

іміджу організаторів наукових заходів, сприяє формуванню і підтриманню інтересу до туристичної привабливості територій, є важливою складовою заходів з повоєнного відновлення і розвитку їх соціально-економічного потенціалу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Діловий туризм – особливості та класифікація.
URL:<https://tourkazka.com/%D0%B4%D1%96%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B9-%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC/>
2. Ілляшенко С. М., Ілляшенко Н. С. Наукові конференції як різновид ділового туризму: маркетинговий аспект. *Стратегічно-інноваційний розвиток суб'єктів економічної системи в умовах глобалізації*. Збірник тез IV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, (Кременчук, 5-7 листопада 2019 року). Кременчук: КрНУ, 2019. 139 – 141.
3. Анопа А. С., Ілляшенко С. М. Віртуальний туризм як перспективний напрямок його повоєнного інноваційного розвитку. *Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України: зб. тез доповідей I Всеукр. наук.-практ. конф. (14-15 листопада 2023 року, м. Харків). Частина 2*. Харків : Нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т», 2023. С. 184 – 185.

В. Л. Казаков

Криворізький державний педагогічний університет

КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ ЯКОСТІ РОБОТИ ГІДА ТА ЕКСКУРСІЇ НА ОСНОВІ ФІДБЕКУ

У роботі розглянутий важливий аспект роботи гίδα: як проведена екскурсія, які її результати. У матеріалі статті розглянуті критерії якості вдалої і невдалої роботи гίδα, які визначені методом аналізу та узагальнення коментарів та реакцій (фідбеку) екскурсантів на якість екскурсії та роботу гίδα.

Ключові слова: туристичний гід, екскурсія, критерії якості роботи гίδα, фідбек.

The work examines an important aspect of the guide's work: how the tour was conducted and what were the results. The material of the article examines the quality criteria of successful and unsuccessful work of the guide, which are determined by the method of analysis and generalization of comments, and reactions (feedback) of excursionists on the quality of the excursion and the work of the guide.

Keywords: tourist guide, excursion, guide quality criteria, feedback.

Постановка проблеми. Фідбек – зворотній зв'язок. В екскурсійній діяльності фідбеком є думка екскурсантів про роботу гίδα та якість самої екскурсії. У методичній літературі з екскурсознавства переважають думки про якість екскурсії від науковців або самих гідів. Виглядає це струнко, ґрунтовно та упорядковано [1-3].

Туризм це економіка, а на ринку послуг визначальними критеріями якості товару завжди є оцінка від покупця. В екскурсійній справі це також має працювати. Гіди-методисти інколи рекомендують провести опитування або навіть анкетування екскурсантів, аби дізнатися їх думку про якість екскурсії та роботи гίδα. Проте в реальності подібні речі практикуються дуже рідко. Вивчення реакцій екскурсантів на роботу гίδα та саму екскурсію краще проводити опосередкованими методами – аналізом коментарів людей у соцмережах та в Інтернеті, «підслуховування» розмов під час екскурсії, аналіз зовнішніх реакцій екскурсантів, сарафанне радіо та ін. Отже, вивчення фідбеку від екскурсантів є найбільш важливим напрямом при визначенні якості проведеної екскурсії та роботи гίδα.

Мета роботи. Метою роботи є спроба визначити критерії, якими можна оцінити якість роботи гίδα і відповідно й екскурсії.

Виклад основного матеріалу. У роботі професійного гίδα обов'язково постає питання самооцінки – як якісно була розроблена, організована та проведена екскурсія. На які критерії при цьому слід спиратися? Адже розуміння якості екскурсійної послуги дозволяє виділити здобутки та недоліки екскурсії. Оцінка якості екскурсії може ґрунтуватися на різних критеріях, враховуючи різні аспекти її проведення та впливу на екскурсантів.

При розробці критеріїв якості проведеної екскурсії, автор статті спирався на той фідбек, який йде від екскурсантів. Джерелом інформації стали власні екскурсії, спостереження за екскурсіям колег по екскурсійному цеху Кривого Рогу, різноманітні реакції відвідувачів екскурсій, які вони залишають у відгуках в Інтернеті та соцмережах. Насправді це багатий практичний досвід, який дає більше віддачі, ніж теоретизування на тему технологій розробки і проведення екскурсій. У туризмі та екскурсійній справі головним критерієм як і у бізнесі є клієнт – екскурсант. Як йому сподобалася екскурсія, що в ній було цікавого від роботи гίδα, які враження були забезпечені гідом, яка була загальна атмосфера – це головні теми, навколо яких точаться коментарі людей.

Аналіз фідбеку від екскурсантів дозволив виділити 2 групи критеріїв оцінки проведення екскурсії: гарної (вдалої) та невдалої. Виділення та обговорення цих критеріїв – це головний шлях для самоосвіти та самовдосконалення гίδα, і врешті – його заробіток та популярність. За популярністю стоїть відвідуваність екскурсій.

Критерії гарної (вдалої, професійної) екскурсії.

1. *Інформативність розповіді* гίδα – екскурсія повинна бути насиченою корисною інформацією про об'єкти відвідування; гід повинен мати глибокі знання про територію екскурсійного маршруту – історію, культуру, архітектуру, природу, населення тощо.

2. *Стиль розповіді гίδα.* В стилі роботи гίδα, як позитивні елементи, екскурсанти називають насиченість, щирість і емоційність. Це зближує гίδα з групою, що дозволяє більш атмосферно і глибоко розкрити тему екскурсії, показати місцевість і передати ментальність.
3. *Використання гідом різноманітного спектру екскурсійних прийомів розповіді та показу.* Це забезпечує численні переходи та різноманіття ходу самої екскурсії, що надовго запам'ятовується відвідувачами.
4. *Тема екскурсії розкрита повністю,* про що говорить реакція людей у такій формі – нам все сподобалося та ми почули все, що хотіли. Додати до такої екскурсії майже нічого.
5. *Комунікабельність гίδα.* Гарна екскурсія має сприяти взаємодії між гідом і учасниками. Фідбек від екскурсантів – гід за короткий термін встановив контакт з групою людей різного віку та їх інтересами, ми стали одним цілим, мали можливість висловлювати свої думки, гід створив умови для відповідей і питань, звучав тільки позитив. Від себе додаю, що гід повинен з незнайомих людей за 3-4 години стандартної екскурсії зробити колектив та забезпечити атмосферу, нібито люди знають один одного багато років. Надважливим є ставлення гίδα до екскурсантів як до друзів, а не до «лохів» або джерела власного фінансового збагачення.
6. *Гід створює умови для знайомства і спілкування* між учасниками екскурсії у майбутньому. Фідбек – ми екскурсанти подружилися, тепер багато часу проводимо й без екскурсій, я знайшов однодумців.
7. *Харизма гίδα.* Екскурсанти пишуть про харизматичний чар гίδα, який виражається у вмінні привернути увагу та зацікавити своєю оригінальністю учасників екскурсії так, що подорож буде захоплюючою та запам'ятовується надовго. Тут можна ще додати такі ознаки харизматичного гίδα, як наявність дару спілкування та здатності вражати своєю особистістю. Він може використовувати різноманітні техніки, такі як жести, інтонація голосу, виразність мовлення та загальна енергія, щоб залучити увагу групи. Такий гід може вміло використовувати гумор, створювати емоційне зв'язок з учасниками та створювати атмосферу відкритості та співпраці. Харизматичний гід часто може використовувати нестандартні підходи та інтерактивні методи, щоб зробити екскурсію більш цікавою і незабутньою.
8. *Акторська майстерність гίδα.* За висловами екскурсантів гід – актор, сценарист і режисер одночасно. Акторська майстерність перегукується з вимогами до харизматичності гίδα. У гίδα з високими акторськими компетентностями екскурсія автоматично перетворюється на театр одного актора. До

такого гίδα люди йдуть не лише на тему екскурсії, а найчастіше просто на його особистість.

9. *Майстерність створити обстановку чудового відпочинку* для екскурсантів. У своїх коментарях люди прямо вказують на те, що відпочили під час екскурсії, наскільки все було легко, ненав'язливо і водночас цікаво. Зазначимо ще й такий фідбек – під час екскурсії відвідувачі сміялися, світло сумували, безмірно дивувалися.
10. *Розповідь з любов'ю*. У роботі гίδα головними прийомами є показ та розповідь. Звісно це можна робити механічно, особливо якщо це серійні екскурсії з повтореннями упродовж дня. Але екскурсанти нам дають наступний фідбек: якщо гід відноситься з любов'ю до того, про що він показує і розповідає, то ця любов до рідного краю буде передаватися до екскурсантів.
11. *Наука – не наука у роботі гίδα*. Звичайно, гід має нести об'єктивну та достовірну інформацію в маси. Але, як відзначають екскурсанти, їм хочеться почути й легенди, повір'я, міфи, певні вигадані історії. З такими вставками у гίδα виходить більш різнобарвна екскурсія, яку запам'ятають відвідувачі. Якщо у гίδα немає легенд, їх можна придумати на місці, вміння увімкнути власну фантазію і долучити до неї екскурсантів є точно виграшним для підвищення якості екскурсії. З іншого боку наукові факти мають подаватися гідом у виключно простій і доступній формі, з розтлумаченням аббревіатур, аналогіями, цікавими порівняннями та ін.
12. *Ораторська майстерність гίδα*. Фідбеком тут є відзначення чіткої дикції та сили голосу, всі чули, про що розповідав гід і текст був зрозумілим. Розповідь гίδα – це завжди публічний виступ, вміння ємко, логічно і доступно говорити, ловити погляди і реакцію людей та реагувати на це.
13. *Вдячність екскурсантів*. Тут фідбек проявляється по різному. Напрямую по закінченню екскурсії гиду слова вдячності висловлюються напрямую. Другою формою – подяка у власних сторісах та на сторінках в Інтернеті, під постами гίδα про проведену екскурсію або екскурсантів, окремі вдячні пости відвідувачів у соціальних мережах.
14. *Шум в Інтернеті* про екскурсію. Як правило це проявляється через появу численних постів відвідувачів і відгуків позитивного схвалення роботи гίδα. Факт появи самих постів з фотографіями це пряма ознака, що робота гίδα не пройшла осторонь екскурсантів, екскурсія в нормі, тому про неї пишуть і говорять.
15. *Будемо ходити ще*. Одним з показників вдалої роботи гίδα є ситуація, коли вже екскурсія закінчена, а відвідувачі не хочуть

розходитись. В театрі та в музиці це називається «на біс». Від гіда нібито ще чекають чогось додаткового. Тут же по завершенню лунають питання: коли наступна екскурсія, а які ще у вас є маршрути і коли? Це свідчить про те, що гід сподобався і на нього є бажання ходити ще.

16. *Форма відповідає суті гіда.* Мова про зовнішній вигляд гіда. Зовнішній вигляд гіда має бути відповідним до статі, віку, погоди та місця проведення екскурсії.

Враховуючи ці критерії, екскурсія може стати вдалою та професійною, залишаючи позитивні враження в усіх учасників.

Критерії невдалої (непрофесійної) екскурсії. Від людей про таку екскурсію надходять переважно негативні відгуки. В обличчя по закінченню екскурсії, через звичайну толерантність цього може й не відбутися. Проте мережа Інтернету та соціальних мереж це те, де екскурсанти можуть видати справжній негативний фідбек. Про що найчастіше пишуть відвідувачі: 1)при переході від об'єкта до об'єкта гід просто мовчить; 2)розповідь гіда не інформативна, а матеріал не достовірний; 3)гід поширював плітки та тенденційні розмови на різні теми з соціальних мереж; 4)примітивна розповідь, гід дає необ'єктивну інформацію й у підсумку тема екскурсії не розкрита; 5)ціна за заявлену тему екскурсії завищена, задоволення не отримане, гід любить гроші більше, ніж свою справу і людей.

Висновки. Виділені критерії вдалої роботи гіда дозволяють формувати якість обслуговування. Гід впливає на загальне враження туристів від подорожі. Знання критеріїв роботи гіда дозволяє оцінити його здатність забезпечити якісний рівень проведення екскурсії, ефективну організацію та забезпечення дозвілля людей. Розуміння критеріїв може стати допомогою гідам в удосконалення своїх фахових компетентностей, аби вони могли стати кращими у своїй професії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Король О. Д. Організація екскурсійних послуг у туризмі: навчально-методичний посібник. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2016. 144 с.
2. Організація екскурсійної діяльності: навчально-методичний посібник для здобувачів вищої освіти спеціальності 242 «Туризм» / уклад. Н. В. Аксьонова. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2022. 232 с.
3. Покоłodна М. М. Організація екскурсійної діяльності : підручник. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. 180 с.