DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-10-74-71>

УДК 338.48-32(045)

Нікітенко Н.Е.

Вінницький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

РОЗРОБКА ЕКСКУРСІЙНОГО МАРШРУТУ В СЕГМЕНТІ В'ЇЗНОГО ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

Анотація. У статті проведено теоретичний аналіз проблем внутрішнього в'їзного туризму і намічені шляхи його вдосконалення. Розглянуто теоретичні основи розробки екскурсійного маршруту. Чітка структура проблем у розвитку в'їзного пізнавального туризму дозволяє побачити всі недоліки і підібрати шляхи до їх вирішення. Відмітимо, що культурно-пізнавальний туризм є найбільш популярним і перспективним з усіх видів туризму 21 століття, використовуючи досягнення минулих років, він допомагає встановити взаєморозуміння між людьми, виховує повагу до розмаїття культур і підвищує інтелектуальний і духовний рівень українського населення. Культурно-пізнавальний туризм на сьогоднішній день є одним з найпоширеніших типів туризму.

Ключові слова: пізнавальний туризм, внутрішній туризм, в'їзний туризм, екскурсії, маршрут.

Nikitenko Nataliia

Vinnitsa Trade and Economic Institute of
Kyiv National University of Trade and Economics

FEATURES OF IMMEDIATE TOURIST TOURISM

Summary. The article provides a theoretical analysis of the main problems of inbound tourism and outlines ways to improve it. The theoretical foundations of the development of the excursion route are considered. A clear structure of the problems in the development of inbound cognitive tourism allows you to see all the shortcomings and find ways to solve them. Cultural tourism is the most popular and promising of all types of tourism of the 21st century, using the achievements of past years, it helps to establish mutual understanding between people, fosters respect for the diversity of cultures and increases the intellectual and spiritual level of the population. Cultural tourism is today one of the most common types of tourism. People interested in culture, attractions, and the history of various regions make this type of tourism more and more popular. During excursions, a person receives more accurate and detailed information about what interests him. Nowadays, people travel more and more, trying to know our world. Cultural tourism provides us with answers to many questions, such as historical, geographical, cultural, religious and many others. Cultural and educational tourism gives us answers to many questions, such as historical, geographical, cultural, religious and many more. There is another very important aspect in this matter – it is a matter of education and upbringing. At present, the problem of finding a national idea is extremely acute. In our time, new approaches to ideology, the development of cognitive tourism is becoming necessary in the education of the younger generation. The population of Ukraine should have access to the cultural values of the country without sacrificing its wallet. That is why the development of cultural and cognitive tourism in Ukraine is especially relevant right now.

Keywords: informative tourism, domestic tourism, inbound tourism, excursions, route.

Постановка проблеми. Культурно-пізнавальний туризм є одним з основних видів туризму в сучасній індустрії відпочинку. Під культурно-пізнавальним туризмом розуміються різні види подорожей, які відповідають потребам духовного освоєння і духовного привласнення культури світу через його відвідування, безпосереднє осягнення і переживання в різних місцях і протікають у формі організованого відпочинку та екскурсійної діяльності.

У культурно-пізнавальному туризмі особисто побачене стає для мандрівника особистим надбанням, приналежністю думки та почуттів. Завдяки екскурсіям і знайомству з культурою інших країн і народів розширюється кругозір туриста, і змінюються горизонти його сприйняття світу і культури.

Основне завдання культурно-пізнавального туризму полягає в тому, щоб підвищити культурний рівень людей під час подорожі, задовольнити їх потреби в осягненні нового, відкриття культурно-історичних цінностей інших країн.

Сучасний ринок культурно-пізнавального туризму дуже широкий. Він залежить не від віко-

вої приналежності туристів, а тільки від кола їх інтересів. Цікавити людину може багато, а особливо щось незвичне і незвичайне, що раніше не бачене і невідоме

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Актуальними, з огляду на тему дослідження, є праці як зарубіжних, так і вітчизняних дослідників: А. Аветисової, І. Бланка, В. Герасименка, Н. Кабушкіна, Г. Карпової, В. Карсекіна, В. Квартальнова, Л. Малюк, Г. Папірян, С. Поповича, В. Сеніна, Дж. Уокера, А. Чудновського та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. В останні десятиліття збільшується внесок культури і туризму в економічний і соціальний розвиток окремих країн. Посилюється взаємозв'язок і взаємовплив культури і туризму, що створює додаткові стимули для розвитку кожної з галузей і, таким чином, забезпечують зростання загального позитивного ефекту.

Цілі статті – теоретично дослідити розробку екскурсійного маршруту в сегменті в'їзного пізнавального туризму.

Виклад основного матеріалу. За допомогою новітніх технологій за останній час були розро-

блені віртуальні екскурсії різної тематики, екстремальні тури, квест-тури, мультимедійні програми та інші нові форми екскурсійного продукту.

Фахівці турбізнесу виділяють кілька основних класифікаційних ознак інновацій в туристичній діяльності на сучасному етапі:

1. Походження ідеї (попит потенційних туристів, нові наукові і технічні відкриття).

2. Форма інновації (туристичний продукт, туристичні послуги, зміни в інфраструктурі гостинності).

3. Масштаб поширення (область, край, регіон, країна, континент, світова система).

4. Капіталомісткість (велика, середня, незначна).

Інновації в туризмі – це комплексні культурні дозвільні заходи, що охоплюють новий компонент, та передбачають нову форму проведення і формують попит на новий продукт на туристичному ринку. Прикладом інноваційного проекту в туризмі може служити розробка кардинально нових за формою і якістю екскурсій і заходів в Межигір'ї. Це «Екскурсії на батьківщину Діда Мороза», що містять в собі й театралізацію, і інтерактивні елементи, які користуються попитом в нашій країні і за кордоном.

Інноваційний процес в туризмі розвивається у відповідь на зміни, що відбуваються не тільки в туристичному ринку, але і в інших сферах життя суспільства. це:

1. Зміна попиту потенційних покупців турпродукту (зміна соціального замовлення).

2. Нові досягнення науково-технічного прогресу, нові технології та підходи.

3. Розширення інформаційної бази туристичних ресурсів.

4. Конкурентна боротьба суб'єктів туристичної діяльності, підприємств індустрії гостинності, музейних установ та інших структур, зацікавлених у залученні і обслуговуванні туристів і екскурсантів.

Як і будь-які зміни в господарській сфері, інновації відповідають кільком основним принципам, таким як науковість, системність, відповідність рівню попиту, позитивність і перспективність.

Принцип науковості проявляється в тому, що при створенні та впровадженні інноваційного туристичного продукту і послуг, що відповідають сьогоднішнім вимогам, використовуються досягнення сучасної науки, нові вимоги до екскурсій. Інноваційні екскурсії в різних областях застосування розробляються за участю фахівців – істориків, етнографів, археологів, геологів, географів, біологів. Часто одному новому екскурсійному проекту передують місяці роботи в архівах, музеях, знайомство зі специфікою роботи в наукових експедиціях.

Розробка інноваційних екскурсій – це чітко організований і добре систематизований процес. Розробляються екскурсії з елементами інновації створюються з урахуванням природних, історичних і адміністративних особливостей кожного регіону, наявного попиту на турпродукт, рівня туристської інфраструктури, стану доріг, наявності необхідних фахівців, можливості інвестицій. З метою дотримання в інноваціях принципу системності проводиться тривале маркетингове дослідження.

Будь-яке нововведення, в тому числі в екскурсійному туризмі, готується і впроваджується з урахуванням наявного попиту потенційних споживачів. З метою з'ясування цього попиту проводяться маркетингові дослідження, анкетування, інтернет-опитування. Розроблені і впроваджені інновації повинні відповідати сучасним моральним, духовним запитам суспільства, рівню його розвитку і не порушувати екологічну рівновагу. Особлива увага приділяється новим екскурсіям екологічного профілю: продумуються всі аспекти проекту так, щоб його реалізація приносила користь суспільству, без шкоди природі. При впровадженні нових екологічних проектів розробляються правила поведінки туристів на території природних парків і заповідників.

Інноваційні проекти в туризмі повинні бути не тільки актуальні, але і в обов'язковій мірі перспективні. Кожна інновація вимагає інтелектуальних творчих витрат і фінансових вкладень, які без довгострокової перспективи не будуть виправданими. Тому інновації в екскурсіях розробляються на перспективу подальшого розвитку всієї сфери туризму з урахуванням постійного руху суспільства вперед в зв'язку з технологічним прогресом.

Інноваційна діяльність в сфері туризму й екскурсантстві розвивається в наступних напрямках:

1. Розробка та впровадження нового туристичного продукту, в першу чергу, екскурсій різних форм і тематики, наприклад, екскурсій на страусині ферми, в розважально-дозвільні центри і т.п.

2. Використання нових технологій в розробці міських і музейних екскурсій з електронним аудіо гідом або екскурсій з елементами екстремального туризму.

3. Залучення нових туристських ресурсів, раніше не розглядалися як туристський потенціал, наприклад унікальні екскурсії по Межигір'ю, екскурсії в природне середовище.

4. Проведення маркетингових досліджень на новому соціально-культурному рівні, наприклад, за програмою «наближення до клієнта», тобто з урахуванням індивідуального попиту кожного потенційного туриста.

5. Розробка та впровадження нових за формою комплексних екскурсій, наприклад, квест-турів або екскурсій з анімацією.

Впровадження інноваційних технологій в екскурсії та екскурсійні тури безпосередньо залежить від маркетингової стратегії. Головне завдання маркетингу в туризмі – вчасно помічати всі зміни і підтримувати перспективні інноваційні розробки, що мають попит на туристському ринку. Маркетологи виробляють стратегічні цілі і завдання інноваційних екскурсійних програм, шукають шляхи їх реалізації.

Як приклад створення інноваційної екскурсії розглянемо план підготовки і проведення театралізованої екскурсії «Подорож в минуле».

1. Організація круглого столу за участю всіх партнерів – турфірми, організуючої екскурсії, клубу історичної реставрації, який виступає головним виконавцем, екскурсоводів, представника транспортного підприємства, організації, що займається костюмами з метою вироблення та обговорення концепції (ідеї) майбутньої екскурсії.

2. Формування творчої групи зі створення інноваційного проекту і розподіл функцій між її учасниками.

3. Створення програми і сценарію екскурсії по основних етапах (в ідеалі необхідно розробити кілька варіантів сценарію, що підходять до груп різного складу).

4. Визначення потенційного кола клієнтів (школярі, учні коледжів, вищих навчальних закладів, дорослі корпоративні групи, сімейні групи, іноземні туристи).

5. Створення бізнес-плану.

6. Підготовка театральної постановки (сценарій, режисура, актори-виконавці, костюми, реквізит, декорації, робочі перегляди і захист театралізованої програми перед комісією з членів творчої групи та інших зацікавлених осіб).

7. Реклама (брошури, рекламні буклети, календарі, текст для сайту в Інтернеті).

8. Створення договору на послуги з транспортним підприємством.

9. Проведення пробної екскурсії.

10. Презентація нового продукту на туристичному ринку.

Всесвітня туристська організація (ЮНВТО) вважає проблему вдосконалення туристських програм і форм обслуговування туристів однією з найактуальніших. На щорічних конференціях по туризму обговорюються питання, пов'язані з розробкою і впровадженням в практику турбізнесу самих різних за характером інновацій.

Розробники інноваційних екскурсій і турів створюють новий турпродукт, як правило, під конкретні програми, що включають в себе туристично-оздоровчі та культурно-пізнавальні маршрути, а також розважальні і видовищні заходи.

В останні роки з'явилися принципово нові за своїм характером екскурсії:

1. Для людей похилого віку – «туризм сеньйорів», в рамках якого організовуються пізнавальні екскурсії по мальовничих місцях і цікавим музейним експозиціям.

2. VIP-тури з включенням риболовлі та полювання.

3. Спеціальні екскурсії для молоді з відвідуванням модних фестивалів, «Фест», лицарських боїв, показів одягу.

4. Дитячі екскурсійні програми з анімаційними елементами.

5. Пригодницькі екскурсії та комплексні екскурсії по містам і паркам.

6. Індивідуальні екскурсії з урахуванням потреб конкретної групи або конкретного туриста-індивідуала. Подібні екскурсії мають великі перспективи для розвитку і впровадження на різні сегменти туристичного ринку.

Висновки. Підсумовуючи вищевикладене, слід підкреслити, що підвищення ефективності в'їзного туризму неможливо без впровадження в практичну екскурсійну та туристичну діяльність різноманітних інновацій. Вони будуть слугувати розширенню культурної бази історичної спадщини, дадуть нові форми його інтерпретації, допоможуть перевести на новий якісний рівень туристський сервіс і в кінцевому підсумку дозволять успішно конкурувати в сфері культурно-пізнавального туризму з іншими країнами та регіонами.

Список літератури:

1. Качинська Н. Політичний імідж держави структурні та комунікаційні компоненти. URL: <http://www.viche.info/journal/1738/> (дата звернення: 28.10.2019).
2. Терещук В.І. Електронний PR як засіб формування міжнародного іміджу України. *Науковий вісник Чернівецького університету. Політичні науки. Міжнародні відносини*. 2007. Вип. 325–326. С. 161–165.
3. Почепцов Г.Г. Іміджологія: теорія і практика. Київ, 1998. С. 101.
4. Сучасний стан та перспективи розвитку туризму в Україні. URL: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=701623> (дата звернення: 29.10.2019).
5. Туристичний імідж України в кн. В'їзний туризм : навчальний посібник. Ніжин : Лук'яненко В.В., 2010. 304 с.
6. Сучасний стан та перспективи розвитку туризму в Україні. URL: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=701623> (дата звернення: 28.10.2019).
7. Статистика туристичних потоків в Україну. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

References:

1. Kachinskaya, N. Political image of the state structural and communication components. URL: <http://www.viche.info/journal/1738/>
2. Tereshchuk, V.I. (2007). Electronic PR as a means of forming the international image of Ukraine. *Scientific Bulletin of Chernivtsi University. Political Science. International relations*. Iss. 325–326, pp. 161–165.
3. Pocheptsov, G.G. (1998). Imageology: theory and practice. Kyiv.
4. Current status and prospects of tourism development in Ukraine. URL: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=701623>
5. Tourist image of Ukraine in the book. Inbound tourism : a textbook. Nizhyn : Lukianenko V.V., 2010.
6. Current status and prospects of tourism development in Ukraine. URL: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=701623>
7. Statistics of tourist flows to Ukraine. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>