

Інноваційні форми екскурсійного продукту як сучасний тренд розвитку туризму

Тетяна Сокол

к.пед.н., доцент,

ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,

e-mail: tgsspectour@gmail.com,

ORCID: 0000-0001-6106-4911

Андрій Проценко

студент кафедри туризму,

ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,

e-mail: ProtsenkoAO@krok.edu.ua

Пошук інноваційних форм екскурсійного продукту є актуальним в сучасних умовах, коли туризм, зокрема – внутрішній, стає все більш популярним видом діяльності. З одного боку, зростає чисельність туристів, які прагнуть побачити щось нове та незвичайне, що вимагає від туроператорів та гідів створення інноваційних екскурсійних продуктів. З іншого боку, інноваційні форми екскурсійного продукту дають можливість вирізнятися на ринку туризму та конкурувати з іншими гравцями. Завдяки цьому туроператори в цей непростий час можуть привернути нових клієнтів та збільшити свій прибуток.

Розвиток технологій та зміна споживацьких попитів вимагає постійного удосконалення екскурсійних продуктів та їх адаптації до потреб сучасних туристів. Отже, вивчення, розробка та впровадження інноваційних форм екскурсійного продукту допоможе туроператорам та гідам адаптуватися до змін, що відбуваються на ринку туризму та задовольнити потреби своїх клієнтів.

Інновації у екскурсійній діяльності можна умовно поділити на два основні типи [1]:

1. з використанням нових форм і методів, розробка нових екскурсійних маршрутів та туристичних продуктів (проведення індивідуальних тематичних екскурсій, інтерактивних, в т.ч. квест–екскурсій, костюмованих екскурсій, новітніх музейних екскурсій, археологічні тури, гастрономічні маршрути 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, додатків для мобільних пристроїв, розробка туристичних платформ тощо).

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 таких екскурсій виділяють неможливість поставити питання в режимі реального часу, побачити те, що не включено до екскурсії її розробниками [2, с.514]. Останнім часом як у світі, так і в Україні,

набирають обертів нові ігрові види екскурсій під назвою «спайгеймс» (spygames) 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 [3, с.63].

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–еккурсій 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, вчаться працювати в команді, слухати і розуміти один одного. Методом гри вони глибоко засвоюють по суті традиційну екскурсійну інформацію. Після квесту використаний науковий матеріал відтворюється підлітками майже стовідсотково, як свідчать результати моніторингу [4].

Декілька років 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, 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.

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.

Але все ж таки слід відзначити, що нині інноваційна продуктова діяльність в сфері туризму та екскурсій є недостатньою. Для розвитку цієї сфери необхідно враховувати потреби туристів та пропонувати їм нові, цікаві та унікальні форми екскурсійного продукту, що викликає необхідність в інноваційній продуктивній діяльності. Розвиток інноваційних форм екскурсійного продукту може сприяти привабливості туризму в Україні та збільшенню чисельності туристів як вітчизняних, так і іноземних.

Список використаних джерел

1. К.О. Верес/ Інноваційні технології в екскурсійному супроводі. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitst>.
2. Колодяжна, І.В., Борблік, К.Е. (2017). Інноваційний розвиток ринку туристичних послуг. *Економіка і суспільство*, №13, С. 513–517.
3. Зінов’єв, Ф.В., Бартошук, О.В. (2019). Інноваційні підходи до розвитку туристичної галузі України. *Інноваційна економіка*, 4(30), 161–164.
4. Застосування інноваційних технологій в музейній практиці URL: <http://photo-lviv.in.ua/zastosuvannya-innovatsijnyh-tehnolohij-v-muzejnijprakytsi/>.