

TARTU ÜLIKOOL

Pärnu kolledž

Turismiosakond

Evelin Kass

**GIIDITEENUSE KVALITEEDIHINDAMISE
AJAKOHASTAMINE EESTI NÄITEL**

Lõputöö

Juhendajad: Marika Kose, PhD; Tiina Viin, MA

Pärnu 2024

Soovitan suunata kaitsmisele

(allkirjastatud digitaalselt)

Marika Kose

(allkirjastatud digitaalselt)

Tiina Viin

Kaitsmisele lubatud

TÜ Pärnu kolledži programmijuht

(allkirjastatud digitaalselt)

Ilona Kandelin

Olen koostanud töö iseseisvalt. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, põhimõttelised seisukohad, kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

(allkirjastatud digitaalselt)

Evelin Kass

SISUKORD

Sissejuhatus	4
1. Teenuse kvaliteet	7
1.1 Teenuse kvaliteet turismis	7
1.2 Giidi rollid ja giid teenusepakkujana	9
1.3 Giiditeenust mõjutavad tegurid	11
2. Uuring turistidega töötavate giidide pädevustest	13
2.1 Ülevaade turistidega töötavate giidide pädevuse tõendamisest Eestis ning uurimismeetodi ja valimi kirjeldus	13
2.2 Giidide uuringu tulemused ja analüüs	17
2.3 Järeldused ja ettepanekud giidi kutsestandardi ajakohastamiseks ja giiditeenuse kvaliteedi tõestamise võimaluste kohta	23
Kokkuvõte	31
Viidatud allikad	33
Lisad	37
Lisa 1. Intervjuukava	38
Lisa 2 Euroopa giidide koolitus- ja kvalifikatsioonitabel riiklikul/piirkondlikul/linna tasandil	40
Summary	42

SISSEJUHATUS

Kompetentsuse ja kvaliteedi tõestamise üheks võimaluseks on kutsetunnistuse omamine. Kutsetunnistus on üks mehhanism, mida kasutatakse paljude kutsealade kutse- või tehnilise pädevuse säilitamiseks ja parandamiseks (Black & Ham, 2005 lk 178). Kutsepädevus giidi erialal saavutatakse läbi giidi kursuste, individuaalse õppimise või tasemeõppe õpingute raames. Pädevuse omandamist tõestatakse üldjuhul kohaliku piirkondliku giidi atesteerimiseksami läbimisega, riikliku kutseeksami sooritamise, muuseumi või külastuskeskuse poolt korraldataval giidi atesteerimiseksamil. Atesteerimine on protsess, mille käigus hinnatakse giidi teadmisi konkreetse objekti, piirkonna või valdkonna osas /.../. Kutsevalifikatsioon (giid tase 5 ja 6) mõõdab professionaalsust, töökogemust ja kutseoskuste valdamist erinevatel tasemetel. (Eesti Giidide Liit, 2024).

Eestis ei ole kutsesüsteemi olemasolu suuremat osa giide pannud pärast kohaliku atesteerimiseksami sooritamist riiklikku kutsetunnistust omandama. Vaatamata sellele, et EGL selgituse kohaselt on just kutse see, mis aitab suurendada konkurentsieelist tööturul (EGL, 2024). Kehtiv turismiseadus sätestab kompetentsuse tõendamisenõude giididele, kuid ei määratle täpsemalt, kuidas konkreetset kompetentsust tõestada. Paljud giidid piirduvad vaid kohaliku piirkondliku atesteerimiseksami läbimisega ja mitmed teised aktiivsed giidituuride tegijad ei ole atesteerimiseksamit teinud ega pea seda vajalikuks.

Atesteerimiseksamiga piirdumine võib viidata giidi tööelu tegelike nõudmiste ja kutsestandardis sätestatud kompetentside lahknevustele. Turismihariduse valdkonna uurijad toovad välja, et erinevus turismihariduse sisus ülikoolitasemel ja turismimajanduse tegelike vajaduste vahel on suur (Güden et al., 2024, lk 99). Rõhutatakse, et turismiprogrammid peavad olema multidistsiplinaarsed ja siiski pakkuma töövõimalust (Güden et al., 2024 lk 100).

Eestis saab giiditööd õppida ülikoolitasemel loodusturismi õppe raames Eesti Maaülikoolis. Haapsalu, Võru, Tartu ja Kuressaare kutsekoolid pakuvad giidi tasemeõpet. Samuti on võimalik võtta giidikursusi mõnest erakoolist, mis põhiliselt valmistavad õppijaid ette kohaliku atesteerimiseksami läbimiseks.

2019. aasta Lindpere magistritööst „Loodusgiidide koolitamine Eestis“ selgus, et vaatamata võimalusele end giidiks koolitada, giidi kursusi või ülikoolis loodusgiidiks õppides oma õppimisega omandatud teadmisi riikliku giidi kutseksamiga ei mõõdetata ehk enamuse juhtudel giidi kutset omandama ei minda. Sarnasele järeltulele võib jõuda Kutsekoja kodulehel oleva kutsega giidide nimekirja sirvides, kus 2025 aastani kehtib 24 giidi kutse, aastani 2027 kehtib 54 giidi kutse, 31 giidil kehtib 2028 aastani ja vaid 5e giidi kutse kehtib aastani 2029. Seega taotletud giidide kutsetunnistuste hulga järgi viimastel aastatel nähtub, et giidide hulgas kutsetunnistuse omandamine populaarseks muutunud ei ole.

Kvaliteetse giiditeenuse pakkumine nõuab giidilt suurt pühendumist teadmiste hankimisel sobivatel kursustel, mis sisaldavad teadmiste omandamist, keeleoskuse, klienditeeninduse, turunduse, ettevõtluse ja esinemisoskuse osas. Arvestades suurt panust giiditeenuse kvaliteedi tagamiseks, on vajalik uurida, mida giidid peavad giidipädevusteks ja kvaliteetseks giiditööks ning mis tõendab giidide kvaliteeti giidide enda arvates. Töö käsitleb muuhulgas rahulolutekkimist turismiteenusega ja tänapäeva giiditeenuse trende. Lõputöö teema tuleneb probleemist, et Eestis puuduvad ühtsed nõudmised turistidele ekskursioonide tegijate hulgas. Giidiks on end võimalik kutsuda igaühel ja kohalikku tuuri turistidele võib igaüks turundada tasuta Eesti ametlikul veebileheküljel – visitestonia.com. Selleks, et kõiki Eestis turistidele tuure tegevaid isikuid haarata giidide kvaliteedikontrollisüsteemi ehk giidi kutsesüsteemi, uurib töö autor atesteeritud ja mitteatesteeritud, kutsega ja ilma kutseta giide, et koguda giidide arusaamu tuuri tegemise pädevuse kohta ja giidituuride turunduse kohta, et leida need oskused, mida Eestis tuuri tehes peaks oskama ja mille olemasolul võiks kutse omandada.

Lõputöö eesmärgiks on esitada ettepanekud giiditeenuse kvaliteedi tõestamise võimaluste kohta ja giidi kutsestandardi ajakohastamiseks.

Eesmärgist tulenevalt sõnastatakse tööle uurimisküsimus: millised giiditööks vajalikud pädevused võimaldavad hinnata giiditeenuse kvaliteeti?

Töö koosneb sissejuhatusest, kahest peatükist, mis omakorda jagunevad alapeatükkideks, kokkuvõttest ja lisadest. Esimeses osas on käsitletud turismiteenuste kvaliteeti tagavaid tegureid ning giiditöö teoreetilist tausta koos giiditeenuste trendidega. Olulisemateks antud teemasid käsitlevateks autoriteks on töös kasutatud Magdalena Kachniewska, Betty Weiler ja Rosemary Black, Ian McDonnell, Anna-Karin Johansson Kvist ja Bengt Klefsjö ning Branislav Rabotic. Teises, empiirilises osas on ülevaade turistidega töötavate giidide pädevuse tõendamisest Eestis ning läbi viidud kvalitatiivse uurimismeetodiga tehtud uuringust. Töö lõpus on uurimistulemuste kokkuvõte ja ettepanekud turistidega töötavate giidide kvaliteedihindamiseks.

1. TEENUSE KVALITEET

1.1 Teenuse kvaliteet turismis

Turism on mainest sõltuv majandusharu, kus nõudluse poole peal asetsevad potentsiaalsed reisijad (Darwish & Burns, 2019, lk 153). Sihtkoha mainet ja turismikogemust kujundavad sihtkoha teenused, atraksioonid, infrastruktuur, transport, ja külalislahkus (Hsu et., 2008 lk 290). Kõik reisiosad koos kõige kogetavaga moodustavad täieliku reisikogemuse ehk turismitoote (Koutoulas, 2004, lk 6).

Tootena käsitletakse materiaalseid kaupu nagu näiteks füüsilised esemed ja objektid kui ka teenuseid, mis koosnevad tegevustest, hüvedest või rahulolu tekitamisest (Kotler et al. 2020, lk 539). Turismitoode on segu materiaalistest ja mittemateriaalistest elementidest nagu looduslikud, kultuurilised ja inimese loodud ressursid, vaatamisväärsused, rajatised, teenused ja tegevused konkreetse huvipakkuva elemendi ümber. Turismitootest saavad potentsiaalsed külastajad üldise kogemuse, sealhulgas emotsioone. Turismitootel on oma elutsükel ning seda hinnatakse ja müüakse turunduskanalite kaudu (UNWTO, n.d.). Turismitoote ostmine ja tarbimine toimub erineval ajahetkel. Seega turismitootetarbija ostab ootusi turismi sihtkohast, mis peaksid tarbimishetkel osutama reaalsuseks (Kachniewska 2006, lk 16)

Turistide ootused on reisitulemuste eelarvamus ja puhkusereisidel rahuldatakse rohkem kui ühte ootust (Wang et al., 2016 lk 58). Turistide ootuste mõistmine seoses nende reisiotsustega on sihtkoha tõhusa haldamise ja turunduse jaoks ülioluline, sest kogemuse hindamine toimub turisti eelarvamuste raames (Fallon, 2008, lk 426). Ei oma tähtsust, kas turismiteenuseid loovad ja turustavad paljud erinevad turismiettevõtted või kas neid toodab ja müüb üksainus ettevõtte, näiteks reisikorraldaja. Tarbija (turist) annab hinnangu kogu puhkusekogemusele, kuigi turist kogeb paljusid üksikuid teenindushetki ja oskaks hinnata neid ka üksikuna (Kachniewska 2006, lk 18).

Kliendirahulolu mängib olulist rolli iga turismitoote ja -teenuse ellujäämisel ning määrab selle tuleviku (Neal & Gursoy, 2008, lk 53). Rahulolu võib defineerida kui tarbimiskogemuse hinnangut, mida toote või teenuse omadus või toode või teenus ise pakub ning mis on seotud rahuldusega (Oliver, 2014, lk 8). Leiperi süsteemiteooria selgitab rahulolu reisi- ja turismiteenustega kui reisija rahulolude kogusummat kõigist teenindushetkedest– reisimisele eelnevast teenindusest, rahulolust teenindusega sihtkohas ning rahulolust reisiga sihtkohta ja tagasi (Neal & Gursoy, 2008, lk 53). Konkurentsitihedas ja küllastunud turismiturul on külastajate rahulolu oluline sihtkoha valikut, toodete ja teenuste tarbimist ning korduvkülastuse otsust mõjutav asjaolu (Meng et al. 2008, lk 42).

Rahulolu teenuste ja toodete kvaliteediga turismis mõjutavad märkimisväärselt: sihtkoha külalislahkus, toit, logistika, turvalisus ja hinna ning kvaliteedi suhe. Samas mugavused, üldine külastuskogemus, hügieen, õiglane hind, teabekeskused, kultuur, segavad asjaolud ja pubid ei avalda külastajarahulolule märkimisväärset mõju (Narayan et al., 2008, lk 469). Sissetulevate turistide puhul on teenuse kvaliteedi juures külaliste hinnangul enne teenuse toimumist kõige tähtsam teenusepakkuja usaldusväärsus. Järgmisena pädevus, füüsiline või käegakatsutav teenus/toode ja viisakus. Pärast teenuse kogemist peavad külastajad kõige tähtsamaks viisakust (Kvist & Klefsjö, 2006, lk 531). Külastajale unikaalse ja nauditava külastuse pakkumiseks on vaja lisaks uurida külastaja motivatsiooni, sihtkoha tajumist ja kuvandit, suhtumisi ning personaalset käitumist. Lisaks sotsiaalseid asjaolusid nagu külastaja elustiil, elutsükel, psühholoogilisi mõjutajaid nagu vanus, sissetulek, haridustase, abieluseis, uskumused (Castro et al., 2017, lk 281).

Kuna teenused on oluline osa turismikogemusest, on teenuste kvaliteet turistide rahulolu seisukohalt tähtis (Kvist ja Klefsjö, 2006, lk 524). Turismimajanduses on kvaliteet Kvist ja Klefsjö järgi väga kompleksne ja laiahaardeline käsitlus, sest turismitoodet iseloomustavad mitmed asjaolud (Kvist ja Klefsjö, 2006, lk 522). Kvaliteedi kohta üldiselt on mitmeid erinevaid üldtuntud määratlusi: "vastavus nõuetele" (Crosby, 1979), "kasutuskõlblikkus" (Juran ja Gryna, 1988), "standardile vastavuse määr", „kasutaja rahulolu“ (Wayne, 1983), kuid klientide vajaduste ja ootuste rahuldamine on kõikide mainitud määratluste juures siiski peamine tegur (Kachniewska, 2006 lk 35). Lähtudes

Oliver (1977) kinnituse ja eituse kliendi rahulolu teooriast tuleneb teenuse tajutud kvaliteet kliendi oodatud teenuse ja tegeliku kogemuse võrdlemisest (Grönroos, 1984; Parasuraman et al., 1985, 1988) ja teenusekvaliteedi hindamine on väga keerukas protsess (Carman, 1990, viidatud Medberg & Grönroos, 2020, vahendusel). Grönroos selgitab lisaks, et tajutud kvaliteet jaguneb tehniliseks kvaliteediks ehk mida klient saab ja funktsionaalseks kvaliteediks – kuidas klient teenust saab. Just viimase puhul on oluline teeninduslik mõttelaad, töötajate käitumine ja väljanägemine, viisakus, usaldatavus, teeninduskoha kujundus jne. (Grönroos, 2000, lk 65).

1.2 Giidi rollid ja giid teenusepakkujana

Turistide rahulolu mõjutavad giidid läbi ekskursiooni kogemuse (Lopez, 1980 viidatud McDonnell, 2001, lk 1). Giidid on ühed turismimajanduse võtmeisikutest, kes saavad oluliselt mõjutada reisil osalejate reisikogemust või ka rikkuda seda (Hounnacklang, 2002, lk 1). Giiditööst tulenevate olukordade tõttu käsitletakse erinevate huvigruppide poolt giidi kui nõustajat, meelelahutajat või müügimeest. Giidi rollide uurijad Wu ja Hall täiendavad, et lisaks turistide soovidele peavad giidid arvesse võtma veel tööandjate ehk teenusevahendajate, kohaliku omavalitsuse ja riigi esindajate arvamusi (vt tabel 1). Eesliini professionaalidena, teabe andjatena ja info tõlgendajatena toimivad giidid turistide silmis sihtkoha esindajatena ja „saadikutena”. See, mida giidid esitavad ja tõlgendavad, mõjutab kuidas külastajad kogevad kohti või vaatamisväärsusi, mõistavad kohalikku kultuuri, osalevad kohalikes tegevustes ja käituvad kohapeal (Rabotic. B, 2010, lk 353). Euroopa turismigiidide ühing (*European Federation of Tourist Guide Association*) defineerib giidi kui isikut, kes juhib grupe või üksikkülastajaid hoonetes, paikades ja maastikel linnas või piirkonnas; ja kes interpreteerib külastajale sobivas keeles kultuuri- ja looduspärandit ning keskkonda (1998, viidatud Black & Ham, 2005, lk 178 vahendusel). Giididel on erinevates riikides ja konkreetsetes kohtades mitmeid erinevaid ametinimetusi, näiteks: rahvuspargi giidid (Suurbritannia, USA, Aafrika, looduse giidid (Belgia), jalutusretkede giidid, maaturismi giidid (Prantsusmaa rahvuspargid), mägigiidid (Prantsusmaa, Norra, Šveits, Himaalaja), majagiidid (aadlikodud, lossid, muuseumid), paadisõidu giidid (Amsterdam, Veneetsia, Pariis, Köln), katedraaligiidid (St. Pauli katedraal, Westminsteri klooster), matkagiidid näiteks Tai põhjaregioonis (Hounnacklang, 2002, lk 15)

Tabel 1. Giidi roll lähtuvalt huvigrupist

Kelle ees kannab giid vastutust	Giidi rollid	Vastutuse kirjeldus
Turistid	Teenäitaja Grupijuht Nõustaja Animaator/ meelelahutaja	Aitab rahuldada turistide vajadusi, lahendada probleeme, anda soovitusi ja juhatus, mida sihtkohas tasub teha, kuhu minna ja kuidas suhelda kohalikega
Sihtkoha ressursid	Interpreteerija	Selgitab ja näitab kohalikku kultuuri ja ümbritseva erilisust, selle väärtust ja tähtsust
Kohalikud kogukonnad	Avalike suhete edendaja	Aitab külalislahkust ja mõistvat suhtumist edendada
Tööandja Kohalik võim	Müügimees Avalike suhete edendaja	Aitab maksimeerida tulu, luua konkreetset kuvandit või täita mõnda poliitilist eesmärgi
Giidi enda seisukoht	Ettevõtja	Sissetuleku suurendamine nii palju kui võimalik, et oma sotsiaalset staatust tõsta

Allikas: Hu, Wall (2012)

Giiditeenus, mis leiab aset giidide ja tuuril osalejate vahel, on üks kõige intensiivsematest vastastikkuse toimega teenustest ja sellest tingituna peab giiditeenusepakkuja olema teenindusmõtteleadiga (Parasuraman et al., 1993, lk 144). Mida intensiivsem on vastastikune toime seda suurem on ootus kõrgele teenindustasemele (Hounnaklang, 2002, lk 182). Giidituuri on defineeritud 70ndatel Schmidt poolt kui „turismivormi, eelnevalt

paika pandud ja etteteada reisikavaga, sisaldades korraldaja kuid mitte turisti poolset planeerimist“ (Schmidt, 1979, lk 441). Traditsiooniline ühesuunaline giiditeenus, kus giid on esineja ja meelelahutaja ning reisijate grupp publik, on tänapäeva kogemus- ja tarbijakeskses turismimajanduses ebapiisav (Weiler & Black, 2015 lk 364). Giidituuride muutumist ajas saab selgitada läbi Pine ja Gilmore elamusmajanduse käsitle, kus konkurentsieelse ja jätkusuutlikkuse tagavad meelde jäävad kogemused. Pine ja Gilmore (1999, lk 97) väitsid, et ettevõtteid tuleks tajuda kui "teatreid" ja teeninduspersonali kui "etenduskunstnikke". Turisti kogemust aitavad luua sensoorsed sisendid – emotsionaalsed reageeringud, võime mõista ja lähtuda olukorrast. Turistile tuleks anda võimalus võtta aktiivsem, loomingulise kaaslooja, roll, kes aktiivselt, füüsiliselt, kaasa tehes ja sotsiaalselt looks reisikogemust. Tarbijad otsivad üha enam kaasahaaravaid, interaktiivseid kogemusi, mis aitavad neil isikupärastada ja luua tähendust (Weiler & Black, 2015, lk 365)

1.3 Giiditeenust mõjutavad tegurid

Positiivne professionaalne suhtumine on võtmeteguriks giididele edukalt ekskursioonigruppide juhendamiseks (Curtin, 2010, viidatud Naumov, 2020 lk 13). Giid peab olema mitmekülgne inimene, kellel on psühholoogi oskused, mis suudavad ette näha külastajate vajadusi, samuti tõlgendada õigesti nähtusi ja seoseid turismi sihtkohas (Naumov, 2020 lk 13). Turismitoote tarbija soovib ja otsib üha enam elamuslikkust ning võimalust põgeneda ja eemalduda seeläbi argirutiinist (Larsen, 2007, lk 7). Kaasaegsete vahenditega teostatud holistilise, tervikliku kontseptsiooniga storytelling ehk loo jutustamine võiks olla koostöös tootearenduse tööriistadega paremini ja efektiivsemalt kasutatud elamusliku toote loomisel (Mossberg 2008, lk 195). Võõrkeelte oskus ja suhtlemisoskus on olulised tänapäeva turistide reisi kogemuse rikastamisel, kes on mitmes mõttes oma reisi kogemuse kaasloojad (Topler et al., 2017, lk 60).

Yu, Weiler ja Ham (2001) töötasid välja kontseptuaalse raamistiku giidi pädevuse hindamiseks. Nad väidavad, et giidide edukus kultuuridevahelise reisikogemuse vahendamisel, mis ei tekita stressi, on huvitav ja klientidele rahuldust pakkuv, sõltub suuresti giidi teadmistest, suhtumisest ja inimestevahelisest suhtlusest. Weiler ja Ham tuvastasid omadused, mida turistid peavad oluliseks. Sealhulgas olid teadmised,

kõneoskus, meelelahutusvõime, entusiasmi, isikupära, kogemused, ajajuhtimine, kohanemisvõime ja grupijuhtimine (2001, viidatud Nehemia et al., 2012, lk 18 vahendusel). Paljude turistide jaoks on kultuuri omandamise juures kõige olulisemaks meediumiks giid. Oma kultuurisillaks olemise rolli tõhusalt täitmiseks peavad giidid olema sihtkoha kultuuri asjatundjad ja turisti kultuurist hästi aru saama (McDonnell, 2001, lk 1). Kaks giiditöö aspekti Rabotic järgi, mis mõjutavad giidi poolt tehtud ekskursiooni eriti tugevalt, on esitluse viis ja sisu (kommentaarid) ja grupi dünaamika juhtimine. Kommentaaride kvaliteet peaks olema kombinatsioon informatiivsest ja meelelahutuslikust sisust, mis on kohandatud klientide huvidele ja entusiastlikult esitatud, soodustades giidi ja turisti suhtlemist, ning samuti innustades suhtlemist turismigrupi sees. Empiirilised uuringud (nt: McDonnell, 2001, või Rabotić, 2009a) näitavad, et giidiga ekskursioonil osalejad on huvitatud sihtkoha igapäevasest elust ehk soovivad kuulda kohalikest kogukonna traditsioonidest, lisaks ajaloole ja vaatamisväärsustele. Kui viibimine on lühike ja kohalik ekskursioon on ainus side sihtkohaga (nagu näiteks kruiiside puhul), on loomulik, et osalejad soovivad mitmekülgse sisuga giidiinfot (Rabotic, 2010 lk 8).

Giidide esinemise parandamiseks ning giidinduse standardite tõstmiseks ja säilitamiseks võib kasutada kutsealast sertifitseerimist, mis on üks mehhanisme, mis aitab säilitada ja parandada professionaalset või tehnilist pädevust mitmetes ametites (Black & Ham, 2005 lk 178). Teadmiste tõendamist nendes asjades, millest turistid on huvitatud saab hinnata litsentsi omandamise ja akrediteerimisprotsessi kaudu (Smith, 1961, lk 28). Kutsealane sertifitseerimine on mõiste, mida kasutatakse paljudes kutsealades, et kirjeldada ametialase või tehnilise pädevuse ametlikku tunnustamist (Lysaght & Altschuld, 2000, lk 95). Sertifitseerimine on Toplis (2000) järgi tavaliselt vabatahtlik protsess, sõltuvalt kutsealast, vastutuse tasemest ning õiguslikest nõuetest (Black & Ham, 2005 lk 178).

Euroopas oli 2015 aasta seisuga Euroopa Giidide Ühingu (FEG) andmetel giidikutse reguleeritud seadusega Austrias, Horvaatias, Küprosel, Prantsusmaal, Kreekas, Ungaris, Itaalias, Luksemburgis, Serbias, Sloveenias, Hispaanias ja Türgis (vt lisa 2).

2. UURING TURISTIDEGA TÖÖTAVATE GIIDIDE PÄDEVUSTEST

2.1 Ülevaade turistidega töötavate giidide pädevuse tõendamisest Eestis ning uurimismeetodi ja valimi kirjeldus

Turism on Euroopa Liidus oluline majandustegevus, mis moodustab 10 % ELi SKP-st ja millel on ulatuslik mõju majanduskasvule, tööhõivele ja sotsiaalsele arengule. See võib olla võimas abivahend majanduslanguse ja töötuse vastu võitlemisel (Euroopa Parlament, 2024) Eestis on turismimajanduse osa SKP-s (ainult otsesed mõjud) 5,4% ja koos kaudsete mõjudega 7,9% (EAS, 2017). Turismimajanduses teostavad ühte olulist osa giidid esindades sihtkohti, turundades võimalusi, interpreteerides kultuuri, tutvustades keskkonda ning toetades külastajaid parima külastuskogemuse saavutamisel. Tööjõuvajaduse seire- ja prognoosisüsteem OSKA 2018 uuringus on giidi kirjeldatud järgmiselt: „Giid on see, kes saadab üksikisikuid või grupe reisidel, vaatamisväärsustega tutvumisel ja ekskursioonidel ning ringreisidel huvipakkuvatesse kohtadesse, arvestades sihtrühmaga, hinnates riske ja tagades külastajate ohutuse. Ta arendab tooteid, teeb koostööd teiste teenusepakkujatega, loob kliendisuhteid, müüb ja turustab oma tooteid“.

Turismiseadused paljudes riikides nõuavad giididelt tööalase kompetentsuse tõendamist. Niisamuti Eesti giidid peavad vastavalt turismiseadusele „tööalast kompetentsust tõendama“ (Turismiseadus, 2000). Justiitsministeeriumi lepinguparteri OÜ HUGO juristid vastavad 15.05.2023 tasuta juriidilisenõu leheküljel juristaitab.ee küsimusele– kas võib olla nõ vabatahtlik giid ilma atesteerimata?, järgmiselt: „Giiditöö on reguleeritud turismiseaduse, kutseseaduse, kutsestandardiga ja nende alusel välja töötatud konkreetsete nõuete ning tingimustega. Kutsestandard määratleb giiditöö jaoks vajalikud teadmised ja oskused. Lisainfo on leitav kutsestandardis taseme 5 kohta ja taseme 6 kohta. Kehtiv turismiseadus §16 p3 määratleb, et giid peab tõendama oma kompetentsust. Praktikas on kujunenud kompetentsuse tõenduseks kutsetunnistuse (tase5/6) omamine. Kutsetunnistus riikliku dokumendina võimaldab taotleda atesteeringut või litsentsi

Euroopa Liidu riikides“. Giidide katuseorganisatsioon ja kutsete andja on Eesti Giidide Liit (EGL) kuni aastani 2029 (Kraner, 2024).

Vaatamata giididele kehtestatud kutsestandardile ja kutseeksamil pädevuse tõendamise võimalusele, suurem osa giiditeenuse pakkujatest, kutsesüsteemis ei osale ehk kutset ei taotle. Eesti giidide koguarv aastatel 2014–2016 oli töajõuseire uuringu OSKA 2018, kohaselt 410 inimest. 2024 aastal on Eesti giididest kutsetunnistus 141 giidil kehtivusajaga 3–5 aastat. Suurimas omavalitsusüksuses Tallinnas on samal ajal kohaliku atestatsiooniga 196 giidi ja *visittallinn.ee* giidide andmebaasis ei selgu, kas kellelgi neist kohalikku atestatsiooni omavatest giididest on ka kutsetunnistus, mida rahvusvaheliselt tunnustatakse kui kvaliteeti tõendavat dokumenti.

Giiditöös vajalikke teadmisi ja oskusi omandavad giidiks pürgijad giidi kursustel, individuaalse õppimise kaudu ning paljudes riikides ka ülikooli õpingute raames. Pädevust tõestatakse kohaliku piirkondliku giidi atesteerimiseksami läbimisega ja riikliku kutseeksami sooritamisega. Kohalike giidide atesteerimist viib läbi giide ühendav piirkondlik organisatsioon või kohaliku omavalitsuse poolt giidide atesteerimisõiguse omandanud organisatsioon näiteks kohalik DMO (kohalik turismiorganisatsioon). Atesteerimiseksami läbimist tõendab tavaliselt atesteerimisorganisatsiooni või kohaliku omavalitsuse turismi organisatsiooni poolt välja antud giidi rinnasilt. Kohalikul giidi atestatsioonil on kehtivusaeg (3–5 aastat) ja vastavalt piirkondlikele nõudmistele saab atestatsiooni pikendada tõendades teatud hulga giidituuride tegemist kirjalikult giidipäeviku või mõne sarnase kohalikult kehtestatud tõendusdokumendi alusel. Kesk-Eesti turismiorganisatsioon korraldab kohalikku giidide atesteerimist 1 kord kolme aasta jooksul, Tallinna linn igal aastal (välja arvatud Covidi epideemiast mõjutatud aastad 2020–2023) ja on piirkondi nagu Hiiumaa või Tõrva, kus giidide kohalikku atesteerimist pole viimase 10 aasta jooksul tehtud ja käesoleval aastal korraldatakse uus atesteerimine.

Turismiseadus, mis nõuab giidipädevuse tõendamist, ei sätesta, mida giidipädevuse all silmas peetakse ja mis giidipädevuse tõendustunnistus peaks Eestis turistidega töötavatel giididel olema. Majandus ja kommunikatsiooniministeeriumi turismi valdkonna juht, Külli Kraner, selgituse kohaselt on giidi kutse reguleerimata kutse, mis tähendab, et giidina tegutsemiseks ei ole seaduses kehtestatud kohustusliku kutsetunnistuse olemasolu. Kompetentsust on võimalik tõendada mitmel viisil, nt koolitused,

kutsetunnistus, atesteerimine, töökogemus (Kraner, 2024). Kutsekoda defineerib kutsetunnistust kui kutse omandamise tõendust ja täiendab, et kutsetunnistus ei ole alati töötamise eeltingimus, kuid teatud ametikohtadel on see seadusega nõutav (Kutsekoda).

Lahendamaks lõputöös püstitatud probleemi tegi töö autor uuringu, milles kasutab nii kvantitatiivset kui ka kvalitatiivset andmekogumise meetodit. Kombineeritud uurimisstrateegia valiti Eesti Giidide Liidu (EGL) 17.02.2024 korraldatud rahvusvahelise giidide päeva kokkusaamisest osavõtnud giidide vähese huvi tõttu vastata EGL ja töö autori poolt koostatud giidide päeva tagasiside ankeedile ja samuti väheste vastajate erinevate vastuste tõttu kutsetaotlemist puudutavatele küsimustele. Kvalitatiivne meetod võimaldab saada intervjueeritavalt põhjalikumalt teavet ja tõendeid kui teised uurimismeetodid kuna võimaldab uurijal olla paindlik, muutes uuringu vältel uurimisküsimusi, võttes samal ajal arvesse uuringu fookust (Ruslin et al., 2022, lk 23). Kvalitatiivse uurimise meetodi vahendina kasutas töö autor osalejaintervjuusid, kus pööratakse enam rõhku intervjueeritava isiklikele arvamustele ja hoiakutele (Flick, 2006, lk 165). Intervjuu valik uurimismeetodina annab võimaluse uurida süvitsi giidide hinnanguid giiditöös vaja minevate pädevuste ja kvaliteedi tekkimise kohta ja vajadusel küsida täpsustavaid küsimusi (Weiss, 1995), samuti käsitleda tundlikke teemasid (Õunapuu, 2014, lk 170). Uurimistöö analüüsis võtab töö autor kasutusele juhtumiülese analüüsi, mis koondab kõikide respondentide kogemused võrdluseks konkreetse teema kohta ning aitab luua intervjuuülesed teemakategooriad (Ayres et al., 2003, lk 874). Sisuanalüüsi juures kasutab töö autor deduktiivset lähenemist. Intervjuude läbiviimiseks on valitud välja 5 giidi, kes praktiseerivad giiditööd vähemalt 12 ekskursiooni aastas. Antud ekskursioonide kogus aastas on nõutud giidi pädevuse hoidmiseks kohalikku atestatsiooni omavate giidide puhul ühe Eesti omavalitsuse giidide kohaliku ühingu poolt–Tallinna Giidide Ühingu. Erinevates Eesti piirkondades on giidi atestatsiooni hoidmiseks ekskursioonide nõutud arv aastas erinev kuid 12 ekskursiooni aastas viitab töö autori poolt kindlale giiditeenuse osutamise regulaarsusele ehk see annab aimu tegevgiidi staatusest. Arvestades turistide võimalust Eestis minna erinevatele giidituuridele, otsustas töö autor intervjueerida erinevaid giiditeenuse pakkujaid. Nii on uurimise valimis kultuurigiid, loodusgiid, maaelulaadigiid ja ka annetuspõhiste traditsionaalsete giidituuride teostaja linnas ja giiditeenusega sarnanevat tuuri pakkuva annetuspõhiste elamustuuride pakkuja linnakeskkonnas. Tabelis 2 on kirjeldatud

uurimuse valimit. Anonüümsuse tagamiseks kasutab autor erinevate giidituuride teostajate kohta koodi „K1–K5“. Uurimisküsimused on poolstruktureeritud. Intervjuuküsimuste koostamisel tugines autor teenusekvaliteedi ja giiditeenuse teooriale. Intervjuud viidi läbi individuaalintervjuudena ajavahemikul 01.04–13.04.2024 elektroonselt näost näkku *Whats up ja Teams*’i vahendusel ning telefoni teel. Eelnevalt võeti potentsiaalsete respondentidega ühendust e–kirja teel ja tutvustati uurimistöö eesmärki ning kutsuti uuringus osalema. Intervjuud salvestati ning seejärel transkribeeriti *Word* tekstitöötlustarkvara ja *Tekstiks heli* transkribeerimisvahendi abil.

Tabel 2. Uurimuse valim

Kood	Giidi tüüp	Giidituuride laad: traditsionaalne, elamusele suunatud, külastajale kohandatud	Giidi ettevõtlusvorm: lisa/põhitöö, giidide ühingu liikmelisus	Intervjuu toimumise kuupäev
K1	kultuurigiid, linnagiid	traditsionaalne, külastajale kohandatud	OÜ, lisatöö, kohaliku giidide ühingu liige	02.04.2024
K2	loodusgiid	traditsionaalne, külastajale kohandatud, elamusele suunatud	OÜ, endine loodusgiidide ühingu liige	12.04.2024
K3	elamusgiid, linnagiid	elamusele suunatud	annetuspõhine, püsitöö,–	13.04.2024
K4	maaelulaadigiid, kultuurigiid	külastajale kohandatud, traditsionaalne	OÜ, lisatöö, Eesti Giidide Liidu liige	11.04.2024
K5	linnagiid	traditsionaalne, külastajale kohandatud	OÜ, püsitöö, kohaliku giidide ühingu liige	25.04.2024

Autor koostas teoreetilisel käsitlusel põhineva küsimustiku ja esitas intervjuu käigus spontaanselt tekkinud lisaküsimusi. Intervjuukava on ära toodud käesoleva töö lisades (vt lisa 1). Intervjuu alguses tutvustas töö autor respondentidele uurimisprobleemi ja põhjuseid, miks intervjuueeritav sai välja valitud uuritava teema avamiseks ning uurimisprobleemi lahendamiseks.

Intervjuud kestsid üldiselt 1 tund ja 15 minutit. Respondentidelt saadi nõusolek *Teams*’i intervjuude salvestamiseks ja telefoni salvestusprogrammi kasutamiseks. Salvestused kustutab töö autor 4 kuu jooksul pärast intervjuu toimumist. Lisaks tegi töö autor märkmeid paber kandjale. Transkriptsioonides märgistas autor vajalikke märksõnu informatsiooni kategoriseerimiseks. Andmed analüüsiti võrdlemise kaudu, otsides sarnasusi ja erinevusi respondentide vastustest. Tulemused võrreldi teooriaga järelduste tegemiseks.

Vastavalt lõputöö eesmärgile ja uurimisküsimustele grupeeriti saadud andmed teemagruppidesse:

- kliendikesksuse rakendamine
- kvaliteedijuhtimise rakendamine

Esialgse meetodina giidide uurimisel plaanis töö autor analüüsida EGL 2024 aasta konverentsi tagasiside ankeetküsitluse vastuseid. Küsitlus koostati EGL ja töö autori koostöös ja korraldati elektroonselt, kasutades *LimeSurvey* keskkonda. Küsitluse jagamiseks kasutati EGL andmebaasi 80 giidist, kes osalesid aastakonverentsil 17.02.2024. Arvamust väljendavaid vastuseid kutse omandamise kohta tuli ainult 6 giidilt ja järelduste tegemiseks kvantitatiivselt vastavalt valimikalkulaatorile 80-ne potentsiaalse vastaja puhul oleks pidanud olema usaldusliku valimi tekkimiseks 44 vastajat. Valimikalkulaatori 95% usaldusvoo ja 5% veapiiri korral (MaCorr Research, n.d.).

2.2 Giidide uuringu tulemused ja analüüs

Turismiseaduses nõutavat giidi pädevust saavad kõik respondendid tõendada pika töökogemusega. Kõik intervjuueeritud giidid on giiditööd teinud vähemalt 6 aastat ja rohkem ning üks vastaja kogu teadliku elu alates 13. eluaastast (K2). Kõik respondendid teevad aastas vähemalt 12 ekskursiooni ja on oma tööelus ka laiemalt seotud sise- ja

välisturistide teenindamisega, kas toitlustusettevõttes (K3) või piirkondlikus turismiorganisatsioonis (K2, K4). Vaid ühe intervjuueeritava põhitöö oli turismiväline (K1). Enamusel giididel, kelle giidi karjäär oli 20aasta pikkune ja rohkem (K1, K2, K4, K5), olid giidipädevust kohalikul giidide atesteerimiseksamil tõestanud ja omandanud kohaliku giidi kvaliteedimärgi ehk giidi rinnasildi. Üks intervjuueeritav (K2) omas ka riiklikku giidikutset.

Uuringust selgus, et giidi litsentsi ehk atesteerimistõendit või kutsetõendit giiditeenuse tarbijad näha ei küsi. Üks respondent (K3), kellel kohalikku atestatsiooni ei olnud, et teadnud, mis giidi atestatsioon on ja pärast sellekohast selgitust, ei pidanud vajalikuks ka giidi atestatsiooni omandada kuna ei pea ennast giidiks vaid tänavashow etenduse pakkujaks.

Lisaks giiditöö põhipädevustele, mis puudutab otseselt külastajate teenindamist, tegelesid mõned respondendid giidi kutsestandardis nimetatud valitava töö osaga, milleks on turunduse planeerimine ja müügipakkumiste koostamine. Oma teenust turundati aktiivselt interneti platvormidel ja sotsiaalmeedias ning giidi ettevõtte (K2, K3) kodulehe võimalusi ära kasutades. Respondent K3 omab profile veebiplatvormidel: *Tripadvisor*, *Curuwalk*, *Airbnb* ja *Freetour*. Kahes neis, *Tripadvisor* ja *Curuwalk*, leiab respondendi külastaja tagasiside, mis ulatub 484st hinnangust 790e hinnanguni.

Atesteeritud giidid kasutasid teenuse reklaamimiseks isiklikke kontakte ning kohalikust atesteerimisest tekkinud võimalust kontaktandmete avaldamiseks piirkondlikul turismi veebileheküljel nagu *visittallinn.ee*, kohaliku omavalitsuse turismi veebilehel või piirkondliku giidide ühingu kodulehel. Respondentide giidituuride sihtrühmad erinesid teineteisest mitte ainult ühise või erineva huvi läbi vaid ka teenuse broneerimise- ja tasumise viisi kaudu.

Respondendid töötasid kõik suuremal või vähemal määral koostöös teenuse vahendajatega: reisibüroodega, EAS'i või muude turismiorganisatsioonidega. Jootrahal põhinevaid annetuse eest tehtavaid tuure enamus respondente ei pakkunud.

Tabel 2. Intervjueeritavate giidituurid

Kood	Respondendi pakutavad tuurid
K1	Atesteeritud giidiga linnatuur 2–8 h, atesteeritud giidiga linnatuur koos muuseumikülastusega (Kadrioru loss, KUMU, Niguliste muuseum, Ajaloomuuseum), erihuvidega gruppide reisisaatmine võõrkeeles. Abivahend: audioseade.
K2	Kutset omava giidiga loodustuurid erinevatel maastikel ja maastikukaitsealadel, 26 loodushariduslikku tuuri lasteaia, kooliõpilaste, erivajadustega ja eakate gruppidele, tuurid looduses emakeeles või võõrkeeles, video-ja fotoõppe tuurid, avastus, meelte kogemus- ja taimeteraapia tuurid. Abivahend: telefoniga ühendatav mikroskoop.
K3	Elamustuur vanalinnas keskaega jäljendava kostüümiga 2h võõrkeeles jootraha eest igapäevaselt turismiinfo eest mitteatesteeritud giidi poolt.
K4	Atesteeritud giidiga kultuurituurid väljaspool pealinna, maaelulaadi tuurid maa kogukonna eluga tutvumiseks, erihuvidega gruppide reisisaatmine ja tõlkimine.
K5	Atesteeritud giidiga linnatuur 2–8 h, linnatuur koos muuseumi või tehase külastusega (KUMU, Kadrioru kunstimuuseum, Ajaloomuuseum), tehasetuurid (Saku, Liviko).

Giidituuril kasutavad kõik respondendid emotsioone tekitavat esinemislaadi elamuse pakkumiseks ja võimaluse piires tuuri koosloomet külastajaga. Elamustuuride pakkuja (K3) on tuuri üles ehitanud kergele meelelahutusele, mis kestab 1,5 tundi. Respondent nimetab oma teenust tänavateatrishowks, mis on maskeeritud tuuriks ja on väga tinglikult nimetatud ekskursiooniks. „See on ekskursioon ainult sellepärast, et me käime ja me räägime lugusid, aga tegelikult on tegemist teatrietendusega, kus koos vabatahtlikega publikust etendatakse lugusid ja kõik, mis tänaval toimub on etenduse osa“. Nii vanalinna tänavatel sõitvad taksod kui võõraid tülitavad purjus linnakodanikud võivad elamustuuri giidi sõnul etenduse osaks saada.

Loodusgiid viib ekskursiooni raames looduses läbi erinevaid loodusharidusprogramme lasteaias, koolinoorte, täiskasvanute ja eri- ning eristuva vajadusega gruppidele. Ekskursiooni laadi juures peab loodusgiid tähtsaks laste puhul mängulisust ja nii laste kui täiskasvanud külastajate puhul lugude jutustamist. Viimast tuleb kasutada nii meeleolu tekitamiseks, et külastajad „käima saada“ kui mõningase distsiplineerimise eesmärgil tuuri alguses. „Giid peab oskama neid naljalugusid hästi palju /.../ Giidi hinnatakse selle järgi kuidas emotsioon tekkis või ütleme siis elamus ja kui elamust ei teki siis võib (giid) minna näiteks lüpsjaks.“

Maaelulaadi giid (K4) teeb tuure maapiirkonnas, kus külastajad tutvuvad maal elavate inimeste elulaadiga, mitte ainult põllumajandusega. „Eesti maaelulaadi saab esitleda läbi erinevate lugude või lausa tegevuste või külastuste.“ Tuuri käigus külastatakse muuhulgas maal tegutsevaid väiketootjaid. Maitstakse kohalikke hõrgutisi ja võimalusel pakutakse külalisele nõ käed külge panemise võimalust elamuse saamiseks. Nii saavad külastajad mõnel turil valmistada omaenda räimerulli, istuda moodsa traktori rooli või imetleda kaugtöökontorit. Maaelulaadi giid teostab tuure, mis on üldjuhul rätsepatööna koostatud ehk sisaldab külastajate soove teatud maaelu tahkudega tutvumiseks. Maaelulaadi turidel omab samuti emotsionaalsete lugude jutustamine suurt kaalu. „Ja ma rääkisin neile seda lugu ja proua tuli pisar silmis rääkima kui tore see oli.“

Linna kultuurigiid (K1) viib läbi ekskursioone põhiliselt pealinnas populaarsetel turismimarsruutidel ja vanalinnas. Samuti on intervjueritud linnagiidil atestatsioonid mitmes linna muuseumis, mille külastust reisibüroode marsruudid sisaldavad. Linnagiidi tuuri laadi iseloomustab tema mõttekäik: „Giiditöö on nagu tsirkuse artistil, et natuke nalja ja natuke mängu aga siis aeg ajalt tuleb ka midagi tõsist öelda.“

Giidituuride vajalikkuse kohta turismis leidsid respondendid mitmeid põhjuseid. „Külastajad soovivad kohtuda vähemalt ühe kohaliku inimesega kuna tänavatel, ühtegi teist kohalikku inimest tihti näha pole (K4)“. Giidilt soovitakse informatsiooni ja vastuseid küsimustele: „Kuidas päris kohalik elab ja mis ta teeb? /.../ „Kuidas on haridussüsteem“?, „Kuidas ühiskond toimib?“, Kuidas on elu olu?“ (K4). Linnagiid (K1) rääkis, et giidi võetakse kindlustunde pärast:

Inimesed on harjunud sellega, et keegi neile linna tutvustab. See on nagu elementaarne, see annab lisakindluse, et ei kaota teed, saab rohkem linna

külastusest. Giidiga ekskursioon on osa reisi elamusest. Inimene tahab rohkem teada ja tal võib olla kõige lihtsam ja mugavam viis linna vaadata giidiga ja see annab võimaluse minna sinna kuhu külastaja ise ei oleks osanud minna. (K1)

Loodusgiid (K2) peab täiskasvanud külastajate põhimotiiviks loodusgiidi võtmisel eneseharimist giidi abiga, selleks et seniseid teadmisi värskendada. „Tegelikult on ju see et kõik inimesed on koolis käinud aga kõiksugused tarkused on ju ära unustatud“. Elamustuuri giid (K3) selgitas, et nende tuurile tullakse emotsiooni pärast. Giidi sõnul elavdavad nad kolleegidega vanalinna, et külaline saaks Tallinna hiilgeajast osa. „Külastajad soovivad, et toimuks midagi ja saaks elamust /.../ “Tihti lugu Tallinna külastav kruisiturist ei tea, mis riigiga on tegemist ja mingit spetsiifilist informatsiooni anda ja sinna juurde veel numbreid panna pole mõtet“. Elamusgiidi sõnul selline külastaja tahab kerget lugu sellest kuhu ta on sattunud ja mis linnas on toimunud on ja miks?.

Külastajate ootuste ja vajaduste kohta lisas üks respondent (K1), et „inimesed on väga erinevad“. „See sõltub nende kultuuri tasemest ja nende huvist. Kui tuleb inimene, kes on haritud, palju reisinud, siis tema huvi on hoopis teistsugune kui inimene, kes tuleb siia noh mitte nii selge huviga ja sooviga teada saada meie maa kultuuri ja ajaloo kohta.“ Linnagiid toob välja ka, et külastajat mõjutab tema enda tuju ehk kas inimene on heas tujus. Ootuste kohapealt toob linna ja kultuuri giid (K1) välja, et igat tuuri täiesti erinevana teha ei saa, sest linn ja keskkond on ikkagi sama.

Kliendi rahulolu giidi teenusega tekib siis kui külastaja saab seda, mida ta tahab või saab rohkem seda /.../ ta saab teada midagi selle riigi ja linna kohta /.../ tema visiit on turvaline, see on mugav ja temaga arvestatakse /.../ Isegi kui inimene on grupis siis talle meeldib, et temale pööratakse ikkagi individuaalselt tähelepanu. See ei ole mitte niivõrd see, et me räägime talle mingist konkreetsest ajalooperioodist või mingite faktide mainimine vaid pigem ikkagi see, et temaga arvestatakse ja et tema tunneks ennast hästi. Selleks on tal vaja, et tema füsioloogilised vajadused oleks rahuldatud ja arvestataks tema võimet ruumis liikuda ja et mitte teda üle koormata infoga. (K1)

Kliendirahulolu on näha külastaja näost ja see tekib kui on võimalik pakkuda külastajale seda, mis on tema jaoks huvitav (K2, K4). Loodusgiidi tuuride kliendirahulolu on võimalik sotsiaalmeedias jälgida igapäevaselt postitatud rõõmsate külastajate nägudelt (K2). Alljärgnevast sõnapilvest on näha teenusega rahulolu väljendavaid sõnu loodusgiidi sotsiaalmeedia lehelt *facebook.com/metsamoisa/* ja elamusgiidi (K3), giidituuri, *Tales of Reval*, kohta veebiplatvormilt *Tripadvisor*. Elamusgiidi tuur, *Tales of Reval* on saanud 2024 aasta 20. aprilli seisuga 484 tagasisidet veebiplatvormilt *Tripadvisor*. Ja on saavutanud kvaliteedimärgi: *Traveler's Choice* 2023.



Joonis 1. Sõnapilved elamusgiidi ja loodusgiidi külastajate rahulolust

Giiditeenus tulevikus muutub respondentide arvates veelgi personaalsemaks (K2) ja linnagiidil (K1) on kartus, et sellest võib tekkida niisugune luksuskaup, mida vajavad väga vähesed. „Võib olla tulevikus on giide palju vähem vaja, et see siis jääb nagu kõige jõukamate inimeste tellida“. Maaelulaadi giid (K4) toob välja vajaduse teha erinevate vanuserühmadele erinevaid tuure. „Noor võib olla tahaks teada aga kuidas siis noored elasid tol ajal, mitte seda kuidas raeärrad ma ei tea kusagil kellegi ma ei tea võllapuu otsa tõmbasid või midagi sellist“. Konkurentsipüsimiseks tänapäeva äppide ja muude infotehnoloogiliste võimaluste kõrval, kus külastaja saab informatsiooni oma telefonist kätte erinevates keeltes on linnagiidi (K1) meelest giiditöö midagi palju enam kui lihtsalt faktid ja arvud.

Giidi töö ongi siis nagu anda võimalus suhelda inimesega konkreetsest kohast ja see ongi see võib olla kõige tähtsam, sest kõiki neid muid asju saab inimene, kas

raamatust või *Google* 'ist või või *Siri* ütleb talle mingi asja, et siis giidi ülesanne on siiski kõik need asjad kokku tuua ja samas lisada see elava inimese suhtlus nii et kui meie kõik suudame hoida seda taset väga kõrge ja inimesi innustada, inspireerida, siis see vajadus (giidigeenuse vajadus) siiski püsib.

Töö autori hinnangul elamusgiidi teenuse fotodel visittallinna lehel, on jootraha eest teostatavatel turidel rohkem nooremaid täiskasvanuid turiste, kui seda on linnagiidide vahendaja poolt organiseeritud gruppides. Linnagiid (K1) selgitas, et vanemaks saades hakkavad inimesed giide võimaldada rohkem väärtustama, sest siis nad (vanemad inimesed) tunnevad ennast turvalisemalt kui neid keegi saadab.

„Kõige tähtsam on ikkagi inimeste turvalisus ja kõik muu on selle kõrval teisejärguline“ (K1). Giid saab külastajate turvalisust tagada pidevalt ette mõeldes (K2) ja võimalikele ohtudele tähelepanu juhtida ja ennetada probleeme, arvestades külalise vanust, tema võimet ruumis liikuda ja tundes viibimise kohta (K1).

Püsikliendid tekivad giididel läbi positiivse tagasiside kui külastaja saadab tagasiside reisivahendajale või kirjutab veebiplatvormile (K1–K4). Mõnikord ei saagi positiivset tagasisidet aga ei olnud mingeid väga suuri negatiivseid kogemusi ja nad (reisibürood) lihtsalt annavad tööd ././ Olen saanud meie kohalikelt firmadelt tööd siiski ja ei ole vajanud eraldi turundust. Püsikliendid hindavad personaalset lähenemist tähelepaneliku giidi poolt, kes näiteks külastaja tähtpäeva puhul annab sellest hotellile teada ja tähtsaks peetakse ka giidi karisma. Elamusgiidi (K3) meelest karisma, kas on või ei ole. „Seda ei saa õppida, peab kuidagi nagu olemas olema“.

2.3 Järeldused ja ettepanekud giidi kutsestandardi ajakohastamiseks ja giiditeenuse kvaliteedi tõestamise võimaluste kohta

Uuringust selgus, et atesteeritud giidid oskavad erinevate turistide ootustele vastata infojagamise, keskkonna interpreteerimise, kultuurivahendamise ning külastajale kindlustunde tekitamise osas. Samuti teatakse, et emotsionaalne ekskursioon jääb külastajale meelde ning giidi on vaja nende kohtade avastamisel, mida ise poleks osanud leida. Mitte atesteeritud giidituuridega sarnaste turide tegijad vastavad külastaja

ootustele kerge meelelahutuse tegemisega, mis pakub ülevaid tundeid ja äratundmisrõõmu ning on turvalises keskkonnas. Giididele tekitab raskusi turistide ootustele vastamine kui külastajal on ebareaalsed ootused või kui turist oma ootustest giidile teada ei anna. Külastaja ootustele vastamiseks teeb töö autor ettepaneku kutsestandardi töörühmale giidikutse standardisse lisada kultuurigiidi töö kirjelduse juurde ka tööviisi ehk kuidas kultuuri vahendada. Giid peab töötama entusiastlikult ning looma külastajatele positiivse meeleolu, samuti väljendama külalislahket suhtumist. Külastaja ootusele– jõuda kohaliku kultuuri mõistmiseni, vastamiseks soovitab töö autor lisada giidikutse standardisse giiditöö kirjeldusse piirkonna ja Eesti maine eest seismise. Giid kui turismispetsialist osaleb eduka sihtkoha kuvandi loomises piirkonna ning Eesti sihtkoha ressursse tutvustades, sh tutvustades Eesti ettevõtete ja eraisikute edulugusid.

Respondentide jaoks on külastaja rahulolu oluline ja seda püütakse tekitada erinevate meetoditega nagu külastajale tähelepanu osutamine, rolli või staatuse andmine ekskursiooni jooksul, ahhaa-efekti või äratundmise tunde tekitamisega, põnevuse ja elamuse loomisega. Üldjoontes püüavad kõik respondendid ületada külastajate ootusi selleks, et tagada külastajate rahulolu (vt tabel 3). Arvestades, et külastajate rahulolu on sihtkoha valikut, toodete ja teenuste tarbimist ning korduvkülastuse otsust mõjutav asjaolu, teeb töö autor ettepaneku kutsestandardi töörühmale lisada giidi kutsestandardisse giiditöö eesmärgiks– külastajate rahulolu saavutamine läbi kvaliteetse teenuse pakkumise.

Giidide uuring selgitas välja, et giidide huvi atestatsiooni või giidikutset omandada mõjutavad mitmed asjaolud. Sissetulekut, eneseteostust ja tunnustust saab giidituuride tegemisest nii atesteeritud ja/või kutset omav giid kui ka ilma atestatsiooni ja kutsekvalifikatsioonita giid. Atesteerimiseksamil erinevates Eesti piirkondades, muuseumides ja külastuskeskustes ning kutseeksamil osalemine on seotud kuludega (kursuse ja eksamitasud) samal ajal kui otse turundamine Eesti riiklikul veebiplatvormil, visitestonia.com, on tasuta. Eestis puudub kohalik ja riiklik giidipädevuse kontroll giiditöö reaalses olukorras, kui ei ole ohtu avalikule korrale, julgeolekule, rahvatervisele või keskkonnale. Kohalikud giidide ühingud ja giidide katuseorganisatsioon kontrollivad vaid neid giide, kes end kontrollida lasevad ehk atesteerimis- või kutseeksamil osalevad omal soovil. Samuti selgus respondentidelt, et giidi litsentsi ehk atesteerimistõendit või

riiklikku kutsetõendit giiditeenuse tarbijad giiditeenuse toimumise ajal giidilt näha ei küsi ja see võib tuleneda atesteeritud giidide puhul asjaolust, et atesteeritud giid kannab atesteerimist tõendavat giidi rinnasilti nähtaval kohal. Otseturundavad giidid ja giidituuridega sarnaseid tuure tegevad giidid, kes turundavad end veebiplatvormide kaudu, tõestavad külastajale kvaliteeti ehk kliendi ootustele vastamist, positiivse tagasiside kaudu veebiplatvormi avaliku külastaja tagasiside kaudu.

Uuring vihjab respondentide erineva turundusstrateegia kaudu, et kvaliteeti giiditöös on võimalik tõestada külastajale enne giidi teenuse toimumist läbi vahendaja, milleks on üldjuhul reisibürood või reisikorraldajad. Lisaks saab kvaliteeti tõendada suust suhu leviva külastaja poolt teenusele antud hinnangu kaudu, mida levitavad konkreetset teenust juba tarbinud külastajad teenusevahendus veebiplatvormidel.

Lähtudes olukorrast, kus turunduse tegemine oma pakutavatele teenustele on muutunud kättesaadavaks igale teenusepakkujale, on tekkinud lõppkliendile võimalus, tutvuda giidiga lugedes klienditagasisidet enne teenuse tarbimist veebi vahendusel ja tekitada vajalik usalduslik suhe giiditeenusepakkujaga ka kontakteerumise kaudu läbi teenuste vahendamise platvormi või sotsiaalmeedia. Seoses võimalusega saada giidi pädevuse ja oskuste kohta infot teenusepakkujalt otse ja hinnata pädevust ette, on ametlik ehk riiklik või kohalik giiditeenuse tunnustus kutsetunnise või atesteerimisetunnistuse näol muutunud vähem tähtsaks turistide hulgas mida näitab asjaolu, et külastajad ei küsi tuuride teostajalt giidilitsentsi näha. Hetke olukorra jätkudes, kus enamus Eestit tutvustavatel giidituuride tegijatel pole giidikutset ja paljudel ka mitte kohalikku atestatsiooni, jääb õhku küsimus, keda otseturundav giid või giidituuriga sarnaseid tuure tegev isik esindab, kas ainult iseennast kui teenusepakkujat või ka kohalikku piirkonda ja Eesti riiki.

Positiivse sihtriigi kuvandi loomiseks on oluline läbi missuguse prisma Eesti mainet kujundatakse Eestis toimuvatel tuuridel. Sellest johtuvalt soovitab töö autor Eesti Giidide Liidul teha ettepanek Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumile uurida Eestit tutvustavaid tuuride tegijaid, nii giide kui teisi tuuride läbiviijaid, kes end giidiks ei kutsu ja selgitada välja, keda giidituuride tegijad esindavad ja kas kõik turistidele tuure pakuvad teenusepakkujad panustavad Eesti kui turismisihtkoha positiivse kuvandi loomisse. Koostöös MKM ja EGL on oluline saavutada koostöö, mis tagab EGL

tegevustoetuse giidide katuseorganisatsiooni tööle selleks, et populariseerida katuseorganisatsiooni kui kutseomistajat.

Vajalik on teha teavituskampaania giiditööst huvitatute ning giidikoolitajate hulgas giiditeenuse ja Eesti või piirkonda tutvustavate tuuride läbivijate hulgas giiditeenuse kvaliteedi omandamise, hoidmise ja arendamise kohta. EGL ja MKM koostöö peab viima karismaatiliste professionaalsete koolitajate leidmiseni ja püsiva giiditeenuse kvaliteedijuhtimise koolitussarja loomiseni ja giiditeenuse hindamissüsteemi aktsepteerimiseni tegevgiidide ja giidiks pürgijate hulgas.

EGL tasub analüüsida võimalusi, kuidas haarata Eesti giidide hulka ennast giidiks mitte nimetavad kohalike tuuride läbivijaid, selleks, et nende edu tagavaid pädevusi, mis on toonud kaasa üle 790 rahulolu väljendavat külastaja tagasisidet teenusvahendusplatvormidel ja tutvustada vastavaid edufaktoreid ka teistele Eesti giididele ja analüüsida, kas neid pädevusi on ka atesteerimise ja kutsequalifikatsiooniga giididel vaja. Giide ühendav katuseorganisatsioon võib lisaks analüüsida organisatsiooni nime muutmist selliselt, et see ühendaks kõiki neid inimesi, kes soovivad Eesti tutvustamisega tegeleda.

Samuti on EGL võimalik dialoogi pidada Eestit tutvustavate veebilehtede visitestonia.com ning selle harudega nagu näiteks visittallinn.com haldajate ja omanikega ning uurida, kas Eestit tutvustavate turismiettevõtjate tuure, mida Eestit riiklikel turismi veebilehtedel reklaamitakse, viivad läbi atesteeritud või kutset omavad giidid.

Arvestades, et Eestis ei ole giidikutse reguleeritud MKM turismi valdkonnajuhi, Kraner'i sõnul, võib EGL koostöös riiklike turismiorganisatsioonidega leida giiditööd tegevatele spetsialistidele muid pädevuse tõestamise viise, mida atesteerimise ja kutse mitte omandanud isikud saavad pädevuse tõestamiseks kasutada selleks, et esitada riiklikule veebilehepidajale enne Eestit tutvustava tuuri ülesse laadimist visitestonia.com veebilehele. Vastav võimalus teavitab kõiki tuure reklaamida soovivaid turismiettevõtjaid kvaliteedinõuetest Eesti tutvustamisel ja loob võimalused tuuri läbi viiva isiku pädevuste hindamiseks ja ka tõendamiseks.

Tabel 3 Giidide pädevuse uuringu tulemused ja järeldused

KODEERIMINE	JUHTUMIANALÜÜSI TULEMUSED		SÜNTEES TEOORIAGA
Kliendikesksus	Giidide uuringu tulemused	Giidide uuringu järeldused	
Külastaja ootused giidituuri tegijale	Külastaja ootab: selgitusi ja tõlgendusi, sellele, mida näeb ja kogeb, soovib võrdlusi, enda kodumaaga ja enda kultuuriga, tahab jõuda kohalike tavade ja traditsioonide mõistmiseni, soovib kohtuda kohalike inimestega, januneb emotsioonide järgi ja otsib äratundmisrõõmu, ülevustunnet ning elamust, otsib giidilt lisakindlust ja teenäitamist kohtadesse kuhu külastaja ise ei oleks osanud minna. Osa külastajaid soovib käed külge elamust ehk ekskursiooni käigus midagi ise omakätega teha.	Giid peab oskama reageerida, informeerida ja tõlgendada keskkonda. Tundma lisaks oma riigile ka külastaja sihtriiki ning erinevaid sihtgruppe puudutavaid teemasid. Giid peab oskama erinevate külastajate soove tunnetada juhul kui kliendid ei väljenda oma ootusi selgelt. Giid peab läbi oma erinevate rollide oskama teha meeolelukat tuuri, olema interpreteerija, info andja, teejuht, kaaslane, olema tugev psühholoogias ja tundma sihtkoha võimalusi, väärtusi, erilisust ja tähtsust. Võimaldama külastajale kohaliku kultuuri mõistmist.	Turistide ootused on reisitulemuste eelarvamus ja enamik inimesi osaleb puhkusereisidel, et rahuldada rohkem kui ühte ootust (Wang et al 2016 lk 58). Turistide ootuste mõistmine seoses nende reisiotsustega on sihtkoha tõhusa haldamise ja turunduse jaoks ülioluline, sest kogemuse hindamine toimub turisti eelarvamuste raames (Fallon, 2008 lk 426). Giid peab olema mitmekülgne inimene, kellel on psühholoogi oskused, mis suudavad ette näha külastajate vajadusi, samuti tõlgendada õigesti nähtusi ja seoseid turismi sihtkohas (Naumov, 2020 lk 13).

Külastaja rahulolu giiditeenusega	Rahulolu on näha külastaja näost, tekib siis kui külastajal on huvitav, talle pööratakse tähelepanu ja temaga arvestatakse, on lõbus, saab õppida või kogeda midagi uut, kogeda lõõgastust, vaimustust, üllatust, on põnev ja ületatakse külastaja ootusi tuurile. Kui ei toimu ülekoormatust infoga ja füsioloogilised vajadused on rahuldatud.	Giid peab oskama külastaja käitumisest ja näoildest välja lugeda külastaja vajadusi, olema tähelepanelik, hooliv ja mitmekülgne, et pakkuda kogemusi, mida külastaja ootab ja vajab. Giid peab oskama info kogust ja tegevusi tuuril doseerida, liikumisekiirust ja marsruudi pikkust õigesti valida, et külastajat mitte liigselt koormata ja oskama ületada külastaja ootusi positiivselt.	Kliendirahulolu mängib olulist rolli iga turismitoote ja -teenuse ellujäämisel ning määrab selle tuleviku (Gursoy 2008, lk 53). Konkurentsitihedas ja küllastunud turismiturul on külastajate rahulolu oluline sihtkoha valikut, toodete ja teenuste tarbimist ning korduvkülastuse otsust mõjutav asjaolu (Meng et al. 2008). Turistide rahulolu mõjutavad giidid läbi ekskursiooni kogemuse (Lopez, 1980 viidatud McDonnell, 2001, lk 1).
Kvaliteedijuhtimise rakendamine	Giiditöö on midagi palju enam kui lihtsalt faktid ja arvud. Giid peab suutma inspireerida ja innustada külastajaid. Positiivne tagasiside näitab külastaja rahulolu. Giid peab omama turismiobjektide atestatsioone, et turistile huvitavaid ekskursioone läbi viia.	Giid peab tunnetama külastaja kultuuri taset ja lähtuma ekskursiooni tegemisel sellest, millise huviga külastaja on. Külastaja vajaduste ja soovide tõlkimine tagab õige kvaliteedi taseme konkreetse külastaja jaoks. Giid saab enda töö kvaliteeti juhtida koostades teenuse tervikliku kvaliteedi juhtimise plaani.	Kuna teenused on oluline osa turismikogemusest, on teenuste kvaliteet turistide rahulolu seisukohalt tähtis (<i>Kvist ja Klefsjö, 2006, lk 524</i>). Lähtudes Oliver (1977) kinnituse ja eituse kliendi rahulolu teooriast tuleneb teenuse tajutud kvaliteet kliendi oodatud teenuse ja tegeliku kogemuse võrdlemisest (Grönroos, 1984; Parasuraman et al., 1985, 1988)

Kokkuvõtteks võib öelda, et giiditöö mitmekesisus, kogemus, turundusstrateegiad, klientide vajaduste mõistmine ja kliendirahulolu tagamine on olulised tegurid, mis mõjutavad giidide teenuse kvaliteeti ja klientide rahulolu. Pidades silmas teooriat ja järeldusi giidituuride kohta, teeb töö autor ettepanekud giidikutsestandardi arendajatele ja giidikutse ning atestatsiooni hindamiskriteeriumite koostajatele järgmiste punktide osas:

- Teenuse kvaliteedi mõõtmine: Giidituuride kvaliteedi hindamisel tuleks arvestada nii teenuse tehnilist kvaliteeti (nt faktiteadmised, ekskursiooni sisu) kui ka funktsionaalset kvaliteeti (nt giidi käitumine, suhtlusoskus). See võib hõlmata giidi sõbralikkust, professionaalsust, kohanemisvõimet vastavalt grupi vajadustele jne.
- Kliendirahulolu mõõtmine: Kliendirahulolu peaks olema üks peamisi näitajaid giidituuride kvaliteedi hindamisel. Kliendirahulolu saab hinnata tagasiside kaudu, mis võib olla pärit erinevatest allikatest, sealhulgas sotsiaalmeediast, veebiplatvormidelt ja reisikorraldajatelt. Lisaks võiks kaaluda otsest tagasisidet külastajatelt pärast tuuri.
- Personaalsuse ja kohandamise hindamine: Kuna giidituurid muutuvad tulevikus personaalsemaks, tuleks hindamisel arvestada giidi võimet kohandada tuuri vastavalt külastajate individuaalsetele vajadustele ja huvidele. See võib hõlmata erinevate vanuserühmade, kultuuride ja huvidega grupe ning giidi võimet pakkuda ainulaadseid elamusi.
- Ohutuse tagamine: Giidituuride kvaliteedi hindamisel tuleks arvestada ka ohutuse aspekte. See hõlmab giidi võimet tagada külastajate turvalisus ja ennetada võimalikke ohte ning arvestada erinevate külastajate võimete ja vajadustega.
- Teenuse ja toote elutsükli jälgimine: Giidituuride puhul on oluline jälgida nende elutsükli, sealhulgas nende hindamist, müüki ja turundust. See võib hõlmata turismitoote tulemuslikkuse jälgimist erinevate kanalite kaudu ning tagasiside põhjal kvaliteedi parandamist ja turundusstrateegiate kohandamist.
- Tuleviku väljavaadete arvestamine: Arvestades, et giidituurid muutuvad personaalsemaks ja turismisektoris on tulevikus oodata suuremat konkurentsi,

tuleks kvaliteedihindamiskomisjonil kaaluda tulevikuväljavaateid ja strateegiaid, mis võimaldavad giidituuridel püsida atraktiivsetena ja konkurentsivõimelistena.

Giidikutse taotlemise lihtsustamiseks ja paremaks kutse eksami ettevalmistuseks saab Eesti Giidide Liit kasutada avalikku hindamismetoodikat, mis hõlmaks ülaltoodud punkte ja võimaldaks objektiivselt hinnata giidituuride kvaliteeti ja klientide rahulolu. Lisaks võiks kaaluda regulaarset tagasiside kogumist ja analüüsimist, et tagasisidestada giidituuride pakkujatele võimalusi arendada oma teenuseid ja tõsta giiditeenuse kvaliteeti vastavalt riiklikule turismistrateegiale 2022–2025 „*It's about time*“. Turismistrateegias rõhutatakse omanäoliste ja piirkonnapõhiste turismitoodete arendamise vajalikkust võttes arvesse innovatsiooni-, rohe- ja digipööret, tervikliku külastajateekonna arendamist, teenuste online- kättesaadavust, huvipõhiste segmentidele suunatud eristuvat turundust. Giidide kvaliteedi hindamise kooskõlla viimine kehtiva turismistrateegiaga võimaldab Eesti giididel tõsta Eesti mainet ja panustada Eesti turismi.

KOKKUVÕTE

Turism on majandusharu, mille edukus sõltub sihtkoha mainest ja kogemuse kvaliteedist, mida pakuvad teenused, atraksioonid, infrastruktuur ja külalislahkus. Turismikogemus koosneb erinevatest osadest, moodustades täieliku turismoote, mida müüakse ja hinnatakse turunduskanalite kaudu. Turisti rahulolu mängib olulist rolli nii turismitoodete kui -teenuste jätkusuutlikkuses ning see mõjutab otsust korduvalt külastada sihtkohta. Turisti ootused ja rahulolu põhinevad teenuste ja toodete kvaliteedil ning teenusepakkuja usaldusväärsusel ja pädevusel. Lisaks mõjutavad rahulolu ka teenindushetked, reisi- ja turismiteenused ning kogu külastuskogemus. Teenuse kvaliteet hõlmab mitmeid tegureid, sealhulgas teeninduslikku mõttelaadi, töötajate käitumist ja teeninduskoha kujundust.

Giidid on olulised turismiteenuse pakkujad, kes mõjutavad oluliselt turistide reisikogemust. Nende roll on mitmekesine, olles nõustajad, meelelahutajad või müügimehed, ning nad esindavad sihtkohta turistidele. Giidide ametinimetused ja rollid võivad erineda sõltuvalt riigist ja piirkonnast ning hõlmata erinevaid valdkondi alates kultuuripärandi interpreteerimisest kuni loodusmatkadeni. Giidide teenused mõjutavad otseselt turistide arusaamu ja kogemusi ning seetõttu on nende roll turismiökosüsteemis oluline. Giiditeenus on vastastikkuse toimega teenus, kus giidide ja turistide vahel toimuv suhtlus määrab teenuse kvaliteedi ja rahulolu taseme. Kuna ootused teenindustasemele on kõrged, peavad giidid olema teenindusmõttelaadiga ning suutma pakkuda elamuslikku ja meeldejäävat kogemust. Traditsioonilisest ühesuunalisest giiditeenusest enam ei piisa ning giidide roll on muutunud aktiivsemaks, olles pigem kaaslooja ja interaktiivse kogemuse loojad.

Giidituuride muutumist aja jooksul võib seletada läbi elamusmajanduse kontseptsiooni, kus ettevõtted peavad pakkuma meeldejäävaid kogemusi, et säilitada konkurentsieelis ja jätkusuutlikkus. Turisti kogemust mõjutavad oluliselt giidi esinemisviis, giidijutu sisu ja grupi dünaamika juhtimine. Turistid ootavad mitmekülgset ja interaktiivset giiditeenust,

saavutades nii tähendusrikka kogemuse. Giiditeenust mõjutavad mitmed tegurid, sealhulgas giidi professionaalne suhtumine, psühholoogilised oskused, keeleoskus ja kultuuridevahelised teadmised. Turistide jaoks on giidid olulised kultuuri vahendajad ning nende roll on tähtis sihtkoha mõistmisel ja kogemisel.

Uurimistöö eesmärk oli uurida millised pädevused võimaldavad giiditöö kvaliteeti hinnata. Uuringu tulemused näitavad, et kvaliteetne giiditöö paistab välja külastaja rahulolust. Kui giid mõistab külastaja vajadusi ja oskab ning suudab vastata külastaja ootustele ning neid ületada, on külastaja rahul ja hakkab levitama positiivset tagasisidet. Külastaja rahulolu tagamine aitab luua sihtkoha positiivset kunandit ja head mainet.

Giiditeenuse kvaliteedi tõstmiseks ja hoidmiseks on giidil vaja end pidevalt harida, koolitustel osaleda ja teenuse ehk ekskursiooni kvaliteeti lasta hinnata objektiivsel hindajal. Vaatamata sellele, et giidikutse omamine Eestis pole kohustuslik on Eestit ja kohalikku piirkonda ja objekte kvaliteetselt tutvustada soovijatel võimalus giiditeenuse kvaliteeti lasta hinnata giidikutse riiklikul väljastajal, Eesti Giidide Liidu eksamikomisjonil kutseeksamil.

Giididele kehtivad mitmed nõuded, sealhulgas tööalase kompetentsuse tõendamine vastavalt turismiseadusele. Kuigi giiditööle on loodud kutsestandard, on enamik giiditeenuse pakkujaid ilma ametliku kutsetunnistusega. Giidide koolitamine ja pädevuse tõestamine toimub iseõppimise, kutseõppe, loodusgiidi puhul ülikooliõppe raames, giidikursuste, atesteerimise ja kutseeksamite kaudu. Eestis tegeleb giidide kutsete andmisega Eesti Giidide Liit kuni aastani 2029. Giidikutset mitteomavate tegevgiidide ja giidituuridega sarnaste tuuride tegijate vähene huvi giidikutset omandada, viitab võimalusele tõestada pädevust ja teenuse kvaliteeti muul viisil läbi koolituste läbimisega, töökogemusega ja rahulolevate klientide tagasisidega teenusevahendus veebiplatvormidelt.

Töö autor leidis intervjuuerides giide vastuse uurimisküsimusele giidide pädevuse ja giiditeenuse kvaliteedi määratlemise kohta ning tegi ettepanekud Eesti Giidide Liidule giiditeenuse kvaliteedihindamise ajakohastamiseks.

VIIDATUD ALLIKAD

- Airey, D. (2008). „Tourism Education: Life Begins at 40. Teoros: Revue de recherche en tourisme, vol. 27, no. 1, 2008, p. 27. <https://doi.org/1070894ar>.
- Andereck, K., McGehee, N. G., Lee, S., & Clemmons, D. (2012). Experience expectations of prospective volunteer tourists. *Journal of Travel Research*, 51(2), 130–141.
- Ayres, L., Kavanaugh, K., (2003). Within– Case and Across– Case
- Black, R., & Ham, S. (2005a). Improving the quality of tour guiding: Towards a model for tour guide certification. *Journal of Ecotourism*, 4(3), 178–195.
<https://doi.org/10.1080/14724040608668442>
- Black, R. & Weiler, B. (2005). Quality assurance and regulatory mechanisms in the tour guiding industry: a systematic review. *The Journal of Tourism Studies*.16, 1, 24–37
- Castro, C. J., Quisimalin, M., De Pablos, C., Gancino, V., & Jerez, J. (2017). Tourism marketing: Measuring tourist satisfaction. *Journal of Service Science and Management*, 10(03), 280–308. <https://doi.org/10.4236/jssm.2017.103023>
- FEG. European Federation of tourist guide associations
<https://www.europarl.europa.eu/cmsdata/123422/Clarkson.pdf>
- Creswell, J. W. (1998). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions.
- Darwish, A., & Burns, P. (2019). Tourist destination reputation: An empirical definition. *Tourism Recreation Research*, 44(2), 153–162.
<https://doi.org/10.1080/02508281.2018.1558754>
- EAS (2021). Turismi osa Eesti majanduses (turismi satelliitkonto)
https://static.visitestonia.com/docs/3814331_tsa2017.pdf

- Eesti Giidide Liit (2024). Kutse andmine. Mis on giidikutse, kutsesüsteem ja nendega seonduvad mõisted. <https://www.eestigiidideliit.ee/kutse-andmine/1-uldinfo/1-1-mis-on-giidikutse-eesti-kutsesusteem/>
- Eesti Giidide Liit (2024). Kutseksamid 2024. <https://www.eestigiidideliit.ee/kutse-andmine/kutseksamid-2/> (vaadatud 12.05.2024)
- Eesti Giidide Liit (2024). Kutselised giidid. <https://www.eestigiidideliit.ee/kutse-andmine/kutselised-giidid/> (vaadatud 02.05.2024)
- European Federation of Tourist Guide Associations (2024). <https://www.fegtouristguides.com/>
- Euroopa Parlament (2024). Turism. Teabelehed Euroopa Liidu kohta <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/et/sheet/126/tourism> (vaadatud 17.03.2024)
- Fallon, P. (2008). Monitoring Visitor Satisfaction with Destinations using Expectations, Importance and Performance Constructs <https://www.cabidigitallibrary.org/doi/pdf/10.5555/20083075471>
- Flick, U. (2006). An introduction to qualitative research (3rd ed.). Los Angeles etc.: SAGE Publications.
- Fraser, B. (2020). From hospitality classrooms to successful careers: A current appraisal of australian international hotel requirements. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 32(4), 234–254. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/10963758.2019.1688161>
- Grönroos, C. (2000) *Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach*. John Wiley and Sons, Ltd., Hoboken.
- Güden, N., Akyildiz, A., & Cobanoglu, C. (2024). Can advanced apprenticeship programs in higher education be the key for developing skills in the tourism sector? Evidence from north cyprus. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 36(2), 99–112. <https://doi.org/10.1080/10963758.2022.2056473>
- Hsu, T.-K., Tsai, Y.-F., & Wu, H.-H. (2009). The preference analysis for tourist choice of destination: A case study of Taiwan. *Tourism Management*, 30(2), 288–297. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.07.011>

- Hu, W., & Wall, G. (2012). Interpretative guiding and sustainable development: A framework. *Tourism Management Perspectives*, 4, 80–85.
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2012.05.003>
- Neal, J. D., & Gursoy, D. (2008). A multifaceted analysis of tourism satisfaction. *Journal of Travel Research*, 47(1), 53–62.
<https://doi.org/10.1177/0047287507312434>
- Hounnaklang, S. (2002) Expectations and satisfaction with tour guides' performance: An evaluative comparison between Thailand and the UK.
<https://irep.ntu.ac.uk/id/eprint/43245/1/10290280.pdf>
- Hirsijärvi, S., Remes, P., Sajavaara, P. (2005). Uuri ja kirjuta. *Medicina Juristaitab.ee* (2023). Ettevõtlus, Reisimine. <https://www.juristaitab.ee/et/giidi-kutsetunnistus> (vaadatud 12.04.2024)
- Kachniewska, M. (2006a). *Tourism quality management*. Wydawnictwa Uczelniane Wyższej Szkoły Handlu i Finansów Międzynarodowych im. Fryderyka Skarbka.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Harris, L. C. (2019). *Principles of marketing* (Eighth European Edition). Pearson.
- Koutoulas, D. (2015). Understanding the tourism product.
<https://doi.org/10.13140/RG.2.1.2250.4806>
- Kutsekoda (2024). Kutseregister. Kutsetunnistused.
<https://www.kutseregister.ee/ctrl/et/Tunnistused/showKutsetunnistused/> (vaadatud 02.05.2024)
- Kutsekoda (2018). OSKA. Tulevikuvaade tööjõu- ja oskuste vajadusele: majutus, toitlustus, turism. <https://oska.kutsekoda.ee/wp-content/uploads/2016/12/Majutuse-toitlustuse-turismi-l%C3%BChiaruanne.pdf>
- Kvist, J., A., & Klefsjö, B. (2006). Which service quality dimensions are important in inbound tourism?: A case study in a peripheral location. *Managing Service Quality: An International Journal*, 16(5), 520–537.
<https://doi.org/10.1108/09604520610686151>
- Kraner, K. (2024). Turismi pikk vaade 2035. Giididest ja giiditööst MKM pilgu läbi. Eesti Giidide Liidu rahvusvaheline giidide päev kokkusaamine.
<https://www.eestigiidideliit.ee/giidide-paev-2024/>

- Larsen, S. (2007). The psychology of the tourist experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 7–18. DOI:10.1080/15022250701226014
- Lindpere, M. (2019). Loodusgiidide koolitamine Eestis.
<https://dspace.emu.ee/items/d2bb43fa-d7d1-4c53-af02-5e961c883ce4>
- Lysaght, R. M., & Altschuld, J. W. (2000). Beyond initial certification: The assessment and maintenance of competency in professions. *Evaluation and Program Planning*, 23(1), 95–104. [https://doi.org/10.1016/S0149-7189\(99\)00043-9](https://doi.org/10.1016/S0149-7189(99)00043-9)
- MaCorr Research. (n.d.) Sample size calculator. <http://www.macorr.com/sample-sizecalculator.htm>
- McDonnell, I (2001). The role of the tour guide in transferring cultural understanding.
<https://opus.lib.uts.edu.au/bitstream/2100/893/1/lstwp3.pdf>
- Medberg, G., & Grönroos, C. (2020b). Value-in-use and service quality: Do customers see a difference? *Journal of Service Theory and Practice*, 30(4/5), 507–529.
<https://doi.org/10.1108/JSTP-09-2019-0207>
- Meng, F., Tepanon, Y., & Uysal, M. (2008). Measuring tourist satisfaction by attribute and motivation: The case of a nature-based resort. *Journal of Vacation Marketing*, 14(1), 41–56. <https://doi.org/10.1177/1356766707084218>
- Mossberg, L. (2008). Extraordinary Experiences through Storytelling. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 8(1), 195–210.
- Narayan, B., Rajendran, C., & Sai, L. P. (2008). Scales to measure and benchmark service quality in tourism industry: A second-order factor approach. *Benchmarking: An International Journal*, 15(4), 469–493.
<https://doi.org/10.1108/14635770810887258>
- Neal, J. D., Gursoy, D., (2008). A Multifaceted Analysis of Tourism Satisfaction. *Journal of Travel Research*, 47: 53–62.
- Nehemiah, K., Sitati, N., Ipara, H., Korir, J. (2012). Towards Operationalization of Tour Guides' Performance. *Information and Knowledge Management*, 2(8), 14–21
- Naumov, K. (2020). Tourists Perceptions and Satisfaction Regarding Tour Guiding in the Republic of North Macedonia. *European Journal of Multidisciplinary Studies*, 5(3), 12–26. https://revistia.com/files/articles/ejms_v5_i3_20/Naumov.pdf
- Oliver, R. L., (2014). Satisfaction. A behavioural perspective on the consumer. New York: M. E. Sharpe. Inc. <https://doi.org/10.4324/9781315700892>

- Pine J. B., Gilmore J. H. (1999). Welcome to the Experience Economy. *Harvard Business Review* (July–August): 97–105.
- Parasuraman, A., Berry, L., and Zeithaml, V.A. (1993) 'More on improving service quality measurement', *Journal of Retailing*, 69 (1): 140–147
- Ruslin, et. al. (2022). Semi-structured Interview: A Methodological Reflection on the Development of a Qualitative Research Instrument in Educational Studies. *IOSR Journal of Research & Method in Education* (IOSR-JRME). 12(01), 22–29. DOI: 10.9790/7388-1201052229
- Smith, V (1961) Needed: geographically trained tourist guides. *The Professional Geographer*, 13(6), 28–30
- Topler, J. P. (2017b). Communication skills in the tourism sector: The speech culture of tour guides. *Tourism Culture & Communication*, 17(3), 217–223.
<https://doi.org/10.3727/109830417X15057457661659>
- Turismiseadus (Vastu võetud 15.11.2000, muudetud, täiendatud, viimati jõustunud 01.07.2018). Riigi Teataja.
[https://www.riigiteataja.ee/akt/128122017031\(23.05.2019\)](https://www.riigiteataja.ee/akt/128122017031(23.05.2019))
- Õunapuu, L. (2014). Kvalitatiivne ja kvantitatiivne uurimisviis sotsiaalteadustes. Tartu Ülikool. DSpace. <https://dspace.ut.ee/handle/10062/36419>
- Tekstiks (2024). Estonian Speech Recognition and Transcription Editing Service.
<https://tekstiks.ee/>
- Thomas, D. R. (2006). A General Inductive Approach for Analyzing Qualitative Evaluation Data. *American Journal of Evaluation*, 27(2), 237–246.
<http://doi.org/10.1177/1098214005283748>
- Wang, C., Qu, H., & Hsu, M. K. (2016a). Toward an integrated model of tourist expectation formation and gender difference. *Tourism Management*, 54, 58–71.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.10.009>
- Weiss, R. S. (1995). Learning from strangers. The art and method of qualitative interview studies.

Lisa 1. Intervjuukava

Küsimuste koostamisel kasutatud allikad: Wang et al 2016, Kachniewska, 2006, Kvist ja Klefsjö 2006, Weiler ja Ham (2001), Black, R., & Ham, S. (2005), Grönroos, 2000, Topler et al., 2017, Kiprutto, 2012, Gursoy, N. 2008, McDonnell, 2001, või Rabotić, 2009a).

Üldine informatsioon

1. Kui kaua olete töötanud giidina?
2. Kas teete giiditööd põhi- või lisatööna?
3. Kas teete ekskursioone rohkem kui 12 tuuri aastas?
4. Kes on Teie sihtrühm?
5. Kuidas Te oma teenuseid turustate?
6. Kuidas Te iseloomustaksite giidituure, mida te läbi viite?
7. Mis tüüpi tuurid need on (sisaldavad– esinemist, elamuse pakkumist, koosloomet)?

Kliendikesksus rakendamine

8. Mis eesmärgil võetakse giidituure ja mis eesmärgil võetakse teie tuur?
9. Missugused on külastajate ootused?
10. Missugused on külastaja vajadused?
11. Mil määral on giiditeenus sõltuv külastaja ootustest?
12. Millest tekib Teie arvamusel kliendirahulolu giiditeenusega?
13. Mismoodi Teie loote meelde jäävaid kogemusi või elamusi?
14. Kas giide võiks võtta kui etenduskunstnikke?
15. Mis tagavad giiditeenuse konkurentsieelise ja jätkusuutlikkuse?
16. Mis tagab Teie arvates püsiklientide tekke giiditeenuse puhul?
17. Millisena Te näete giiditeenust tulevikus?
18. Kuidas saab giid külastaja turvalisust tagada?
19. Milliste kompetentside olemasolu on giidi töös väga oluline?
20. Missugustes erinevates rollides Te näete giide tegutsemas?

Lisa 1. järg

- 21. Keda esindab giid?
- 22. Missuguseid infotehnoloogilisi vahendeid on Teie arvates võimalik kasutada giidituuri läbi viimisel?
- 23. Missuguseid tooteid saab giid lisaks füüsiliselt külastajale kohti näidates pakkuda ja turustada?
- 24. Kas giid peaks sellist asja üldse tegema ja kui, siis milliseid tooteid?

Kvaliteedijuhtimise rakendamine

- 25. Missugust pädevustunnistust peavad külastajad giidipädevuse tõendiks?
- 26. Kuidas saab giid oma töö kvaliteeti mõõta?
- 27. Kas kvaliteedijuhtimine on oluline giiditöös?
- 28. Missugune võiks olla giidi enesearenguplaan?

Lisa 2 Euroopa giidide koolitus- ja kvalifikatsioonitabel riiklikul/piirkondlikul/linna tasandil

Riik	Seadusega reguleeritud	Koolitus	Koolituse kestus	Riiklik koolitus	Piirkondlik koolitus	Eksam	Kutsetunnistus	Kutseomistaja
Austria	jah	kohustuslik	500–900 h	jah	jah	kohustuslik	sertifikaat	Tööstuskoda
Luksemburg	jah	vabatahtlik	40h	jah	jah	kohustuslik	diplom	Kaubanduskoda, Turisministeerium,
Portugal	ei	vabatahtlik	3 aastat ehk 165 ECTS	jah	jah	vabatahtlik	diplom, giidimärk	Portugali Ülikool
Tsehi	ei	jah	200–600 h	jah	jah	jah	sertifikaat	Haridusministeerium
Küpros	jah	jah	693 h	jah	–	kohustuslik	diplom, giidimärk	Turismiorganisatsioon
Taani	ei	jah, vabatahtlik	60 ETCS, 1a. täiskoormusega, 2a aastat osakoormusega	jah	ei	jah	diplom	Roskilde Ülikool
Soome	ei	jah, vabatahtlik	1,5a, 900–1000h	jah	jah	kohustuslik	sertifikaat, giidimärk	Giidideühing
Prantsusmaa	jah	kohustuslik	300h, litsents+ 400 h treening+	jah	jah, ei (al. 2012)	jah	diplom	Ülikoolid, Siseministeerium

Lisa 2 järg

Riik	Seadusega reguleeritud	Koolitus	Koolituse kestus	Riiklik koolitus	Piirkondlik koolitus	Eksam	Kutsetunnistus	Kutseomistaja
Saksamaa	ei	vabatahtlik	600 h	jah	jah	jah	sertifikaat	Giidideühing
Kreeka	jah	jah	kohustuslik	1090 h +110 treening-päeva	jah	–	kohustuslik	Turismiministeerium
Ungari	jah	jah	18 kuud giidikoolis, täiskasvanute koolitus 130h+ 300h kaugõpe	jah	–	jah	sertifikaat	Kutsekool, Kutsekoda
Iirimaa	ei	vabatahtlik	200h kontaktõpe+ 400h kaugõpe	jah	jah	jah	sertifikaat	Turismiarenguvalitsus
Itaalia	jah	mõnes piirkonnas kohustuslik	–	–	jah	kohustuslik	sertifikaat, rinnamärk	Piirkondlik Turismivalitsus
Madalmaad	ei	vabatahtlik	600h	jah	–	jah	sertifikaat, rinnamärk	Giidideühing

Allikas: European Federation of Tourist Guide Associations (FEG) Sources – Updated November 2015

SUMMARY

UPDATING QUALITY ASSESSMENT OF TOURIST GUIDES IN ESTONIA

Evelin Kass

Tourism is an industry whose success depends on the reputation of the destination and the quality of the experience provided by services, attractions, infrastructure and hospitality. The tourism experience is made up of different elements, forming a complete tourism product that is sold and valued through marketing channels. Tourist satisfaction plays an important role in the sustainability of both tourism products and services and influences the decision to revisit a destination. Tourist expectations and satisfaction are based on the quality of services and products and the reliability and competence of the service provider. Satisfaction is also influenced by service moments, travel and tourism services and the overall visitor experience. Quality of service encompasses a number of factors, including the service mindset, staff behaviour and the design of the service area.

Tour guides are important tourism service providers who have a significant impact on the tourist experience. Their role is varied, whether they are advisors, entertainers or salesmen, and they represent the destination to tourists. The job titles and roles of guides can vary from country to country and from region to region, covering a range of areas from heritage interpretation to nature tours. The services of guides have a direct impact on the perceptions and experiences of tourists and their role in the tourism ecosystem is therefore essential. Guiding is a reciprocal service where the interaction between guides and tourists determines the quality of the service and the level of satisfaction. As expectations of service levels are high, guides must have a service mindset and be able to deliver an immersive and memorable experience. The traditional one-way guiding service is no longer sufficient and the role of guides has become more active, becoming more of a co-creator and interactive experience creator.

A number of factors influence the quality of the guiding service, including the professional attitude of the guide, psychological skills, language skills and intercultural knowledge. For tourists, guides are important cultural mediators and play an important role in understanding and experiencing the destination. In order to improve the quality of the guiding service, guides need to undergo continuous education, training and to have the quality of the service, i.e. the tour, assessed by an objective evaluator.

The result of this study shows that guides in Estonia make effort to understand the needs and expectations of the visitor and are trying even to exceed customers expectations. Positive feedback from customers create positive image of the tourism destination .

In Estonia, the acquisition of professional skills and the quality of the guiding service are assessed by the Estonian Guides Association, the holder of the guiding licence, by means of a professional examination.

There are a number of requirements for guides, including proof of professional competence in accordance with the Tourism Act. Although there is a professional standard for tourist guiding, the majority of tourist guides in Estonia do not have an official professional certificate. The training and certification of guides' competence is carried out through self-study, vocational training, university studies in the case of nature guides, guiding courses, accreditation and professional examinations. In Estonia, the Estonian Guides Association will be responsible for issuing guides' licences until 2029. The lack of interest in obtaining a guides' licence among non-licensed active guides and guided tours suggests the possibility of proving competence and quality of service by other means, such as training, work experience and feedback from satisfied customers on online platforms.

In the course of the study, the author of the thesis found an answer to the research question through interviewing 5 tourist guides in Estonia on the definition of guides' competence and guiding service quality and made suggestions to the Estonian Guides Association for updating the quality assessment of guiding services.

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Evelin Kass ,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose „ Giiditeenuse kvaliteedihindamise ajakohastamine Eesti näitel", mille juhendaja on Marika Kose ja kaasjuhendaja Tiina Viin reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 4.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Evelin Kass

17.05.2024