти гостинності не можуть організувати повне побутове обслуговування гостей і надавати їм всі основні, додаткові й супутні послуги. Проте будь-який заклад розміщення має визначити свою власну цільову аудиторію, її ключові потреби і запити, і прагнути до максимального їх задоволення. Перелік і якість додаткових послуг повинні відповідати вимогам присвоєної категорії [26].

В деяких готелях зустрічаються не тільки основні та додаткові послуги, але й індивідуальні. Зазвичай це стосується готелів високої категорії, де зупиняються VIP-гості. Саме ці готі та їх обслуговування є дуже важливим для готелю, адже це позитивно впливає на імідж підприємства та сприяє

розвитку бізнесу. Зазвичай індивідуальні додаткові послуги включають особистого менеджера, можливість уникнення стандартних процедур або невеликі подарунки з логотипом підприємства [26].

Таблиця 2.1 – Асортимент додаткових послуг, що надаються в готельному господарстві [28]

Сфери в яких надаються додаткові послуги	Види послуг
Послуги, що полегшують перебування споживачів у готелі та туристичному районі	Інформаційні (інформування про послуги, що їх надає готель, розваги в туристичному районі, транспортні зв'язки, можливості купівлі товарів, місцезнаходження історико-культурних пам'яток і закладів тощо)
	Комунально-побутові (прання, чищення, прасування одягу, ремонт взуття, годинників, валіз, спортивного інвентарю тощо)
	Посередницькі (резервування місць у культурно-розважальних установах, замовлення театральних квитків, резервування номерів в інших містах тощо)
	Послуги автотуристам (забезпечення гаражем, стоянкою, дрібним ремонтом транспортних засобів)
	Надання друкованої продукції, настільних ігор
	Продаж товарів
	Прокат спортивного, пляжного інвентарю, друкарських машинок, автомобілів тощо
	Зберігання кореспонденції, цінностей
Послуги, що збагачують знання туристів про район, країну	Організація екскурсій, зустрічей, перегляду фільмів, урочистостей з нагоди національних свят
Послуги, що задовольняють особливі вимоги гостей – діячів мистецтва, спортсменів, бізнесменів та інших	Надання музичних інструментів, послуг особистого екскурсовода, перекладача, секретаря, забезпечення телексом зв'язком, комп'ютером тощо

Додаткові послуги, що надаються готельним підприємством є важливим джерелом прибутку. Але не за всі послуги готелі можуть брати

оплату. На законодавчому рівні закріплені обов'язкові основні безкоштовні послуги в готелях [3]:

- виклик швидкої допомоги;
- користування медичною аптечкою;
- доставка в номер кореспонденції;
- побудка до певного часу;
- надання комплекту посуду, столових приладів;
- цілодобове обслуговування номерів.

Крім цього, залежно від конкурентного середовища, рентабельності, сезонності та інших чинників, власник може пропонувати й інші безплатні послуги в готелях на свій розсуд [26].

Надання основних і додаткових послуг в готелі часто пропонують у вигляді пакетів: визначеного переліку за фіксовану плату. Вдало продумані пакети здатні привабити клієнтів своєю зручністю та простотою, а також знизити витрати підприємства.

Надання готельних послуг також може залежати від сезонних коливань. Надавати повний перелік в будь-яку пору року може бути не вигідно, але в періоди високого або особливого попиту можна включати спеціальні платні послуги в готелях, задіявши додатковий персонал і обладнання [26].

Система заходів, що забезпечують високий рівень комфорту, що задовольняють різноманітні побутові та господарські запити гостей, називається в готельному господарстві сервісом.

Сервіс потрібно будувати не тільки за принципом попиту (що хоче гість), але і за принципом пропозиції (готель пропонує нові послуги, які може надати, а гість вибирає). Але не можна нав'язувати послуги. Відповідно до «Правил надання готельних послуг» виконавець не має права без згоди споживача надавати додаткові послуги, що надаються за плату. Споживач має право відмовитися від оплати послуг, не передбачених договором. Також

забороняється обумовлювати виконання одних послуг обов'язковим наданням інших послуг.

Перелік послуг залежить від категорії готелю. Не у всіх готелях є можливість організовувати побутове обслуговування гостей та надавати їм повний перелік послуг. Проте всюди повинні прагнути до того, щоб набір послуг повністю відповідав запитам гостей.

Підприємства, які надають послуги, повинні розміщуватися в доступному місці (найчастіше на першому поверсі). У вестибюлі, на поверхах, у номерах повинна бути інформація про те, як і де отримати послуги, години роботи повинні бути зручними для гостей.

Надаючи будь-які послуги, персонал повинен проявляти такт та коректність. При наданні послуг важливим є не тільки їх кількість, але і якість. Тому в багатьох готелях гостям при від'їзді просять заповнити невеликі анкети, а потім їх вивчають у службі реклами і маркетингу [24].

Великий попит на туристичні послуги та різновид їх надання в усьому світі робить необхідним визнання результатів діяльності різних підприємств сфери туризму. Найкращий метод такого визнання – сертифікація, яка гарантує, що послуга (продукт) відповідає певним вимогам і має відповідну якість.

Сертифікація – сукупність дій і процедур, проведених уповноваженими органами з метою підтвердження того, що продукт або послуга відповідають певним стандартам чи технічним умовам. Залежно від того, хто її проводить, сертифікація буває трьох видів:

- самосертифікація, яка проводиться самим готельним підприємством, тобто виробником продукції та послуг;
- сертифікація, яка здійснюється споживачем послуг;
- сертифікація, яка здійснюється третьою стороною – спеціальною організацією, незалежною від виробника і споживача. Найбільшою довірою у міжнародній і вітчизняній практиці користується сертифікація, яка здійснюється третьою стороною.

В Україні існує обов'язкова й добровільна сертифікація. Обов'язкова сертифікація здійснюється уповноваженими на це органами сертифікації, охоплює перевірку й випробування продукції з метою визначення їх характеристик (показників) та подальший державний нагляд за якістю сертифікованих виробів та послуг. Добровільна сертифікація, як правило, проводиться з ініціативи суб'єктів господарювання на відповідність продукції ряду вимог, які не є обов'язковими.

У випадку позитивного вирішення питання щодо сертифікації суб'єкта туристичної діяльності йому у встановленому порядку видається сертифікат, що підтверджує рівень якості послуг. В цьому випадку суб'єктами сертифікації є туристичні підприємства, що надають готельні послуги. Об'єктом сертифікації виступають готельні послуги, що надаються підприємством.

Існує перелік послуг, що належать до обов'язкової сертифікації:

- послуги готелів з ресторанами;
- послуги готелів без ресторанів;
- інші місця для короткочасного проживання, в тому числі(послуги кемпінгів, майданчиків для автофургонів, молодіжних баз, гірських притулків, центрів та будинків відпочинку);
- послуги дитячих та студентських літніх таборів;
- послуги з надання спальних місць у спальних вагонах та інших транспортних засобах;
- послуги курортних закладів оздоровчого характеру.

Встановлено певний порядок з проведення сертифікації, він передбачає:

- подачу заяви на сертифікацію готельних послуг;
- розгляд і прийняття рішення по заяві, визначення схеми сертифікації протягом місяця з дня отримання заяви;
- проведення перевірок з метою обов'язкової сертифікації;

- аналіз отриманих результатів і прийняття рішення про можливість видачі сертифіката відповідності і підписання ліцензійної угоди;
- реєстрацію сертифікату відповідності;
- технічний нагляд за наданням обов'язкових сертифікованих послуг сертифікованою системою якості надання послуг;

Термін дії сертифіката може складати 1 рік, 3 роки, 5 років. Не пізніше ніж за три місяці до закінчення строку дії сертифіката заявник подає нову заявку для отримання сертифіката на наступний період [1].

Таким чином, можна стверджувати, що організація надання додаткових послуг користується попитом та є досить важливою частиною в готельному підприємстві. Вона допомагає підприємству бути конкурентоспроможним на ринку шляхом привертання уваги більшої кількості клієнтів та навіть залученням до відвідування готелю мешканців міста. Правильно організований процес надання додаткових послуг позитивно впливає на імідж підприємства та сприяє розвитку бізнесу.

2.2. Туристсько-екскурсійне обслуговування у готельному господарстві

Послуги гостинності сьогодні не обмежуються наданням висококласного розміщення та харчування, організація дозвілля гостей тепер важливе завдання фахівців цієї сфери. Зазвичай основною метою приїзду туристів є ознайомлення з історією краю, відвідування туристичних пам'яток та закладів культури і звісно відпочинок на місцевих курортах. Саме тому екскурсійні програми входять до переліку додаткових послуг, що надаються більшістю готельних підприємств, незалежно від їх категорії, іміджу, призначення або місця розташування. При багатьох готелях є власні екскурсійні бюро і спеціалізовані відділи.

Як показує досвід останніх років, цікавість гостей готелю до екскурсійних програм значно збільшилась і відповідно збільшився їх попит. Поряд із тим, зростають і вимоги до організації таких заходів, адже гості, які

мають можливість мандрувати по Україні та за кордоном, стають більш вибагливими. Для збільшення своєї конкурентоспроможності та рівня задоволення гостей готелі мають постійно працювати над розширенням переліку додаткових послуг і організація екскурсійних програм може стати одним із факторів, який підвищить цікавість споживачів до закладів індустрії гостинності. Проте, ця послуга має відповідати сучасним вимогам і бути конкурентоспроможною, що викликає необхідність запровадження інноваційних екскурсійних послуг.

Інновації в екскурсійній діяльності можуть бути нові за тематикою і формою екскурсії, зокрема, нові підходи до розробки і удосконалення екскурсій, нові методичні прийоми і технології, що використовуються екскурсоводами. Інноваційними можуть бути як удосконалені класичні, так і нові екскурсії і послуги, що впроваджуються у практику. У розробці екскурсійного продукту може приймати участь достатньо широке коло осіб: маркетологи, спеціалісти з реклами, професійні екскурсоводи, гідиперекладачі, спеціалісти від різних галузей науки і культурної діяльності [42].

До розробки та безпосередньо організації екскурсійної діяльності можуть бути залучені як персонал готелю, так і його партнери – туристичні фірми й представники музеїв, театрів, актори, які будуть залучені до костюмованих екскурсій.

План підготовки екскурсійних програм до запровадження при закладах готельного господарства має містити наступні складові:

1. Організація круглого столу за участю всіх партнерів – туристичні фірми, що організовують екскурсії, готельне підприємство, екскурсовод, музейні працівники, представник транспортного підприємства і обговорення концепції (ідеї) майбутньої екскурсії.

2. Формування творчої групи із створення проекту і розподіл функцій між її учасниками.

3. Створення програм і сценарію екскурсії по основних етапах (в ідеалі необхідно розробити кілька варіантів сценарію, що підходить до груп різного складу).

4. Визначення потенційного кола клієнтів (школярі, учні коледжів, вузів, дорослі корпоративні групи, родинні групи, іноземні туристи).

5. Складення бізнес-плану.

6. Підготовка самої екскурсії .

7. Реклама (брошури, рекламні буклети, календарі, текст для сайту в інтернеті).

8. Складення договору на послуги з транспортним підприємством.

9. Проведення пробної екскурсії та презентація нового продукту на ринку туристичних послуг.

Серед основних принципів обслуговування дозвілля у готельних комплексах можна назвати такі: індивідуальний підхід, комплексність в організації заходів, систематичність заходів та їх цілеспрямованість, свобода вибору та добровільність участі [42].

Екскурсійна послуга – проведення екскурсій для груп екскурсантів або для індивідуалів. Якість екскурсійного обслуговування залежить від багатьох складових: якісне транспортне обслуговування; підготовленість екскурсантів до прослуховування і сприйняття теми екскурсії; якісно підготовлена методична розробка екскурсії; професійна майстерність екскурсовода, дотримання правил техніки проведення екскурсії, диференційований підхід до обслуговування різних груп екскурсантів. Створенням і наданням екскурсійних послуг займаються екскурсійні фірми (компанії, бюро) [45].

Екскурсійні фірми комбінують послуги безпосередніх виробників (музеїв, транспортних, видовищних і інших організацій) за своїм розсудом і за бажанням споживачів, а також самі створюють і надають туристсько-екскурсійні послуги (наприклад, екскурсії) [45].

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

- організації які виробляють власну продукцію (екскурсійні фірми);
- посередницькі (при організації турів з фірмами-партнерами);
- постачальники (музеї, заклади харчування, транспортні господарства);
- торговельні (готелі) [45].

Екскурсійні підприємства використовують у своїй роботі різні форми обслуговування та виконують різноманітні завдання, наприклад:

- екскурсія як окрема послуга. Вона передбачає організацію оглядових і тематичних екскурсій; пішохідних чи з використанням різних видів транспорту; виробничих екскурсій, екскурсій до музеїв, на виставки, в заповідники. Відрізняє екскурсію: наявність теми, кваліфікованого керівника-екскурсовода, екскурсійної групи; показ екскурсійних об'єктів; рух учасників; тривалість від однієї години до доби;
- екскурсія у складі туру, маршруту вихідного дня, яка є складовою частиною пропонованого туру;
- організація екскурсій, культурно-видовищних послуг;
- надання послуг гідів-екскурсоводів, екскурсоводів, туристичних лідерів, організаторів екскурсій;
- шляхова (дорожня) екскурсійна інформація пропонується під час тривалих перевезень. Екскурсовод або тур-лідер коротко інформує екскурсантів про цікаві об'єкти, розташовані на шляху руху групи [26].

Екскурсійна діяльність пов'язана з ознайомленням туристів і екскурсантів з екскурсійними об'єктами в місці їх тимчасового перебування без надання послуг розміщення. Організована екскурсійна діяльність повинна здійснюватися кваліфікованим персоналом, обізнаним із вимогами, які ставляться до технології створення екскурсійних послуг і обслуговування екскурсантів, і охоплювати найширші верстви населення. Під організованою екскурсійною діяльністю розуміють пропозицію стандартизованої екскурсійної програми або окремих екскурсій як різновидів туристських послуг. Екскурсійна програма обслуговування – це план екскурсійних

заходів, що реалізуються для задоволення конкретних або спеціалізованих пізнавальних запитів і інтересів місцевого населення, туристів або екскурсантів залежно від цілей їх перебування. Комплекс послуг, що входять до складу програми, є продуктом екскурсійної фірми (чи екскурсійного відділу туристської фірми) [26].

Екскурсійна діяльність відбувається з двох сторін:

- з боку екскурсантів – це спостереження і зорове дослідження об'єктів, сприйняття та розуміння почутого. Але треба пам'ятати, що ця діяльність, здебільшого, сприймається екскурсантами як активний відпочинок. Тому не можна їх перевантажувати та вимагати від них надмірних зусиль для засвоєння нових знань;

- з боку екскурсовода – це професійна діяльність, що передбачає взаємодію з аудиторією та організацію пізнавального процесу на екскурсії. Вона включає також підготовчий етап: вибір теми та відповідних об'єктів, прокладання маршруту, укладання тексту та методичної розробки [29].

Знання основ психології й педагогіки допомагає екскурсоводові правильно організувати пізнавальний процес на екскурсії. Практично спілкування є комунікативною фазою його діяльності.

У практичній діяльності екскурсія розглядається в кількох аспектах:

- як форма виховання (патріотичного, естетичного);
- як одна з форм навчання або складова частина інших форм пізнання;
- як форма роботи з масовою аудиторією;
- як один із шаблів пізнання;
- як форма поширення наукових знань, ідейного виховання;
- як форма організації культурного дозвілля;
- як складова частина організованого туризму [29].

Програми екскурсійного обслуговування складаються так, щоб задовольнити конкретні цілі:

- пізнавальні (історична, архітектурно-містобудівна, літературна, мистецтвознавча, природознавча тематика);

- розважальні (відпочинок, спорт);
- професійні (ділові, бізнес-тури, участь у виставках, ярмарках та інші);
- інші (паломництво, навчання, підвищення кваліфікації та інші) [26].

За програмою екскурсії бувають оглядові та тематичні. Оглядова екскурсія охоплює декілька тем одночасно. Вона знайомить туристів з містом (країною), його історією, особливостями і звичаями населення, архітектурними пам'ятками і сучасним життям. Мета тематичної програми обслуговування присвячена розширенню пізнання екскурсантів відносно визначеної тематики.

Підприємства, що відповідають за проведення екскурсій, повинні мати у своєму штаті спеціально підготовлених фахівців (гідів), які вільно володіють рідною для туристів мовою. Гіди-перекладачі – це фізичні особи, які проводять діяльність, пов'язану з туристичним супроводом. Відсутність гіда-перекладача або його непрофесійність можуть зіпсувати враження туриста від поїздки. До гіда-перекладача ставляться різні вимоги, але основними з них є:

- досконале знання матеріалу та уміння імпровізувати змінюючи текст відповідно до особливостей туристів, їх віку і соціального складу;
- забезпечення усного перекладу під час проведення всіх запланованих організаторами туру заходів;
- творчий підхід до своєї роботи, уміння «заразити» своєю любов'ю до міста, країни усіх присутніх в групі;
- зосередженість та готовність надати відповідь на будь-які питання;
- систематична робота над розширенням свого світогляду, вдосконалення професійних знань і знань іноземної мови, дотримання встановлених норм і правил поведінки, коректність у взаємовідносинах з туристами.

Гід-перекладач повинен володіти лексикою мистецтвознавчого та історичного характеру, вона знадобиться при проведенні екскурсій в музеях та історичних місцях. Крім того, важлива політична та економічна лексика, у

людей які приїжджають в країну вперше, як правило, виникає безліч питань, пов'язаних з політичною та економічною ситуацією в країні. Гід-перекладач повинен як можна більш повно відповідати на запитання іноземних гостей.

При призначенні гіда на роботу з конкретною іноземною групою йому видаються пропуск у готель, де зупинилися туристи, а також план маршруту із заздалегідь зазначеними датою, часом і місцем проведення запланованих заходів.

При зустрічах або проводах групи обов'язками гіда є: надання допомоги туристам в проходженні митного або прикордонного контролю; ознайомлення туристів із правилами в'їзду до держави (митні правила і обмеження), з порядком обміну валюти, фотографування і відеозйомки на території держави, організація отримання багажу.

В аеропорту гід інформує туристів про місце розташування туалетів, пунктів обміну валюти, закладів харчування (якщо є вільний час). На трансфері гід повідомляє тривалість переїзду до готелю, і якщо цей термін перевищує одну годину – інформує туристів про відстань в кілометрах. Гід на трансфері повинен підтримувати контакт з водієм, спільно вирішуючи питання, які виникають в дорозі.

Під час організації харчування гід зобов'язаний організувати прибуття групи в ресторан у точно призначений час, інформувати служби харчування ресторану про прибуття групи, про харчові звички та смаки туристів. Якщо ж харчування організовується під час поїздки, наприклад у вагоні-ресторані, гіді необхідно наперед уточнити графіки харчування, про що повідомити туристів.

Перед зупинкою біля готелю гід оголошує, хто з туристів виходить, нагадує про багаж. У готелі гід відвідує туристів за певним розкладом (щодня, через день, двічі за поїздку) [19].

При розміщенні туристів гід зобов'язаний:

- відрекомендуватися працівникам готелю і повідомити про приїзд групи;

- надавати допомогу працівникам служби прийому і розміщення для швидшого розселення туристів;
- контролювати і в разі необхідності надавати допомогу туристам у заповненні реєстраційних карток;
- скласти списки туристів із зазначенням зайнятих ними готельних номерів;
- завчасно ознайомити туристів із програмою перебування у визначеному пункті;
- при виїзді з готелю перевіряти правильність здачі ключів адміністраторові.

Для проведення екскурсій гід-перекладач повинен мати при собі ліцензію на право займатися відповідною діяльністю (інакше йому загрожує штраф). Для відвідування певних об'єктів і видовищних заходів гід завчасно купує квитки, організовує відвідування і вихід з території об'єкта.

Працюючи з туристами, гідові забороняється:

- самостійно змінювати запланований маршрут, на власний розсуд вносити зміни до програми;
- без вагомих причин змінювати запланований час проведення екскурсій, а також їх тривалість;
- самостійно організовувати відвідування об'єктів показу, не передбачених програмою перебування [26].

Ще одна професійна вимога, що відноситься до гіда-перекладача – він повинен бути дуже мобільним, готовим за першим дзвінком їхати з групою туристів по маршруту, надаючи їм лінгвістичну допомогу.

Групова туристська поїздка за кордон потребує чіткої організації процесів, пов'язаних із переїздом групи туристів, її доставкою до місця перебування, розміщенням туристів в готелі, подальшим проходженням усіх етапів програми перебування. Ці обов'язки покладаються на тур-лідера (супроводжуючого).

Тур-лідер (супроводжуючий) – це уповноважений представник туроператора на маршруті, його задача координувати і забезпечувати виконання програми туру. Ця посада характерна для виїзного туризму.

Зазвичай це – працівник туристичної фірми, що відправляє туристів в подорож, або екскурсійної фірми готелю, який супроводжує групу по маршруту і організовує перебування туристів в ході усієї поїздки. Залежно від напрямку поїздки та рівня обслуговування обов'язки тур-лідера може виконувати одна людина або команда співробітників, кожен з яких відповідає за ту чи іншу функцію на певному етапі поїздки [26].

Обов'язки тур-лідера (супроводжуючого): забезпечення програми туру, контроль за кількісним складом групи, інформування туристів про час і місце збору і від'їзду групи. Контроль за проходженням кордону, розселення в готелях по маршруту (згідно схеми розміщення і ваучерам приймаючої сторони), забезпечення туристів загальною супроводжуючою інформацією, взаємодія з гідом на маршруті і контроль виконання екскурсійної програми, взаємодія з водіями, взаємодія з представниками приймаючої сторони, взаємодія з офіційними службами, контроль за дисципліною і правилами поведінки туристів на маршруті.

Також підприємства, що відповідають за проведення екскурсій повинні мати у своєму штаті спеціаліста з екскурсійного обслуговування – екскурсовода. Поняття «екскурсовод» розуміє під собою фахівця відповідального за культурну складову екскурсії, зазвичай це співробітник музею, галереї або екскурсійного бюро, також екскурсовод може супроводжувати групи в поїздках. Вимоги до екскурсовода досить багатогранні, наприклад:

- пошук історичних матеріалів з їх подальшим вивченням;
- фахівець має постійно вдосконалювати ораторські здібності, вивчати нові техніки для своїх оповідань, міти відповідати на запитання і головне – не боятися публічних виступів;

- екскурсовод має володіти детальною інформацією про групи туристів, час їх прибуття на місце. Він зобов'язаний їх зустріти, упевнитися, що ніхто не відстав від групи. Екскурсовод повинен вести документацію, заповнювати протоколи заходів;
- у його обов'язок входить розробка найбільш зручного маршруту для екскурсії;
- екскурсовод має вміти захоплено розповідати про експозицію в музеї або в архітектурних спорудах, аби зацікавити туристів;
- він повинен інформувати туристів про техніку безпеки та заходи безпеки при знайомстві з експонатами;
- екскурсовод зобов'язаний надавати туристам відповідь на питання, що виникають в ході екскурсії;
- якщо турист отримав травму або раптово відчув нездужання, екскурсовод зобов'язаний надати йому медичну допомогу, а також викликати медиків або доставити його в найближчу лікарню;
- екскурсовод повинен бути психологічно стійкий і у випадку непередбачених ситуацій, що несуть небезпеку для життя туристів, вміти запобігти паніці і викликати відповідні служби;
- по закінченні екскурсії екскурсовод повинен організувати від'їзд туристів, перевірити наявність у них документів, квитків.

Успіх екскурсійної послуги значною мірою залежить від екскурсовода, його індивідуальних якостей. Прояв педагогічного такту, увічливості, терпимості, уміння стримати себе в конфліктній ситуації сприяють створенню спокійної ділової обстановки в екскурсійній групі. Доброзичливість і самовладання екскурсовода, використання нейтралізуючих фраз у спілкуванні з екскурсантами дозволяють уникнути негативних ситуацій, створюють умови для встановлення позитивного психологічного клімату [36].

Під впливом практичної діяльності у екскурсовода формуються спеціальні здібності. Для екскурсовода характерні чотири види здібностей.

Конструктивні здібності виражаються у вмінні підібрати і правильно оформити екскурсійний матеріал, дохідливо і переконливо подати його, а у випадку необхідності перебудувати план проведення екскурсії, схему використання методичного прийому. Даний вид здібностей виступає основою розумової діяльності екскурсовода.

Організаторські здібності виражаються у вмінні здійснювати керівництво екскурсійною групою, спрямовувати увагу екскурсантів на необхідні об'єкти, а також у вмінні забезпечити виконання програми туристів і екскурсантів, які прибули з іншого міста.

Комунікативні здібності виражаються у вмінні встановити ділові відносини з групою, зберегти їх протягом всього часу спілкування з екскурсантами, знайти спільну мову з водієм автобуса на маршруті, працівниками музеїв, виставок, з методистами секції, іншими екскурсоводами, керівниками груп, організаторами подорожей і екскурсій.

Аналітичні здібності створюють основу для самокритичного аналізу власної роботи, об'єктивної оцінки якості проведення екскурсії, ефективності використання методичних прийомів [29].

Професія екскурсовода, як і будь-яка інша, вимагає від людини певних знань, навиків і вмінь. Існують певні вимоги щодо роботи екскурсовода.

Професійний екскурсовод повинен знати:

- нормативну базу і стандарти, які регулюють надання екскурсійних послуг в Україні;
- історію, культуру, географію краю;
- основні туристичні об'єкти, місця та заклади культури;
- правила обслуговування на пішохідних, автобусних та інших екскурсійних маршрутах;
- схему дій на випадок непередбачуваних ситуацій [29].

Професійний екскурсовод повинен вміти:

- використовувати спеціальні методичні прийоми стосовно показу та розповіді, що стосуються об'єктів екскурсії та застосовувати різні техніки введення екскурсії;

- працювати в групі над створенням нової екскурсії;

- складати індивідуальний текст екскурсії та вміти оформлювати необхідну документацію;

- користуватися спеціальною термінологією туристсько-екскурсійної тематики;

- вміти надавати першу до медичну допомогу.

Професійний екскурсовод зобов'язаний:

- постійно вдосконалювати знання та навички з професійної майстерності;

- дотримуватися етичних вимог;

- дотримуватися правил внутрішнього трудового розпорядку.

Професійний екскурсовод повинен володіти:

- гарною дикцією;

- технікою публічних виступів;

- основами психології;

- знаннями стосовно особливостей різних культур та релігій [29].

Також під час проведення екскурсії екскурсоводи зазвичай використовують комплект наочних матеріалів. Для зручності зазначені матеріали зазвичай містяться в папці або невеликому портфелі від чого й отримали назву – «портфель екскурсовода».

У «портфель екскурсовода» включаються фотографії, географічні карти, схеми, креслення, малюнки, зразки продукції, копії справжніх документів, рукописів, літературних творів, макети, муляжі, гербарії, колекції мінералів тощо [29].

Вимоги до підготовки матеріалів «портфеля екскурсовода»:

- матеріали, які включаються в портфель по темі екскурсії не повинні бути одноманітними (не складатися виключно з фотографій);

- матеріали мають бути зручні для використання (цупкі й такі, що не швидко псуються, наприклад ламіновані);
- матеріали повинні бути достатніх розмірів (не занадто дрібними) для зручного й ефективного показу групі людей;
- до кожного експоната, включеного в «портфель», прикладається картка з поясненнями або довідковим матеріалом. Іноді пояснення прикріплюється зі зворотного боку експоната;
- усі матеріали портфеля екскурсовода нумеруються, складається їхній загальний перелік [29].

Завдання «портфеля екскурсовода»:

- відновити відсутні ланки при показу (об'єкт не зберігся до сьогодні, дати уявлення про первісний вигляд об'єкта, показати перспективу в майбутньому);
- дати зорове уявлення про об'єкт (рослини, мінерали, механізми дії шляхом показу справжніх зразків, макетів), події (картини, фотографії карти), видатних особистостей (фотографії, портрети);
- показати копії справжніх документів, рукописів, літературних творів [29].

Одним з етапів проведення туристсько-екскурсійного обслуговування в готелі насамперед є створення та підготовка самої екскурсії. Створення нової екскурсії за будь-якою тематикою – складний трудомісткий процес. Підготовка нової екскурсії доручається творчій групі у складі 3 – 5 осіб здебільшого це працівники екскурсійного бюро. Можуть залучатися й експерти з різних галузей знань: історії, архітектури, мистецтва та ін. Звичайно, кожному з учасників творчої групи відводиться розробка однієї чи кількох підтем екскурсії. З метою координації та контролю за роботою обирається керівник творчої групи.

Підготовка нової екскурсії проходить три основних етапи такі як:

– попередня робота – підбір матеріалів для майбутньої екскурсії, їхнє вивчення, тобто нагромадження знань за даною темою, визначення мети й завдань екскурсії;

– розробка екскурсії – відбір об’єктів і прокладання маршруту, обробка зібраного матеріалу та робота над текстом екскурсії. Після того, як визначені об’єкти показу і відомий зміст розповіді, приймається рішення щодо методики й техніки проведення екскурсії, у тому числі обираються прийоми показу та розповіді. За результатами цього укладається методична розробка. Відтак укомплектовується портфель екскурсовода;

– заключний етап – приймання (захист) екскурсії на маршруті та її затвердження [25].

Кожен з етапів підготовки екскурсії передбачає виконання певних завдань, 13 найголовніших наведені в таблиці.

Таблиця 2.2 – Етапи підготовки екскурсії [25].

Етапи в підготовці екскурсії	Завдання в підготовці екскурсії
Попередня робота	1. Визначення мети та завдання екскурсії
	2. Вибір теми екскурсії
	3. Вибір літератури
	4. Вивчення іншого екскурсійного матеріалу. Ознайомлення з експозиціями та фондами музеїв
Розробка екскурсії	5. Вибір та вивчення екскурсійних об’єктів
	6. Прокладання маршруту
	7. Підготовка тексту екскурсії
	8. Укомплектування «портфеля екскурсовода»
	9. Визначення прийомів показу та розповіді
	10. Визначення техніки ведення екскурсії
	11. Укладання методичної розробки
Захист екскурсії	12. Приймання екскурсії
	13. Затвердження екскурсії

Ще на етапі створення екскурсійного продукту треба звернути увагу на відповідність даної послуги до загальних вимог, а саме:

- відповідність призначенню (екскурсійні послуги повинні відповідати очікуванням та фізичним можливостям споживачів, яким надається дана послуга);

- точність і своєчасність (екскурсійні послуги, що надаються споживачеві за обсягами, термінами й умовами обслуговування мають відповідати вимогам, що вказані в путівниках чи квитках);

- етичність обслуговування персоналу (обслуговуючий персонал повинен дотримуватися етичних норм поведінки та спілкуватися з відвідувачами ввічливо та доброзичливо);

- комфортність (екскурсійні послуги мають надаватися у комфортних умовах обслуговування, що створені для споживача, до них відносяться: зручне планування екскурсійного маршруту, комфортні транспортні засоби тощо);

- естетичність (гарне художнє оформлення відвідуваних екскурсійних об'єктів, оформлення інтер'єрів приміщень, також важливим є охайний зовнішній вигляд та культура мовлення обслуговуючого персоналу);

- ергономічність (тривалість екскурсії, складність екскурсійних маршрутів, спорядження та інвентар, транспортні засоби та інше, має відповідати фізіологічним і психологічним можливостям екскурсантів) [29].

Тож можна стверджувати, що сучасне сприйняття готелю вже давно вийшло за межі простого виду «тимчасового житла», тепер готель є місцем в якому гість може отримати максимально повне задоволення своїх потреб підчас перебування поза межами свого звичайного місця проживання. Кількість додаткових туристсько-екскурсійних послуг, що надаються готельним підприємством може бути різною, на цей фактор впливає рівень якості готелю. Зазвичай до таких послуг відносять: продаж квитків в театри та музеї, бронювання місць на екскурсії, послуги гіда-перекладача та продаж сувенірної продукції. Тож, працюючи над розширенням переліку додаткових послуг в тому числі й туристсько-екскурсійних готельні підприємства збільшують свою вагомість та здатність до конкуренції на ринку.

РОЗДІЛ 3

ТУРИСТСЬКО-ЕКСКУРСІЙНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ ЯК ДОДАТКОВА ПОСЛУГА В ГОТЕЛІ (НА ПРИКЛАДІ ЗАПОРІЗЬКОГО ОБЛАСНОГО КРАЄЗНАВЧОГО МУЗЕЮ)

Туристсько-екскурсійне обслуговування розглянемо на прикладі Запорізького обласного краєзнавчого музею. Адже музей для туристів це чудове місце, щоб познайомитись з історією міста, регіону та особливостями їх культури. В цьому випадку готель заздалегідь для своїх постояльців бронює квитки, тематичну екскурсію для групи (за потреби) та організовує транспортні послуги. Такий вид культурного відпочинку пасуватиме для туристів будь якого віку.

Запорізький обласний краєзнавчий музей було засновано у грудні 1921 р. Його першим завідуючим був відомий краєзнавець, археолог, етнограф і фольклорист Яків Павлович Новицький.

Новицьким проводилася активна робота по створенню колекцій музею. Їх склали знахідки Якова Новицького, зібрані ним під час археологічних та етнографічних розвідок. До середини 1922 р. була визначена структура фондів музею: кам'яний вік, бронзовий вік, залізний вік, історична епоха, класичні старожитності, нумізматики. При музеї було сформовано історичний архів з матеріалами від 1797 до 1858 рр.; науково-історичну бібліотеку; газетний архів (1901 – 1922 рр.). 15 червня 1923 р. було відкрито першу експозицію музею. Активна діяльність музею припиняється у зв'язку зі смертю Якова Павловича Новицького у травні 1925 р.

Новий етап історії музею пов'язаний з ім'ям літератора, художника і краєзнавця М. Г. Філянського, який у 1931 р. енергійно взявся за створення у Запоріжжі музею історії Дніпрогесу. Музей від самого початку формувався як краєзнавчий і після утворення у 1939 р. Запорізької області отримав статус обласного. Активна діяльність колективу музею дозволила за короткий час

зібрати чудову колекцію, в якій зберігалися матеріали з історії Запоріжжя від найдавніших часів до будівництва Дніпрогесу.

Під час Другої світової війни в окупованому Запоріжжі колекції музею були повністю втрачені. Від довоєнного музею випадковим чином збереглися лише дві корабельні гармати першої половини XVIII ст..

У січні 1944 р., після звільнення краю від нацистів, музей відновив діяльність спочатку у м. Мелітополі. Там він розташовувався в одному приміщенні із місцевим історико-краєзнавчим музеєм до вересня 1948 р.. У червні 1949 р. музей відкрив першу повоєнну експозицію.

У 1977 р. музей переїхав у нове приміщення. Це була будівля колишньої земської управи 1915 р., безумовно одна з найкрасивіших архітектурних пам'яток Запоріжжя розташована за адресою вул. Троїцька, 29. В 1977 р. тут було відкрито першу краєзнавчу виставку. Але знадобилося 10 років для проектування та проведення повної реконструкції будівлі, з метою пристосування її для потреб музею. І саме в цій будівлі в грудні 2021 р. музей відзначив своє сторіччя.

В музеї широкий вибір екскурсій на різну тематику, а також знаходяться наступні відділи:

- відділ природи де розповідається про геологію та палеонтологію краю, особливості місцевих степів, лісів, флору і фауну азовського моря та узбережжя;

- відділ історії краю в залах якого представлені виставки які розповідають про історію краю починаючи з кам'яної доби та закінчуючи початком XX ст., також там представлені виставки, що розповідають про історію козацтва та економічний розвиток краю;

- відділ новітньої історії представлений виставками які присвячені післявоєнній відбудові, будівництву Дніпрогесу, подіям на майдані, в зоні АТО та сучасним подіям на фронті [18].

Окрім постійних виставок та екскурсій в музеї проводяться культурно розважальні ігри, тематичні екскурсії та заходи. Також співробітниками

музею було розроблено та проведено захід для дітей «Я – музейник ! Світ музейних професій». Це захоплива подорож до музейного життя яка розроблена у форматі гри, під час якої кожна дитина зможе «приміряти» на себе роль екскурсовода, археолога, реставратора, зберігача тощо. Захід допомагає краще відчувати історію і доторкнутися до минулого. А ще – дає відчуття приємного і пізнавального спілкування, яке робить дитину поціновувачем музею і формує нові позитивні враження про діяльність і важливість цього закладу культури.

Мета розробленої програми заходу:

- познайомити слухачів з різними напрямками роботи музею;
- ознайомити юних відвідувачів з музейними професіями;
- сформувати інтерес до музейних професій;
- стимулювати розвиток допитливості;
- прищепити вміння цінувати власну історію;
- познайомити з основами науково-дослідницької роботи;
- навчити бути комунікабельними;
- розвивати впевненість під час публічних виступів;
- навчити виділяти головне;
- цікаво доносити і подавати інформацію [18].

До дня Святого Миколая працівниками музею проводиться розважально-пізнавальний захід для дітей. В 2021 р. до програми входило: перегляд новорічного мультфільму на великому екрані, аквагрим, майстер-класи з виготовлення новорічних іграшок та прикрас, солодкі подарунки, новорічна фотозона та вільний доступ до всіх виставкових залів музею. Мета заходу:

- познайомити дітей з історією та традиціями свята;
- розвивати уяву, фантазію творчі здібності у дітей;
- виховувати повагу до свого народу, його звичаїв, традицій;
- виховувати духовну культуру;
- створити святковий настрій [18].

А до святкування Масляної в 2021 р. працівниками музею був розроблений культурний захід «Масляна в музеї». В першу чергу захід складався з тематичної екскурсії, де екскурсовод розповідав про походження та значення свята, українські традиції святкування, повір'я та прикмети. Також у екскурсантів була можливість відвідати майстер-клас з виготовлення ляльки-мотанки. Мотанка здавна вважається символ добробуту, добра й надії, вона виконувала функцію оберегу людської долі. Також в програму заходу входить чаювання в музеї і тематична фотозона.

З власного практичного досвіду пропоную розглянути цю екскурсію детальніше. Екскурсія проходить в залах музею «Край з кінця XVIII ст. до середини XIX ст.», адже в цих залах зібрана велика колекція речей та елементів декоративно-ужиткового мистецтва, що уособлюють українську культуру XVIII – XIX ст. В вітринах представлені найкращі зразки традиційного українського одягу. Головним елементом жіночого одягу в Україні була сорочка. Рукави та поділ сорочки прикрашали вишивкою та мереживом. Для різних областей України характерні власні поєднання кольорів в вишивці. На сорочки жінки одягали поясний одяг різного типу. В будні це була звичайна спідниця чи запаска (спідниця яка складалась з двох фартухів), на свята одягали плахту(жіночий одяг типу спідниці) яку додатково вишивали. Поверх сорочки ще одягали керсетку – верхній жіночий одяг (безрукавка з кольорової тканини). Речі традиційного українського одягу представлені в експозиції музею, також там представлені жіночі прикраси тих часів. В експозиції знаходяться і зразки чоловічого одягу. А саме вишита чоловіча сорочка в якій вишивалися манжети, комір та груди, штани та солом'яний бриль який носили влітку на голові. Зимовий одяг представлений вовняним кожухом та шапкою. До того ж в вітринах музею зберігаються образи прикрашені вишитими рушниками та різноманітний посуд. Національний одяг та предмети побуту представлені в Додатку А.

Показ автентичних українських речей супроводжувався розповіддю, а точніше екскурсією, що присвячена святкуванню Масляної. Масляна – це

свято, що символізує проводи зими та зустріч весни (хоч свято й немає усталеної дати, однак завжди припадає на межу зими та весни). Свято відзначається протягом тижня перед Великим постом. Відповідно, дата святкування Масниці змінюється кожен рік, в залежності від дати святкування Великодня.

Кожен день масляного тижня є певним символом. До того ж дні масляного тижня мали свої назви та певні традиційні обряди. В ході екскурсії екскурсовод детально розповідає про кожен день святкування, акцентуючи увагу на головних та найцікавіших традиціях.

Традиційною стравою на Масляну були млинці їх традиційно подавали на стіл з сиром та медом. До речі в експозиції музею представлені речі, що пов'язані з роботою бджолярів XIX ст..

Ще в залах музею представлений традиційний одяг і традиційні побутові речі інших народів, що жили на території сучасної Запорізької області – болгари, чехи, поляки. До екскурсії також входить розповідає і про традиції святкування масляної в цих країнах.

Мета даного заходу:

- познайомити відвідувачів з традиціями святкування Масляної в Україні;
- розширити знання про звичаї українського народу;
- виховувати повагу до традицій та звичаїв свого народу;
- розвивати творчі здібності;
- збагачувати словниковий запас [18].

Насьогодні під час дії воєнного стану в Україні, Запорізький обласний краєзнавчий музей продовжує працювати. З міркувань безпеки в музеї обладнане бомбосховище та пожежні сходи. А для збереження унікальних експонатів деякі експозиції та виставки довелось замінити. Але попри це в музеї відкриваються нові виставки, наприклад «Запоріжжя – край козацький», що присвячена історії козацтва на Запоріжжі та виставка «На

шляху до незалежності» головний акцент якої – війна за відстоювання територіальної цілісності України.

Музей відкритий для відвідувачів в понеділок, середу та п'ятницю з 09:00 до 14:00. Вартість вхідного квитка становить: 50 грн. для дорослих та 25 грн. для школярів, студентів, пенсіонерів. Додатково можна придбати екскурсію музеєм. Екскурсії проводяться українською мовою. Вартість тематичної екскурсії до 30 осіб – 150 грн.. Вартість оглядової екскурсії, що охоплює всі зали та експозиції музею – 500 грн.. Придбати квитки та замовити екскурсію можна онлайн.

Також в музеї діють пільги, тож право на безкоштовне відвідування музею мають:

- діти дошкільного віку;
- вихованці дитячих будинків, інтернатів;
- працівники музеїв та члени ICOM.

Право безкоштовного відвідування музею кожен вівторок останнього тижня місяця мають наступні категорії:

- інваліди I та II групи;
- учні середніх спеціальних навчальних закладів;
- студенти вузів;
- військовослужбовці строкової служби;
- пенсіонери;
- ветерани Другої світової війни;
- учасники бойових дій.

(за пред'явленням документів, що засвідчує належність до вказаної категорії громадян) [18].

Зали музею розташовані на трьох поверхах, схема їх розташування представлена нижче.

На першому поверсі розташовані наступні зали:

- зали «Природи Запорізького краю» де представлені такі виставки: геологія та палеонтологія краю, ліс, степ та Азовське море і узбережжя;

- зали «Археології Запорізького краю», що складаються з наступних експозицій: доба каменю, доба бронзи, скіфи, велике переселення народів;
- зал «Історія запорізького козацтва»;
- зал «Заселення запорізького краю».

Схема першого поверху представлена на рис. 3.1.

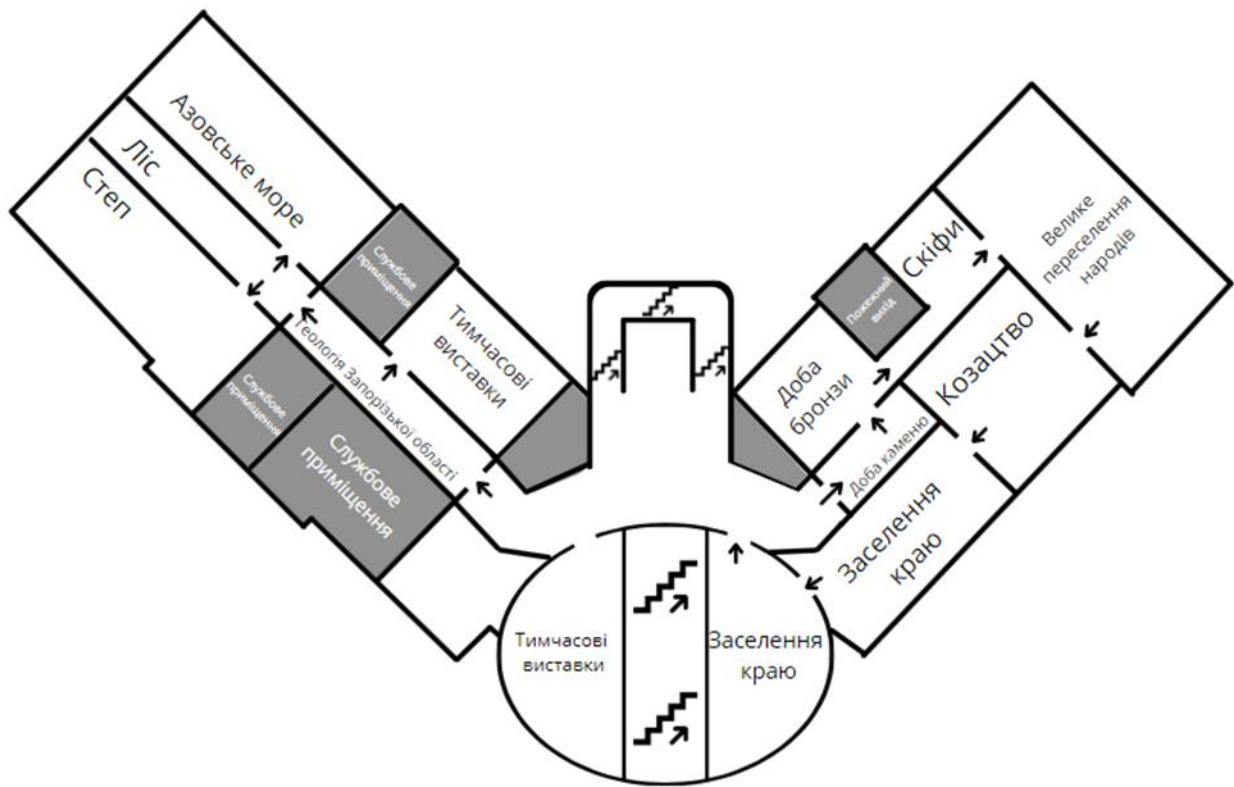


Рис. 3.1 – Розташування залів на першому поверсі

На другому поверсі розташовані наступні зали:

- зал «Запоріжжя на зламі імперії»;
- експозиція «Дніпрогес: підкорення стихії»;
- зали «Економічний розвиток краю у другій половині XIX – на початку XX ст.»;
- зал «меблі в інтер'єрах кінця XIX – початку XX ст.».

Схема другого поверху представлена на рис. 3.2.

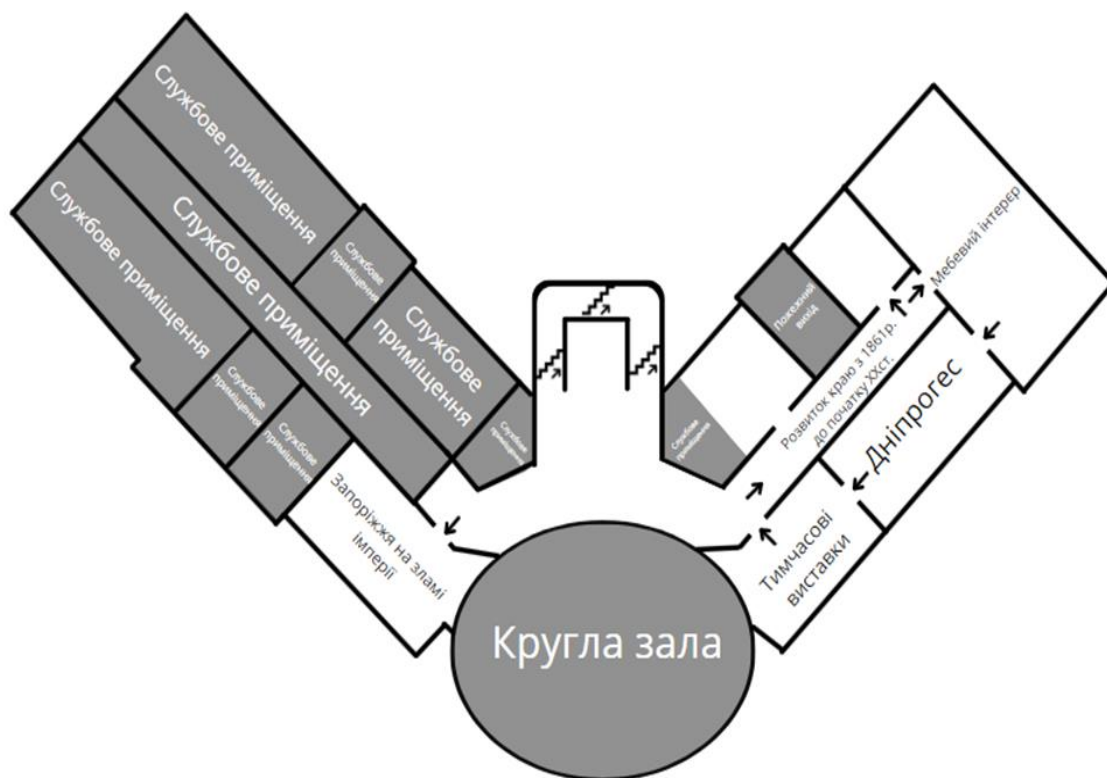


Рис. 3.2 – Розташування залів на другому поверсі

На третьому поверсі розташовані наступні зали:

- зали «Запорізький край напередодні та під час II Світової війни»;
- зал «Майдан – початок Незалежності»;
- зал «АТО: війна за незалежність».

Схема третього поверху представлена на рис. 3.3.

Музей – це культурно-освітній та науково-дослідний заклад, призначений для збереження та використання пам'яток природи, матеріальної та духовної культури, прилучення громадян до надбань національної і світової історико-культурної спадщини [15].

Історико-краєзнавчий музей – основний профіль музеїв, проводити роботу з охорони пам'яток історії та культури у своєму регіоні з найдавніших часів до сьогодення. Для відтворення найдавнішого минулого, флори і фауни, побуту і діяльності населення музеї зазвичай здійснюють археологічні та

етнографічні роботи. Краєзнавчі музеї проводять їхню наукову обробку, видають путівники, буклети, плакати, які відображають науково-популярну значимість експозиції. Важливе місце посідає організаційна та культурно-масова робота – проведення музейних екскурсій, лекцій, наукових конференцій, симпозіумів [8].

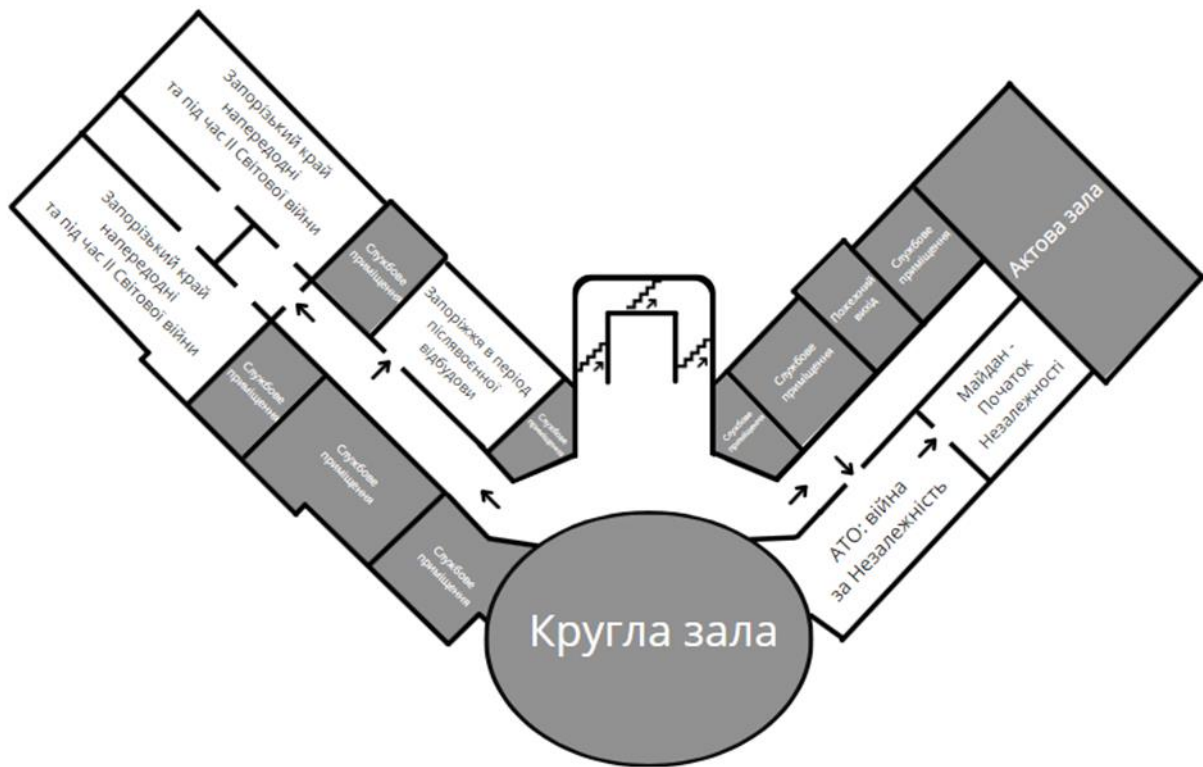


Рис. 3.3 – Розташування залів на третьому поверсі

Метою діяльності Запорізького обласного краєзнавчого музею є вивчення, збереження та використання пам'яток природи, історії, матеріальної і духовної культури, залучення громадян до надбань національної і світової культурної спадщини.

Основними завданнями Запорізького обласного краєзнавчого музею є:

- вивчення, збереження та використання пам'яток природи, історії, матеріальної і духовної культури;

- залучення громадян до надбань національної і світової історико-культурної спадщини, сприяння відродженню національної свідомості народу, підвищення культурного рівня населення Запорізької області;
- популяризація культурної, історичної, художньої спадщини, загальнолюдських цінностей;
- збереження та наукова популяризація рухомих пам'яток історії та культури, що розкриває історію Запорізького краю;
- сприяння виставковій діяльності у сфері туризму та курортів.

Основними напрямками діяльності Запорізького обласного краєзнавчого музею є:

- науково-дослідна: наукове дослідження пам'яток історії та культури, вивчення музейних зібрань, процесів етнічного, соціально – економічного, культурного розвитку краю зі стародавніх часів до сьогодні;
- культурно-освітня: проведення екскурсійної роботи по експозиціях, виставках, історичних і пам'ятних місцях, музеях та природних заповідниках; лекцій, бесід, днів відкритих дверей, музейних свят та інших масових заходів; координація діяльності з питань розвитку туристично-курортної сфери області, організації масового та оздоровчо-спортивного туризму;
- комплектування музейних зібрань: збір пам'яток історії, культури та природи, організація їх обліку та зберігання;
- експозиційна: музейний дизайн та оформлювальна робота, створення експозицій, виставок;
- фондова: здійснення обліку, наукової інвентаризації, консервації, реставрації, організації збереження та охорони пам'яток природи, історії та культури, у тому числі із дорогоцінних металів та каміння;
- видавнича: видання та розповсюдження краєзнавчих наукових та популярних видань, навчально-методичної літератури, посібників, каталогів, виготовлення копій музейних предметів;

- реставраційна: консервація музейних експонатів та здійснення реставрації необхідних музейних експонатів;
- виставкова: проектування виставок і експозицій та їх організація;
- охорона пам'яток: здійснення роботи щодо виявлення, вивчення, обліку пам'яток археології, історії та культури, контролю за їх станом та збереженням, реставрації;
- здійснення наукової експертизи пам'яток природи, історії, матеріальної і духовної культури, які перебувають у державному та приватному користуванні [18].

Як правило, обласні краєзнавчі музеї мають певну стабільну структуру, кожна ланка несе відповідальність за визначені функції. Структуру краєзнавчого музею наведено у таблиці 3.1. Усі структурні елементи музею дозволяють здійснювати основне завдання установи – досліджувати, зберігати історично цінні об'єкти та показувати історію краю засобами музейної експозиції [8].

Музейна екскурсія – це специфічна форма роботи з організованою групою відвідувачів, яка ґрунтується на зоровому сприйнятті експозиції та розповіді про неї. Екскурсії поділяються на оглядові, тематичні і навчальні.

Таблиця 3.1 – Структура краєзнавчого музею

Структура	Посади	Обов'язки
Адміністрація	Директор, заступник директора, вчений секретар, головний зберігач фондів	Забезпечення та організація повноцінної роботи і функціонування музейного закладу
Експозиційні відділи	Завідуючий, наукові співробітники	Розробляють та доповнюють експозиції
Відділ фондів та реставрації	Головний зберігач фонду, наукові співробітники, реставратор	Займаються збиранням, реставрацією, описом, зберіганням пам'яток
Науково-дослідницький відділ	Завідувач, наукові співробітники, екскурсоводи	Проводять екскурсійну та лекційну роботу, займаються випуском буклетів та афіш

Оглядові екскурсії проводяться всією експозицією музею і мають на меті ознайомлення відвідувачів з музеєм взагалі. Для оглядової екскурсії характерні широкі хронологічні рамки, зміна теми екскурсії, значний об'єм питань.

Тематичні екскурсії відрізняються чіткою тематичною визначеністю за хронологією і змістом, вони присвячені конкретному питанню. Тому проводяться не всім музеєм, а за матеріалами конкретного розділу експозиції. Тематичні екскурсії за своїм призначенням носять навчальний характер.

Екскурсії навчально-освітньої спрямованості призначені для розширення знань, які учні отримали за навчальною програмою в школі, їх конкретизації на основі справжніх пам'яток, музейних предметів. Навчальні екскурсії можуть бути дуже різними за формою проведення. Це і уроки-екскурсії, що проводяться на експозиції екскурсоводом з числа учнів або самим педагогом, і екскурсії-семінари з виступом слухачів [12].

Документ, що визначає спосіб проведення екскурсії, організацію показу експонатів та підбір прийомів для проведення екскурсії називається – методична розробка екскурсії.

Метою екскурсії в краєзнавчому музеї може бути: патріотичне виховання, отримання нових знань про певний регіон, розширення кругозору тощо. В одній екскурсії може бути кілька цілей. Чітко визначена мета екскурсії впливає на її зміст та методи проведення.

Створення екскурсії було б неможливе без наступних важливих етапів, а саме вибору теми екскурсії, підбору літератури, роботи над текстом екскурсії, складанням маршруту, та підбір експонатів для показу. Для оцінки певних експонатів, що включаються в екскурсію використовують наступні критерії:

- пізнавальна цінність (зв'язок даного експоната з певною історичною подією, епохою, життям і творчістю відомого діяча);
- особливість і неповторність експозиційного об'єкту;

– стан збереження об'єкта (спочатку проводиться оцінка його стану та готовність до показу);

Характерною рисою музейної екскурсії є поєднання показу експонатів з розповіддю про їх роль в історії та культурі.

Впродовж екскурсійної роботи екскурсовод використовує різні способи демонстрації об'єкта – прийоми показу. Сенс використання прийомів екскурсійного показу полягає в підсиленні зацікавленості, спостереженні та вивченні об'єкта. Виділяють кілька методів прийомів екскурсійного показу: прийом попереднього огляду; зорового аналізу; зорової реконструкції; локалізації подій; зорового порівняння; панорамного показу.

Під час проведення екскурсії велику роль відіграє не тільки показ, а й розповідь. Адже розповідь являється основним елементом екскурсії, що невід'ємний від показу. Саме завдяки розповіді акцентується увага на потрібних експонатах.

Структура самої екскурсії завжди складається зі вступу, основної частини та висновків. Наскільки екскурсія буде цікавою та пізнавальною, залежить від майстерності та фаховості екскурсовода.

Якість та ефективність екскурсії залежить від декількох факторів: привабливості об'єктів, якості підготовки, професіоналізму екскурсовода і техніки її проведення.

Екскурсійна методика передбачає виконання певних вимог, що стосуються техніки ведення екскурсії: вимоги до організації контакту з групою, вимоги до розміщення групи біля об'єкта, вимоги до організації руху групи, вимоги щодо дотримання екскурсійного часу та відповідь на питання.

Організація контакту з групою – це важлива частина екскурсії, можна сказати, фактор успіху екскурсії, оскільки екскурсійний процес будується, насамперед, на міжособистісному спілкуванні. Екскурсія починається зі знайомства екскурсовода з групою. Екскурсовод називає себе, організацію та музей, що представляє. Також в цей момент називається тема екскурсії, перераховуються найцікавіші об'єкти, оголошується тривалість екскурсії.

Завершується вступ тим, що група ознайомлюється з правилами поведінки та технікою безпеки в музеї. Завдання екскурсовода на даному етапі визначити психологічний настрій групи, зацікавити екскурсантів, привернути їхню увагу до теми екскурсії.

Організація розстановки групи – методика, змінюється залежно від об'єкта і групи. Екскурсовод, на попередньому етапі визначає кілька варіантів розміщення групи для вивчення об'єкта. Варіативність розміщення необхідна за наявності незапланованих ситуацій в під час екскурсії (наприклад, відсутності місця для розміщення, наявність великої за чисельністю групи, вимоги безпеки тощо). Найзручніше розташування групи біля об'єкта – півмісяцем. Щоб екскурсанти так розмістилися, їм делікатно показують жестами і говорять, де саме і як стати. Екскурсовод займає позицію біля одного із двох кінців такого півмісяця напівобертом до групи, можливий також варіант розміщення в центрі. У цьому випадку розповідь буде добре чути всім і не потрібно сильно напружувати голос.

Організація руху групи – будь-яке переміщення екскурсантів повинно бути обґрунтоване, пов'язане з маршрутом, графіком екскурсії, роз'яснено і мотивовано туристам. Пересування екскурсантів в музеї відбувається на чолі з екскурсоводом. Він уважно слідкує, щоб група не надто розтягувалась на маршруті. Екскурсовод не повинен губитися серед людей, він має виділятися з натовпу, щоб його можна було легко побачити, навіть на відстані. Переходячи від експозиції до експозиції, екскурсоводові не варто продовжувати свою розповідь, адже її почують лише ті, хто знаходиться поруч із ним. У цей час доцільно відповідати на запитання чи вести з групою невимушену бесіду. Темп руху групи залежить від її вікового складу. У музейній екскурсії, традиційно рух екскурсантів повільний та з постійними зупинками, оскільки об'єкти показу розташовані поруч один з одним. Відповідно до загального переміщення групи будується розповідь екскурсовода.

Дотримання часу проведення екскурсії є однією з головних умов, що має виконуватися екскурсоводом. Ознайомлення з об'єктами чи пересування між експозиціями повинно тривати рівно стільки, скільки зазначено в методичній розробці екскурсії. Тривалість екскурсії в музеї зазвичай від 45 до 90 хвилин (залежно від виду екскурсії). Для цього на маршруті треба час від часу дивитися на годинник, аби пересвідчитися, що все відбувається «за планом». Кожен екскурсовод повинен знати хронометраж свого маршруту, тобто пам'ятати, у який час, де він має знаходитися, що показувати та говорити.

Але нерідко з різних причин цей хронометраж може порушуватися. Тоді варто з'ясувати, чи можна на запланований час продовжити екскурсію, чи завершити треба вчасно. В останньому випадку доведеться скорочувати загальну тривалість екскурсії. Робити це треба з великою обережністю й умінням, щоби не викинути з маршруту жодного основного об'єкта та зберегти в розповіді все головне.

Паузи в екскурсіях. Екскурсовод не повинен говорити безупинно. Між окремими підтемами та основними питаннями, при пересуванні між експозиціями та залами, де відсутні об'єкти показу, та за інших обставин можливі невеликі перерви.

Відповіді на запитання екскурсантів і зворотний зв'язок. При проведенні екскурсії в її учасників можуть виникати запитання. Якщо на всі запитання відповідати одразу, то це відволікатиме групу від сприйняття основного матеріалу та порушуватиме цілісність розповіді екскурсовода. Для цього найкраще використовувати паузи, що надаються екскурсантам для самостійного ознайомлення з об'єктом.

Відповіді на запитання носять індивідуальний характер, тобто їх не обов'язково має чути вся група. Тому цілком нормальна ситуація, коли хтось пішов фотографуватися біля об'єктів, а хтось залишився біля екскурсовода зі своїми запитаннями. Про такі правила екскурсоводові доцільно повідомити групу ще у вступному слові.

Екскурсовод теж може звертатися до групи зі своїми запитаннями, що необхідно для налагодження зворотного зв'язку. Це можна робити в різний спосіб. Наприклад, для оцінки своєї роботи наприкінці екскурсії можна запропонувати групі заповнити анкети, що дозволить виявити недоліки. Така інформація дуже цінна та вкрай необхідна для вдосконалення екскурсії.

Показ «портфеля екскурсовода» в музеї є неактуальним. Адже в музейних виставках представлені всі необхідні об'єкти для проведення повноцінної екскурсії [25].

Функції сучасного музею надзвичайно складні, зважаючи на різноманітність форм їх діяльності. І хоча найголовніша функція музею – збирання, вивчення і зберігання пам'яток історії, культури, мистецтва, основним різновидом їх діяльності стає екскурсійна справа.

До того ж в Запорізькому обласному краєзнавчому музеї виставкова робота організована таким чином, щоб відвідувач міг без проблем ознайомитись з будь-якою експозицією і самостійно, адже не у всіх відвідувачів є бажання скористатися послугами професійного екскурсовода. Для їх зручності використовуються наступні способи надання інформації: етикетаж (етикетки для позначення предмету в музеї) і брошури з конкретних експозицій.

Неабияку роль в музейних установах відіграють музейні наглядачі, які не просто стежать за порядком, а можуть кваліфіковано відповідати на запитання про виставку, експозицію, окремий музейний експонат, вони є посередниками між відвідувачами та науковими працівниками [16].

Для того щоб музей міг виконувати поставлені перед ним цілі та завдання, керівництво зобов'язано забезпечити йому достатній штат кваліфікованих співробітників. Що ж до чисельності персоналу та його характеру, то це залежить від розмірів музею, його колекцій і завдань. Проте необхідно вжити певних заходів для того, щоб музей міг виконувати свої обов'язки пов'язані зі зберіганням колекцій, доступу до них відвідувачів,

надання їм різних послуг, а також щодо здійснення науково-дослідної роботи.

Керівний орган має враховувати весь різновид спеціальностей, включених до поняття музейних професій, зокрема таких: реставратор, зберігач, наукові співробітники, вчені, екскурсоводи, наглядачі, а також працівників з технічної спеціальності наприклад з обслуговування комп'ютерів, гарантування техніки безпеки тощо. Керівництво має забезпечувати належне використання таких спеціалістів там, де це необхідно, і гарантувати ставлення до них як до повноправних членів професійного музейного колективу. Всі працівники та фахівці музейної справи повинні мати певну професійну підготовку, для виконання своєї роботи у плані розвитку діяльності музею і піклування про музейне майно. Керівний орган має усвідомлювати, що для повноцінного функціонування та розвитку музеєві необхідно мати штат компетентних співробітників, відповідним чином забезпечувати їм можливість підвищення кваліфікації співробітників.

Приймання на роботу до музею (державного чи приватного) покладає велику відповідальність. У будь-якому виді діяльності від співробітників музею вимагаються абсолютна чесність, принциповість і максимальна об'єктивність. Також окремо для кожного роду діяльності існують свої специфічні обов'язки й завдання. Важливим обов'язком професійного музейного працівника є лояльне ставлення до колег і до музею, який найняв його на роботу. Ще однією важливою частиною роботи музейних працівників є інформування відвідувачів стосовно дотримання загально прийнятих правил і законів на території музею, а також інформування про роботу музею з метою донесення кращого розуміння стосовно завдання і діяльності музею. У своїй роботі з відвідувачами співробітники музею мають бути професійно-компетентними і ввічливими, давати чіткі відповіді на запитання.

В Запорізькому обласному краєзнавчому музеї відділ науково-методичної роботи засновано у 1971 році для координації дій музею в його

науково-просвітницькій та культурно-масовій роботі. Співробітники відділу організовують і проводять наукові конференції, тематичні вечори, зустрічі з відомими людьми, дні відкритих дверей у музеї. Співпрацюють із засобами масової інформації, методичними об'єднаннями шкіл, вчителями та викладачами, волонтерськими та громадськими організаціями. Надають методичну допомогу районним, міським та громадським музеям, щодо відкриття музею, зберігання експонатів, побудови експозиції, веденні документів. Крім того співробітники науково-методичного відділу проводять оглядові та тематичні екскурсії залами музею, координують виїзні заходи. Проводять музейні заходи, майстер-класи, квести різної тематики, які пов'язані, як з народними традиційними святами так і з державними. Працюють зі студентами, які приходять на практику до музею, знайомлять їх з роботою, структурою музею. Вже декілька років поспіль співробітники відділу виконують функції «Запорізького обласного Туристично-інформаційного центру». Надають консультації, приймають участь у туристичних фестивалях з метою популяризації туристичної привабливості регіону.

Співробітники відділу історії краю, що працюють в краєзнавчому музеї вивчають історію від доби каменю до початку XX ст. Результати цих досліджень втілені в залах музейної експозиції. Тут представлені артефакти, що потрапили до музею в результаті археологічних розкопок та розвідок, етнографічних експедицій, архівних пошуків та повсякденної роботи з населенням міста. Археологічна експозиція розміщена в 4-х залах. Перший – розкриває найдавнішу історію краю доби каменю. В другому – представлені комплекси різних культур доби міді та бронзи. В третьому – історія кіммерійців та скіфів. Четвертий, найбільший, об'єднав в своєму просторі матеріальні свідчення перебування тут багатьох народів: скіфів, сарматів, черняхівських племен, гунів, печенігів, половців, слов'ян, татар Золотої Орди. В наступному залі висвітлюється історія краю XVI – XVIII ст. Більша частина експозиції присвячена запорозькому козацтву. Козацькі клейноди,

холодна та вогнепальна зброя, побутові речі, чудові карти, виконані художником Пилипенком В. П. надають уявлення про героїчне минуле. Шостий і сьомий зали розкривають історію колонізації південноукраїнських земель представниками різних національних та релігійних груп: українцями, німцями, болгарами, албанцями, чехами, греками, євреями, менонітами, духоборами, молоканами, старообрядцями. Кожна група в експозиції представлена окремими яскравими комплексами. Історія цих народів подається на тлі історичних подій того часу. Останніми роками співробітники відділу побудували нову експозицію присвячену економічному розвитку краю в другій половині XIX – на початку XX ст. В чотирьох залах за допомогою оригінальних документів, фотографій, знарядь праці, побутових речей, посадових знаків розповідається, які зміни в економіці краю відбулися після скасування кріпацтва, як будівництво залізниці та розвиток пароплавства вплинули на розвиток промисловості та розбудову міст. Вдалою знахідкою стало використання банерів в експозиції. Великий інтерес у відвідувачів викликає оновлений зал з меблевими інтер'єрами, що ніби занурює їх у минуле. Постійно діючі експозиції регулярно поповнюються новими експонатами. Співробітники відділу активно займаються роботою з популяризації історії краю – всі вони є членами Редакційної ради щорічного видання «Музейний вісник» і звичайно ж його постійними авторами.

Працівники відділу новітньої історії вивчають події, що мали місце на території сучасної Запорізької області, починаючи з Української весни 1917 р. Співробітники відділу вивчають передумови та перебіг подій, які сталися тоді. Далі робота переходить у площину вивчення історії місцевості у часи голоду, індустріалізації, спротиву. Друга світова, бойові дії та окупація, післявоєнні події, економіка, повсякденне життя, побут. Логічний перехід до незалежності і знову економіка, повсякденне життя, побут. Революційні події останніх років, російсько-українська війна. Фахівцями відділу підготовлені та експлуатуються постійно діючі виставки: «Запоріжжя на зламі імперій»,

«Дніпрогес: підкорення стихії», «Майдан – початок незалежності», «АТО – війна за незалежність». Працівники відділу вивчають події, що мали місце на території сучасної Запорізької області.

Зали відділу природи приваблюють численними експонатами флори і фауни степу, лісу та Азовського моря. Особливої неповторності надають експозиціям високохудожні діорами: «Цілинний степ», «Кам'яні могили», «Коса Обитічна», «Старобердянське лісництво». Представлені в експозиції експонати відображають тваринний і рослинний світ нашого краю. Тут можна ознайомитися з викопними останками, як морських мешканців, так і з мешканцями безкрайніх степів. Недивно, що найдавніша знахідка Європи: «Скелет Південного слона» була відкрита на території нашої області. Але в музеї представлений не лише викопний, але і сучасний тваринний і рослинний світ, що захоплює різноманіттям та вишуканістю. У виставковій залі відділу відвідувачі завжди можуть побачити нові та цікаві виставки, які змінюються протягом року.

Відділ фондів музею займається прийняттям, обліком, оформленням, зберіганням експонатів. У музейних сховищах містяться предмети, ретельно зібрані протягом десятирічч поколіннями співробітників, а також подаровані небайдужими до історії і культури рідного краю мешканцями. Колекція музею налічує понад 113 тис. одиниць зберігання основного фонду та 35 тис. науково-допоміжного. Яскраві і рідкісні археологічні знахідки, велика колекція нумізматики, предмети старовини, ікони, зброя, плакати є невичерпною науковою та експозиційною базою музею. Всі відділи тісно взаємодіють з відділом фондів для проведення досліджень, побудови виставок і експозицій, забезпечення екскурсійної діяльності.

З метою вдосконалення додаткових послуг, що надаються в готельному підприємстві, а саме туристсько-екскурсійних послуг на прикладі Запорізького обласного краєзнавчого музею була розроблена анкета. Анкетування було проведено онлайн, в опитуванні прийняли участь 10 осіб. Анкета складалась з 8 питань, а саме:

1. Чи відвідували Ви раніше Запорізький обласний краєзнавчий музей?
 - А. так;
 - Б. ні, тільки планую.
2. Звідки Ви отримуєте інформацію про музейні події?
 - А. на офіційній сторінці музею в соцмережах;
 - Б. інші джерела в інтернеті, джерел масової інформації (газети, телебачення);
 - В. від друзів.
3. Що на Вашу думку має зробити музей для залучення нових відвідувачів?
 - А. розширювати та вдосконалювати експозиції;
 - Б. проводити більше культурно-масових заходів;
 - Г. займатися своєю презентацією в соцмережах та в пресі.
4. Що в музеї Вас цікавить най більше?
 - А. постійні виставки та експозиції;
 - Б. тимчасові виставки, що періодично змінюються та оновлюються;
 - В. тематичні екскурсії та культурно-масові заходи;
5. Які форми огляду експозиції музею Вам до вподоби?
 - А. самостійний;
 - Б. з екскурсоводом.
6. Які теми екскурсії в музеї викликають у вас найбільший інтерес?
 - А. екскурсія у відділі природи;
 - Б. «Запоріжжя на зламі імперій 1914 – 1921рр.» ;
 - В. «Запоріжжя в період післявоєнної відбудови»;
 - Г. «АТО – ООС Боротьба за Незалежність»;
 - Г. «Майдан – початок Незалежності»;
 - Д. «Дніпрогес – підкорення стихії»;
 - Е. «Запорізький край напередодні та під час II Світової війни»;
 - Є. археологія «Край з доби каменю до XVI сторіччя»;
 - Ж. історія козацтва «Край у XVII – XVIII сторіччі»;

З. заселення краю «Край з кінця XVIII ст. до середини XIX ст.»;

И. «Економічний розвиток краю у другій половині XIX – на початку XX ст.».

7. З якою метою ви відвідуєте музей?

А. проведення дозвілля;

Б. отримання нових знань;

В. підвищення свого культурного рівня;

Г. з цікавості.

8. Чи порадили б Ви друзям відвідати музей ?

А. так;

Б. ні.

Розглянемо результати на деякі з цих питань. В ході анкетування було визначено, що 60% опитуваних дізнаються про музейні події з офіційної сторінки музею в соціальних мережах, 10% з інших джерел масової інформації (газети, телебачення тощо) і 30% дізнаються інформацію від друзів.

На питання «Що в музеї Вас цікавить най більше?» 70% опитуваних відповіли, що їх цікавлять постійні виставки та експозиції, 10% обрали варіант «тимчасові виставки, що періодично оновлюються», а 20% опитуваних відповіли, що їх цікавлять культурно-масові заходи та свята.

Згідно з опитуванням 70% осіб віддають перевагу огляду експозиції в супроводі екскурсовода і лише 30% відповіли, що люблять самотійно вивчати експонати.

Найпопулярнішою екскурсією в музеї виявилась історія козацтва «Край у XVII – XVIII сторіччі» її обрали 40% опитуваних.

І на питання «Чи порадили б Ви друзям відвідати музей ?» 100% дали відповідь «Так».

Таким чином можна стверджувати, що колекція музею та постійні виставки є досить популярними та цінуються відвідувачами. Так як екскурсія

«Край у XVII – XVIII сторіччі» викликає найбільше зацікавлення у відвідувачів розглянемо її детальніше.

Як не дивно перша вітрина в залі козацтва присвячена Ногайцям. Це пояснюється тим, що вони проживали на території сучасної Запорізької області по сусідству із запорожцями. Ногайці – тюркомовний народ, який сформувався на основі різних племен, які проживали з IV ст. на просторах Євразії. В експозиції знаходиться копія гравюри німецького художника Крістіана Гейслера «Ногайське кочовище». На ній відображено ногайське кочовище – стоянка кочовиків. На гравюрі ми можемо побачити традиційні переносні ногайські житла – юрти і кібітки. За віросповіданням ногайці буди мусульманами. В експозиції представлено камінь з мечеті, яка розташовувалась поблизу с. Юрковка, Запорізької області. Жінки переважно займались домашньою роботою, а також ткацтвом та вишивкою, в експозиції зберігаються вишиті рушники, серветки та ногайський посуд. Чоловіки ж займались кочовим скотарством, та здійснювали розбійницькі набіги. В експозиції представлено зброю ногайців – ятагани різних типів. Ятаган – клинкова колючо-ріжуча і рубячо-ріжуча холодна зброя з довгим однолезвійним клинком, який має вигин.

Саме по сусідству з ногайцями і виникає козацтво. Ідею побудови першої фортеці на Дніпрі вдалося реалізувати Д. Вишневецькому, його портрет представлений в експозиції. Карта Запорізьких січей теж зберігається в музеї, згодом майже всі козацькі столиці розташовувались у Великому Лузі – місцевості, вкритій лісами, плавнями, перерізаних численними річками і протоками, із безліччю боліт і озер. Відзнакою та важливим атрибутом влади козацької старшини тих часів були клейноди. Булава слугувала символом влади Гетьмана або Кошового отамана, пернач був символом влади полковника, зазвичай їх прикрашали розписами, золотом та дорогоцінним камінням. Копії цих клейнод знаходяться в експозиції.

З першої половини XVII ст. починається розквіт військового мистецтва запорозьких козаків. На цей час запорозьке козацтво піднялось до рівня

кращих європейських армій. Зразки козацької зброї представлені в експозиції, а саме спис, рушниці, порохівниці та кулі, артилерія запорозького війська, яка складалась з важких гармат для облоги та захисту, а також більш легких та рухливих фальконетів, які використовувались переважно на чайках. Також в експозиції знаходяться зразки зброї інших народів. Це польські шаблі, татарські ятагани. Захисна зброя польського воїна – шолом та кіраса, яка складалась з нагрудної та наспинної частин. Козак загалом йшов у бій без захисної зброї. Натомість дуже часто він був вдягнений у жупан. Зразки зброї представлені в Додатку Б.

На території Січі в мирний час мешкала відносно невелика кількість козаків. Решта, займались промислами – мисливством, рибальством, або сільським господарством. На запорозьких землях вони засновували хуторизимівники (в експозиції розміщена гравюра, що відображає козацьке подвір'я з всіма приміщеннями житлового та господарського типу). Також у вітринах представлені необхідні речі для господарства з козацьких зимівників, а саме: сокира, серп, цвяхи, ножі, тесла, долото, посуд, ключі від замків. На території сучасної запорізької області рибальством займались поблизу берегів Дніпра, в плавневій частині, на території Великого Лугу. Рибалили запорожці за допомогою сітей (в експозиції глиняні грузила для рибацьких сіток) та на гачки (в експозиції знаходяться залізні й бронзові гачки з о. Хортиці).

Необхідною умовою вступу до запорозького товариства було прийняття православ'я. Запорозьким козаком міг бути будь-хто за умови прийняття православної віри. Козаки всіляко дбали про поширення цієї релігії (в експозиції зберігаються церковні книги).

Дана екскурсія підходить для всіх туристичних груп незалежно від віку та складу. Також вона розкриває одну з найцікавіших тем Запоріжжя – козацтво. Саме тому екскурсія користується найбільшим попитом. Мета екскурсії :

- розширювати знання про козацькі часи;
- виховувати повагу до свого народу;

- збагачувати словниковий запас;
- розвивати інтерес до вивчення історії.

Результати даної роботи підтверджують актуальність та доцільність створення туристсько-екскурсійних послуг в готелі та їх проведення на базі Запорізького обласного краєзнавчого музею. Співпраця готельного підприємства з музеєм забезпечують туристу комфортне перебування в місці відпочинку та реалізацію цілей на відвідання екскурсійних програм, при цьому забезпечуючи максимально комфортні умови відпочинку. Досвід показує, що на екскурсійні послуги завжди є попит. Така співпраця допоможе підвищити прибутковість готельного підприємства і покращити туристичний імідж міста

ВИСНОВКИ

Головною задачею сфери гостинності є обслуговування туристів за межами їх постійного місця проживання. До неї відносяться готельний та ресторанний бізнес, транспортні і туристсько-екскурсійні послуги. Готельна сфера в структурі індустрії гостинності виконує ключові функції, оскільки пропонує відвідувачам комплекс послуг, у формуванні та реалізації яких беруть участь усі сектори й елементи індустрії гостинності.

У даній роботі розглянуто теоретичні аспекти надання готельних послуг. А саме історію виникнення та розвитку готельних послуг. Історія сфери гостинності тісно пов'язана з розвитком культури, подорожей та туризму, вона відображає характерні культурні риси різних епох і народів втілених у типах засобів розміщення, методах обслуговування і моделі гостей, які користувалися засобами розміщення. Тож в ході історії готельні послуги та самі готелі постійно розвивались і на даний момент можна сміливо стверджувати, що готельне господарство є важливою частиною сучасної економіки.

Досліджено поняття і класифікацію готельних послуг. Таким чином можна стверджувати, що класифікація є важливою умовою створення і надання послуг в готельному господарстві. Вона допомагає краще сформувати послугу та визначити потенційного споживача, це сприяє вдалій роботі маркетингу, підвищенню рівня якості обслуговування клієнта, підвищення рівня конкурентоспроможності готелю і розвитку індустрії гостинності в цілому. А вже існуюча система класифікації може спонукати працівників сфери послуг до її вдосконалення, чи навіть пошуку нових її видів.

Проаналізовано організацію надання додаткових послуг у готельному господарстві. То ж можна стверджувати, що організація надання додаткових послуг в готелі користується великим попитом та на сьогодні є важливою

частиною ведення підприємства. Одним з видів додаткових послуг і є туристсько-екскурсійне обслуговування. Кількість екскурсійних послуг, що надаються готелем може бути різною, це залежить від рівня якості готельного підприємства. Додаткові послуги допомагають готелю бути конкурентоспроможним на ринку шляхом привертання уваги більшої кількості клієнтів. Правильно організований процес надання додаткових послуг позитивно впливає на імідж підприємства та сприяє розвитку бізнесу.

Розглянуто туристсько-екскурсійне обслуговування як додаткову послугу в готелі (на прикладі Запорізького обласного краєзнавчого музею). За результатами анкетування визначено, що 70% відвідувачів більш за все цікавлять постійні виставки музею, 10% тимчасові виставки, що періодично змінюються і 20% опитуваних цікавляться культурно-масовими заходами. Також 70% опитуваних віддають перевагу вивченню експозиції з екскурсивом, з цього можемо зробити висновок що екскурсійне обслуговування є важливою частиною в роботі музею. У більшості споживачів готельних послуг можна виділити одну спільну мету, а саме відвідати туристичні місця та дізнатися більше про історію та культуру міста. В такому випадку відвідання Запорізького обласного краєзнавчого музею туристами це чудове рішення. Адже для відвідувачів в музеї відкрито понад 20 залів, в яких розміщено археологічні, етнографічні, історичні, природничі колекції, також зібрання антикварних меблів та предметів побуту XIX – XX ст.

Для підвищення рівня якості готелю та рівня задоволення гостей готелі мають постійно працювати над розширенням переліку додаткових послуг, пропоную розширити екскурсійні програми на базі Запорізького краєзнавчого музею. Підсумовуючи дослідження можемо стверджувати, що дана співпраця в подальшому буде вигідна для обох сторін. Вона сприятиме збільшенню кількості постійних клієнтів, підвищенню популярності та зростанню прибутку.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Про затвердження Правил користування готелями й аналогічними засобами розміщення та надання готельних послуг: Закон України від 02.04 2004 р. № 413/9012. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0413-04#Text> (дата звернення: 05.12.2023 р.).
2. Агафонова Л. Г., Агафонова О. Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: навчальний посібник. Київ, 2002. 358 с.
3. Александрова С. А., Оболенцева Л. В. Технологія готельної справи: конспект лекцій. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. 87 с.
4. Андренко І. Б. Менеджмент готельно-ресторанного господарства: підручник. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2014. 431 с.
5. Бабарицька В. Екскурсознавство і музеєзнавство : навчальний посібник. Київ : Альтерпрес, 2012. 444 с.
6. Байлик С. І., Писаревський І. М. Організація готельного господарства: підручник. Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова, 2015. 330 с.
7. Банах В., Барановська Н. Експозиційна робота музеїв : навчальний посібник. Львів: Логос, 2018. 175 с.
8. Белікова М. В. , Зайцева В. М. Основи музеєзнавства: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Запоріжжя, 2015. 180с.
9. Бойко М. Г. Організація готельного господарства: підручник. Київ: Київ. нац. торг.-екон. Ун-т, 2010. 448 с.
10. Вербицька П., Пасічник Р. Музей як комунікативний та освітній простір: навчальний посібник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2017. 229 с.
11. Власюк Г. М., Зосимович О. Ю., Хададова М. В. Музеєзнавство та архівна справа: навчально-методичний, посібник. Житомир: ЖДПУ імені Івана Франка, 2006. 164с.

12. Гайдай О. Музеєзнавство: навчальний посібник. Миколаїв, 2021. 212 с.
13. Галасюк С. С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 178 с.
14. Гоблик В. В., Черничко Т. В., Хаустова К. М. Ресурсне забезпечення розвитку сфери гостинності: науковий вісник Мукачівського державного університету, 2019. 26с.
15. Головка О. М. Організація готельного господарства. Виробнича санітарія і гігієна праці: навчальний посібник. Київ: Кондор, 2011. 410 с.
16. Головка О. М., Кампов Н. С., Махлинець С. С., Симочко Г. В. Організація готельного господарства: навчальний посібник. За редакцією О. М. Головка, 2010. 247с.
17. Горішевський П. Основи музеєзнавства, маркетингу та рекламно-інформаційної діяльності музеїв: навчальний посібник. Івано-Франківськ: Плай, 2005. 64 с.
18. Запорізький обласний краєзнавчий музей. URL. <https://museum.zp.ua/> (дата звернення 05.12.2023)
19. Карягін Ю. О., Тимошенко З. І., Демура Т. О., Мунін Г. Б. Маркетинг турпродукту; підручник. Київ: Кондор, 2009. 394 с.
20. Килимистий С. М. Анімація в туризмі: навчальний посібник. Київ: Видавництво «ФПУ», 2007. 188 с.
21. Ковешніков В. С. Організація готельно-ресторанної справи: навчальний посібник. Київ: Кондор, 2015. 752с.
22. Колесніченко А. С. Організаційно-технологічні засади процесу надання готельних послуг: вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки): зб. наук. пр. – Харків: НТУ «ХПІ», 2017. 99с.
23. Корж Н. В., Левицька І. В., Онищук І. В. Готельна справа: навчальний посібник. К.:Київ.нац.торг.-екон. ун-т,. Вінниця, ПП «ТД«Едельвейс і К», 2015. 580 с.

24. Коркуна О., Кулик О., Піхур О. Організація готельного господарства: навчально-методичний посібник. Львів, 2019. 224 с.
25. Король О. Д. Організація екскурсійних послуг у туризмі: навчально-методичний посібник. Чернівці: Чернівецький національний університет, 2016. 144с.
26. Круль Г., Заячук О. Організація і технологія надання послуг гостинності: навчальний посібник. Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, 2022. 488с.
27. Ладиженська Р. С. Технологія обслуговування в готелях і тур комплексах: конспект лекцій. Харків: ХНАМГ, 2010. 254 с.
28. Левицька І. В., Корж Н. В., Онищук Н. В. Готельна справа: навчальний посібник. Вінниця, 2015. 580 с.
29. Леоненко Н. А. Організація екскурсійної діяльності: конспект лекцій. Харків: НУЦЗУ, 2019. 167 с.
30. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник. Київ: Знання, 2008. 661 с.
31. Мальська М. П., Бордун О. Ю., Планування туристичної діяльності: підручник. Київ: Знання, 2010. 310 с.
32. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика: підручник. 2-ге видання, перероблене та доповнене. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 471с.
33. Мунін Г. Б., Управління сучасним готельним комплексом: навчальний посібник. Київ: Ліра, 2005. 520 с.
34. Нездоймінов С. Г. Організація екскурсійних послуг: навчально-методичний посібник. Одеса: Астропринт, 2011. 216 с.
35. Писаревський М. І., Кравець О. М., Андренко Б. І. Менеджмент готельно-ресторанного господарства: підручник. Харків: ХНУМГ, 2014. 432 с.
36. Прусс В. Л. Організація екскурсійних послуг: опорний конспект лекцій. Запоріжжя, 2019. 55 с.

37. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємства: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2007. 344 с.
38. Рутинський М. Й., Стецюк О. В. Музеєзнавство: навчальний посібник. Київ: Знання, 2008. 428 с.
39. Рутинський М. Й. Міжнародний туризм: навчальний посібник. Київ: Знання, 2007.
40. Салата О. О. Основи музеєзнавства: навчально-методичний посібник. Вінниця, 2015. 164 с.
41. Сертифікація готельних послуг URL: <https://testmetrstandart.com.ua/sertifikacziya-gotelnih-poslug/> (дата звернення 05.12.2023)
42. Серьогіна І., Ю. Моделювання готельної послуги «Екскурсійне обслуговування у сучасному готельно-ресторанному комплексі». Криворізький державний педагогічний університет, 2022. С. 151-153.
43. Сокол Т. Г. Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах: підручник. Київ: Альтерпрес, 2009. 447 с.
44. Федорченко В. К. Історія екскурсійної діяльності в Україні: навчальний посібник. Київ : Кондор, 2014. 166 с.
45. Феленчак Ю. Б. Організація надання екскурсійних послуг на туристсько-екскурсійних підприємствах: лекція з навчальної дисципліни. 2019. 5с.
46. Чагайда І. М., Грибакова С. В. Екскурсоведство: навчальний посібник. Київ : Кондор, 2004. 204 с.
47. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії: навчальний посібник. Київ: Атіка, 2006. 264 с.
48. Шульгіна Л. М. Маркетинг підприємств туристичного бізнесу: монографія. Київ: Київ. нац. торг. екон. ун-т., 2005. 597 с.
49. Якубовський В. І. Музеєзнавство: підручник. Кам'янець-Подільський: ПП Мошак М.І., 2010. 352 с.

50. Лоцман А. С., Віндюк А. В. Туристсько-екскурсійне обслуговування як частина системи надання додаткових послуг в готелі: *Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства*: матеріали II міжнар. наук. конф., 10 лист. 2023 р. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2023. С. 1023–1027

ДОДАТКИ

Додаток А

Вітрина музею з традиційним українським одягом та посудом



Додаток Б

Вітрина музею зі зразками козацької зброї та ізброї інших народів тих часів

