

Маврина Н.С.

ПРОЦЕСС ФОРМИРОВАНИЯ ЭКСКУРСИОННОЙ УСЛУГИ

Актуальность. В статье рассмотрен процесс формирования экскурсионной услуги, которая является составной частью турпродукта. Деятельность туристических предприятий в условиях конкурентной среды и интеграции на европейские рынки заставляет обратить особое внимание на качество предоставления услуг. Определение экономической сущности экскурсионной услуги и процесса её формирования позволяют определить подходы и критерии оценки качества. В этой связи тема данной статьи является актуальной.

Постановка проблемы. В научной литературе достаточно полно рассмотрены вопросы методики подготовки экскурсионного пакета и проведения экскурсий.

Исследованиями теории и практики экскурсионного дела занимались Н.П. Анциферов, В.А. Герд, Б.Е. Райков, А.В. Роднин, Ю.В. Соколовский, и Б.В. Емельянов, которые внесли большой вклад в развитие теории. В настоящее время вопросы экскурсоведения рассматриваются в работах Н.А. Седовой, И.Ф. Карташевской, В. Бабарицкой, А. Коротковой, О. Малиновской, С.Н. Голубничей, но вопросы оценки качества экскурсионных услуг рассмотрены недостаточно полно, в частности не определены критерии оценки, не разработаны процедура оценивания и механизм управления качеством экскурсионных услуг.

Данная статья является результатом исследований по разработке критериев оценки качества экскурсионных услуг, проводимых в рамках научно-исследовательской работы кафедры менеджмента Национальной академии природоохранного и курортного строительства. Исследования проводятся с целью обоснования отдельных этапов в процессе формирования экскурсии для определения объектов оценки на каждом из них.

Экскурсия происходит от латинского слова *excursion* - поездка. За всю историю отечественного экскурсоведения определение понятия «экскурсия» неоднократно менялось, отражая ее сущность в зависимости от поставленных задач. Понятие «экскурсия» в русском языке появилось в XIX в., а тематическая и содержательная сущность его менялась в зависимости от исторических событий. Первоначально понятия экскурсии формулировалась как поездка, далее - как целенаправленное освоение действительности через аудиовизуальное ознакомление с тематически объединенными объектами на местности с помощью экскурсовода [3,4,6]. В конце XIX в. экскурсию определяли как прогулку, выход на поиск чего-либо, например для сбора трав.

Существующая в настоящее время неоднозначность интерпретации этого понятия связана с отсутствием единого подхода к формированию туристического продукта и услуг, которые его наполняют. Именно это объясняет то многообразие определений, которые существуют сегодня.

Морфологический разбор понятий «экскурсия», приведенных разными исследователями, позволил выделить ключевые слова, которые можно распределить на несколько групп. В одних понятиях ключевыми словами являются: прогулка, движение, поездка, т.е. перемещение [1]. В других определениях экскурсии ключевыми словами являются: общение, форма общения, культурный досуг, – т.е. культурное общение [2, 3]. В третьей группе понятий ключевыми словами являются – показ объектов, деятельность в процессе их изучения, изучение, обучение, освоение, познание, форма познаний, сумма знаний - эти ключевые слова позволяют выделить экскурсию как процесс позволяющий получить определенные знания [3, 4]. В существующих определениях экскурсии исследователи выделяют, какую либо, из сторон экскурсии, которая имеет отношение к функционированию ее в определенный период времени. Кроме того, существуют различия в формулировках целей, задач, форм проведения экскурсий, характерных для того или иного времени. В наше время происходит усложнение задач, которые ставятся перед организаторами экскурсий, что требует определения качества их проведения.

Экскурсию от туристского путешествия отличает место ее проведения (как за пределами места жительства, так и в собственном месте жительства), период осуществления (до 24 часов), более узкий набор целей поездки или посещения (в определенных условиях по заранее утвержденному маршруту). Эти существенные отличия не позволяют определять экскурсионные услуги как туристские, а экскурсанта называть туристом.

Б.В. Емельянов определяет экскурсию - как методически продуманный показ достопримечательных мест, памятников истории и культуры, в основе которого лежит анализ находящихся перед глазами экскурсантов объектов, а также умелый рассказ о событиях, связанных с ними, - недостаточное и не раскрывающее в полной мере ее сущности [4].

Наиболее полно определение приведено в пакете нормативно-законодательных актов о туризме: экскурсия - туристическая услуга, продолжительностью до 24 часов, в сопровождении гида-экскурсовода, по предварительно утвержденному маршруту, для обеспечения удовлетворения духовных, эстетических, информационных потребностей туристов [6,8]. Это определение можно дополнить, рассматривая экскурсию, как процесс передачи информации о конкретном объекте, событии или явлении экскурсоводом экскурсанту.

Следовательно, экскурсия это – коллективная (индивидуальная) поездка или прогулка, продолжительностью не более 24 часов с научно-образовательными или познавательными целями, во время которой осуществляется методически продуманный показ достопримечательных мест, объектов природы, памятников истории и культурного наследия, в сопровождении рассказа гида-экскурсовода по предварительно утвержденному маршруту; это процесс передачи определенной суммы знаний, направленной на удовлетворение духовных, эстетических, информационных и других нематериальных потребностей туристов.

Специалисты, которые занимаются исследованием в сфере экскурсионного дела, выделяют общие и специфические признаки экскурсии [1,3,4,].

К общим признакам относят:

- протяженность экскурсии во времени;
- наличие пространства (территории) экскурсии;
- движение экскурсии по маршруту;
- целенаправленность проведения экскурсии, определение темы, цели и задачи экскурсии;
- активное взаимодействие участников экскурсии (экскурсовода и экскурсантов).

Участниками экскурсии являются экскурсанты (группа или индивидуальный экскурсант), квалифицированный экскурсовод и экскурсионные объекты на месте их естественного или искусственного (в музее, на выставке) расположения. Экскурсовод является связующим звеном между потребителем экскурсионной услуги (экскурсантом) и объектом экскурсионного показа. Он помогает экскурсанту не только увидеть и посетить экскурсионный объект, но и получить исчерпывающую информацию о нем, сосредоточить внимание на той или иной детали. Отсутствие хотя бы одного из общих признаков или участников лишает права называть проводимое мероприятие экскурсией и превращает его в любительскую прогулку, прогулку выходного дня, турпоход, тур, лекцию и т.п.

Но не все исследователи отмечают эти особенности. Чаще всего участники экскурсии не определены или из взаимосвязанной цепочки экскурсант – экскурсовод – объект выпадает один из участников этого процесса.

Такой взгляд искажает сущность экскурсии, так как не отражает ее сущности в полной мере.

Помимо общих признаков у каждого вида экскурсий существуют индивидуальные специфические признаки, обусловленные функциями экскурсии, средствами передвижения на маршруте, объектом или совокупностью объектов экскурсионного показа и местом проведения экскурсий.

Наиболее подробно функции экскурсии рассмотрены Б.В. Емельяновым [4]. Он отмечает функции научной пропаганды, информации, организации культурного досуга, формирования интересов человека, расширения кругозора.

Содержание и сущность экскурсий изменялись во времени и формировались в зависимости от условий и факторов окружающей среды. Отдельные характеристики, отражающие содержание и сущность экскурсий в советский период и в настоящее время представлены в таблице 1.

К достоинствам советского периода относится существовавшая система научно-методического обеспечения экскурсионной деятельности, организация и осуществление постоянного контроля за экскурсионным обслуживанием. В то же время экскурсия рассматривалась как средство пропаганды коммунистической идеологии, в связи с чем проводился жесткий контроль за формированием экскурсионного пакета. Не все объекты можно было включать в экскурсии, а также отмечались ограниченные возможности в поисках источников информации.

За годы перестройки (с 90-ых годов) разрушается налаженная система управления и контроля за качеством проведения экскурсий. Положительным аспектом является возможность доступа к архивным историческим материалам, которые повышают достоверность излагаемого материала, а также, улучшение технических возможностей по подготовке, организации и проведению экскурсий, расширение списков объектов показа и отсутствие цензуры, что позволяет более творчески подходить к тематике и составлению текста экскурсий, обогатить её содержание, формы и методику преподнесения материала.

Деятельность субъектов предпринимательства в условиях рыночной конкурентной среды определяет необходимость оценки качества экскурсионных услуг, и, следовательно, разработки подходов к оценке качества услуг, определения субъектов, объектов, критериев и методики проведения такой оценки.

Вопрос оценки качества экскурсионных услуг рассматривался в работе И.Ф. Карташевской [5]. В формировании экскурсионного турпродукта и технологическом процессе создания экскурсии автор выделяет докоммуникативный этап первого уровня, состоящий в свою очередь из технологических последовательных этапов, включающих разработку наиболее ценной интеллектуальной информации; докоммуникативный этап второго уровня, включающий технологию создания экскурсионного продукта в качестве товара, и третий этап - демонстрационный (третий уровень), который является завершением всего технологического процесса. Отмечается также, что качественной оценкой экскурсионной услуги является ее стандартизация и сертификация, не выделяя при этом критерии оценки качества. Такой подход не позволяет определить качество экскурсионной услуги и ее отдельных составляющих.

Исследования технологического процесса разработки и проведения экскурсий позволили выделить 3 этапа и на каждом из них определить объекты или процессы, определяющие качество экскурсионной услуги.

Первый этап - творческий, он охватывает период от зарождения идеи новой экскурсии до разработки и утверждения ее текста, включая выбор маршрута, изучение объекта (объектов) показа, сбор и обработку информации по объекту (объектам), составление индивидуального текста экскурсии, формирование экскурсионного пакета, утверждение маршрута, подготовку контрольного текста экскурсии и «портфеля экскурсовода», методическую разработку проведения экскурсии, подготовку технологической карты, проведение контрольного «прогона экскурсии». Результатом этого этапа является утвержденный руководителем фирмы текст новой экскурсии, а ее качество во многом определяется выбранным объектом показа, текстом экскурсии и полнотой подбора информации в портфеле экскурсовода.

Второй этап – организационный. Он включает заключение договоров с партнерами (музеями, транспортными предприятиями и т.д.), расчет стоимости экскурсии, определение мероприятий по продвижению и продаже экскурсии. Результатом второго этапа является определение стоимости экскурсии

и формирование экскурсионной группы. При этом на качество экскурсионной услуги влияют определение маршрута экскурсии, транспортных средств и мероприятий по продвижению экскурсии.

Третий этап - контактно-информационный, включает назначение экскурсовода с учетом категории экскурсантов, его знакомство с группой, адаптацию текста для сформированной экскурсионной группы, ознакомление группы с техникой безопасности на маршруте, передачу информации – ауди-визуальную часть экскурсии, т.е. озвучивание текста и показ экскурсионных объектов.

Таблица 1. Содержание и сущность экскурсий (составлена по материалам [6,7,8])

Характеристики	Советское время. Планово-административный период	Современная ситуация в экскурсионной сфере. Рыночная экономика
Нормативно-законодательная база экскурсионной деятельности	Были разработаны: ГОСТы, методические рекомендации, положения и требования по осуществлению экскурсионной деятельности	Приняты законы Украины: «О туризме», «О курортах» «О лицензировании» и др. Приняты государственные и межгосударственные стандарты в этой сфере
Цель и задачи экскурсионной деятельности	Экскурсия рассматривается как средство пропаганды коммунистической идеологии. Преобладают историко-революционная и советская тематика экскурсий	Расширение и свободный выбор тематики экскурсий, в зависимости от особенностей региона и целей
Организационные формы экскурсионных учреждений	Объектами системы профсоюзного туризма и экскурсионной деятельности являлись экскурсионные бюро – региональные бюро путешествий и экскурсий; городские экскурсионные бюро внутреннего туризма; бюро международного молодежного туризма «Спутник», бюро «Интурист»	Основную роль в организации экскурсионной деятельности играют субъекты предпринимательства с частной формой собственности: туроператоры и турагенты; экскурсионные бюро, частные предприниматели, экскурсоводы
Система подготовки кадров	В 20-е годы были открыты Центральный музейно-экскурсионный институт в Москве и Экскурсионный институт в Петрограде. При Главном экскурсионном управлении ВЦСПС функционировали Центральные курсы по обучению туристско-экскурсионных работников	Отсутствует централизованная система подготовки кадров, обеспечивающая проведение экскурсий, и методическое обеспечение экскурсионного дела. Утверждены требования к наличию высшего образования или специальной подготовки, а также периодического повышения квалификации экскурсоводов. Подготовка экскурсоводов осуществляется на курсах, организуемых в высших и средних учебных заведениях, а также субъектами предпринимательской деятельности
Методическое обеспечение экскурсионной деятельности	Централизованная методическая работа и проверка соответствия качества экскурсий; утвержденная экскурсионная тематика; методическое обеспечение; Централизовано установлены требования к экскурсиям и утверждение экскурсионной тематики и перечня маршрутов; усиленный контроль за содержанием текстов и прохождением маршрута	Требования к осуществлению экскурсионной деятельности отражены в ГОСТах. Утверждены правила получения разрешения на услуги сопровождения и квалификационные требования предъявляемые к экскурсоводам, требования к договору на экскурсионное обслуживание. Введено лицензирование туристической деятельности и получения разрешения на оказание услуг сопровождения группы. Отмечается недостаточный контроль со стороны государства за формированием экскурсионного пакета, выбором маршрута и проведением экскурсий
Характеристики	Советское время. Планово-административный период	Современная ситуация в экскурсионной сфере. Рыночная экономика
Источники информации	Основным источником информации являлись научные публикации и ограниченные архивные материалы	Новые информационные технологии (ГИС, ИНТЕРНЕТ и др.) послужили привлечению новых экскурсионных кадров и улучшению доступа к информации
Поддержка экскурсионной деятельности	Обязательным являлось наличие научно-методического отдела по разработке экскурсий в каждом областном экскурсионном бюро, Осуществлялось централизованное издание методических рекомендаций по составлению и проведению экскурсий	Отсутствуют научно-методические отделы в турфирмах, не проводится методическая работа по подготовке экскурсий и контроль качества экскурсионного обслуживания
Идеологическая направленность	Основным приоритетом является научная пропаганда коммунистической идеологии	Осуществляется пропаганда научных знаний и сознательная приверженность выбранной теме

Определить впечатления от экскурсии можно путем проведения анкетирования экскурсантов, заполнения книги отзывов. Результатом 3 этапа является проведение экскурсии, а объектами оценки качества: экскурсионный рассказ, личность экскурсовода и впечатления экскурсанта.

Оцениваться экскурсионная услуга может с позиций 3 субъектов:

- управляющих органов - на предмет соответствия требованиям и ГОСТам;
- руководства фирмы – на предмет оценки текста, ее организации и проведения, т.е. оценку передачи информации;
- экскурсантов – оценивается соответствие ожидаемым впечатлениям.

Рассматриваемый процесс разработки и предоставления экскурсионной услуги не является окончательными, т.к. в процессе работы с уже утвержденной экскурсией необходимо постоянно корректировать стоимость экскурсии с учетом изменений рыночной ситуации, тарифов и цен на посещаемые экскурсионные объекты, предусмотреть обеспечение экскурсантов в зависимости от маршрута всеми необходимыми материалами рекламно-сувенирного характера, специальным снаряжением и инвентарем, назначать на маршруты новых экскурсоводов, контролировать качество обслуживания экскурсии гидами-экскурсоводами, инструкторами, аниматорами, методистами и т.д. и выбирать оптимальные пути продвижения экскурсионного продукта к потребителю и осуществление рекламно-информационной деятельности, осуществлять поддержку постоянной оперативной связи туроператора с экскурсоводом во время экскурсии для своевременного решения возникающих вопросов.

Выделение этапов формирования экскурсионной услуги позволит определить критерии оценки качества конечного экскурсионной услуги.

Выводы:

Экскурсия как услуга представляет собой сложный процесс по формированию текста новой экскурсии, ее организации и проведения для конкретной группы экскурсантов.

Исследования технологического процесса позволили выделить 3 этапа: разработки и проведения экскурсий творческий, организационный и контактно-информационный; на каждом из них определить объекты или процессы, определяющие качество экскурсионной услуги с точки зрения ее производителя и потребителя. Объектами или процессами, определяющими качество экскурсионной услуги, являются: объект (объекты) экскурсионного показа, сформированный экскурсионный пакет, определение маршрута экскурсии, транспортных средств и мероприятий по продвижению экскурсии, назначение экскурсовода, передачу информации - озвучивание текста и показ экскурсионных объектов и впечатления экскурсанта.

Источники и литература

1. Анциферов Н. П. Из дум о былом: Воспоминания / Анциферов Н. П. – М.: Феникс: Культур. инициатива, 1992.
2. Бабарицька В. Екскурсознавство і музеєзнавство / В. Бабарицька, А. Короткова, Малиновська. – Київ «Альтерпрес» 2007. – 464с.: іл.
3. Голубничая С. Н. Основы экскурсионного дела. Уч. пособие / С. Н. Голубничая. – ДИТБ. – Донецк, 2003г. – 214 с.
4. Емельянов Б. В. Экскурсоведение. Учебник / Б. В. Емельянов. – М.: Советский спорт, 2001. – 15-37с.
5. Карташевская И. Ф. Географические аспекты познавательного туризма. Рынок экскурсионных услуг / И. Ф. Карташевская. – Ялта, 2000..
6. Закон Украины «О туризме» от 18 ноября 2003 № 1282-IV
7. Квалификационные требования для экскурсоводов, гидов-переводчиков Зар. в Мин. Юсте Украины 20 октября 2004 г. N 1344/9943
8. Межгосударственный стандарт ГОСТ 28681.2-95. Туристско-экскурсионное обслуживание. Туристские услуги. Общие требования.

Максименко І.О.

ДЕЯКІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

З метою розробки ефективної стратегії розвитку підприємства необхідно визначити основні критерії досягнення бажаного стану системи. Таким чином постає питання узагальнення сучасних наукових досліджень щодо стратегічного управління підприємства та відповідного визначення системи основних показників розвитку.

Під розвитком розуміють безповоротні, направлені та закономірні зміни матеріальних та ідеальних об'єктів [1]. Відповідно можна розглядати різні напрямки розвитку в залежності від цілей дослідження. Якщо говорити про розвиток підприємства, то краще вживати поняття економічного розвитку, який є узагальнюючим, таким, що досягається завдяки запровадженню заходів технічного, організаційного, соціального характеру та ін. [2].

В економічній літературі, зважаючи на різноманітність підходів, розглядаються різні напрями досягнення ефективного функціонування та розвитку підприємства.