



ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА И ВЪЗМОЖНОСТИ ПРЕД ЕКСКУРЗОВОДСКАТА ПРОФЕСИЯ ПО ВРЕМЕ НА ПАНДЕМИЯ

CHALLENGES AND OPPORTUNITIES IN FRONT OF THE TOUR GUIDES DURING A PANDEMIC

Жанина Стоянова
Zhanina Stoyanova

Великотърновски университет „Св. св. Кирил и Методий“
St. Cyril and St. Methodius University of Veliko Tarnovo

Abstract: The season of 2020 turned out to be a great challenge for the tourism industry around the world, including in Bulgaria. The pandemic has become the biggest enemy for hoteliers, restaurateurs, tour operators, but not least for tour guides, who are perhaps among the most severely affected. Both freelanced and employed tour guides, remain without the opportunity to practice their profession with months. Due to this reason some of them decided to make a change in their professional job and be retrain, which cause the industry loss of qualified staff. The other part are seeing an opportunity to keep in touch with tourists using various platforms, applications and creating virtual tours for them. In both cases, this is a change that requires adaptation. The aim of this report is to present the impact of the COVID-19 pandemic among the tour guides and to present how they are dealing with the situation.

Keywords: tour guides; virtual tours; virtual tourism; pandemic.

JEL: Z39

ВЪВЕДЕНИЕ

Сезон 2020 се оказа голямо предизвикателство пред туристическата индустрия по света, в това число и в България. Една малка част от препятствията, които бяха принудени да преодоляват застите в бранша, бяха затворени граници, преустановени организирани пътувания и налагани най-различни ограничения и рестрикции. Пандемията се превърна в най-големия враг на туристическия бизнес в цял свят. А сред засегнатите са хотелиери, ресторантьори, туроператори, но не на последно място и екскурзоводи, като именно последните може би са и сред най-тежко засегнатите.

Изправени пред споменатите предизвикателства, голяма част от екскурзоводите както на свободна практика, така и наети лица остават без възможност да практикуват своята професия в рамките на месеци. Някои от тях се преквалифицират, от което браншът губи квалифицирани кадри. Други проявяват голяма креативност, като виждат възможност да запазят връзка с туристите, използвайки различни платформи, приложения и създавайки виртуални турове. И в двата случая това е промяна, която изисква адаптация.

Целта на настоящия доклад е да представи отражението на пандемията от COVID-19 върху екскурзоводската професия в най-общ план.

За постигане на целта се поставят следните задачи:

- определяне ролята и значението на екскурзоводската професия за популяризиране на туристическата дестинация;
- представяне и сравнение на данните от предприети мерки за подпомагане на лицензираните екскурзоводи в отделни държави;
- полезни практики в сферата на екскурзоводството, стартирани по време на пандемията;
- изводи и препоръки за развитието на професията.

За написването на доклада са използвани теоретични методи на изследване, направени са съпоставка и анализ на данни, проучени са публикации по темата и са включени наблюдения.

ИЗЛОЖЕНИЕ

1. Роля и значение на екскурзоводската професия

Погледнато в исторически план своеобразни екскурзоводски дейности са регистрирани още през периода на Античността. Разказвачи, придружаващи пътуващите и даващи сведения за забележителности, има в Гърция, Мала Азия и Египет (Yaneva, 2008, pp. 7–8). Впоследствие към тези, които влизали в ролята на водачи, придружители и предоставяли информация за посещаваните места, се добавила и ролята на следотърсачи и защитници, осигуряващи безопасен преход през Средновековието, на възпитатели, настойници и ментори, по време на т. нар. Grand Tour, за да стигнем след това до ерата на Томас Кук, когато се полагат и основите на модерното екскурзоводство (Neshkov, Kazandzhieva, 2016, p.12, 203, 204). Днес ролята на екскурзовода е много по-комплексна, като по мнение на различни изследователи по въпроса (Pond, 1994; McDonnell, 2001; Çetinkaya, Öter, 2016) и на практики от бранша, екскурзоводът трябва да бъде:

- Лидер, способен да поема отговорност;
- Интерпретатор и тълкувател на информация;
- Съветник за най-добро оползотворяване на свободното време;
- Медиатор на културно разбирателство между туристите и местните;
- Педагог и учител, който да подпомогне туристите да разширят познанията си в много теми, като политика, икономика, общество, култура, религия, здравеопазване и др.;
- Посланик, който оказва нужното гостоприемство и презентира дестинацията по начин, който кара посетителите да искат да се върнат отново;
- Добър домакин, създаващ комфортна среда за туристите, и лице, влияещо върху качеството на услугата, туристическото предлагане и преживяването.

Освен посоченото екскурзоводът се грижи за доброто настроение на туристите, като предоставя любопитни и малко известни истории за посещаваната дестинация, разчупва настроението с анекдоти и шеги, без да преминава добрия тон. Неговата комуникативна компетентност и езикова подготовка играят важна роля и са от значение за цялостното преживяване и „културно потапяне“ в посещаваното място, особено когато се налага екскурзоводът да влиза в ролята и на преводач.

От гледна точка на туристическите агенции добрият екскурзовод и неговите умения са един от най-ценните активи, с които компаниите могат да разполагат. В много отношения той е лицето на туристическата агенция, което виждат туристите. Освен това той съблюдава и за коректното отношение и предоставените услуги от страна на контрагентите, с които туроператорът има сключен договор. От страна на чуждестранните посетители екскурзоводът е видян и като представител на регион или дори цяла държава, т.е. той създава представата за посещаваната от тях дестинация. Можем да заключим, че екскурзоводът подобрява имиджа на държавата.

2. Предприети мерки за подпомагане на екскурзоводи в отделни държави

Качествената услуга, предлагана от екскурзовода, включва самия него, туристите и околната среда, в която се намират, като по този начин и трите компонента си взаимодействат в едно и също пространство, по едно и също време. Изпълнението на дейностите на екскурзовода предполага интеракцията между него и туристите да се случва на живо. Трябва да отбележим, че от началото

на пандемията през месец март това се случва трудно, с изключение на няколко промеждутъка¹. Предприетите мерки за справяне с или поне ограничаване на последствията от пандемията по целия свят стопират пътуванията и до голяма степен блокират държавите при прилагане на рестрикциите за пътуване и затваряне на границите, превръщайки туризма в един от най-силно засегнатите сектори.

В световен мащаб по-малко се споменават мерките, които правителствата са предприели за подпомагане конкретно на лицензираните екскурзоводи, които упражняват професията. Някои държави предлагат безвъзмездна помощ, други – забавяне на данъчните плащания към държавата, отпускане на безлихвени кредити².

Ситуацията в България не прави изключение от глобалната, като дейността на екскурзоводите е сред най-тежко оцелелите от пандемията. Лицензираните екскурзоводи в България са 1504 по данни от Националния туристически регистър (НТР)³. Като някои от тях избират да участват доброволно в някоя от трите професионални сдружения на екскурзоводите в България. Тези три браншови организации са Съюзът на екскурзоводите в България, Асоциацията на екскурзоводите в България и Югоизточен съюз на екскурзоводите „Ваня Райкова“. Информация за броя на членуващите в професионалните сдружения може да се извлече от Регистъра на туристическите сдружения (таблица 1.). Регистърът е публичен.

Табл. 1. Брой екскурзоводи, членуващи в браншовите екскурзоводски организации

Организация	Брой
Сдружение „Съюз на екскурзоводите в България“	191
Сдружение „Асоциация на екскурзоводите в България“	389
Югоизточен съюз на екскурзоводите „Ваня Райкова“	120

Източник: Регистър на туристическите сдружения

Близо половината от вписаните в НТР екскурзоводи членуват в някоя от трите организации, които по време на пандемията предприемат различни действия, за да се заговори повече за ситуацията, в която се намират. Тези действия се изразяват в множество написани отворени писма до различни министерства, медийни изяви, подготовка и участие в протест. Към момента на написването на доклада в сайта на Министерството на туризма има информация за подписан от министъра на туризма анекс за получаване на 3 млн. лв., договорени по пилотен проект на Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност 2014–2020 г.“ (ОПИК)⁴. По този проект могат да кандидатстват екскурзоводи и планински водачи.

¹ Разпространението на COVID-19 засегна страните по различно време, като самите пътувания бяха спирани или позволявани в различни моменти.

² https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=124_124984-7uf8nm95se&title=COVID-19_Tourism_Policy_Responses, viewed 03.03.2021

³ <https://ntr.tourism.government.bg/Web/Certificates.nsf/guides.xsp>, viewed 02.03.2021

⁴ <https://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/novini/vicepremierut-i-ministur-na-turizma-mariyana-nikolova-podpisa-aneksa-za-3-mln-lv-za>, viewed 04.03.2021

3. Полезни практики в сферата на екскурзоводството по време на пандемията

Няма точна статистика колко екскурзоводи са успели да упражняват професията през сезон 2020, колко са се преквалифицирали и сред колко от тях има нагласата да се върнат отново в бранша и да изберат екскурзоводската професия при връщане към нормалното функциониране на сектора. Факт е, че немалко от упражняващите професията търсят допълнителни източници на доход, според уменията си, на непълно или пълно работно време, в други градове или държави. Например справящите се добре в създаване на текстове, успешно се развиват в сферата на копи-райтинга; за говорещите езици – в сферата на консултиране на клиенти на съответния език по телефон или мейл, преводачески услуги и др. За притежателите на допълнителни квалификации се разкриват и други възможности. Важно е да се проявят гъвкавост и умение за справяне в новата ситуация, но от това преквалифициране може да загуби само туризмът, заради отлива на кадри, които могат и да предпочетат да продължат в новото си поприще.

Създаването на собствени страници и профили в социалните медии може да се разгледа като вариант екскурзоводите да популяризират работата си. Много от тях създават свои страници в различни платформи като Facebook, където публикуват кратка информация и снимки за различни интересни забележителности, накъдето могат да се отправят в по-добри времена техните последователи. Също така някои от тях дават добри идеи и съвети за посещение на музеи и галерии или просто споделят личните си преживявания от минали пътувания. Друга мрежа за споделяне, която да представи и популяризира работата на един екскурзовод, е Instagram, където също може да се дава кратка информация, да се споделят снимки или видеа за туристически атракции и успешно да се взаимодейства с виртуални туристи. Сред използваните мрежи може да се добави и Tik Tok, която успешно може да се ползва за постигане на маркетинговите цели на екскурзоводите чрез публикуване на кратки образователни видеа, свързани с професията. Социалните медии могат да помогнат много, за да остане един екскурзовод активен и да представи своите лични качества, умения и знания, които го отличават от неговите колеги, създавайки собствена запазена марка.

Стартирането на туристически блог или Youtube канал може да се разгледа като допълнение на написаното в предходния абзац за популяризиране на качествата на екскурзовода. И двата варианта представят пространство, в което да се разказват истории за пътувания било то чрез статия в блог, или видеоклип в Youtube. И двете дейности не са чужди на екскурзовода, тъй като екскурзоводите създават съдържание, интерпретират и тълкуват информация, представят малко известни и любопитно поднесени факти, които споделят с туристите си по време на пътуване, така че голяма част от тях могат да правят това и онлайн. По този начин те предлагат на своите бъдещи туристи възможността да видят техните умения, преди да ги наемат и използват в бъдеще услугите им.

Сред начините екскурзоводите да останат близо до своите клиенти, в това число и потенциални такива, е да създават виртуални турове и да правят обиколки на туристически места онлайн. Физически това не е възможно да се случи поради налаганите периодично ограничения заради пандемията, но както други професии преминават home office, това могат да направят и много екскурзоводи. Разбира се, това не предоставя същото преживяване както за туриста, така и за екскурзовода, но е начин практикуващите професията да останат активни. Много от тях използват платформи за видеоконферентни разговори, като Zoom, MS Teams, Google Meet или други подобни, за своите срещи с туристите. Предлагат се интересни турове, различни активности и разкази за атракции онлайн.

Потребителите, практикуващи т.нар. виртуален туризъм, са както хора, които вече са посетили дестинацията и имат впечатления, но биха искали да се изживеят отново спомена за хубавите моменти, така и такива, които биха искали да я посетят за първи път и това е начин те да се подготвят с ценна информация за пътуването. Друга част от целевата група са тези, които не биха могли да си позволят да предприемат подобно пътуване, заради натоварен график, липса на средства или физическа възможност.

Екскурзоводите могат да включват в своите турове кратки клипове или части от филми, снимки или други визуални елементи. А самият достъп до срещите може да бъде отворен или да бъде предназначен за определена аудитория и само тези, които притежават линк или код за достъп, да могат да се включат. При използването на тези платформи за видеоконферентни връзки е възможно да се изисква регистрация, да има платен достъп до услуга или в края на виртуалния тур всеки, който желае, да остави бакшиш, като за целта се използват онлайн платежни системи.

В днешно време пътуванията все още са ограничени, но откриването на невероятни преживявания от цял свят не е задължително да спира. И точно в тази насока биват подети многото нови инициативи от самите екскурзоводи с цел да останат по-близо до своите клиенти – както такива, с които вече са работили, така и нови потенциални, които да се възползват от техните услуги, когато ситуацията се нормализира.

4. Изводи и препоръки

Изводите, които мога да се направят на база представената информация дотук, биха могли да бъдат изведени, както следва:

- ролята на екскурзовода е ключова за формиране на положителен имидж сред туристите на посещаваната дестинация;
- екскурзоводът съвместява много роли, които са съществени за доброто преживяване на туристите;
- екскурзоводът предоставя квалифицирано обслужване и коректна проверена информация;
- носи съществени ползи за икономиката на населението домакин, насочвайки туристите към потребление на местни продукти и услуги.

На базата на направените изводи могат да се изведат няколко важни препоръки, свързани с развитие на професията на екскурзовода:

- предвид голямото въздействие на кризата и нейното отражение върху дейността конкретно върху екскурзоводите следва да бъдат обмислени специфични програми в подкрепа развитието и подпомагането на екскурзоводите при рестартиране на сектора – адаптиране към нови протоколи за работа в COVID среда и други специфични начини на работа, които екскурзоводите трябва да усвоят за новия туристически сезон;
- координация между съответните министерства, като тези на икономиката, финансите, здравеопазването, социалната политика, външните работи, транспорта, туризма и др., с цел вземане на бързи и ясни решения;
- механизми за осигуряване на по-добро хоризонтално и вертикално сътрудничество (национални, регионални и местни власти);
- инвестиране в човешкия капитал и талант чрез специални програми и изграждане на знания и умения за работа в дигитална среда.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Пандемията може да бъде много невдъхновяващ период, но проучването показва, че много от екскурзоводите намират нови начини да бъдат и поддържат желанието за пътуване живо сред туристите. Настоящият текст регистрира и тревожна тенденция, като посочва нейните аспекти, пред които са изправени лицензираните екскурзоводи по света и в България. Днес би било много трудно да си представим организираното туристическо пътуване без екскурзоводската услуга както на местните екскурзоводи, които посрещат групата в самата дестинация, така и на водачите, които придружават туристическата група по време на пътуването. Именно поради тази причина и изведените изводи министерствата, които отговарят за туризма, трябва да стоят близо до и да подкрепят най-уязвимите в туристическия бранш.

REFERENCES

McDonnell, I. (2001). The Role of the Tour Guide in Transferring Cultural Understanding. School of Leisure, Sport and Tourism, viewed 15 March 2021 <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.465.8034&rep=rep1&type=pdf>>

Neshkov, M., Kazandzhieva, V. (2016). Tour Guiding. University of Economics, Varna (in Bulgarian)

Pond, K. (1993). The Professional Guide: Dynamics of Tour Guiding. New York, Van Nostrand Reinhold.

Yaneva, M. (2008). Tour Guide Service, University of National and World Economy, Sofia. (in Bulgarian)

Çetinkaya, M. Y., Öter, Z. (2016). Role of Tour Guides on Tourist Satisfaction Level in Guided Tours and Impact on Re-visiting Intention: a Research in Istanbul. European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation, vol. 7 no. 1, pp. 40–55.

UNWTO Briefing Note (2020), viewed 4 March 2021 <file:///D:/Downloads/BFN_V4.pdf>

National register for certified tour guides in Bulgaria, viewed in 2 March 2021 <<https://ntr.tourism.government.bg/Web/Certificates.nsf/guides.xsp>>

За контакти:

Жанина Стоянова, асистент, доктор
Служебен адрес: В. Търново, ул. „Арх. Георги Козаров“ 1, корпус 4
ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“, Стопански факултет
катедра „Туризъм“
Ел. поща: zh.stoyanova@ts.uni-vt.bg
