

ІННОВАЦІЇ У ФОРМУВАННІ МАЙСТЕРНОСТІ ЕКСКУРСОВОДА

Наталія Гончар, Наталія Павленчик

*Львівський державний університет фізичної культури
імені Івана Боберського, м. Львів, Україна*

Успішно організувати екскурсію екскурсовод зможе, якщо володітиме різноманітними прийомами, скажімо, як показом об'єкта, так і розповіддю про нього.

Насамперед екскурсоводові важливо підготуватися до екскурсії, тобто встановити її етапи створення. Він має визначити завдання екскурсії. Наприклад, це може бути підвищення кваліфікації або проведення екскурсії, яка має комерційний характер. Пізніше йдеться, що вибір теми, тобто екскурсовод повинен зрозуміти, яку тематику він хоче донести групі. Після вибору теми шукає літературу, адже групі туристів потрібно підбирати матеріал, який буде цікавий та нестандартний (прізвища чи дати).

Відповідно до цього матеріалу екскурсовод має підібрати правильну послідовність об'єктів на маршруті, щоб не гайнувати часу на недоцільне переміщення. Опісля екскурсовод повинен скласти методичну рекомендацію, тобто як саме він проводитиме екскурсію, як правильно організувати туристів та показувати об'єкти екскурсії. На фінальну частину підготування припадає проведення пробної екскурсії.

Екскурсовод повинен вкласти в зазначений час, зокрема зважити на всі деталі (закриту на ремонт прохідну вулицю, проведення мітингу тощо), щоб бути підготовленим заздалегідь до непередбачуваних ситуацій. Також він має спробувати цю екскурсію провести або для своїх друзів, або для слухачів, щоб повправлятися. Крім того, це додасть розповідачеві впевненості, енергії, натхнення, підтримки у проведенні екскурсії.

Отже, щоб скласти позитивне враження екскурсовода про себе, як про майстра своєї справи, слід виконати такі завдання:

- правильно підібрати тему екскурсії відповідно до споживача та визначити її завдання;
- уміти використовувати теоретичні техніки проведення екскурсії на практиці;

- правильно скласти послідовність об'єктів екскурсії та вкlastись у час екскурсії;
- методично розробити екскурсію для самоаналізування та запобігання можливим недолікам під час екскурсії;
- любити свою справу, з повагою ставитися до кожного учасника екскурсії, бути готовим навчатися постійно, бути комунікабельним, креативним, самокритичним, готовим до експериментів і гнучким у процесі екскурсії, дотримуватися етикету тощо.

Проаналізувавши розподіл туристів за метою поїздки у межах Львівської області, можна сказати, що найбільшу кількість становлять поїздки для дозвілля та відпочинку, які можуть трактувати себе як екскурсійний туризм, що є об'єктом нашого дослідження.

Високим показником професіоналізму екскурсовода можуть вважатись особисті клієнти, тобто це переважно люди, яким сподобалася розповідь екскурсовода і які знову захочуть побачити того самого екскурсовода, тільки вже в іншому запропонованому турі.

Завдяки аналізуванню статистичних даних туристичних потоків та розподілу туристів за метою поїздки у Львівській області ми встановили, що головним чинником, який формує інтенсивність роботи екскурсовода та мотивує його до праці, є клієнт, а також – постійний клієнт.

Отже, на нашу думку, потрібно починати формувати довірчі взаємини з клієнтом ще на початковому етапі відносин купівлі-продажу своєї послуги. Є багато можливостей, щоб підтримувати клієнтські відносини, а саме зробити пересічного клієнта своїм постійним. Для прикладу можна використовувати приватні повідомлення на електронну пошту, вітальні віртуальні та реальні листи, СМС-повідомлення та багато іншого. Також можна розробити бонусні програми, які полягають у наданні певної знижки на наступну екскурсію. Значно простіше продати послугу вже наявному в базі клієнтові, аніж шукати нового, проте для цього потрібен особистісний підхід.

Скажімо, у вас замовили екскурсію для школярів. Відомо, що всі школярі – непосидючі і їм не буде до вподоби монотонний текст екскурсовода, який завчений із книги «Історія України». Отож щоб стимулювати інтерес дітей до своєї екскурсії, можна додати якісь цікаві речі, які привернуть увагу маленьких клієнтів. Це може бути певний приз (книжка про архітектурні пам'ятки Львова чи львівський шоколад тощо), який отримає найважливіший слухач. Такого слухача можна визначити через міні-вікторину

на 5–7 запитань. Вважаємо, що це один із способів, який зможе скласти позитивне враження про екскурсовода, якого точно запам'ятають. Це той шлях, який стане ключовим у налагодженні зв'язків із постійними клієнтами, адже діти поділяться побаченим зі своїми однолітками, які теж захочуть завітати до професійного та винахідливого екскурсовода.

Ще одним прикладом, який допоможе отримати постійних клієнтів, є розроблення «дисконтних карток». Екскурсовод може приготувати картки, за якими клієнт має кожну п'яту екскурсію безкоштовно, тобто після кожної екскурсії, незалежно від виду, екскурсовод ставить відмітку у картку. Клієнт, назбираючи чотири відмітки, може отримати п'яту екскурсію безкоштовно.

На основі нашого опитування екскурсантів та досліджень екскурсійної діяльності щодо майстерності екскурсовода та його співпраці з споживачами послуг пропонуємо таку ідею створення моделі інформаційної бази екскурсоводів із урахуванням рейтингу їхніх компетентностей:

- 1) на сайті Управління туризму створити сторінку кожного екскурсовода Львова, на якій є фото та інформація про нього: освіта, кваліфікація, стаж, компетентності, асортимент екскурсій, які він проводить, схеми маршрутів тощо. На цій сторінці в екскурсантів буде можливість оцінити його роботу за 10-бальною шкалою, залишити відгуки;
- 2) розділ, де буде розміщено пропозиції екскурсоводів та їхніх клієнтів щодо розроблення певних заходів щодо екскурсійної діяльності, зокрема волонтерських екскурсійних заходів тощо;
- 5) рядок пошуку екскурсоводів, який містить фільтри пошуку (вік, стать, освіта, стаж роботи, спеціалізація за видами екскурсій, можливість проводити екскурсії для людей з особливими потребами тощо);
- 6) перспектива розроблення і внесення до бази сайту спеціальних пропозицій для постійних споживачів послуг екскурсовода;
- 7) окреме посилання для ідей екскурсоводів:
 - проведення майстер-класів, курсів підвищення кваліфікації або навчання з нуля із формою реєстрації;
 - розроблення турів за кордон із екскурсоводом, якого можна обрати із списку на сайті;
 - запровадження нестандартних екскурсій (костюмовані, кінні, екскурсії-квести тощо).

Реєстрація усіх екскурсоводів на сайті дасть можливість екскурсантам зробити свій вибір щодо екскурсовода, визначити його рейтинг, отримати

всю необхідну інформацію про екскурсійну діяльність Львова. Так відсіюються непрофесійні екскурсоводи, які є некомпетентними та не готові до змін та розвитку. Також з боку державних органів влади проводитиметься прозорий контроль за діяльністю екскурсоводів, що забезпечить екскурсантів від шахраїв.

Зазначимо, що істотний вплив на роботу екскурсовода має саме екскурсант – споживач послуг. Найбільшою помилкою усіх підприємців є орієнтування на отримання прибутку, а не на отримання клієнтської бази. Отже, пропонуємо екскурсоводам шляхи до накопичення клієнтської бази, що в майбутньому допоможе сформувати імідж серед конкурентів та бути популярним у сфері екскурсійної діяльності, а саме застосовувати інноваційні підходи до проведення екскурсій, особливо дитячих (міні-вікторини, квести з призовими нагородами), запровадження дисконтних карток тощо. Запропоновано створити інформаційну базу екскурсоводів, зважаючи на рейтинг їх компетентностей, щоб значно полегшити екскурсантам пошук і вибір як екскурсовода, так і самої екскурсії.