

2. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. – Затв. розпорядженням КМУ від 16 березня 2017 р. № 168-р [Електронний ресурс]/ Режим доступу до стратегії: zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-р.

3. Варналій З.С. Основи підприємницької діяльності: [навч. посібн]/ З.С. Варналій – К.: Знання-Прес, 2002. – 239 с.

4. Герасименко В.Г. Аграрний туризм як вид підприємництва: [монографія] / В.Г. Герасименко, С.Г. Нездоймінов. – Одеса: Пальміра, 2011. – 178 с.

5. Основи економічної теорії: політекономічний аспект / [А.А.Григорук, М.С. Палюх, Л.М. Литвин, Т.Д. Літвінова; за ред. А.А.Григорука, М.С. Палюха]. – Тернопіль, 2002. – 304 с.

6. Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва у 2015 р.: (стат. збірник) [Електронний ресурс]/ відп. за випуск Кузнєцова М.С. – К.: Держ. служба статистики України, 2016. – 485 с. Режим доступу до збірн.: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

7. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу: [навчальний посібник] / Л.П. Дядечко; за заг. ред. Манойло Н.П. – Київ: Вид-во «ЦУЛ», 2007. – 220 с.

8. Туристична діяльність в Україні у 2015 році: (стат. бюлетень) [Електронний ресурс] / відп. за випуск Кармазіна О.О. – К.: Держ. служба статистики України, 2014. – 76 с. – Режим доступу до бюлет.: <http://www.ukrstat.gov.ua>

9. Cantillon R. Essai sur la nature du commerce en general / R. Cantillon [ed. and transl. by H. Higgs]. – L., 1931. – P. 29-32.

УДК 338.48

**Т.Г. Сокол**  
кандидат педагогічних наук,  
доцент кафедри туризму  
Університет економіки і права КРОК  
**І.І. Плиска**  
студентка 4 курсу  
Університет економіки і права КРОК

## Інноваційні способи і форми екскурсійної діяльності на ринку туристичних послуг України

*Стаття присвячена проблемам використання інноваційних способів екскурсійної діяльності та форм проведення екскурсій як змістовного шляху гармонізації особистості, її духовного зростання в новій демократичній Україні. Екскурсія розглядається також як окремий продукт, як соціально-культурна послуга із задоволення духовних, інтелектуальних потреб споживача, що може стати засобом розширення асортименту національної туристичної пропозиції як на внутрішньому, так і на міжнародному ринку туристичних послуг.*

**Ключові слова:** екскурсія, екскурсійна діяльність, інноваційні форми проведення екскурсій.

**Т.Г. Сокол**  
кандидат педагогічних наук,  
доцент кафедри туризму  
Університет економіки і права КРОК

**И.И. Плиска**  
студентка 4 курса  
Університет економіки і права КРОК

## **Инновационные способы и формы экскурсионной деятельности на рынке туристических услуг Украины**

*Статья посвящена проблемам использования инновационных способов экскурсионной деятельности и форм проведения экскурсий как содержательного пути гармонизации личности, ее духовного роста в новой демократической Украине. Экскурсия рассматривается также как отдельный продукт, социально-культурная услуга по удовлетворению духовных, интеллектуальных потребностей потребителя, которая может стать средством расширения ассортимента национального туристического предложения как на внутреннем, так и не международном рынке туристических услуг.*

**Ключевые слова:** экскурсия, экскурсионная деятельность, инновационные формы проведения экскурсий.

**T.H. Sokol**  
PhD of Pedagogical Sciences  
“KROK” University

**I.I. Plyska**  
four-year student,  
“KROK” University

## **Innovation methods and forms of the excursion activity on the tourist services market of Ukraine**

*The article is devoted to the problems of using the innovation methods of excursion activity and forms of excursion conduction as a substantial way to personality harmonization and spiritual growth in new democratic Ukraine. The excursion is considered also as an individual product, social and cultural service for satisfaction spiritual, intellectual needs of the consumers, which may become the means of assortment expansion of the national tourist proposition on the domestic and international tourist market.*

**Key words:** excursion, excursion activity, innovation forms of excursion conduction.

### **Постановка проблеми**

Сучасний туризм визнано ефективним засобом індивідуального й колективного вдосконалення, важливою складовою якою є послуга суто інтелектуального характеру — екскурсія з її просвітницькою, духовною та освітньою функціями. Невичерпні екскурсійні ресурси багатьох регіонів нашої країни разом із глибинним національним духовним корінням і традиціями українського народу дають підставу стверджувати, що саме екскурсії можуть стати активним і змістовним засобом гармонізації особистості, її духовного зростання в новій демократичній Україні. Вони є джерелом нової інформації, нових вражень і відчуттів.

Екскурсійна послуга розглядається також як економічна категорія – це споживча вартість, що в умовах товарного виробництва може бути обмінена на гроші, тобто виступає як товар на ринку [1, с.5]. Закон України «Про туризм» визначає екскурсійну послугу як невід’ємну частину комплексного туристичного продукту [2]. Але екскурсія може розглядатись також як окремий продукт, як соціально-культурна послуга із задоволення духовних, інтелектуальних потреб споживача [3]. Розробленням та пропозицією екскурсій різного плану на туристичному ринку України займається ціла низка спеціалізованих туристичних фірм.

Ринок туристично-екскурсійних послуг в Україні нині характеризується високим ступенем конкуренції. Сьогоднішній екскурсант хоче бачити щось більше, ніж традиційну оглядову чи музейну екскурсію. Використання нових інноваційних видів і форм проведення екскурсії, впровадження сучасних технологій в екскурсійну діяльність – це ті вимоги, які висуває екскурсант ХХІ століття. Такі вимоги дають нові поштовхи для розвитку сучасної екскурсійної справи, змушують виробників туристично-екскурсійних послуг активно звертатись до інновацій у сфері екскурсійного обслуговування.

### ***Аналіз останніх досліджень і публікацій***

Роль екскурсійної діяльності у розвитку вітчизняної туристичної індустрії стала предметом вивчення вчених-теоретиків та практиків, серед яких І.М.Чегайда і С.В.Грибанова [4] В.К.Федорченко [5], О.Д.Король [6], В.К.Бабарицька і А.Я.Короткова [7], С.С.Галасюк, С.Г.Нездоймінов [8] та ін.

### ***Не вирішені раніше частини загальної проблеми***

Незважаючи на постійні дослідження в даній сфері, питання впровадження інноваційних екскурсій на туристичному ринку України остаточно не вирішено і потребує особливого вивчення й аналізу.

### ***Формулювання цілей статті***

Дану статтю присвячено розгляду сучасних інноваційних форм екскурсійної діяльності та визначенню перспективних напрямів їх використання у вітчизняній туристичній практиці.

### ***Виклад основного матеріалу дослідження***

Інноваційна діяльність – це одна з економіко-правових форм діяльності, що здійснюється з метою впровадження досягнень науково-технічного прогресу у виробництво і соціальну сферу з метою досягнення певного соціально-економічного ефекту.

У сучасній економіці роль інновацій значно зросла. Це викликано тим, що в ринковій економіці інновації являють собою метод конкуренції, оскільки інновація веде до зниження собівартості, цін і зростання прибутку, до створення нових потреб, до припливу грошей, до підвищення іміджу (рейтингу) виробника нових продуктів, до відкриття і захоплення нових ринків, у тому числі і зовнішніх.

Інновації в туристично-екскурсійній діяльності – це розроблення, створення нових туристичних маршрутів, проектів тощо із застосуванням досягнень науки, техніки, ІТ-технологій, а також прогресивного досвіду в області управління й маркетингу, впровадження яких дозволить підвищити рівень зайнятості населення, забезпечити зростання його доходів, прискорити соціально-економічний розвиток і поліпшити туристичний імідж країни, регіонів, міст і т.д.

Для туристично-екскурсійного бізнесу необхідні інновації, оскільки туристич-

тичний ринок нестабільний, піддається впливу різних факторів із навколишніх і суміжних областей. У даних умовах фірми / екскурсоводи повинні не тільки створювати новий продукт, але вміти своєчасно реагувати на нові зміни в різних сферах діяльності, суміжних з туризмом, мати здатність до створення нових методів роботи і поліпшення результатів діяльності. Таким чином, інновація – необхідний пункт у програмі розвитку і реалізації екскурсійного продукту на ринку. Головна мета фірми – вижити в умовах конкуренції, зацікавити й залучити максимальну кількість споживачів. Саме за допомогою інноваційних аспектів у поточній діяльності фірми є можливість забезпечення для свого продукту стабільного існування на ринку.

Інновації у проведенні екскурсій можна умовно поділити на два основні напрями: 1) з використанням нових форм і методів (проведення індивідуальних екскурсій, проведення інтерактивних, в т.ч. квест-екскурсій, костюмованих екскурсій, новітніх музейних екскурсій тощо), 2) з використанням ІТ-технологій (мультимедійні технології, каталогізація об'єктів туристичної атракції, віртуальні музеї, віртуальні екскурсії, в т.ч. 3-D екскурсії, використання роботів-екскурсоводів, QR-кодів тощо).

З огляду на закордонний досвід, слід зазначити, що екскурсійна справа сьогодні розпочинає свій новий шлях, де мають гармонійно поєднуватись нові інноваційні форми та методи проведення екскурсій. Так, в Європі та в Росії сьогодні користуються популярністю екскурсії, до складу яких входять елементи костюмованого дійства. Справді креативними та новаторськими можна назвати костюмовані тематичні екскурсії Прагою. Так, наприклад, під час «пивної» мандрівки по місту екскурсоводом буде «веселий кухоль», який проведе екскурсантів найсмачнішими пабами міста. Якщо ж відвідати екскурсію нічною Прагою, то на чолі групи можна зустріти гіда-«скелета», який відправиться у найстрашніші містечка й навіть познайомить з чарівними привидами. У Відні популярними серед туристів є костюмовані екскурсії імператорським палацем Шенбрунн – літньою резиденцією імператорської сім'ї.

Останнім часом набувають все більшої популярності віртуальні екскурсії, оскільки вони необхідні для допомоги людям з обмеженими можливостями, соціально незахищеним, студентам тощо. Серед переваг віртуальних екскурсій слід виділити доступність, можливість огляду в будь-який час, варіанти багаторазової “участі” в екскурсії й перегляду текстової інформації, ефект присутності. Серед недоліків віртуальних екскурсій виділяють неможливість поставити питання в режимі реального часу, залежність від творців: неможливо побачити те, що не включено до екскурсії [9].

Останнім часом як у світі, так і в Україні, набирають обертів нові ігрові види екскурсій під назвою «спайгеймс» (spugames) та «геокешинг» (geocaching). Спайгеймс – це гра, що складається з ланцюжка завдань. Суть її в тому, щоб відшукавши на місцевості ті чи інші пункти, в яких знаходиться залишений там знак або предмет, рухатися далі. Що стосується геокешингу, то це захоплююча гра-екскурсія, метою якої є пошук схованок за допомогою GPS-приймачів [10].

Нещодавно з'явилася нова технологія, яка отримала назву «розширена реальність». Першою загальнодоступною системою для «розширеної реальності» була WikiMe. Це система, що поєднує реальний світ зі світом, генерованим комп'ютером. На крок попереду в розвитку цієї технології іде Google, який ввів нову послугу Google Googles. Щоб дізнатися більше про об'єкт, досить виконати фотокамерою мобільного телефону його знімок та переслати на сервери фірми

Google. На підставі бази фотознімків Google та інформації GIS, що знаходиться в системі Google Maps, сервери ідентифікують об'єкт і перешлюють його опис на телефон користувача [11, с. 225-226].

Набирають обертів і сучасні інтерактивні екскурсії, зокрема, серед дитячої аудиторії. Такі екскурсії в музейних стінах більше схожі на чарівну казку або веселу пригоду. Екскурсантам повідомляють, що вони потрапили у дивовижну країну, де царює казкова фея або володарює страшний дракон. Зазвичай, через півтори-дві години гри (саме стільки триває інтерактивна екскурсія; програми для дошкільнят займають 30-45 хвилин) юний екскурсант отримує нові знання про природу речей, запам'ятовує їх краще, ніж під час прослуховування циклу шкільних лекцій за тією ж темою. Крім того на згадку про музейні пригоди обов'язково залишиться маленький сувенір, виготовлений власноруч.

На сьогодні в Україні великою популярністю користуються квест-екскурсії. Яскравими прикладами є:

- м. Київ: «Слідами київських відьом і привидів», «Кримінальний Київ некримінальним поглядом», «Київські скарби», «Біла гвардія», «Північна Семіраміда або Катерина II в Києві»;
- м. Львів: «Різноманіття життя на Землі», «Зачаровані лицарі»;
- м. Одеса: «Квест-екскурсія по Привозу», «Кримінальна Одеса»;
- м. Кам'янець-Подільський: «Загадкова квітка на камені. Місто-легенда».

Серед таких квест-екскурсій варто згадати одну з експериментальних розробок команди науковців музею В.Г. Короленка – науково-пізнавальну гру-квест «Скарби короленківської садиби». Вона повністю вибудована за законами квестового комп'ютерного жанру, але перенесена у реальність і сформована на знаннях дітей з літератури, географії, етнографії, історії, логіки. Долаючи «інтелектуальні перешкоди», підлітки поглиблюють свої знання, вчать працювати в команді, слухати і розуміти один одного. Методом гри вони глибоко засвоюють по суті традиційну екскурсійну інформацію. Проте після квесту використаний науковий матеріал відтворюється підлітками майже стовідсотково, як свідчать результати моніторингу [12].

Деякі роки тому на ринку екскурсійних послуг почав різко зростати сектор дитячого туризму і, зокрема, стали популярними інтерактивні екскурсії для школярів та підлітків. Зазвичай інтерактивна екскурсія триває більше 3 годин, тому підходить для дітей старше 5–6 років, які можуть витримати подібне навантаження. Як правило, в програму входить не тільки піша прогулянка в історичних костюмах або інсценоване дійство в образах із міфів або казок, але і відвідування музеїв. Так, у Національному музеї народного декоративного мистецтва допоможуть провести майстер-клас із розпису глечиків, а в Національному музеї Великої Вітчизняної війни запросять акторів, які разом з дітьми програють справжні батальні сцени.

Все частіше під час екскурсій використовуються можливості новітніх технологій: використання роботів-екскурсоводів у Національному Науково-природничому музеї, Канівському музеї Тараса Шевченка, Новосибірському державному краєзнавчому музеї, зображення поруч із стандартним етикетажем експонатів QR-кодів- своєрідного навігаційного сервісу. Здійснити віртуальну подорож відомими місцями і містами України, таким як площа Ринок у Львові, фортеця і кафедральний собор святих Петра і Павла в місті Кам'янці-Подільському, музей-храм Святої Софії та Свято-Успенська Печерська Лаври в Києві за допомогою технології Google Street View може будь-який охочий на сервісі Google Earth і Google Maps. Крім того, ця технологія дозволяє ознайомитись з пам'ятками природи та

архітектури України через подорожі містами: Ужгородом, Тернополем, Львовом, Києвом [13, с. 83].

Ще один вид перспективної інноваційної музейної екскурсії – Food-екскурсія – це мультижанровий формат, який дає можливість відвідати цікаву виставку, почути небанальну екскурсію і випити філіжанку кави в музейній кав'ярні. Історія, культура і гастрономія об'єднані в рамках єдиного проекту, що створює нові уявлення про музейне дозвілля.

### **Висновки**

Інноваційні технології у туристичній галузі є вимогою часу, і дозволяють не тільки підвищувати якість послуг, але і раціонально використовувати всі наявні ресурси як для туристів, так і для власників туристичного бізнесу. В процесі розвитку НТП розвиватимуться й інноваційні технології у туристичній галузі, які дозволяють відкривати нові можливості для інноваторів та роблять туризм доступним для різних категорій населення. Світовий та вітчизняний досвід створення і впровадження віртуальних екскурсій переконливо доводить, що даний напрям діяльності створює умови для підвищення конкурентоспроможності туристичного продукту. Тому подальше вивчення світового та вітчизняного досвіду впровадження інноваційних форм екскурсійної діяльності дозволить значно підвищити рівень конкурентоспроможності вітчизняного екскурсійного продукту як на внутрішньому, так і на світовому туристичному ринку.

### **Література**

1. Сокол Т.Г. Основи туризмознавства: навч. посіб. / Т.Г.Сокол. – К. : ЗАТ «Слов'янський дім», 2006. – 76 с.
2. Закон України «Про туризм» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/go/324/95-вр
3. Межгосударственный стандарт 30335 – 95 «Услуги населению. Термины и определения» / Введеный в дію як державний стандарт України (наказ Держстандарту України №99 від 4.03.1996р.) [Електронний ресурс]. –Режим доступу: internet-law.ru/gosts/gost/7198/
4. Чагайда І. М. Екскурсознавство: Навчальний посібник / І. М. Чагайда, С. В. Грибанова – К: ІТФПУ, 2004 – 240 с.
5. Федорченко В.К. Історія туризму в Україні: навч. посіб. / В.К.Федорченко, Т.А.Дьорова. – К.: Вища школа, 2002. – 195 с.
6. Король О.Д. Організація екскурсійних послуг в туризмі: навч. посіб. / О.Д.Король. – Чернівці: ЧНУ, 2016. – 144 с.
7. Бабарицька В. Екскурсознавство і музеєзнавство: навчальний посібник / В. Бабарицька, А. Короткова, О. Малиновська. – 2-ге, перероб. і доп. – К.: Альтерпрес РА, 2012. – 444 с.
8. Галасюк С.С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності: навчальний посібник / С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 178 с.
9. Верес К. О. Інноваційні технології в екскурсійному супроводі / К.О. Верес [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitst>
10. В Украине появилась мода на геокэшинг. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.focus.ua/society/240665/>.
11. Федоров О. Найновіші досягнення інформаційних технологій і туризм – нові виклики і можливості / О. Федоров, Ю. Афоніна // Наукові записки ВДПУ, серія: Педагогічні науки. – 2011. – Вип. 107. – С. 218 – 227.
12. Застосування інноваційних технологій в музейній практиці [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://photo-lviv.in.ua/zastosuvannya-innovatsijnyh-tehnolohij-v-muzejnij-praktytsi/>
13. Щербакова Т.И. Традиционные и инновационные подходы к организации экскурсионной деятельности / Т.И. Щербакова // Современные методические аспекты экологического образования. – 2006. – № 3. – С. 80–84.