

УДК 06.076:65.012.32(075)

Покоłodна Марія Миколаївна

*кандидат географічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму і готельного господарства
Харківський національний університет
міського господарства ім. О.М. Бекетова*

Pokolodna Mariia

*PhD in Geography, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Tourism and Hospitality
O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv*

**ТРЕНДВОТЧИНГ НАДАННЯ ЕКСКУРСІЙНИХ ПОСЛУГ В
СУЧАСНИХ РИНКОВИХ УМОВАХ
ТРЕНДВОТЧИНГ ОКАЗАНИЯ ЭКСКУРСИОННЫХ УСЛУГ В
СОВРЕМЕННЫХ РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ
TREND WATCHING OF THE PROVISION OF EXCURSION
SERVICES IN THE CURRENT MARKET CONDITIONS**

Анотація. Високий рівень конкуренції на ринку надання екскурсійних послуг, вимагає від підприємців вдосконалення вже існуючих та розробки нових конкурентоспроможних екскурсійних послуг. Для здійснення цього завдання необхідний постійний моніторинг тенденцій у зміні пріоритетів та побажань споживачів – що власне і є проведення трендвотчингових досліджень. В статті наводяться результати такого дослідження отримані на основі наукових публікацій за темою, аналізу роботи туристсько-екскурсійних підприємств та власного практичного досвіду роботи автора. Серед найбільш актуальних трендів надання екскурсійних послуг в сучасних ринкових умовах виокремлені і описані наступні:

поглиблення тематичної спрямованості екскурсій, зокрема на тлі вже існуючої і усталеної класифікації необхідним є виокремлення релігійних, етнографічних, гастрономічних, містичних тематик, які мають свої організаційні та технологічні особливості; мінімізація інформації, обсягу надаваних знань, що становлять зміст екскурсій, включення в тематичні екскурсії нетематичних додаткових матеріалів; створення тематичних екскурсій ще більшої вузької, і здебільшого нетрадиційної, незвичної тематичної спрямованості, і відповідне включення до них нових до цього часу нетрадиційних та нестандартних об'єктів показу; врахування бажання екскурсантів проявляти активність під час здійснення екскурсії, що призвело до появи нових форм проведення екскурсій - інтерактивні екскурсії, анімаційні екскурсії, екскурсії з майстер класами, фото-екскурсії, екскурсії наосліп, квест-екскурсії; використання для організації перевезення екскурсантів традиційних (комфортних) і новітніх – нетрадиційних, екологічних, електричних, засобів пересування; організація для екскурсантів можливість отримати на екскурсії дозу адреналіну в зв'язку з чим до програми включаються послуги з елементами екстриму; бажання більш глибоко занурення в традиції та звичаї відвідуваної місцевості з можливістю прийняття участі у конкретних обрядах, святах, традиційних діях – проведення екскурсій у музеях – скансенах, етнографічних експозиціях традиційних краєзнавчих музеїв, проведення екскурсій з прив'язкою до святкування певних свят; організація розважальної програми як частини екскурсійного обслуговування; задоволення потреби екскурсантів у шопінгу; збільшення часу на самостійне, більш індивідуалізоване, пізнання об'єктів; екскурсанти розглядають екскурсію як засіб знайомства та міжособистісного спілкування. Всі названі тренди потребують врахування на всіх етапах організації екскурсійного обслуговування.

Ключові слова: тренд, екскурсія, екскурсійна послуга.

Аннотация. *Высокий уровень конкуренции на рынке предоставления экскурсионных услуг требует от предпринимателей совершенствования уже существующих и разработки новых конкурентоспособных экскурсионных услуг. Для осуществления этой задачи необходим постоянный мониторинг тенденций в изменении приоритетов и пожеланий потребителей – что и есть проведение трендовотчинговых исследований. В статье приводятся результаты такого исследования, полученные на основе научных публикаций по теме, анализа работы туристско-экскурсионных предприятий и собственного практического опыта работы автора. Среди наиболее актуальных трендов предоставления экскурсионных услуг в современных рыночных условиях выделены и описаны следующие: углубление тематической направленности экскурсий, в частности на фоне уже существующей и устоявшейся классификации необходимо выделение религиозных, этнографических, гастрономических, мистических тематик, имеющих свои организационные и организационные; минимизация информации, объема предоставляемых знаний, составляющих содержание экскурсии, включение в тематические экскурсии нетематических дополнительных материалов; создание тематических экскурсий еще большей узкой и большей частью нетрадиционной, необычной тематической направленности, и соответствующее включение в них новых до сих пор нетрадиционных и нестандартных объектов показа; учет желания экскурсантов проявлять активность при осуществлении экскурсии, что привело к появлению новых форм проведения экскурсий - интерактивные экскурсии, анимационные экскурсии, экскурсии с мастер классами, фото-экскурсии, экскурсии вслепую, квест-экскурсии; использование для организации перевозки экскурсантов традиционных (комфортных) и новейших – нетрадиционных, экологических, электрических, средств передвижения; организация для экскурсантов возможность получить на экскурсии дозу адреналина в связи*

с чем в программу включаются услуги с элементами экстрима; желание более глубоко погружения в традиции и обычаи посещаемой местности с возможностью участия в конкретных обрядах, праздниках, традиционных действиях – проведение экскурсий в музеях – скансенах, этнографических экспозициях традиционных краеведческих музеев, проведение экскурсий с привязкой к празднованию определенных праздников; организация развлекательной программы как части экскурсионного обслуживания; удовлетворение потребности экскурсантов в шопинге; увеличение времени на самостоятельное, более индивидуализированное, познание объектов; экскурсанты рассматривают экскурсию как средство знакомства и межличностного общения. Все названные тренды нуждаются в учете на всех этапах организации экскурсионного обслуживания.

Ключевые слова: *тренд, экскурсия, экскурсионная услуга.*

Summary. *The high level of competition in the market for the provision of excursion services requires entrepreneurs to improve existing and develop new competitive excursion services. To carry out this task, it is necessary to constantly monitor trends in changing priorities and wishes of consumers - which is exactly what trend-watching research is all about. The article presents the results of such research obtained on the basis of scientific publications on the topic, analysis of the work of tourist and excursion enterprises and the author's own practical work experience. Among the most relevant trends in the provision of excursion services in modern market conditions, the following are highlighted and described: deepening the thematic orientation of excursions, in particular, against the background of the already existing and established classification, it is necessary to highlight religious, ethnographic, gastronomic, mystical topics that have their own organizational and technological features; minimization of information, the amount of provided knowledge that constitutes the content of the excursion, inclusion of non-thematic additional materials in thematic excursions; the*

creation of thematic excursions of an even narrower, and mostly unconventional, unusual thematic focus, and the corresponding inclusion of new, hitherto unconventional and non-standard display objects; taking into account the desire of excursionists to be active during the excursion, which led to the emergence of new forms of excursions - interactive excursions, animated excursions, excursions with master classes, photo excursions, blind excursions, quest excursions; the use of traditional (comfortable) and the latest - non-traditional, ecological, electric means of transportation for the organization of transportation of tourists; organizing for excursionists the opportunity to get a dose of adrenaline on excursions, in connection with which the program includes services with extreme elements; the desire to immerse more deeply in the traditions and customs of the visited area with the possibility of taking part in specific rites, holidays, traditional events - conducting tours in museums - open-air museums, ethnographic exhibitions of traditional local history museums, conducting tours tied to the celebration of certain holidays; organization of an entertainment program as part of excursion service; satisfaction of tourists' shopping needs; increasing the time for independent, more individualized knowledge of objects; excursionists consider the excursion as a means of acquaintance and interpersonal communication. All the mentioned trends need to be taken into account at all stages of organizing excursion services.

Key words: *trend, excursion, excursion service.*

Постановка проблеми. Екскурсійна діяльність це невід’ємна частина туристського обслуговування і в багатьох випадках її якісне виконання обумовлює позитивне враження від комплексу послуг наданих туристові в цілому, але, крім того, для багатьох підприємств вона виступає самостійним потужним і дохідним напрямом діяльності. З часом пріоритети, смаки та бажані форми подачі екскурсійної інформації з боку споживачів - туристів і екскурсантів - значно змінюються, що вимагає від організаторів та

виконавців екскурсійних послуг впроваджувати інноваційні компоненти у всі складові даного процесу. Така ситуація обумовлюється ще й традиційно високим рівнем конкуренції на даному ринку, що вимагає від підприємців вдосконалення вже існуючих та розробки нових конкурентоспроможних екскурсійних послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз останніх досліджень і публікацій показує, що проблематиці дослідженню тенденцій розвитку ринку та інноваційності надання екскурсійних послуг присвячується доволі обмежене коло наукових робіт. Так зокрема проблематиці інновацій в розвитку туризму в цілому та туристських продуктів, зокрема присвячені наукові праці М.Г. Бойко, С.В. Мельниченко, Г.І. Михайличенко, Т.І. Ткаченко [1; 2]. Загальні вимоги до організації та технології надання екскурсійних послуг розкриті в роботах Король О.Д., Нездоймінов С.Г., Покоłodна М.М. [3]. Окремі особливості та аспекти організації різних видів екскурсійних послуг висвітлюються більш інтенсивно. Так, деякі інноваційні аспекти підготовки та проведення особливих груп тематичних екскурсій наводяться в роботі Житник К. В. [4]; особливості проведення екскурсій для осіб з обмеженими можливостями висвітлені в статті Корнеєєвої С. та Коваленко Д. [5]; Салій В. С. розглядає та описує проведення та потенціал природознавчих екскурсій [6]; Приходько М.Д. - екскурсії на гастрономічну тематику [7]; Шиян Д.В. особливості проведення виробничих екскурсій [8]; Семізарова В.О. - Європейський досвід організації інноваційних мистецтвознавчих екскурсій з використання об'єктів city-art [9]. Дубовик Я.В. розглядає впровадження анімаційних компонентів в екскурсійну діяльність [10], а Левченко А.С. досліджує можливості інтеграції ігрових технологій в екскурсійну діяльність [11]. При цьому практично не має робіт в яких би були узагальнені сучасні тенденції та інновації надання екскурсійних послуг, що й обумовлює актуальність даного дослідження.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою даної статті є трендвотчинг в наданні екскурсійних послуг в сучасних ринкових умовах.

Виклад основного матеріалу. Трендвотчинг (від англ. trend – «тенденція», watching – «спостереження») означає діяльність, що спрямована на спостереження за новими тенденціями. Так даний інструмент маркетингу визначається більшістю вітчизняні та зарубіжні фахівців, які розглядали його у своїх працях: Б. Зайдлін, Н. Ілляшенко, А. Росохата, Ю. Смірнов, О. Бутенко, Дж. Нейсбіт, Г. Тард, Б. Райан, Н. Гросс, Дж. Гатч, М. Хенні, Р. Еверс. Трендвотчингове дослідження передбачає: отримання інформації, відбір та ранжирування тенденцій, безпосереднє оброблення даних та виявлення трендів, рекомендації та(або) передача інформації представникам індустрії [12]. Проте як зазначають фахівці на теперішній час трендвотчингове дослідження не є регламентованим і чітко окресленим і по суті ще мало розвиненим та розробленим. А результатом його здійснення не є чітко сформовані рекомендації чи «рецепти» нових продуктів головне – виявлені нові тенденції - новітні тренди. Тому доцільно поєднувати результати трендвотчингового аналізу та перший етап створення інновацій [12]. Саме такий підхід є більш дієвим та продуктивним і точно спрацьовує при створенні нових та вдосконаленні вже існуючих екскурсійних продуктів. Результати трендвотчингово дослідження наведені в цій статті отримані на основі наукових публікацій за темою, аналізу роботи туристсько-екскурсійних підприємств та власного практичного досвіду роботи, що дозволили виокремити найбільш актуальні тренди екскурсійної діяльності. Розглянемо їх більш детально.

Поглиблення тематичної спрямованості екскурсій. Тематичні екскурсії за змістом присвячуються розкриттю однієї теми. Їм властиве всебічне глибоке висвітлення певної теми. Причому такі екскурсії можуть організовуватися будь-якій туристській дестинації. Характерними для

тематичних екскурсій є такі [3]:

- Розподіл на підтеми, присвячені певним проміжкам часу існування чи частинам обраного предмету екскурсійного показу. Усі підтеми пов'язані між собою логічними переходами;
- Підтеми тематичних екскурсій викладаються ґрунтовно і доволі деталізовано, з метою формування у екскурсантів чіткого цілісного уявлення про предмет екскурсії;
- Використання історичного й сучасного матеріалу. Екскурсійна інформація подається з часів першої появи предмету екскурсії (першої документальної згадки про нього) до теперішнього часу з обов'язковим оглядом перспектив подальшого розвитку;
- Будуватися така екскурсія може як на різноманітних так і на одноманітних об'єктах;
- Побудова екскурсійного маршруту підпорядковується тематичному принципу.

Тематика екскурсій доволі різноманітна проте все одно міститься в межах виокремлених на теперішній час основних тематичних напрямів сучасного екскурсознавства серед яких виділяють наступні: історичні, виробничі, природознавчі (екологічні), мистецтвознавчі, літературні, архітектурно-містобудівні. Проте на теперішній час нагальною потребою є виокремлення релігійних, етнографічних, гастрономічних, містичних тематик. Безумовно, даний перелік не претендує на виключну повноту, через те, що розширення класифікації екскурсій за тематикою носить перманентний характер. Проте зазначені вище 4 тематичні напрями є вже доволі затребуваними екскурсійними продуктами на міжнародному та національному ринку.

Також останнім часом спостерігається і інша тенденція коли практики – екскурсоводи все частіше стикаються з побажанням екскурсантів мінімізувати інформацію, обсяг надаваних знань, що становлять зміст

екскурсії. Це явище отримало назву «швидкоплинний туризм», де головне - зафіксувати на фотографіях пам'ятку або, що ще важливіше, себе на її фоні – фактично це є головним мотивом відвідування - перебування в конкретному місті та емоції від нього. При цьому екскурсант не має бажання глибоко занурюватися в історію чи вникати в архітектурний аналіз екскурсійних об'єктів. Нерідко під час заміських тривалих екскурсій проходить заміна шляхової екскурсійної інформації переглядом нетематичних фільмів чи прослуховуванням нетематичних аудіо записів, які носять суто розважальний характер і не мають відношення до тематики екскурсії. Проте організатори екскурсійного обслуговування не повинні навмисно спрощувати змістовну частину екскурсії перетворюючи її виключно на розважальний захід, а навпаки використовувати анімаційні компоненти для активізації засвоєння екскурсійного матеріалу в більш доступній та цікавій формі, залучаючи екскурсантів до активних дій, проявів індивідуальності та творчості.

В цілому така ситуація характеризується змінами як в пріоритетах відвідування так і діяльності екскурсантів під час екскурсії. Всі такі особливості потрібно враховувати при формуванні нових інноваційних екскурсійних послуг. Розглянемо основні з них.

Створення тематичних екскурсій доволі вузької, і здебільшого нетрадиційної, незвичної тематичної спрямованості. Серед таких прикладів можемо назвати теми стосовно проституції, розміщенню та роботі відповідних закладів, «злачних місць», розвитку та роботі пенітенціарної системи, відвідування місць сили/містичних подій, будинків для душевно хворих осіб, романтичних місць пов'язаних з історіями кохання, новітніх арт-об'єктів вуличного мистецтва та інше. Таке урізноманітнення попиту на тематику екскурсій спричиняє включення до них нових до цього часу нетрадиційних та нестандартних об'єктів показу: підземелля, криші будинків, підвали, покинуті окремі споруди та цілі комплекси, недобудови,

місця катастроф, містичні місця, місця страт та тортур, військові об'єкти з можливістю користування зброєю, відвідування нових нестандартних музеїв, проведення екскурсій по доступним для широкого кола глядачів вуличним арт-об'єктам – муралам, графіті, панно, мозаїкам, включення в маршрути екскурсій в якості об'єктів відвідування з можливістю зробити замовлення закладів харчування [1; 4; 7; 8; 9].

Врахування бажання екскурсантів проявляти активність під час здійснення екскурсії, тобто не проста фіксація об'єктів, а їх активне дослідження та пізнання за допомогою спеціальних пристроїв, технологій, власних здібностей. Саме завдяки таким бажанням отримують розповсюдження новітні форми проведення екскурсій, зокрема такі:

Інтерактивні екскурсії – залучення екскурсантів до проведення екскурсії (частково або повністю з переодяганням в костюми, залученням реквізиту та ін.) [11].

Анімаційні екскурсії – впровадження ігрових елементів та залучення акторів до проведення екскурсії (повністю або на певних етапах). Анімаційні компоненти в екскурсії покликані задовольнити потреби екскурсантів в спілкуванні, рухливій активності, покращенні емоційного стану, отриманню нових відчуттів і вражень, творчості, розвагах, приємному проведенні часу, зміні видів діяльності. При цьому анімованими можуть бути як маршрут в цілому від початку до кінця, або включати лише окремі анімаційні компоненти, зокрема безпосередньо на центральному об'єкті показу або окремі анімаційні заняття, які проводяться в ігровій формі і призначені для знайомства групи, зняття втоми, налагодження дружніх стосунків, заповнення пауз в показі та розповіді и при очікуванні [10]/

Екскурсії з майстер класами. Мають популярність серед доволі широкого кола споживачів, а не тільки дитячої аудиторії як це традиційно було раніше. Адже це як раз дає екскурсантам задоволення потреби навчитися чому небудь під час відвідування екскурсії, спробувати себе в

новій ролі, зробити сувенір власними руками. Спрямованість майстер класів доволі різноманітна, це й гастрономічні – виготовлення страв та напоїв, ремісничі - освоєння різних напрямів традиційних народних промислів – лозоплетінні, гончарство, ковальська справа, видування скла, коцарство, ліжникарство та інші. Майстер-класи творчої спрямованості або, арт-майстер класи, які мають на меті залучити екскурсантів до творчих занять з малювання, писанкарства, різьблення, витинанки, вишивки, виготовлення ляльок-мотанок, петриківського розпису та іншого.

Фото-екскурсії мають на меті задовольнити потребу екскурсантів у отриманні гарних фото. Маршрути таких екскурсій проходять здебільшого по природним місцям, наприклад по прокладених маршрутах екологічних стежок у Національних природних парках або інших об'єктах природно-заповідного фонду, історичних частин старовинних місць та інше.

Квест-екскурсії пропонують екскурсантам ознайомлення з темою екскурсії в доволі незвичній та активній формі, коли весь маршрут побудований таким чином, що для ознайомлення з об'єктами потрібно виконати певні завдання інтелектуального характеру.

Екскурсії наосліп отримали розповсюдження з двох причин. По-перше, це можливість отримати новітні враження від незвичності власних відчуттів під час таких екскурсій. Другою причиною є актуалізація у всьому світі проблем осіб з особливими потребами, зокрема слабкістю чи відсутністю зору що й спричинило по суті появу даного виду екскурсій які дозволяють здоровим повноправним людям поставити себе на місце інших. Звісно, що такого роду екскурсії потребують відповідної підготовки, зокрема забезпечення для кожного учасника супровідника та дотримання суворіших правил безпеки побудови таких маршрутів [5].

Використання для організації перевезення екскурсантів традиційних (комфортних) і новітніх – нетрадиційних, екологічних, електричних, засобів пересування. Таких прикладів можна привезти доволі багато, адже

фактично можливо зазначити, що на сьогодні екскурсії проводяться з використанням всіх доступних транспортних засобів. Проте варто відзначити найбільш екзотичні, серед яких – ратраки на гірськолижних курортах, квадроцикли та баггі, гідроцикли, моторні човни, байдарки, катамарани, плоты сап-борди, підводні човни, човни, панорамна частина яких занурена під воду і дає доступ для огляду підводного світу без гідро спорядження, велосипеди, сигвеї, електросамокати, гольф-кари, позашляховики зі збільшеними колесами, вузькоколіїні залізниці, ретро-транспорти, наприклад ретро-трамваї та ретро-автомобілі, вертольоти, спортивні літаки, кінні та собачі упряжі, канатні дороги.

Досить часто екскурсантів приваблює можливість отримати на екскурсії дозу адреналіну в зв'язку з чим до програми включаються як додаткові послуги, які екскурсанти можуть придбати за бажанням за додаткову плату, з елементами екстриму – проїзд на троллеях, зіп-лайнх, байк-зіпах, стибки на банджі-джампінгу, підйоми на високі об'єкти, катання на родельбані, відвідування занедбаних об'єктів, мотузкових парків, парків розваг та атракціонів, картинг-трас та інше.

Часто екскурсанти навпаки бажають більш глибоко зануритися в традиції та звичаї відвідуваної місцевості з можливістю прийняття участі у конкретних обрядах, святах, традиційних дійствах. Найкращими варіантами об'єктів для даних екскурсій виступають музеї – скансени, етонграфічні експозиції традиційних краєзнавчих музеїв, проведення екскурсій з прив'язкою до святкування певних свят, наприклад Різдво, Масляня, Івана-купала, Водохреща. Зазвичай такі екскурсії включають анімаційні компонент та тематичні майстер-класи, наприклад по зав'язуванню традиційного українського головного убору для жінок, або гри на музичних інструментах.

В багатьох випадках від екскурсантів поступають запити на організацію розважальної програми як частини екскурсійного обслуговування, саме

тому, як вже зазначалося вище, отримало розповсюдження організації екскурсій з анімаційним компонентами, відвідування різного роду розважально-дозвіллевих комплексів, організація пікніків, ігрових моментів [10; 11].

Немаловажним на даний час є також і продумане в програмі екскурсії задоволення потреби екскурсантів у шопінгу, як одного з дієвих засобів заняття стресу та отримання задоволення, що повинно враховуватися при побудові програми екскурсійного обслуговування шляхом виділення адекватної кількості часу та забезпечення можливостей для придбання сувенірної продукції, місцевих гастрономічних та промислових виробів, в том числі виготовлених місцевими майстрами, традиційних для певної місцевості.

Іншої вагомою потребою, які мають сучасні екскурсанти і яку потрібно враховувати в плануванні програми екскурсійного обслуговування, є збільшення часу на самостійне, більш індивідуалізоване, пізнання об'єктів та обов'язкове виділення часу для фотографування на їх фоні.

Ще однією вагомою тенденцією є те, що багато екскурсантів розглядають екскурсію як засіб знайомства та міжособистісного спілкування, що обумовлюється тотальним дефіцитом живого / оф-лайн спілкування. Це потребує від організаторів включення у вступну частину часу та відповідних заходів, які сприятимуть знайомству екскурсантів між собою, таких як, наприклад, отримали широке застосування на тренінгах. В зв'язку з цим також розповсюдження набувають індивідуальні екскурсії та екскурсії для малих груп в яких екскурсоводові легше встановлювати психо-емоційний контакт, підтримувати належний порядок, задовольняти індивідуальні вимоги клієнтів.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Виходячи з вище викладеного можливо зробити висновки що на даному етапі на ринку надання екскурсійних послуг

присутні декілька трендів, які потрібно враховувати на всіх етапах екскурсійного обслуговування починаючи від задумки нової послуги, її чіткого тематичного оформлення, технології розробки та формування раціональної програми екскурсійного обслуговування, використання елементів екскурсійної техніки та методики. Звісно що перелік наведених в статті трендів не претендує на виключну повноту, а їх поява – це процес перманентний, що відповідно спричиняє потребу подальших перспективних досліджень, які без сумніву є корисними для фахівців – практиків-організаторів екскурсійного обслуговування.

Література

1. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу : монографія / Т.І. Ткаченко, М.Г. Бойко, С.В. Мельниченко, Г.І. Михайліченко, Н.І. Ведмідь [та ін.] ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. 595 с.
2. Михайличенко Г.І. Інноваційний розвиток туризму : монографія / Г.І. Михайличенко. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. 608 с.
3. Покоłodна М.М. Організація екскурсійної діяльності : підручник / М.М. Покоłodна; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. 180 с.
4. Покоłodна М. М., Житник К. В. Інноваційні аспекти підготовки та проведення особливих груп тематичних екскурсій. Научные исследования: парадигма инновационного развития: сборник тезисов научных трудов VIII Международной научной конференции (Прага, Чехия, «30» апреля 2021 года) // ГО «Международный научный центр развития науки и технологий», 2021. С. 58-62 с.
5. Pokolodna M., Kornieieva S., & Kovalenko D. Особливості організації та проведення екскурсій для осіб з обмеженими можливостями. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія:

- Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. 2020. 10. Р. 209-218. doi: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2019-10-22>
6. Покоłodна М. М., Салій В. С. Особливості проведення та потенціал природознавчих екскурсій в Харківському регіоні. «Science and Global Studies»: Abstracts of scientific papers of VIII International Scientific Conference (Prague, Czech Republic, May 17, 2021) // Financial and Economic Scientific Union, 2021. Р. 27-31
 7. Покоłodна М.М. Приходько М.Д. Новітній тренд екскурсійних послуг: екскурсії на гастрономічну тематику Матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн конференції "Практика і перспективи розвитку еногастрономічного туризму: світовий досвід для України", 17 травня 2018 р. К. : НУХТ, 2018. С. 53-56
 8. Покоłodна М. М., Шиян Д.В. Особливості проведення виробничих екскурсій. X International Scientific and Practical Conference "PRIORITY DIRECTIONS OF SCIENCE AND TECHNOLOGY DEVELOPMENT". Україна 13-15 червня 2021 рік. 2021. С. 45-48
 9. Покоłodна М.М. Семізарова В.О. Європейський досвід організації інноваційних мистецтвознавчих екскурсій з використання об'єктів city-art. «Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі»: матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Харків / колектив авторів; Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова, 2020. С. 178-180.
 10. Дубовик Я.В. Покоłodна М.М. Сучасні напрями розвитку екскурсійного обслуговування: впровадження анімаційних компонентів Сучасні проблеми та шляхи економічного розвитку підприємств та індустрії туризму в Україні: Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції викладачів, молодих вчених і студентів, 18 травня 2018 р. Дніпро, ДГУ, 2018. С. 49-52.

11. Левченко А.С., Покоłodна М.М. Інтеграція ігрових технологій в екскурсійну діяльність у Харкові. Туризм і гостинність: стан, проблеми, перспективи : матер. IV Міжнар. наук.-практ. конф. (18-19 жовтня 2018 р., м. Черкаси). Черкаси : Вид-ць РО.М. Третьяков, 2018. С. 272-274.
12. Illiashenko N., & Rosohataya A. Trendwatching as the tool of definition of strategic directions of development. Marketing and Management of Innovations. 2011. 1. P. 29-35. doi: <https://doi.org/10.21272/mmi.2011.1-02>

References

1. Stratehichniy rozvytok turystychnoho biznesu : monohrafiia / T.I. Tkachenko, M.H. Boiko, S.V. Melnychenko, H.I. Mykhailichenko, N.I. Vedmid [ta in.] ; za zah. red. A.A. Mazaraki. K. : Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 2010. 595 s.
2. Mykhailychenko H.I. Innovatsiinyi rozvytok turyzmu : monohrafiia / H.I. Mykhailychenko. K. : Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 2012. 608 s.
3. Pokolodna M.M. Orhanizatsiia ekskursionoi diialnosti : pidruchnyk / M.M. Pokolodna; Kharkiv. nats. un-t misk. hosp-va im. O. M. Beketova. Kharkiv : KhNUMH im. O. M. Beketova, 2017. 180 s.
4. Pokolodna M. M., Zhytnyk K. V. Innovatsiini aspekty pidhotovky ta provedennia osoblyvykh hrup tematychnykh ekskursii. Nauchnye issledovaniya: paradigma innovatsionnogo razvitiya: sbornik tezisov nauchnykh trudov VIII Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii (Praga, Chexiya, «30» aprelya 2021 goda) // GO «Mezhdunarodnyy nauchnyy tsentr razvitiya nauki i tekhnologiy», 2021. S. 58-62 s.
5. Pokolodna M., Kornieieva S., & Kovalenko D. Osoblyvosti orhanizatsii ta provedennia ekskursii dlia osib z obmezhenyimi mozhlyvostiamy. Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina. Seriya: Mizhnarodni vidnosyny. Ekonomika. Krainoznavstvo. Turyzm. 2020. 10. P.

- 209-218. doi: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2019-10-22>
6. Pokolodna M. M., Sali V. S. Osoblyvosti provedennia ta potentsial pryrodoznavchyykh ekskursii v Kharkivskomu rehioni. «Science and Global Studies»: Abstracts of scientific papers of VIII International Scientific Conference (Prague, Czech Republic, May 17, 2021) // Financial and Economic Scientific Union, 2021. R. 27-31
 7. Pokolodna M.M. Prykhodko M.D. Novitnii trend ekskursiinykh posluh: ekskursii na hastronomichnu tematyku Materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi onlain konferentsii "Praktyka i perspektyvy rozvytku enohastronomichnoho turyzmu: svitovyi dosvid dlia Ukrainy", 17 travnia 2018 r. K. : NUKhT, 2018. S. 53-56
 8. Pokolodna M. M., Shyian D.V. Osoblyvosti provedennia vyrobnychyykh ekskursii. X International Scientific and Practical Conference "PRIORITY DIRECTIONS OF SCIENCE AND TECHNOLOGY DEVELOPMENT". Ukraina 13-15 chervnia 2021 rik. 2021. S. 45-48
 9. Pokolodna M.M. Semizarova V.O. Yevropeiskyi dosvid orhanizatsii innovatsiinykh mystetstvoznavchyykh ekskursii z vykorystannia ob'iektiv sity-art. «Suchasni tendentsii rozvytku industrii turyzmu ta hostynnosti u konkurentnomu seredovyshchi»: materialy mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii, m. Kharkiv / kolektyv avtoriv; Kharkivskyyi natsionalnyi universytet miskoho hospodarstva imeni O.M. Beketova, 2020. S. 178-180.
 10. Dubovyk Ya.V. Pokolodna M.M. Suchasni napriamy rozvytku ekskursiinoho obsluhovuvannia: vprovadzhennia animatsiinykh komponentiv Suchasni problemy ta shliakhy ekonomichnoho rozvytku pidpriemstv ta industrii turyzmu v Ukraini: Materialy vseukrainskoi naukovo-praktychnoho konferentsii vykladachiv, molodykh vchenykh i studentiv, 18 travnia 2018 r. Dnipro, DHU, 2018. S. 49-52.
 11. Levchenko A.S., Pokolodna M.M. Intehratsiia ihrovykh tekhnolohii v

ekskursiinu diialnist u Kharkovi. Turyzm i hostynnist: stan, problemy, perspektyvy : mater. IV Mizhnar. nauk.-prakt. konf. (18-19 zhovtnia 2018 r., m. Cherkasy). Cherkasy : Vyd-ts RO.M. Tretiakov, 2018. S. 272-274.

12. Illiashenko N., & Rosohataya A. Trendwatching as the tool of definition of strategic directions of development. Marketing and Management of Innovations. 2011. 1. P. 29-35. doi: <https://doi.org/10.21272/mmi.2011.1-02>