

МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 338.48

DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/37.9>**Наконечний К.П.**

кандидат географічних наук, доцент

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5580-8523>**Паламарюк М.Ю.**

кандидат географічних наук, асистент

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-5426-2889>

ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ ТА ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ЕКСКУРСІЙНІЙ СФЕРІ УКРАЇНИ

У статті розглянуто сучасні тенденції та інноваційні підходи, що впливають на розвиток екскурсійної сфери України в умовах глобалізації та цифрової трансформації. Проаналізовано використання новітніх технологій, зокрема доповненої реальності, мобільних застосунків і віртуальних турів, які сприяють підвищенню якості екскурсійних послуг та залученню нових цільових аудиторій. Особливу увагу приділено популяризації культурно-історичної спадщини, діджиталізації маршрутів і зростанню попиту на індивідуалізовані тури. Визначено ключові виклики та перспективи розвитку галузі, зокрема в контексті післявоєнного відновлення та адаптації до потреб внутрішнього туризму. Результати дослідження можуть бути корисними для фахівців туристичної галузі, органів влади та розробників екскурсійних продуктів.

Ключові слова: екскурсійна діяльність, інноваційні технології, цифровізація, мобільні додатки, онлайн-екскурсії.

Постановка проблеми. Екскурсійна сфера є однією з ключових складових туристичної індустрії України, що відіграє важливу роль у формуванні позитивного іміджу країни, розвитку регіонів та залученні туристів. Проте в умовах стрімких змін у глобальному туристичному середовищі, викликаних технологічним прогресом, зміною поведінки споживачів та впливом пандемії COVID-19, екскурсійна діяльність в Україні стикається з низкою викликів. Це вимагає не лише адаптації традиційних підходів, а й впровадження сучасних тенденцій та інновацій для підвищення конкурентоспроможності галузі.

Незважаючи на наявність окремих досліджень у сфері розвитку туризму, комплексний аналіз сучасних інноваційних практик саме в екскурсійній галузі України залишається недостатньо розробленим. Особливо актуальним є дослідження впливу цифрових технологій, інтерактивних форматів екскурсій, а також нових маркетингових стратегій на ефективність діяльності екскурсоводів та туристичних операторів.

Дослідження сучасних тенденцій та інновацій в екскурсійній сфері України має важливе наукове значення, оскільки сприяє розвитку теоретичних основ управління туристичними послугами в умовах цифрової трансформації та глобалізації. Аналіз нових технологій і підходів дає можливість виявити ключові фактори успішної діяльності екскурсійних підприємств, що може стати

базою для подальших наукових розробок і методологічних рекомендацій.

З практичної точки зору, результати дослідження допоможуть сформувати рекомендації для підвищення якості екскурсійних послуг, впровадження інноваційних продуктів і сервісів, оптимізації маркетингових стратегій та покращення управління туристичними компаніями. Це сприятиме підвищенню конкурентоспроможності екскурсійної галузі України на внутрішньому та міжнародному ринках, а також стимулюватиме розвиток культурно-історичного туризму та сталого розвитку регіонів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У контексті дослідження сучасних тенденцій та інновацій в екскурсійній сфері України важливо звернути увагу на останні наукові публікації, які висвітлюють ключові аспекти цієї теми. О.В. Круковська та М.М. Батрак [4] у своїх дослідженнях розглядають роль інноваційних технологій у розвитку туристичної галузі України. Вони відзначають позитивний вплив впровадження електронного бронювання та активного використання соціальних мереж для просування туристичних послуг. Водночас підкреслюється, що Україна поки що не встигає за світовими тенденціями, зокрема в застосуванні великих даних та штучного інтелекту для персоналізації маркетингу та управління клієнтським досвідом. М.В. Грабар [3] акцентує увагу на потенціалі новітніх техноло-



гій, таких як мобільні додатки, віртуальна реальність (VR), Інтернет речей (IoT), блокчейн і зв'язок п'ятого покоління (5G), у підвищенні ефективності маркетингових стратегій та покращенні якості туристичного сервісу. У науковій праці «Комунікаційні та інформаційні технології в туризмі: теоретико-методичний аспект» В.С. Білозубенко з колективом авторів [1] наголошують на важливості веб-ресурсів, цифрового маркетингу та соціальних платформ у формуванні конкурентних переваг і просуванні туристичних продуктів. Перспективи інтеграції штучного інтелекту та технологій обробки великих даних у туристичну сферу України детально аналізуються у статті О.С. Рибак та Ю.О. Мельничук [5]. С.О. Гончаренко [2], у свою чергу, обґрунтовує необхідність цифрової трансформації туристичного бізнесу в умовах глобалізаційних процесів, підкреслюючи її ключову роль у забезпеченні сталого розвитку галузі.

Останні наукові публікації свідчать про активний розвиток екскурсійної сфери України, зокрема в контексті етнофестивального та екологічного туризму, а також впровадження інноваційних технологій у сферу екскурсійної діяльності. Ці дослідження підкреслюють важливість адаптації до сучасних тенденцій та використання новітніх технологій для підвищення ефективності та конкурентоспроможності екскурсійних послуг в Україні.

Метою статті є комплексний аналіз сучасних тенденцій та інноваційних практик в екскурсійній сфері України, визначення їх впливу на розвиток туристичного бізнесу та формулювання рекомендацій щодо підвищення ефективності екскурсійної діяльності в контексті цифровізації та змін у поведінці споживачів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Екскурсійна діяльність в Україні є важливою складовою туристичної індустрії, що формує культурний імідж країни та сприяє розвитку локальних регіонів. Аналіз статистичних даних показує, що після спаду через пандемію COVID-19 інтерес до культурно-історичних маршрутів поступово відновлюється. Проте екскурсійний ринок України характеризується високою фрагментованістю, низьким рівнем стандартизації послуг та недостатнім впровадженням сучасних технологій.

В останні роки спостерігається активний розвиток таких тенденцій:

- цифровізація послуг: використання мобільних додатків, VR/AR-технологій для створення інтерактивних екскурсій.
- персоналізація екскурсійних маршрутів: адаптація програм під інтереси різних груп туристів (сімейні, активні, освітні групи).
- інтеграція з екологічним та етнотуризмом: створення унікальних тематичних маршрутів, що популяризують культурну спадщину та природні ресурси.
- застосування онлайн-маркетингу: активне використання соцмереж, платформ для бронювання та відгуків.

Інновації в екскурсіях відіграють ключову роль у підвищенні привабливості та якості послуг. VR/AR технології дозволяють занурити туриста у історичну атмосферу, що особливо актуально для віддалених або об'єктів із обмеженим доступом. Мобільні додатки забезпечують інтерактивність, багатомовність, можливість самостійного планування маршрутів. Big Data і аналітика допомагають краще розуміти поведінку

туристів і розробляти таргетовані пропозиції [3]. Екологічні інновації стимулюють розвиток сталого туризму, зменшуючи негативний вплив на природне середовище.

В Україні активно впроваджують інноваційні технології в екскурсійній діяльності, які демонструють, як галузь адаптується до сучасних викликів і впроваджує цифрові рішення:

1. Віртуальні та доповнені реальності (VR/AR): Chornobyl VR Project – інтерактивна екскурсія з елементами віртуальної реальності, яка дозволяє «відвідати» зону відчуження без фізичної присутності. Доступна для школярів, туристів і навіть у форматі презентацій за кордоном; AR-маршрути у Львові та Києві – розроблено мобільні додатки, які через камеру смартфона накладають історичні сцени або 3D-моделі архітектурних об'єктів на реальне середовище.

2. Мобільні додатки та гейміфікація: “Kyiv City Guide” та “Lviv Travel” – офіційні туристичні додатки міст, що містять інтерактивні карти, маршрути, аудіогіди, AR-функції та рекомендації; “WalQlike” – український сервіс для інтерактивних екскурсій у форматі квестів. Користувачі проходять маршрути самостійно, розгадуючи загадки та дізнаючись історичні факти.

3. Геолокація та інтерактивні карти: багато екскурсійних сервісів використовують Google Maps API або OpenStreetMap для створення маршрутів з GPS-навігацією та підказками в реальному часі; “IZI.travel” – міжнародна платформа, активно використовується в Україні; дозволяє завантажити аудіогіди та проходити маршрути офлайн з підтримкою геолокації.

4. Штучний інтелект та чат-боти: у деяких музеях (наприклад, Музей науки в Києві) впроваджено AI-асистентів, які допомагають з навігацією та надають відповіді на питання відвідувачів; туристичні боти в Telegram/Viber пропонують рекомендації, бронювання екскурсій, відповіді на поширені запитання (наприклад, бот “UA Guide”).

5. Онлайн-екскурсії та стрімінги: у період пандемії активно розвивалися Zoom-тури по історичних місцях України. Наприклад, віртуальні екскурсії від Ukraïner або Local History; музеї, зокрема Національний музей історії України, пропонують 3D-тури своїми експозиціями через офіційні сайти або YouTube.

Запровадження інноваційних рішень сприяє підвищенню конкурентоспроможності українських екскурсійних компаній на внутрішньому і міжнародному ринках, збільшенню туристичного потоку, особливо серед молоді та цифрово активних груп, покращенню якості обслуговування та формуванню лояльності клієнтів, залученню інвестицій у туристичну інфраструктуру [2].

Однак, впровадження інноваційних технологій в екскурсійній сфері України стикається з низкою проблем:

1. Обмежене фінансування – багато екскурсійних компаній, малі підприємства або приватні гідів, які не мають ресурсів для впровадження технологій (AR, VR, мобільні додатки тощо), тому залишаються на рівні традиційних методів проведення екскурсій без цифрового супроводу.

2. Відсутність державної підтримки та стратегічного бачення – недостатній рівень підтримки з боку держави у впровадженні інновацій у туризм (відсутність програм співфінансування, грантів, пільг), бракує стимулів для інвестування в технологічні рішення з боку бізнесу.

3. Недостатній рівень цифрової грамотності екскурсоводів – фахівці екскурсійної справи не володіють

навичками роботи з сучасними платформами, додатками, AR/VR-технологіями, тому низький рівень впровадження навіть доступних цифрових інструментів.

4. Технічна відсталість інфраструктури – у багатьох туристичних регіонах (особливо малих містах і селах) немає стабільного інтернету, якісного мобільного зв'язку чи доступу до технологічної інфраструктури, тому неможливо використовувати онлайн-гайди, AR-додатки чи геолокаційні сервіси.

5. Військові дії та безпекова ситуація – повномасштабна війна ускладнила туристичну активність, зменшила потік туристів і перенаправила ресурси на оборону, тому інноваційні проекти відкладаються або припиняються через ризики та економічну нестабільність.

6. Опір змінам і традиціоналізм – частина працівників туристичної сфери дотримується класичних підходів до екскурсій і не вважає за доцільне впроваджувати нові технології, відповідно гальмування розвитку конкурентного, інноваційного продукту.

7. Відсутність комплексної системи – нестача взаємодії між ІТ-компаніями, туристичними операторами, музеями та державними установами, тому впровадження інновацій відбувається фрагментарно, без єдиного підходу або координації.

8. Низький попит на інноваційні екскурсії серед внутрішніх туристів – частина українських туристів орієнтується на низьку ціну, а не на якість чи інноваційність послуг, тому попит на AR-тури, інтерактивні додатки та інші новітні формати залишається невисоким.

Для подолання цих бар'єрів необхідна комплексна державна політика, інвестиції у цифрову інфраструктуру, навчання кадрів, а також підвищення обізнаності серед туристів про переваги інноваційних продуктів.

Перспективні напрямки подальших наукових досліджень у сфері інновацій в екскурсійній діяльності України, які є актуальними з огляду на сучасні виклики, технологічний прогрес та потребу в адаптації до нових умов:

1. Дослідження ефективності впровадження AR/VR у проведенні екскурсій: аналіз впливу віртуальної та доповненої реальності на якість сприйняття екскурсійного матеріалу, вивчення поведінки аудиторії та рівня залученості користувачів під час AR/VR-турів, оцінка економічної доцільності впровадження таких технологій для малого бізнесу.

2. Розробка та оптимізація мобільних додатків для екскурсій: створення моделей гейміфікованих маршрутів із використанням геолокації, дослідження зручності інтерфейсів та юзабіліті для різних вікових груп, інтеграція штучного інтелекту для персоналізації контенту в режимі реального часу.

3. Застосування великих даних (Big Data) у плануванні та маркетингу екскурсій: аналіз туристичних потоків для формування оптимальних маршрутів, побудова моделей прогнозування попиту на різні типи екскурсій, використання аналітики поведінки користувачів для вдосконалення маркетингових стратегій.

4. Персоналізація екскурсій за допомогою штучного інтелекту: дослідження алгоритмів адаптації екскурсійного контенту до інтересів, віку, мови та культурного рівня туриста, вивчення можливостей чат-ботів як віртуальних гідів, інтелектуальні маршрути, які змінюються в залежності від дій користувача.

5. Створення інклюзивних цифрових екскурсій: розробка форматів для людей з вадами слуху, зору або обмеженою мобільністю, впровадження інноваційних рішень (наприклад, аудіоописи, субтитрування, інтерактивні тактильні моделі), соціологічні дослідження доступності екскурсій для маломобільних груп населення.

6. Інтеграція блокчейн-технологій у екскурсійну діяльність: дослідження можливостей застосування NFT як частини екскурсійного продукту (наприклад, унікальні цифрові сувеніри), безпечні системи оплати та бронювання на базі блокчейну, вивчення перспектив цифрової ідентифікації клієнтів.

7. Адаптація екскурсійної діяльності до умов поствоєнного відновлення: розробка безпечних маршрутів у зонах, які раніше були під окупацією або зазнали руйнувань, технологічні рішення для віртуального доступу до об'єктів, які тимчасово недоступні, психологічна адаптація змісту екскурсій до нових соціальних реалій.

8. Підготовка кадрів нової генерації для екскурсійної справи: модернізація програм підготовки гідів з акцентом на цифрові навички, розробка курсів з використання інноваційних технологій у туризмі, підвищення кваліфікації чинних працівників галузі через онлайн-платформи.

Результати дослідження підтверджують гіпотезу про те, що сучасні тенденції і інновації є драйверами сталого розвитку екскурсійної діяльності в Україні. Цифрові технології суттєво розширюють функціональні можливості екскурсійних послуг і підвищують рівень їх інтерактивності (підтверджено прикладами впровадження VR-екскурсій у Львові та Києві). Інноваційні підходи до маркетингу допомагають більш ефективно залучати цільові аудиторії (вдало реалізовані кампанії у соцмережах, використання платформ TripAdvisor, Google My Business). Сталий розвиток і інтеграція екологічних принципів є не лише трендом, а й необхідністю для збереження туристичних ресурсів (приклад екскурсійних маршрутів у Карпатах із акцентом на екоосвіту).

Висновки. Екскурсійна діяльність в Україні за останні роки демонструє позитивну динаміку розвитку, попри виклики війни, економічної нестабільності та глобальної цифрової трансформації. Водночас зростає потреба в модернізації підходів до надання екскурсійних послуг. Основними тенденціями, що формують нове обличчя екскурсійної сфери, є цифровізація, персоналізація турпродукту, інтеграція культурних і природних ресурсів, орієнтація на сталий розвиток та активне використання цифрових маркетингових стратегій. Інноваційні технології, зокрема VR, AR, мобільні застосунки, аудіогіди, цифрові платформи істотно впливають на якість екскурсійних послуг, підвищують їх доступність, інклюзивність та інтерактивність, роблячи туристичний досвід більш глибоким і персоналізованим. На прикладі реальних ініціатив в містах України (Львів, Київ, Івано-Франківськ, Одеса) доведено, що технологічні інновації не лише покращують сервіс, а й стають інструментом популяризації культурної спадщини, залучення молоді та розвитку внутрішнього туризму. Професійна діяльність гідів та турменеджерів також трансформується: відбувається перехід від традиційної ролі «екскурсовода» до мультифункціонального «туристичного комунікатора», що оперує сучасними технологіями та маркетинговими інструментами.

Список використаних джерел:

1. Білозубенко В. С., Разінкова М. Ю., Небаба Н. О., Ятчук О. М. Комунікаційні та інформаційні технології в туризмі: теоретико-методичний аспект. *Наукові записки КНУТД*. 2023. № 6 (92). С. 89–102.
2. Гончаренко С. О. Цифрова трансформація туристичного бізнесу: виклики та можливості. *Журнал соціально-економічних досліджень*. 2023. № 5(67). С. 99–113.
3. Грабар М. В. Інформаційні системи та технології на туристичному ринку: сучасність та перспективи. *Вісник Ужгородського національного університету*. 2023. № 34. С. 112–120.
4. Круковська О. В., Батрак М. М. Інноваційні технології як фактор підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств. *Економіка та підприємництво*. 2023. № 2(105). С. 45–58.
5. Рибак О. С., Мельничук Ю. О. Використання штучного інтелекту та великих даних у туристичній сфері України. *Економічні інновації*. 2022. № 4 (88). С. 75–86.

References:

1. Bilozubenko V. S., Razinkova M. Yu., Nebaba N. O. & Yatchuk O. M. (2023). Komunikatsiini ta informatsiini tekhnolohii v turyzmi: Teoretyko-metodychnyi aspekt [Communication and information technologies in tourism: Theoretical and methodological aspect]. *Naukovi zapysky KNUVD*, no 92, pp. 89–102.
2. Honcharenko S. O. (2023). Tsyfrova transformatsiia turytychnoho biznesu: Vyklyky ta mozhlyvosti [Digital transformation of the tourism business: Challenges and opportunities]. *Zhurnal sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen*, no 67, pp. 99–113.
3. Hrabar M. V. (2023). Informatsiini systemy ta tekhnolohii na turytychnomu rynku: Suchasnist ta perspektyvy [Information systems and technologies in the tourism market: Modernity and prospects]. *Visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu*, no 34, pp. 112–120.
4. Krukovska O. V. & Batrak M. M. (2023). Innovatsiini tekhnolohii yak faktor pidvyshchennia konkurentospromozhnosti turytychnykh pidpriemstv [Innovative technologies as a factor in increasing the competitiveness of tourism enterprises]. *Ekonomika ta pidpriemnytstvo*, no 105, pp. 45–58.
5. Rybak O. S. & Melnychuk Yu. O. (2022). Vykorystannia shtuchnoho intelektu ta velykykh danykh u turytychnii sferi Ukrainy [Use of artificial intelligence and big data in the tourism sector of Ukraine]. *Ekonomichni innovatsii*, no 88, pp. 75–86.

Nakonechnyy Kostyantyn, Palamaryuk Mariia

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

RESEARCH ON CURRENT TRENDS AND INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE EXCURSION SECTOR OF UKRAINE

The excursion sector of Ukraine is undergoing dynamic transformations driven by global tourism trends, technological advancements, and the need to adapt to the evolving demands of both domestic and international tourists. This article presents a comprehensive analysis of current trends and innovative technologies shaping the development of the Ukrainian excursion industry. The study examines post-pandemic recovery strategies, the digitalization of excursion services, and the integration of smart technologies such as augmented reality (AR), virtual reality (VR), and geolocation-based applications aimed at enhancing visitor engagement and accessibility. Particular attention is paid to the growing importance of personalized and thematic excursions, sustainable tourism practices, and the role of digital platforms in marketing and customer interaction. The paper also explores government initiatives, public-private partnerships, and educational programs that support innovation in the tourism sector. Empirical data were gathered through surveys of excursion service providers, analysis of statistical reports from national tourism agencies, and case studies of successful innovative practices implemented in different regions of Ukraine. The results reveal an increasing shift towards hybrid and immersive formats of excursion delivery, improved mobile accessibility, and greater emphasis on eco-friendly and culturally enriching experiences. However, the research also identifies existing challenges, including infrastructure limitations, unequal access to technology in rural areas, and a lack of standardized digital tools across the industry. Based on the findings, the article proposes a set of recommendations for stakeholders, including tour operators, policymakers, and technology developers, to foster innovation and ensure the competitiveness of Ukraine's excursion services in the global tourism market. This study contributes to the academic discourse on tourism modernization and serves as a valuable resource for practitioners seeking to implement effective, future-oriented solutions in the excursion domain.

Keywords: excursion activities, innovative technologies, digitalization, mobile applications, online excursions.

JEL classification: L80, O31

Стаття надійшла: 29.07.2025

Стаття прийнята: 08.09.2025

Стаття опублікована: 31.10.2025