

ЗНАЧЕННЯ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ІННОВАЦІЙНОМУ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

Т. В. Герасименко, канд. геол. наук, доцент, НТУ «Дніпровська політехніка»,

herasymenko.t.v@nmu.one, <https://orcid.org/0000-0002-5437-437X>,

Н. А. Горбатюк, здобувач, НТУ «Дніпровська політехніка»,

horbatiuk.n.a@nmu.one, <https://orcid.org/0009-0001-2063-9077>,

М. С. Нападайло, здобувач, НТУ «Дніпровська політехніка»,

napadailo.ma.s@nmu.one, <https://orcid.org/0009-0008-0278-2997>

Методологія дослідження. Результати дослідження отримані за рахунок застосування таких методів: абстрагування – для визначення сутності та місця екскурсій у структурі туристичного продукту; аналіз – при оцінюванні діяльності господарських суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність, та визначенні напрямів їх розвитку; групування – для систематизації нетрадиційних форматів екскурсій, орієнтованих на активну участь туриста, інтерактивність та застосування цифрових технологій; узагальнення – при визначенні викликів і перспектив інтеграції інновацій у сферу екскурсійної діяльності.

Результати. Обґрунтовано необхідність впровадження інноваційних підходів у екскурсійну діяльність, включно з цифровізацією, інтерактивними та віртуальними форматами, що особливо актуально в умовах пандемії та воєнних подій. Інновації підвищують привабливість туристичного продукту, оптимізують управління потоками туристів та забезпечують сталий розвиток територій. Визначено їхню роль у міжсекторальній інтеграції туризму з культурою, освітою, креативними індустріями та ІТ-сферою. Підкреслено значення нетрадиційних форматів екскурсій, орієнтованих на активну участь туриста та використання цифрових технологій. Визначено ключові виклики та перспективи інтеграції інновацій у сферу екскурсійної діяльності.

Новизна. Встановлено перспективи розвитку екскурсійної діяльності в Україні в умовах інноваційного розвитку туристичної індустрії через комплексний аналіз ключових чинників, що включає застосування цифрових технологій, інтерактивних та віртуальних форматів екскурсій, а також впровадження нетрадиційних підходів, орієнтованих на активну участь туристів. Виокремлено роль інновацій у підвищенні привабливості туристичних продуктів, оптимізації управління туристичними потоками та формуванні конкурентоспроможних дестинацій. Підкреслено значення міжсекторальної інтеграції туризму з культурною, освітньою та креативною сферами для створення синергетичного ефекту та забезпечення сталого розвитку регіонів.

Практична значущість. Результати дослідження можуть слугувати основою для розробки стратегічних програм впровадження інновацій у екскурсійну діяльність, цифровізації туристичних послуг та створення інтерактивних і віртуальних форматів екскурсій. Вони сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності туристичних дестинацій, оптимізації управління туристичними потоками та інтеграції туризму з культурною, освітньою та креативною сферами, що забезпечить комплексний розвиток регіонів.

Ключові слова: екскурсійна діяльність, інновації у туризмі, перспективи розвитку, конкурентоспроможність дестинацій, міжсекторальна інтеграція, розвиток регіонів.

Постановка проблеми. У сучасних умовах глобалізації та зростання конкуренції на туристичному ринку особливого значення

набувають інноваційні підходи до розвитку індустрії. Туризм дедалі більше орієнтується на створення унікальних вражень, інтегра-

цію цифрових технологій та креативних продуктів, що відповідають новим запитам споживачів. В цьому контексті екскурсійна діяльність виступає не лише традиційною формою ознайомлення з культурною спадщиною та природними ресурсами, а й важливим інструментом інноваційного розвитку туристичної індустрії. Попри це, вона часто сприймається як другорядний елемент туристичного продукту, що знижує її потенціал у формуванні конкурентних переваг і унікальної пропозиції. Недостатньо досліджено інтеграцію інноваційних технологій у екскурсійне обслуговування, розробку нових форматів (креативних, інтерактивних, гейміфікованих) та їхній вплив на економічну ефективність, що обґрунтовує необхідність глибшого наукового аналізу та модернізації екскурсійної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Екскурсійна діяльність як важливий сегмент туристичної індустрії привертає дедалі більше уваги вітчизняних та зарубіжних науковців, особливо в умовах глобальних викликів, пов'язаних із пандемією COVID-19 та воєнним станом в Україні. Дослідники акцентують на необхідності трансформації традиційних підходів, впровадженні інноваційних рішень та посиленні ролі цифрових технологій у забезпеченні стійкості туристичної сфери.

Значний внесок у розробку даної проблематики зробили українські науковці. Зокрема, Багрій М. В., Кушнір Л. П. та Терлецька О. В. [1] дослідили трансформацію ринку екскурсійних послуг України в період воєнного стану, підкресливши адаптивність туристичних практик на прикладі Львова. Білецький М. та Котик Л. [2] звернули увагу на територіальні відмінності розвитку екскурсійного туризму, що є основою для формування регіональних стратегій. Загорянська О. Л. [3] розглядає екскурсійну діяльність як перспективний напрям розвитку туристичної галузі, а Кішук А. Р. та Зігунова І. С. [4] наголошують на ролі інновацій у підвищенні конкурентоспроможності екскурсійних послуг. У контексті пандемії важливим є дослідження Лисюк Т., Терещук О. та Демчук О. [6], які проаналізували стан екскурсійної діяльності на Волині, а також робота Цимбалюк А. М. та Зігунової І. С.

[8], що окреслили значення віртуальних екскурсій як інноваційної форми. Олійник В. [7] визначає сучасні тенденції розвитку екскурсійного туризму та можливості його подальшої модернізації. Автори Старинець О., Шестель О. та Матвійчук Л. [13] виокремлюють нові тенденції у формуванні екскурсій в Україні, акцентуючи на необхідності модернізації форматів туристичних послуг.

У науковій літературі значна увага приділяється інноваціям та цифровізації туризму. Зокрема, Ільєва Л., Петрова М. та Тодорова Л. [11] аналізують можливості застосування технологічних новацій у туристичній сфері, тоді як Ісмаїлов Т., Ілієва Л., Тодорова Л. та Маринов М. [12] розглядають інновації як інструмент забезпечення сталого розвитку галузі. Зарубіжні дослідники Звайгзне А., Мієтуле І., Котане І. та Спрудзане С. [14] акцентують на сприйнятті цифрових технологій учасниками туристичного ринку, підкреслюючи їх ключову роль у процесах інтеграції до глобального туристичного простору.

Таким чином, наукові праці як вітчизняних, так і зарубіжних авторів демонструють, що екскурсійна діяльність дедалі більше орієнтується на впровадження інновацій, що є необхідною умовою її розвитку в умовах економічної нестабільності та зростаючої конкуренції на світовому ринку туризму.

Формулювання мети статті. Метою даної статті є аналіз ролі екскурсійної діяльності в інноваційному розвитку туристичної індустрії, визначення сучасних тенденцій її трансформації та обґрунтування необхідності впровадження новітніх технологій у цей сегмент. Стаття спрямована на висвітлення впливу пандемічних та воєнних викликів на екскурсійний сектор, узагальнення наукових підходів до інновацій у його розвитку, а також на окреслення перспектив екскурсійної діяльності як інструменту підвищення конкурентоспроможності та стійкості туристичної галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Екскурсійна діяльність є одним із ключових елементів туристичної індустрії, що поєднує освітньо-пізнавальні, культурно-просвітницькі та рекреаційні функції. У науковій літературі екскурсія визначається як організоване відвідування об'єктів природ-

ної, історико-культурної чи соціально-економічної спадщини з пізнавальною метою під керівництвом екскурсовода. Сутність екскурсійної діяльності полягає у трансляції знань, інтерпретації культурних і природних цінностей та формуванні емоційно-пізнавального досвіду туристів. Вона має не лише інформаційний, а й маркетинговий вимір, адже сприяє підвищенню привабливості DESTINACIЙ та їх конкурентоспроможності.

Історично екскурсії розвивалися паралельно з подорожами: від античних відвідувань храмів і театрів, середньовічних паломництв до святинь – до організованих освітньо-пізнавальних поїздок XVIII–XIX ст., коли сформувався попит на систематичне ознайомлення з культурними та історичними об'єктами. В Україні витоки екскурсійної практики сягають кінця XIX ст., коли діяли культурно-просвітницькі товариства та краєзнавчі гуртки. У радянський період вона набула масового характеру, виконуючи культурно-освітню та ідеологічну функції й базувалася на розгалуженій мережі спеціалізованих бюро та методичних центрів.

У сучасних умовах екскурсійна діяльність зазнає трансформацій під впливом

глобалізаційних і технологічних чинників, що зумовлює появу інтерактивних, мультимедійних та віртуальних форматів. Її розвиток демонструє здатність адаптуватися до соціально-економічних змін і водночас залишатися ключовим елементом туристичного продукту. Екскурсії виконують функцію інтерпретації туристичного простору, поєднуючи пізнавальні, емоційні та виховні аспекти, завдяки чому створюють додану цінність і підвищують привабливість DESTINACIЙ. Саме вони здатні трансформувати стандартний набір послуг у змістовну та емоційно насичену подорож, що сприяє зростанню задоволеності туристів і формуванню лояльності.

Таким чином, екскурсії займають проміжне місце між базовими та додатковими елементами туристичного продукту, оскільки їх значущість варіюється залежно від формату подорожі, потреб споживачів та специфіки DESTINACIЙ. Структурне місце екскурсій у туристичному продукті в умовах інноваційного розвитку представлено на рис. 1, що дає змогу простежити їхню роль у формуванні якісного туристичного досвіду та інтеграції туризму у ширший соціокультурний контекст.

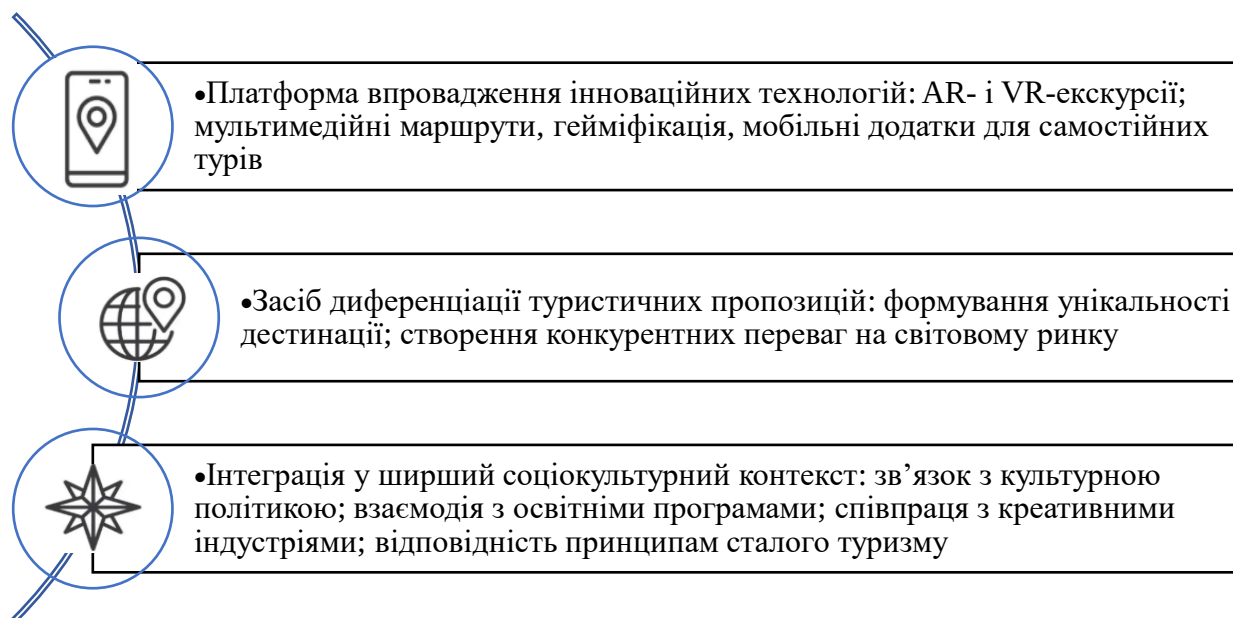


Рис. 1. Місце екскурсій у структурі туристичного продукту
(в умовах інноваційного розвитку)

Джерело: сформовано авторами

Аналіз діяльності господарських суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність в Україні за 2011–2019 рр. (табл. 1),

дозволяє оцінити динаміку ключових економічних показників та визначити тенденції розвитку галузі. У відкритому доступі наяв-

ні дані охоплюють лише доковідний та до-воєнний період, що дає змогу сформува-ти базове уявлення про функціонування суб'єктів до впливу глобальних кризових явищ. За досліджуваний період спостеріга-

ється коливання кількості суб'єктів та їхнього персоналу, зокрема у 2014–2015 рр. зафіксоване значне скорочення підприємств та штатних працівників, що пов'язано з економічною та соціальною нестабільністю.

Таблиця 1

Показники діяльності господарських суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність в Україні за 2011–2019 рр.

Показник	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Кількість суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність, одиниць	404	452	477	149	135	151	169	199	223
Середньооблікова кількість штатних працівників суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність, осіб	1143	1098	968	241	220	262	287	326	367
Дохід суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність від надання туристичних послуг, тис. грн.	62232	74341	85172	13763	20887	31509	56125	102011	106579
Середня чисельність персоналу на одне підприємство, осіб	3	2	2	2	2	2	2	2	2
Номінальний дохід на один суб'єкт екскурсійної діяльності, тис. грн	154	164,5	178,6	92,4	154,7	208,7	332,1	512,6	477,9
Індекс річної інфляції, долі одиниць	1,046	0,998	1,005	1,249	1,433	1,124	1,137	1,098	1,041
Кумулятивний індекс інфляції, долі одиниць		1,04	1,05	1,31	1,88	2,11	2,40	2,63	2,74

Джерело: сформовано за [9]

Номінальні доходи на один суб'єкт демонструють зростання до 2018 р., однак після корекції на індекси інфляції реальний дохід у середньому практично не змінився – у 2011 р. він становив 154 тис. грн, а у 2019 р. – 174,2 тис. грн. Така стабільність доходів

свідчить про обмежені можливості підвищення ефективності традиційними методами управління та організації екскурсійної діяльності.

Виходячи з цього, можна зробити висновок про необхідність впровадження

інноваційних підходів у проведенні екскурсій, включно з цифровізацією послуг, інтерактивними та віртуальними форматами. Ковідний та воєнний періоди лише посилили цю потребу, підкреслюючи, що інновації у сфері екскурсій є не просто бажаними, а критично важливими для адаптації галузі до нових умов.

Ковідний період (2020–2022 рр.) суттєво трансформував умови функціонування екскурсійної діяльності. Обмеження масових зібрань, закриття туристичних об'єктів та різке скорочення внутрішнього й міжнародного турпотоку призвели до значного зниження попиту на традиційні екскурсійні послуги, створюючи необхідність термінової адаптації галузі, яку ефективно забезпечити лише через впровадження інноваційних підходів: цифровізацію екскурсійного продукту, онлайн-екскурсії, інтерактивні платформи та використання віртуальної реальності, що дозволяють зберігати туристичний досвід у віддаленому форматі. Науково доведено, що такі цифрові інструменти сприяють збереженню економічної стійкості та конкурентоспроможності суб'єктів туристичної сфери в умовах кризових явищ.

Воєнний період, що розпочався у 2022 р., додатково загострив ці виклики. Масштабні руйнування інфраструктури, переміщення населення та обмеження пересування створили нові умови для організації екскурсій. У цих обставинах інновації виступають не лише засобом адаптації, але й механізмом забезпечення безпеки, доступності та актуальності туристичного продукту. Зокрема, розвиток онлайн-платформ, мобільних застосунків для віртуальних екскурсій, інтеграція геолокаційних сервісів та адаптивних маршрутів дозволяє підтримувати контакт із потенційними споживачами, розширювати аудиторію та зберігати культурну та освітню функцію екскурсій навіть у складних умовах.

Таким чином, як ковідний, так і воєнний періоди виступають каталізаторами інноваційного розвитку, підкреслюючи, що інновації у сфері екскурсійної діяльності є ключовим чинником її стійкості, адаптивності та довгострокового розвитку.

Інновації в туризмі розглядаються як процес упровадження нових або вдоскона-

лених продуктів, послуг, технологій та управлінських рішень, спрямованих на підвищення ефективності функціонування туристичної індустрії, розширення можливостей задоволення потреб споживачів і формування конкурентних переваг DESTINACIЙ. Вони охоплюють як матеріальну складову (нові види транспорту, технічні рішення, цифрові інструменти), так і нематеріальну (нові формати обслуговування, інтеграція культурних та креативних практик, удосконалення маркетингових стратегій). На відміну від традиційних методів організації туризму, інновації забезпечують якісно новий рівень взаємодії між туристом, підприємством та DESTINACIЄЮ, створюючи унікальний туристичний досвід [5].

Сучасний розвиток туристичної індустрії визначається цифровізацією та впровадженням технологічних інновацій, які змінюють структуру туристичного продукту та способи його споживання. Найбільш актуальними напрямками є: цифровізація туристичних послуг (використання онлайн-платформ, мобільних додатків і big data для персоналізації досвіду, як у Booking.com чи Airbnb); віртуальні та інтерактивні екскурсії, що набули поширення під час пандемії COVID-19 і залишаються затребуваними (наприклад, Google Arts & Culture, інтерактивні тури галереї Уффіці); гейміфікація туристичного досвіду через квести та інтерактивні маршрути (Вроцлав, Лондон, Київ, Львів); AR- і VR-технології, що дозволяють занурити туриста в історико-культурний простір (TimeLooper у Римі, Revivre Notre-Dame у Парижі, AR-маршрути у Львові та Києві).

Зазначені інновації не лише розширюють можливості екскурсійної діяльності, а й трансформують бізнес-моделі туристичних підприємств, підвищуючи їхню гнучкість, клієнтоорієнтованість і конкурентоспроможність.

Інновації є ключовим чинником формування конкурентоспроможності туристичних DESTINACIЙ. По-перше, вони підвищують привабливість туристичного продукту завдяки створенню унікальних і різноманітних пропозицій, орієнтованих на різні сегменти ринку. По-друге, впровадження інноваційних технологій сприяє оптимізації уп-

равління туристичними потоками, підвищенню якості обслуговування та забезпеченню сталого розвитку територій. Потрете, інновації створюють можливості для міжсекторальної інтеграції – туризм взаємодіє з культурною сферою, освітою, креативними індустріями та ІТ-сектором, що формує синергетичний ефект.

Завдяки інноваціям DESTINATION отримують змогу не лише утримувати існуючі позиції на внутрішньому та зовнішньому ринку, а й виходити на нові ринкові ніші. Використання цифрових інструментів та інтерактивних технологій забезпечує високий рівень клієнтоорієнтованості, формує позитивний імідж території та сприяє довгостроковій конкурентоспроможності.

Екскурсійна діяльність виступає одним із найважливіших компонентів туристичного продукту, оскільки саме вона забезпечує його смислове та емоційне наповнення. У сучасних умовах зростаючої конкуренції на світовому туристичному ринку екскурсії виконують функцію диференціації туристичної пропозиції, формуючи унікальний досвід для відвідувачів. Завдяки екскурсіям DESTINATION набуває індивідуальних рис, які неможливо відтворити в іншому місці, що значною мірою підвищує її конкурентоспроможність. Екскурсії інтегрують пізнавальний, розважальний та комунікативний аспекти, перетворюючи подорож на багатовимірний соціокультурний феномен.

У контексті інноваційного розвитку туристичної індустрії зростає значення нетрадиційних форматів екскурсій, орієнтованих на активну участь туриста, інтерактивність і застосування цифрових технологій, до найбільш поширених належать:

1. Квест-тури поєднують екскурсійну інформацію з ігровими механіками та завданнями, сприяючи підвищенню залученості та створенню яскравих емоційних вражень, наприклад, у Празі компанія Quest in Tour пропонує тематичні маршрути, такі як «Місто пива» та «Старе місто», де учасники розв'язують загадки та виконують завдання, досліджуючи історичні місця міста.

2. Тематичні маршрути, побудовані навколо певної концепції (історичної, мистецької, гастрономічної тощо), дозволяють глибше зануритися в культурний контекст

DESTINATION. Рада Європи підтримує 49 культурних маршрутів, серед яких «Шлях святого Якова», «Ганзейський шлях» та «Вікінгський маршрут», що сприяють збереженню та популяризації культурної спадщини Європи.

3. Мультимедійні екскурсії використовують аудіо-, відео- та інтерактивний контент для розширення інформаційного поля туриста. У Сан-Дієго зоопарку відвідувачі можуть здійснити віртуальні сафари, використовуючи VR-окуляри, що дозволяє їм спостерігати за тваринами в їхньому природному середовищі.

4. Віртуальні екскурсії, створені на основі технологій VR і AR, забезпечують «ефект присутності» та дозволяють відтворювати недоступні або втрачені об'єкти культурної спадщини, наприклад, додаток Chronos для смартфонів дозволяє користувачам візуалізувати, як виглядали стародавні пам'ятки, такі як Афінський Акрополь, за допомогою доповненої реальності [10].

Ці інноваційні формати екскурсій перетворюють традиційні туристичні продукти на інтерактивні та емоційно насичені досвіди, що відповідають сучасним вимогам туристів та сприяють сталому розвитку туристичної індустрії.

Інноваційні екскурсії мають комплексну цінність для суспільства та економіки: культурно вони сприяють збереженню й популяризації спадщини та зміцненню локальної ідентичності; освітньо – поширюють знання, розвивають критичне мислення й міжкультурну комунікацію; економічно – стимулюють туристичний потік, розвиток малого й середнього бізнесу, створюють робочі місця та підвищують доходи від туристичної діяльності [15].

Отже, екскурсійна діяльність у її інноваційних формах виступає не лише засобом задоволення потреб туристів, а й чинником сталого розвитку туризму, що поєднує соціокультурні та економічні результати.

Впровадження інновацій у сфері екскурсійної діяльності стикається з низкою бар'єрів, серед яких фінансові обмеження, технічні складнощі, недостатня кваліфікація кадрів та консервативні підходи до організації екскурсій (виклики та перспективи інтеграції інновацій у сферу екскурсійної діяль-

ності наведені на рис. 2). Водночас інтеграція інноваційних екскурсій у стратегії розвитку туристичної індустрії відкриває значні перспективи підвищення конкурентоспроможності дестинацій, формування унікального туристичного продукту та забезпечення комплексного культурного й освітнього розвитку територій.

Перспективним напрямом є міжсекторальна інтеграція, яка передбачає синергію культурних, освітніх та креативних індустрій. Такі поєднання створюють додану вартість туристичного продукту та сприяють комплексному розвитку територій. Наприклад, екскурсії можуть стати частиною освітніх програм, театралізованих подій або культурних фестивалів.



Рис. 2. Виклики та перспективи інтеграції інновацій у сферу екскурсійної діяльності
Джерело: сформовано авторами

Особливу увагу сьогодні приділяють тематичним і інклюзивним маршрутам, які враховують потреби різних соціальних та вікових груп, включаючи людей з інвалідністю. Це сприяє формуванню соціально орієнтованого туризму, який відповідає принципам доступності й рівності.

Також важливою є роль цифрового маркетингу та аналітики, які дають змогу відстежувати поведінку споживачів, оперативно коригувати маршрути, формувати персоналізовані пропозиції на основі аналізу даних та вподобань туристів.

Хоча екскурсійна діяльність сьогодні стикається з низкою серйозних бар'єрів на шляху до інновацій, її трансформація є не лише бажаною, а й необхідною умовою конкурентоспроможності туристичної галузі загалом. Системне подолання викликів дозволить розкрити потенціал екскурсій як

інструменту культурного збагачення, соціальної інтеграції та економічного розвитку.

Інноваційні підходи до організації екскурсійної діяльності вже сьогодні демонструють високу ефективність у різних країнах світу, дозволяючи туристам отримувати глибокий культурний, освітній та емоційний досвід. У міжнародній практиці помітним прикладом є Нідерланди, зокрема місто Амстердам, де реалізовано проєкт «Amsterdam VR Experience». Цей проєкт поєднує віртуальні екскурсії по історичних каналах міста з інтерактивними завданнями, що сприяє активній участі туристів та формує нові враження від знайомства з культурною спадщиною.

Схожі інноваційні рішення застосовуються у США. Так, у Вашингтоні, музей Смітсонівської інституції пропонує мультимедійні екскурсії з використанням AR-додатків, які дозволяють відвідувачам бачи-

ти історичні реконструкції та анімаційні моделі експонатів, поєднуючи навчальний та розважальний аспекти подорожі. У Японії, в місті Кіото, впроваджено квест-тури по історичних кварталах, де відвідувачі виконують завдання, що розкривають традиції та культуру регіону, що стимулює пізнавальний інтерес та активну взаємодію з довкіллям.

Український досвід демонструє подібні тенденції інноваційного розвитку екскурсій. У Львові створено інтерактивний «Львівський квест-тур», де учасники за допомогою мобільного додатку розгадують загадки та знайомляться з історичними пам'ятками міста, поєднуючи освітню та розважальну функції екскурсії. У Києві реалізовано проєкт VR-екскурсії по Софійській площі, що дає змогу відчути історичний розвиток архітектури міста від середньовіччя до сучасності. У Кам'янці-Подільському успішно впроваджено тематичні маршрути «Середньовічне місто», які інтегрують театралізовані екскурсії з аудіо- та відеоконтентом, підсилюючи емоційне сприйняття історії.

Таким чином, наведені приклади свідчать, що інноваційні формати екскурсій суттєво підвищують культурну, освітню та економічну цінність туристичного продукту. Вони сприяють формуванню конкурентоспроможності дестинацій, розширенню туристичних можливостей та розвитку туристичної індустрії в цілому, демонструючи перспективність інтеграції інновацій у екскурсійну діяльність на національному та міжнародному рівнях.

Висновки. Після ковідного періоду та запровадження воєнного стану значення інновацій у сфері екскурсійної та туристичної діяльності стало критично важливим. Стабільність доходів суб'єктів екскурсійної діяльності у довоєнний період, обмеженість традиційних підходів та коливання туристичного попиту підкреслюють необхідність цифровізації, впровадження інтерактивних та віртуальних форматів, адаптивних маршрутів і нових сервісів. Інновації виступають ключовим механізмом забезпечення стійкості, конкурентоспроможності та подальшого розвитку туристичної індустрії, дозволяючи оперативно реагувати на кризові виклики, розширювати спектр послуг та формувати сучасний туристичний продукт.

Література

1. Багрій М.В., Кушнір Л.П., Терлецька О.В. Трансформація ринку екскурсійних послуг України в період воєнного стану (на прикладі Львова). *Економіка та суспільство*. 2024. № 63. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-133>
2. Білецький М., Котик Л. Територіальні відмінності розвитку екскурсійного туризму в Україні. Сучасні вектори розвитку туризму: тенденції та перспективи країн Європейського регіону: міжнародна монографія. Тернопіль, 2020. С. 38-74.
3. Загорянська О.Л. Екскурсійна діяльність як перспективний напрям розвитку туристичної галузі. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2020. № 3(282). С. 72-76. <https://www.doi.org/10.31891/2307-5740-2020-282-3-13>
4. Кішук А.Р., Зігунова І.С. Інновації в екскурсійній діяльності. Індустрія туризму та гостинності: досвід, проблеми, перспективи : матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції, (м. Суми, 8-9 червня 2022). Редкол.: Ю.О. Лянной, О.Ю. Кудріна, О.М. Семеніхіна та ін.; МОН України, Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка. Суми: ФОП Цьома С.П., 2022. С. 25-30. URL: <https://repository.sspu.edu.ua/handle/123456789/15488>
5. Круковська О.В., Батрак, М.М. Інноваційні технології як фактор підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств. *Здобутки економіки: перспективи та інновації*. 2024. № 13. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14603791>
6. Лисюк Т., Терещук О., Демчук О. Екскурсійна діяльність у Волинській області в умовах пандемії. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2021. № 7. С. 73-80. <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2021.7.9>.
7. Олійник В. Сучасний стан та перспективи розвитку екскурсійного туризму. *Науковий вісник Чернівецького університету: Географія*. 2024. № 845. С. 5-11. <https://doi.org/10.31861/geo.2023.845.5-11>.
8. Цимбалюк А.М., Зігунова І.С. Віртуальні екскурсії як інноваційна форма екскурсійної діяльності в період пандемії. Індустрія туризму та гостинності: досвід, проблеми, перспективи. Суми. 2021. С. 22-26.
9. Туристичний барометр України 2021-2022. Національна туристична організація України. URL: <https://drive.google.com/file/d/1yPpcusy2Ev7R3cQP2gb97RyG1wyLiaM/view>.
10. Bursuk I. Top 9 Travel Trends & Innovations in 2025. URL: <https://www.startus-insights.com/innovators-guide/travel-trends-innovation/>
11. Ilieva L., Petrova M., Todorova L. Application of technological innovations in the tourism industry. *International Conference on Sustainable, Circular Management and Environmental Engineering*. 2023. Vol. 408. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202340801003/>
12. Ismailov T., Ilieva L., Todorova L., Marinov M. Implementing Innovations That Provide Sustainable Solutions in the Tourism Sector. *Revista De Gestão – RGSA*. 2024. № 18(11). e09246. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n11-006>.

13. Starynets O., Shestel O., Matviichuk L. New trends in the formation of excursions in Ukraine. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2023. № 3 (9). P. 66-70. DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.3\(9\).2023.11](https://doi.org/10.32782/2708-4949.3(9).2023.11)

14. Zvaigzne A., Mietule I., Kotane I., Sprudzane S. Digital innovations in tourism: the perceptions of stakeholders. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. 2023. Vol.15. P. 528-537/ DOI:10.1108/WHATT-06-2023-0080/

15. WTA. The Report on World Tourism Innovation Development (2021-2022). 2023. Tourism Research Center: Chinese Academy of Social Sciences.

References

1. Bahrii, M.V., Kushnir, L.P., & Terletska, O.V. (2024). Transformatsiia rynku ekskursionykh posluh Ukrainy v period voiennoho stanu (na prykladi Lvova). *Ekonomika ta suspilstvo*, (63). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-133>.

2. Biletskyi, M., & Kotyk, L. (2020). Terytorialni vidminnosti rozvytku ekskursionoho turizmu v Ukraini. Suchasni vektory rozvytku turizmu: tendentsii ta perspektyvy krain Yevropeiskoho rehionu: mizhnarodna monohrafiia. Ternopil. (pp. 38-74).

3. Zahorianska, O.L. (2020). Ekskursiina diialnist yak perspektyvnyi napriam rozvytku turystychnoi haluzi Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu, 3(282), 72-76. <https://www.doi.org/10.31891/2307-5740-2020-282-3-13>.

4. Kishchuk, A.R., & Zihunova, I.S. (2020). Innovatsii v ekskursionii diialnosti. Proceedings from MIIM '22: IV Mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia «Industriia turizmu ta hostynnosti: dosvid, problemy, perspektyvy». (m. Sumy, 8–9 chervnia 2022). Yu.O. Lyannoy, O.Yu. Kudrina, O.M. Semenikhina «et. al.». MON Ukrainy, Sumskyy derzhavnyi pedahohichnyi universytet imeni A.S. Makarenka. Sumy: FOP Tsioma S.P. (pp. 25-30). URL: <https://repository.sspu.edu.ua/handle/123456789/15488>

5. Krukovska, O.V., Batrak, M.M. (2024). Innovatsiini tekhnolohii yak faktor pidvyshchennia konkurentospromozhnosti turystychnykh pidpriemstv. *Zdobutky ekonomiky: perspektyvy ta innovatsiyyi*, (13). <https://doi.org/10.5281/zenodo.14603791>.

6. Lysyuk, T., Tereshchuk, O., Demchuk, O. (2021). Ekskursiina diialnist u Volynskii oblasti v umovakh pandemii. *Tavriyskyi naukovyi visnyk. Seriya: Ekonomika*. (7), 73-80. <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2021.7.9>.

7. Oliynyk, V. (2024). Suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku ekskursionoho turizmu. *Naukovyy visnyk Chernivets'koho universytetu: Heohrafiya*. (845), 5-11. <https://doi.org/10.31861/geo.2023.845.5-11>.

8. Tsymbalyuk, A.M., & Zigunova, I.S. (2021). Virtualni ekskursiony yak innovatsiina forma ekskursionoi diialnosti v period pandemii. *Industriia turizmu ta hostynnosti: dosvid, problemy, perspektyvy*. Sumy. (pp. 22-26).

9. Turystychnyi barometr Ukrainy 2021-2022. Natsionalna turystychna orhanizatsiia Ukrainy. Retrieved from <https://drive.google.com/file/d/1yPpcusyi2Ev7R3cQP2gb97RyG1wyLiaM/view>.

10. Bursuk, I. Top 9 Travel Trends & Innovations in 2025. URL: <https://www.startus-insights.com/innovators-guide/travel-trends-innovation/>

11. Ilieva, L., Petrova, M., & Todorova, L. (2023). Application of technological innovations in the tourism industry. Proceedings from MIIM '23: *International Conference on Sustainable, Circular Management and Environmental Engineering*. Vol. 408. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202340801003/>

12. Ismailov, T., Ilieva, L., Todorova, L., & Marinov, M. (2024). Implementing Innovations That Provide Sustainable Solutions in the Tourism Sector. *Revista De Gestão – RGSA*, 18(11), e09246. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n11-006>.

13. Starynets, O., Shestel, O., & Matviichuk, L. (2023). New trends in the formation of excursions in Ukraine. *Innovatsii ta tekhnolohii v sferi posluh i kharchuvannia*, 3(9), 66-70. DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.3\(9\).2023.11](https://doi.org/10.32782/2708-4949.3(9).2023.11).

14. Zvaigzne, A., Mietule, I., Kotane, I., & Sprudzane, S. (2023). Digital innovations in tourism: the perceptions of stakeholders. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, Vol.15, pp. 528-537. DOI:10.1108/WHATT-06-2023-0080/

15. WTA. The Report on World Tourism Innovation Development (2021-2022). 2023. Tourism Research Center: Chinese Academy of Social Sciences.

IMPORTANCE OF EXCURSION ACTIVITIES IN THE INNOVATIVE DEVELOPMENT OF TOURISM INDUSTRY

T. V. Herasymenko, Ph. D (Geologic.), Associate Professor, N. A. Horbatiuk, Applicant, M. S. Napadailo, Applicant, Dnipro University of Technology

Methods. The research results were obtained by applying the following methods: abstraction – to determine the essence and place of excursions in the structure of the tourist product; analysis – when evaluating the activities of economic entities engaged in excursion activities and determining the directions of their development; grouping – to systematize non-traditional excursion formats focused on the active participation of tourists, interactivity and the use of digital technologies; generalization – when determining the challenges and prospects for integrating innovations into the field of excursion activities.

Results. The need to introduce innovative approaches to excursion activities, including digitalization, interactive and virtual formats, is substantiated, which is especially relevant in the context of the pandemic and military events. Innovations increase the attractiveness of the tourist product, optimize the management of tourist flows and ensure sustainable development of territories. Their role in the intersectoral integration of tourism with culture, education, creative industries and the IT sector is determined. The importance of non-traditional excursion formats focused on the active participation of tourists and the use of digital technologies is emphasized. Key challenges and prospects for integrating innovations into the field of excursion activities are identified.

Novelty. Prospects for the development of excursion activities in Ukraine in the context of innovative development of the tourism industry are established through a comprehensive analysis of key factors, including the use of digital technologies, interactive and virtual excursion formats, as well as the introduction of non-traditional approaches focused on the active participation of tourists. The role of innovations in increasing the attractiveness of tourism products, optimizing the management of tourist flows and forming competitive destinations is highlighted. The importance of intersectoral integration of tourism with cultural, educational and creative spheres is emphasized to create a synergistic effect and ensure sustainable development of regions.

Practical value. The results of the study can serve as the basis for developing strategic programs for introducing innovations in excursion activities, digitalization of tourist services and creation of interactive and virtual excursion formats. They will contribute to increasing the competitiveness of tourist destinations, optimizing the management of tourist flows and integrating tourism with the cultural, educational and creative spheres, which will ensure the comprehensive development of regions.

Keywords: excursion activities, innovations in tourism, development prospects, competitiveness of destinations, intersectoral integration, regional development.

Стаття надійшла до редакції 09.10.25 р.

Прийнята до публікації 26.10.25 р.

Дата публікації 26.12.25 р.