

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ І СПОРТУ УКРАЇНИ
КАФЕДРА ТУРИЗМУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня магістра
за спеціальністю 242 Туризм,
освітньою програмою «Туризмознавство»

на тему: **«СКАНСЕНИ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ РЕСУРС
(НА ПРИКЛАДІ СКАНДИНАВІЇ ТА УКРАЇНИ)»**

здобувача вищої освіти
другого (магістерського) рівня
Макеєвої Анастасії Олександрівни
(ПІБ)


Науковий керівник: Бабушко С. Р.
(прізвище, ініціали)
доктор педагогічних наук, професор
(науковий ступінь, вчене звання)

Рецензент: Кучерява Г. О.
(прізвище, ініціали)
кандидат географічних наук, доцент
(наук.ступінь, вчене звання)

Рекомендовано до захисту на засіданні
кафедри (протокол № 5 від 23.11.2022 р.)

Завідувач кафедри: Бабушко С. Р.
(прізвище, ініціали)
доктор педагогічних наук, професор
(науковий ступінь, вчене звання)

_____ (підпис)



Київ – 2022

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ. ANNOTATION.....	3
ВСТУП.....	5-9
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ	
КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ.....	10-34
1.1. Сутність скансену та його особливості.....	10-18
1.2. Історіографія проблеми.....	18-24
1.3. Кращі світові практики діяльності музеїв просто неба.....	24-34
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ СКАНСЕНІВ СКАНДИНАВІЇ ТА	
УКРАЇНИ.....	35-69
2.1. Туристична інфраструктура Швеції, Данії та Норвегії.....	35-48
2.2. Діагностика сучасного стану скансенів країн Скандинавії.....	48-60
2.3. Вітчизняний досвід розвитку скансенів.....	60-69
РОЗДІЛ 3. АКТУАЛІЗАЦІЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ	
СКАНСЕНІВ В УКРАЇНІ.....	70-82
3.1. Авторська розробка маршруту.....	70-76
3.2. Маркетингові заходи просування туристичного маршруту....	76-82
ВИСНОВКИ.....	83-86
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛ.....	87-93
ДОДАТКИ.....	94-111

АНОТАЦІЯ

Макеєва А. О. Скансени як перспективний туристичний ресурс (на прикладі Скандинавії та України). – Рукопис.

Випускна кваліфікаційна робота за спеціальністю 242 Туризм, спеціалізації «Туризмознавство». – Національний університет фізичного виховання та спорту України, Київ. 2022.

Випускну кваліфікаційну роботу присвячено висвітленню скансену як перспективного туристичного ресурсу на прикладі України та країн Скандинавії. Сформовано сутність поняття «скансен» та з'ясовано його особливості, також наведено зразки кращих світових музеїв просто неба. Здійснено аналіз розвитку та функціонування скансенів України та Скандинавії. Опираючись на проведену діагностику, розроблено одноденний екскурсійний маршрут територією Музею народної архітектури та побуту Середньої Наддніпрянщини як приклад використання зазначеного туристичного ресурсу на практиці.

Ключові слова: скансен, туристичний ресурс, Україна, Скандинавія, інноваційні технології, екскурсія.

ANNOTATION

Makeeva A. O. Skansen as a Promising Tourism Resource (the Example of Scandinavia and Ukraine). – Manuscript.

Graduation qualification work in the specialty 242 Tourism, specialization "Tourism Studies". – National University of Ukraine on Physical Education and Sport, Kyiv, 2022.

The final qualification work is devoted to highlighting the open-air museum as a promising tourist resource. Ukraine's and Scandinavian countries' examples are considered. The essence of the concept of an "open-air museum" is formed and its features are clarified, examples of the world's best open-air museums are also given. An analysis of the development and functioning of open-air museums in Ukraine and Scandinavia was carried out. Based on the conducted diagnosis, a one-day excursion route through the territory of the Museum of Folk Architecture and Life of the Central Dnipro region was developed as an example of using the tourism resource in practice.

Keywords: open-air museum, tourist resource, Ukraine, Scandinavia, innovative technologies, excursion.

Умовні скорочення англійською мовою та українською мовою

Абревіатура	Англійський термін	Український термін
UNWTO	United Nations World Tourism Organization	Всесвітня туристична організація
ICOM	International Council of Museums	Міжнародна рада музеїв
EXARC	Exchange on Archeological Research and Communication	Обмін з археологічних досліджень та комунікацій
AOAM	Archeological Open-Air Museums	Археологічні музеї під відкритим небом
AR	Augmented reality	Доповнена реальність
VR	Virtual reality	Віртуальна реальність
QR-код	Quick Response code	Код швидкого відгуку
НДФ МНАП	Museum of Folk Architecture and Life of the Middle Dnieper	Музей народної архітектури та побуту Середньої Наддніпрянщини
ALHFAM	The Association for Living History, Farm, and Agricultural Museums	Асоціація живої історії, фермерських та сільськогосподарських музеїв
GI	Green infrastructure	Зелена інфраструктура
НІЕЗ	National Historical and Ethnographic Reserve	Національний історико-етнографічний заповідник
SEO	Search Engine Optimization	Пошукова оптимізація
SMO	Social Media Optimization	Оптимізація сайту під соціальні ресурси

ВСТУП

Актуальність теми полягає в тому, що нині музеї відіграють визначну роль у покращенні та розширенні туристичного продукту. Зростання темпів розвитку туризму сприяє радикальним змінам у музейній справі. Так, музеї вже давно вийшли за межі експозиційної й виставкової діяльності, перетворившись на середовище дозвілля, освіти та культурного збагачення.

На музейну сферу суттєво вплинула пандемія COVID-19, оскільки установи у всьому світі були змушені зачинитися для відвідування. Згідно з дослідженнями німецької компанії Statista, у травні 2021 р., близько 20% опитаних музейних закладів усього світу стверджують, що через пандемію коронавірусу чисельність відвідувачів скоротилася на понад 90%. Зіткнувшись зі значним зниженням доходу, деякі музеї вимушені були зачинитись, проте більшість установ продовжила свою роботу, використовуючи цифрові можливості. Отож, близько 53% музеїв світу активізували свою активність на інтернет-платформах та у соціальних мережах, особливо після завершення локдауну [77].

Згідно з даними ЮНЕСКО, станом на 18.02.2022 р. кількість музеїв в світі орієнтовно становить 104 тис. Найбільша їх кількість зосереджена в регіонах Північної Америки та Західної Європи (61%), у Азіатсько-Тихоокеанському регіоні цей показник становить 18%, 11% припадає на Східну Європу, 8% зосереджено у Латинській Америці та Карибському басейні, і лише 0,8% в Африці й 0,7% в арабських державах (Додаток А) [81].

Відносно новим та, водночас, найперспективнішим напрямом в музейній сфері є скансени (музеї-заповідники) або музеї просто неба. Їх основним завданням є збереження й відтворення моделі історичного середовища та створення інтерактивних елементів, шляхом організації цікавого дозвілля для широких верств населення.

У країнах Скандинавії зосереджена значна кількість скансенів, кожен з яких вирізняється своєю унікальністю й пропонує широкий спектр різних культурно-масових заходів – від традиційних майстер-класів, фольклорних фестивалів та постійних й тимчасових тематичних виставок до сучасних інтерактивних

аудіовізуальних турів. Скансени України, станом на сьогодні, розвиваються дещо в уповільненому темпі, на відміну від скандинавських музеїв просто неба. Основа їх діяльності полягає у збереженні й демонстрації автентичних конструкцій, здійсненні комунікації з відвідувачами через призму історичних і культурних цінностей.

Постановка проблеми. Зважаючи на вищевикладене, розкриття скансену як перспективного туристичного ресурсу, діагностика сучасного стану музеїв просто неба Скандинавії та України та створення нового туристичного продукту на базі вітчизняного скансену є надзвичайно актуальними, адже сприятимуть формуванню самобутніх рис національних культур світу, популяризації окреслених локацій, заохоченню туристів до їх відвідування та збереженню національної ідентичності.

Ступінь розробленості теми. Аналіз досліджень з розвитку та функціонування скансенів свідчить, що означене питання перебуває в колі наукових інтересів як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників. Так, до розгляду визначення поняття «скансен» та його класифікації долучилися низка зарубіжних та вітчизняних науковців. Серед них, Є. Чайковський [37], С. Ожема [20], М. Каулен [14], І. Лангер [53], В. Тихонов [31], Г. Новікова [18]. Питанням вивчення скансену як перспективного туристичного ресурсу займалися С. Дичковський [12], І. Проненко [26], О. Афанасьєв [2] та ін.; у їх працях простежуються різні погляди щодо підходів у діяльності музеїв під відкритим небом. Розвиток та діяльність скансенів в Україні та країнах Скандинавії висвітлюються в роботах таких вчених, як Д. Каднічанський [13], М. Ходаківський [32], М. Шкіра [34], В. Олійник [21] тощо. Значну увагу приділено історіографії вивчення скандинавських скансенів, що продемонстрована у наукових працях С. Шаферніча [75], Р. Стівза [78] та Т. Мачана [55]. Однак, недостатньо висвітленою залишається питання комплексного дослідження феномену вітчизняних музеїв просто неба. Крім того, зважаючи на роль скансенів у культурно-масовому житті громади та їх потенціал, що є ще не повністю реалізований як туристичний

ресурс, автор для свого кваліфікаційного дослідження обрав тему «Скансени як перспективний туристичний ресурс (на прикладі Скандинавії та України)».

Метою кваліфікаційної роботи є всебічне дослідження скансену як перспективного туристичного ресурсу України та Скандинавії. До кола наукових інтересів автора увійшли також питання створення реального культурного простору на територіях скансенів та прикладний аспект дослідження, зокрема розроблення нового екскурсійного маршруту з метою популяризації вітчизняних локацій музейного типу.

Для реалізації зазначеної мети необхідно вирішити наступні **завдання**:

- визначити базові терміни дослідження та з'ясувати їх сутність у вітчизняному та зарубіжному науковому просторі;
- висвітлити головні аспекти дослідження скансенів у науковій літературі;
- дослідити кращі практики діяльності скансенів у світі;
- проаналізувати сучасний стан і туристичну інфраструктуру Швеції, Данії та Норвегії з точки зору створення сприятливих передумов для розвитку скансенів;
- продіагностувати сучасний стан скансенів країн Скандинавії, виокремити їх типові риси та простежити наявні тенденції у їх діяльності;
- систематизувати вітчизняний досвід розвитку скансенів;
- розробити авторський продукт із використанням скансену як туристичної атракції;
- визначити маркетингові заходи з просування розробленого автором туристичного маршруту.

Об'єктом дослідження є скансени як перспективний туристичний ресурс.

Предметом дослідження є теоретико-методичні та практичні аспекти розвитку скансенів у Скандинавії та Україні.

Методи дослідження. Для висвітлення теоретико-методичних засад дослідження, у тому числі й аналітики, було використано друковані та електронні видання зарубіжних і вітчизняних вчених, матеріали Світової цифрової бібліотеки, статистичні звіти UNESCO і Statista, показники офіційних веб-сайтів

та дані міжнародних організацій. Задля досягнення поставленої мети, автором було застосовано такі методи як порівняння, аналіз, синтез, індукція, а також статистичний та проблемно-орієнтовний. Вони посприяли у дослідженні стану розвитку музеїв просто неба, вивченні та порівнянні кількісних та якісних характеристик туристичних потоків до скансенів досліджуваних країн, визначенні ефективності діяльності скансенів і дієвих маркетингових заходів, які б популяризували розроблену автором екскурсію.

Теоретичне значення виконаної кваліфікаційної роботи полягає у дослідженні теоретичних і практичних основ вітчизняного та світового досвіду з розвитку музеїв просто неба та визначенні пріоритетних напрямів їхньої діяльності.

Практичне значення роботи полягає у тому, що її результати можуть сприяти популяризації такого типу музеїв як скансени, що поєднують у собі показ національної народної культури, архітектури, ужиткового мистецтва та елементи інтерактивності, у туристичному бізнесі задля ширшого залучення туристів. Також вони можуть бути використані в освітньому процесі під час викладання фахово-орієнтованих дисциплін за спеціальністю 242 Туризм, а саме: «Туристичне краєзнавство», «Спеціалізований туризм», «Організація активного туризму», «Організація екскурсійної діяльності» тощо, та для здійснення здобувачами першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівня вищої освіти кваліфікаційних досліджень з вивчення туристичних ресурсів певної країни чи регіону.

Апробацію результатів кваліфікаційної роботи було здійснено на Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності: глобальні виклики», проведеної 15 березня 2022 р. у Харківському національному університеті міського господарства імені О. М. Бекетова (м. Харків); на Міжнародній науково-практичній онлайн-конференції «Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект», проведеної 5 травня 2022 р. у Чернівецькому торговельно-економічному інституті Державного торговельно-економічного університету (м.

Чернівці). За результатами роботи конференцій опубліковано тези доповідей автора «Роль норвезького архіпелагу Шпіцбергена у розвитку арктичного туризму» та «Правові засади забезпечення безпеки туризму в Ісландії: досвід для України».

Обсяг і структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури та джерел і додатків. Кваліфікаційна робота подана на 86 сторінках. Вона містить 12 таблиць і 15 рисунків. У процесі написання роботи автором було опрацьовано 84 наукових джерела, з них 49 іноземними мовами.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Сутність скансену та його особливості

Термінологія в туризмі є неоднозначним і доволі проблемним судженням, яку досліджують багато вчених та науковців, однак до сих пір вони не можуть зійтися в єдиній думці. Дослідження термінів сфери туризму стає дедалі актуальнішим у силу стрімкого розширення спектру туристичної діяльності. Нині в Україні існує проблема створення єдиного загальноприйнятого понятійно-термінологічного апарату в галузі туризму на законодавчому рівні та у наукових колах.

Кожна галузь знань оперує своїми термінами, що становлять основу термінологічної системи даної науки. Таким чином, професійний успіх багато в чому залежить і від успішного оволодіння термінологічною системою професії. Більш того, за твердженням С. Бабушко, визначення та добір базових понять дослідження, їх розгляд та аналіз дозволить конкретизувати проблему [4; с. 10].

Відома дослідниця з проблем термінології в туризмі О. Любіцева зазначає, що уніфікація понятійно-термінологічного апарату туризму, який застосовується як в практичній діяльності, так і в системі підготовки кадрів та наукових досліджень, сприяє формуванню туризмології – науки про туризм, і свідчить про зрілість наукового напрямку та дієздатність туризму як галузі економічної діяльності [15; с. 10].

На думку автора, яскравим прикладом поновлення термінології туристичної сфери проявляється у запозиченні іншомовних слів, яке значно збільшується останнім часом. Цей процес відбувається завдяки зростаючим проявам інтернаціональних зв'язків та мовних контактів між країнами.

Вчена з питань формування сучасної лексики індустрії гостинності М. Пангелова відмічає, що поява нових слів іншомовного походження пояснюється підсилюючими контактами фахівців готельної справи та туризму різних країн й колективним вирішенням конкретних проблем, що вимагають однаковості відповідних термінологій [22; с. 279].

Одним із таких запозичених слів, є термін «скансен» (швед. skansen), що в перекладі зі шведської мови означає «оборонний (земляний) вал». У різних країнах цей вид музеїв має свої назви: англійці називають його «музей на відкритому повітрі», американці і австралійці – «музей відкритих дверей», німці – «музей відкритого світу», французи – «еко-музей», чехи – «музей в природі», росіяни – «музей-заповідник».

Надалі в роботі автором будуть використовуватися наступні терміни, синонімічні терміну «скансен»: музей просто неба, музей народної архітектури й побуту, музей живої історії. У вітчизняній науковій літературі вказані терміни є найбільш вживаними і зрозумілими.

29 червня 1995 р. було ухвалено Закон України «Про музеї та музейну справу», що регламентував основні етапи створення та діяльності як загалом музейних закладів України, так, зокрема, і скансенів. Окрім цього законодавчого акту, нині в зазначеній сфері правового регулювання діють такі нормативно-правові акти: Закон України «Про культуру», «Про охорону культурної спадщини», «Про вивезення, ввезення та повернення культурних цінностей» [25].

Декларація 1959 р. Міжнародної ради музеїв (ІКОМ) розкрила поняття скансену як колекції будівель постіндустріальної епохи, головним напрямом діяльності яких є збереження, вивчення та демонстрація вказаних колекцій [48].

Польський дослідник Є. Чайковський окреслює «музей просто неба» як заклад, в якому архітектурні об'єкти та традиційні засоби розглядаються як експонати й знаходяться на відкритому просторі [37; с. 128].

Натомість, у своїй праці вчена С. Ожема дає більш деталізоване та концентроване визначення, вказуючи що скансен – це розповсюджена форма етнографічних музеїв, що створюються на основі музеєфікації репрезентативних фрагментів етноландшафтного середовища й об'єктів нематеріальної етнокультурної спадщини. У них створюється комплексна реконструкція минулого, за рахунок якої відвідувачі отримують можливість спостерігати за життям пройдешніх століть відповідної країни чи місцевості, при цьому навіть приймаючи участь в наявних інтерактивних заходах [20; с. 49].

Автор схиляється до вищевказаної думки та вважає, що фактично такі музеї просто неба є клаптиком минулого в сучасному житті, відтворенням історико-культурної спадщини з метою розширити кругозір туриста та створити дестинацію з чудовим способом проведення вільного часу.

Відома російська музеолог М. Каулен у своїх працях трансліює термін «скансен» як «середовищний музей» та пояснює його визначення наступним чином: «музей, діяльність якого спрямована на музеєфікації історико-культурного та природного середовища з усіма складовими рухомими, нерухомими та нематеріальними об'єктами та існуючими між ними взаємозв'язками» [14; с. 15].

Чеський теоретик І. Лангер визначає поняття «скансен» у такий спосіб: «Muzeum v přírodě – це академічна установа, яка на науковій основі інтерпретує та зберігає наукову культуру у формі спеціалізованої виставки просто неба» [53; с. 182].

Наразі автор пропонує оглянути ретроспективу створення першого в світі скансену. Отож, історія його виникнення сягає XIX-XX ст. й налічує вже більше 130 років. Саме у час бурхливого розвитку промисловості та початку світової індустріалізації у Північній Європі виникають перші музеї просто неба. Прийнято вважати, що відлік їх історії почався ще у 1810 р. на о. Юргорден, що раніше належав шведській короні, коли торговець Йон Бургман побудував літній павільйон з мальовничим видом на місто та створив там сад. Маєток Бургмана був названий «Skansen», оскільки поруч розташовувалася невелика фортеця, де принци королівської родини навчалися військової майстерності.

Через 81 рік, у 1891 р. директором і засновником Музею Північних країн Артуром Хазеліусом було придбано маєток «Skansen» і створено музей просто неба. Зачинатель хотів оживити традиційну сільську культуру, представивши на виставці мебльовані будинки та садиби, а також привізши свійських і диких тварин. Коли осучаснений «Skansen» тільки-но зароджувався, його діяльність була зосереджена на сільському господарстві та культурі саамів. Понад 150 традиційних ферм і будинків зі всієї Швеції були куплені та привезені до музею живої історії, щоб він мав вигляд мініатюри країни. Наглядачі будинків, одягнені в костюми відповідної епохи, можуть провести відвідувачів по кімнатах і

розповісти про експонати. Також нині в «Skansen» створено зоопарк, який є популярною локацією для проведення різноманітних заходів. Так з'явився «Skansen» – музей-село, перший у світі музей просто неба [5; с. 11].

Відома українська культурологиня О. Гончарова відмічає, що А. Хазеліус започаткував симбіотичний жанр парку-музею і музейного топосу, організований простір під відкритим небом [9; с. 16].

Завдяки новаторському підходу в показі експонатів і їх різноманітності, «Skansen», *по-перше*, став загальним терміном і дав назву напряму в музеології – «скансенології», а, *по-друге*, отримав широку популярність і спонукав створення подібних музейних колекцій по всьому світу [8; с. 14].

Заглиблюючись у історію створення скансенів у Європі, доцільно вказати, що станом на 1918 р. в Північній Європі існувало вже 50 музеїв, причому в Швеції таких музеїв в цей час нараховувалося не менше 30. Ініціаторами їх створення були або приватні особи, або наукові чи культурні товариства, іноді – місцеві адміністрації. Головна мета, яку ставили перед собою засновники скансенів – формування колекцій найдавніших споруджень країни. Попри переважну кількість будівель XIX ст., у музеях архітектури можна було зустріти і окремі середньовічні об'єкти або садиби пізніших часів, побудованих за старовинними зразками [27; с. 63].

Європейські скансени мають 130-літній період розвитку, починаючи своє існування від заснування стокгольмського «Skansen». Специфіка діяльності скансенів полягає у комплексному показі національної народної культури, архітектури, предметів побуту, знарядь праці, ужиткового мистецтва, загальнонаціонального та локального фольклору. Тобто, створюється певна модель середовища, ландшафту тощо. Це, безперечно, є стимулом для відвідування музеїв такого типу.

Важлива властивість музеїв просто неба – наявність видовищного елементу і широкі можливості неформальної комунікації (під час організації змагань, обрядів, театралізованих вистав, ярмарків, виступів фольклорних колективів).

На сучасному етапі розвитку музеї живої історії поступово стають культурно-дозвілєвим центром, головна функція яких є популяризація національної культурної спадщини із залученням розважальної складової. На рис. 1.1. автором сформовано основні напрями культурно-дозвілєвої діяльності скансенів.



Рис.1.1. Основні напрями культурно-дозвілєвої діяльності скансенів.

Джерело: сформовано автором за [6; с. 61].

Від нещодавна існує тенденція відтворювати у рамках музеїв просто неба демонстрацію традиційних ремесл і видів діяльності, характерних для певної місцевості й часу, що може включати показ роботи мірошника, ткача, коваля, гончара, тесляра, винокура, пасічника та ін. з можливістю організації майстер-класів під керівництвом фахівців.

У деяких музеях реконструюють навіть транспорт минулих років. Історичний транспорт в скансенах може здійснювати не тільки функцію експоната, що діє, але й утилітарну транспортну функцію, оскільки площа таких музеїв є достатньо великою. Цікавим елементом музеїв живої історії є практика приготування страв традиційної кухні, коли їжа готується «на очах» у відвідувачів, та навіть за їх участю, що надає заходу ще більшої колоритності.

Говорячи про класифікацію скансенів, доцільно відмітити, що на сьогодні не існує єдиної загальноприйнятої типологізації. Низка організацій міжнародного й

національного значення, зокрема EXARC [44] та ICOM [48], а також такі вітчизняні й зарубіжні науковці як В. Тихонов [31], Г. Новікова [18], М. Каулен [14], Є. Чайковський [37] використовують різноманітні критерії типології скансенів: за масштабом, профільним типом, напрямками діяльності, параметрами функціонування тощо.

У широкому розумінні, до скансенів відносяться парки мініатюр, парки скульптур, музеї народної архітектури і побуту тощо. У вузькому розумінні – це заклади, в яких демонструються зразки архітектурних споруд.

Відповідно до формулювання EXARC, музеї просто неба можна поділити на п'ять компонентів. Їх стислий опис представлено у табл. 1.1.

Таблиця 1.1

№	Компонент	Опис
1	Археологічні музеї	Археологічні дані є основним джерелом про те, що реконструюється та інтерпретується.
2	Справжні масштабні архітектурні реконструкції під відкритим небом	Поновлення будівель має бути виконане за дотриманням найсучасніших наукових методів. Достовірність використаних матеріалів і технік має бути чітко врахована за допомогою доступних письмових записів із посиланням на джерела інформації, на яких базуються реконструкції.
3	Колекції ресурсів нематеріальної спадщини	Надання інтерпретації того, як люди жили і працювали, з огляду на певний проміжок часу та локації.
4	Музеї, пов'язані з науковими дослідженнями	Зв'язок музейної діяльності та наукових досліджень забезпечується активною роллю кваліфікованого археолога, історика.
5	Музеї, пов'язані з організацією заходів для відвідувачів	Організація заходів залежить від характеру та кількості відвідувачів та може включати екскурсії, освітні програми, презентації експериментальних археологічних досліджень, демонстрації стародавніх ремесл і технік тощо.

Джерело: сформовано автором згідно з [44; 48].

Міжнародна рада музеїв (ICOM) виокремлює чотири групи скансенів:

– екологічні (на базі музеєфікації природного середовища);

- етнографічні (ті, що розташовані на місці минулого місця перебування людської спільноти та музеєфіковані свідчення про її спосіб життя й традиції);
- історичні (ті, що створені й функціонують на місці історичної події чи життя й діяльності відомої постаті);
- археологічні (на місці археологічних розкопок) [48].

Проблематику типологізації музеїв просто неба вивчали і досліджували вітчизняні й російські вчені. У своїх наукових працях дослідники висвітлили й вибудували свої підходи та класифікаційні ланцюги скансенів.

Так, науковець В. Тихонов виокремлює два підходи до створення музеїв просто неба: 1 – «паркового типу», коли будівлі розміщуються без взаємозв'язку; 2 – «збирального типу», коли наявні споруди є частиною сільського чи міського ансамблів. До «збирального типу» скансенів відносяться 10 типів об'єктів, що потрапляють під об'єднавчий термін «музеї просто неба»: археологічні комплекси, музеєфіковане історичне середовище міст, палацові і палацово-паркові комплекси, оборонні історико-архітектурні комплекси, релігійні історико-архітектурні комплекси, меморіальні комплекси садибного типу, військово-історичні комплекси, комплекси промислового профілю, етнографічні комплекси, музеї змішаного типу [31; с. 199].

На переконання зазначеного дослідника, найефективнішою формою збереження і популяризації культурної спадщини є умова переходу від колекційного підходу в побудові експозиційного простору скансенів до етнографічного, який формують за допомогою реконструкції культурного простору території на основі детального історико-культурного зонування.

Колекційний підхід, що полягає у розміщенні унікальних об'єктів-пам'яток історії та архітектури в окремий видовий ряд, нині спостерігається в деяких скансенах, але в сучасному експозиційному просторі є місце й для новостворених осередкових об'єктів, і для природних ландшафтів з етнографічними композиціями.

Схожою точки зору дотримуються й дослідниця феномену середовищних музеїв Г. Новікова. Вона наголошує на тому, що скансени виходять за традиційні межі місця зберігання предметних колекцій та трансформуються у середовищні музеї, які здатні забезпечувати дослідження та демонстрацію культурного ландшафту з усіма взаємозв'язками між його складовими елементами [18; с. 91].

Музеєзнавець М. Каулен пропонує класифікувати сучасні моделі скансенів за двома основними параметрами: взаємодія зі спадщиною – взаємодія з соціумом. До того, у своїй праці, дослідниця зазначає ланцюг із п'яти моделей створення музеїв просто неба: ансамблеві музеї-заповідники, екомuzeї, середовищні музеї-заповідники, території живих традицій, тематичні парки [14; с. 17].

Кардинально інший підхід до класифікації скансенів запропонував польський науковець Є. Чайковський, який поділив їх за площею, яку можуть займати музеї просто неба (рис. 1.2).

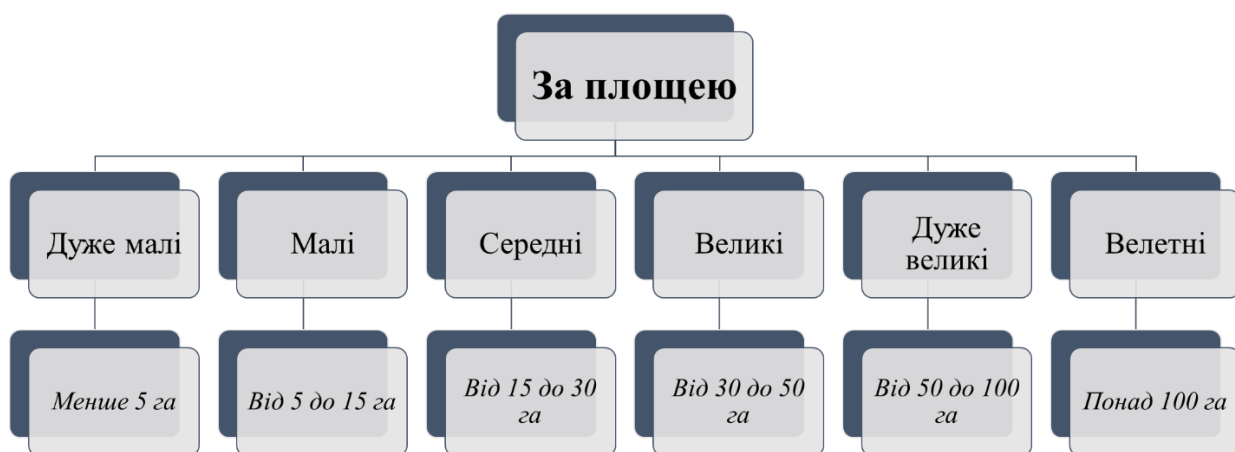


Рис.1.2. Класифікація скансенів за площею території.

Джерело: сформовано автором згідно з [37; с. 129].

Серед головних особливостей скансенів як музейних закладів можна відмітити такі:

- чіткі хронологічні та територіальні межі, за які музейні працівники не мають права виходити при побудові музейної експозиції (замкнутість);
- обов'язкове відбирання предметів матеріальної культури із середовища існування;

- сконцентрованість музейних дослідників здебільшого на науковій діяльності, без якої неможливе достовірне відтворення інтер'єрів, реконструкцій будівель та ін.

Таким чином, проаналізувавши різні підходи до визначення поняття «скансена» та його класифікації, варто наголосити на тому, що зарубіжні та вітчизняні науковці мають різні погляди, проте у деяких аспектах все ж таки сходяться в єдиній думці. Узагальнивши всі висвітлені визначення, доцільно вказати, що нині основним в діяльності музеїв просто неба є інтеграція до сучасного соціокультурного середовища людини та залучення носіїв культурної традиції до роботи на базі скансенів. Важливим є гармонійний розвиток та видозмінювання без пошкоджень пам'яток матеріальної, нематеріальної культури та природи.

1.2. Історіографія проблеми

Важливим чинником у формуванні національної свідомості, історичної пам'яті та ознайомленні з традиційним матеріальним і культурним надбанням певного народу є наявність в країні такого типу музеїв як скансени. Саме вони стають осередками культурного й духовного розвитку етносу. Тому вкрай значущим є здатність розвивати існуючі та заохочувати створення нових скансенів на окресленій території.

Питаннями дослідження феномену скансену та його вивчення як перспективного туристичного ресурсу займалися низка вітчизняних й зарубіжних вчених. Серед них С. Дичковський [12], І. Проненко [26], О. Афанасьєв [2], Еман Тахсін та Саад Худаїр Аль-Джумайлі [41]. У їх працях простежуються різні погляди щодо підходів у діяльності музеїв просто неба.

Вітчизняний дослідник з питань культурології С. Дичковський розглядає розвиток скансенів у системі нематеріальної культурної спадщини (далі – НКС). На думку вченого, найважливішим елементом туристичної інфраструктури, що забезпечує збереження і актуалізацію нематеріальної культурної спадщини, є музеї просто неба, які стали місцем продукування нових смислів [12; с. 21].

Схожої точки зору дотримуються й дослідники Еман Тахсін та Саад Худаїр Аль-Джумайлі, які звертають увагу на позитивну тенденцію відродження музеїв просто неба, за рахунок яких відбувається збереження та розвиток НКС, а також стимулювання ідеї орієнтації на регенераційний процес. До того ж, у своїй науковій праці, вони висвітлили аспекти, за яких можливе відродження НКС у скансенах:

– аспекти, пов'язані з економічним розвитком (взаємодія й відродження традиційних ремесл шляхом заохочення роботи ремісників в майстернях і надання виробів ручної роботи магазинам для їх демонстрації й реалізації);

– аспекти, пов'язані з розвитком культури (культура відіграє важливу роль в стійкості суспільства). Існує твердження, що культура дає життя людям, тобто відбувається збагачення за рахунок ознайомлення з традиціями, звичаями, святами, певними знаннями, релігіями й мораллю. Можна сказати, що культура має декілька вимірів і функцій, що відображаються у розвитку суспільства, які породжують:

а) спосіб життя;

б) соціальну згуртованість;

в) створення багатства й робочих місць;

г) розповсюдження культури на місцевому і регіональному рівні.

– аспекти, пов'язані з міською пам'яттю (місто, як і всі розвинені організми, також володіють пам'яттю, рівень цієї пам'яті має великий вплив на розвиток міст. Пам'ять міста – це також пам'ять суспільства. Пам'ять міста або соціальна пам'ять – це поєднання ідентичності місць і часу. Пам'ять містить просторове вимірювання, яке дозволяє відновити утрачені місця або стародавній вигляд існуючих місць – із залишків, що збереглися на міській поверхні) [41; с. 12].

Українська дослідниця з питань української музейної культури І. Проненко, вважає, що у теперішній час розвитку діяльності скансенів все більшого значення набуває використання сучасних інформаційних технологій у тому числі QR-кодів, AR чи VR. Найбільший інтерес сьогодні викликає створення тривимірних моделей об'єктів на екранах смартфонів, планшетів чи ноутбуків, а також низки

новітніх пристроїв (окуляри Google-скла, Смарт-бачення, чи 3D-маніпулятори). Ці технології створюють можливість організації інтерактивного середовища всередині музейного простору. Крім того, нові інформаційні технології полегшують проведення суспільно-резонансних акцій, PR-заходів, що дає змогу зацікавити та долучити до відвідування музеїв якомога більше відвідувачів та волонтерів [26; с. 94].

Автору імпонує це твердження, адже музейна діяльність, зокрема й розвиток скансенів, гостро потребують залучення інноваційних та інформаційних технологій з метою зростання попиту та відвідуваності.

Натомість, вчений О. Афанасьєв розглядає скансени як репрезентантів регіональних типів природокористування. Він зазначає, що «процес природокористування завжди розвивається на стику суспільства і природи, відображає їх взаємодію на конкретній території в часово-територіальній ретроспективі; природокористування є формою буття того чи іншого народу, віддзеркалює особливості пристосування населення до умов оточуючого природного середовища, і, водночас, напрями перетворення цього ж середовища під потреби суспільства. Об'єктивні територіальні відміни у побуті, традиціях, умовах господарювання, ментальності й самоідентичності навіть в межах одного народу формуються саме під впливом природного середовища, в якому відбувається життєдіяльність певної спільності людей» [2; с. 116].

У якості підтвердження своїх слів, науковець ставить в приклад наявну на теренах України систему історико-географічних та історико-етнографічних земель. Він наголошує, що чим відмінніші природні умови життя населення тієї чи іншої території, тим більш розбіжними будуть і культурологічні особливості. Наприклад, культурологічні характеристики українського населення Прикарпаття, Волині, Буковини суттєво відрізняються як між собою, так і ще більш виразно – від аналогічних характеристик населення Запоріжжя, Слобожанщини, Донщини та Степової України загалом.

Узагальнюючи вищевказану тезу, скансени є якраз тими інституціями, що дозволяють ознайомитися із традиціями етнічного природокористування, що

формувався протягом тривалого історичного процесу формування і розвитку української нації, в насиченому ландшафті допомагають розкрити особливості української ментальності, у тому числі зрозуміти сутність і об'єктивність регіональних відмін українського етнопростору.

Акцентуючи увагу на розвитку та діяльності скансенів в Україні та країнах Скандинавії, було досліджено й проаналізовано низку наукової літератури і джерел. Цим питанням займалися такі вчені як Д. Каднічанський [13], Л. Водяник [7], М. Ходаківський [32], М. Шкіра, Н. Шкіра [34], В. Олійник та В. Коцан [21].

Вчений з питань історико-культурної спадщини Д. Каднічанський, досліджуючи українські музейні заклади типу «скансени», зазначив, що в Україні, окрім 14 великих скансенів, існують ще багато локальних архітектурних комплексів скансенівського типу. Львівський науковець відмічає, що в таких комплексах всі зведення не є автентичними, а лише збудовані за зразками давніх споруд. Саме тому, їх не можна вважати класичними скансенами, адже скансен – це музейний заклад, покликаний зберігати оригінальні пам'ятки архітектури [13; с. 132].

Окрім вищевказаного, вчений у своїй науковій роботі вказав актуальні проблеми, з якими доводиться стикатися вітчизняним скансенам у контексті використання в туристичній діяльності.

Вітчизняний дослідник Л. Водяник у своїй праці детально описує скансени України. Він зауважує, що найбільше зосередження скансенів сконцентроване на території Київської, Закарпатської та Івано-Франківської областей. У його розумінні, українські музеї слугують відображенням специфічного туристично-рекреаційного ресурсу в сфері музейного туризму, що поєднує у собі унікальність пам'яток культури й архітектури та пропагування видовищного елемента (свят, обрядів, виставок, змагань, фестивалів тощо). «Скансени України на сьогоднішній день беруть участь у створенні національного туристичного продукту в сфері екскурсійного та подієвого туризму» [7; с. 150].

Низка інших вітчизняних вчених, що характеризували українські скансени, у своїх працях спрямовували свою увагу на певному регіоні України або ж на конкретному музеї просто неба. При тому, науковці використовували різні

підходи до їх опису, зокрема історичні передумови створення, анімаційна діяльність закладу, сучасні тенденції, розкриття рекреаційного потенціалу тощо. Надалі автор коротко проілюструє декілька найцікавіших наукових праць.

Так, київський науковець М. Ходаківський висвітлює історію створення та структурну складову Національного музею народної архітектури та побуту України. На думку автора, ключовою тезою у цій праці є те, що музей є «значним осередком національної ідентифікації, збереження самосвідомості і відновлення духовності українського народу» [32; с. 193]. Заходи, що організовуються на постійній основі у музеях, часто супроводжуються виступами фольклорних колективів, спрямовані на розвиток духовності, патріотичності відвідувачів, підтверджують правомірність цієї тези.

Такі вчені, як М. Шкіра та Н. Шкіра фокусуються на дослідженні Переяславського скансену як дієвого елемента збереження української етнічності. Вони визначили та сформувавши декілька чинників впливу НДФ МНАП:

- зацікавлення людей культурною спадщиною свого народу;
- усвідомлення значення духовних надбань нації;
- сприяння кращому розумінню відвідувачами історичних, соціально-економічних, етнічних процесів в Україні;
- формування національної свідомості підростаючого покоління;
- сприяння проведенню фестивалів, ярмарок, етнографічних свят, майстер-класів, лекцій, тематичних екскурсій, зустрічей з майстрами народної творчості, художніми колективами;
- ознайомлення іноземних громадян з близького і далекого зарубіжжя з духовною і матеріальною культурою України й допомога в усвідомленні ними цінності тисячолітніх скарбів українського народу та місце України в сучасному геополітичному, гео економічному та геокультурному просторі» [34; с.158].

Науковці з питань культурології та історії В. Олійник і В. Коцан висвітлюють специфіку діяльності Закарпатського музею народної архітектури та побуту, а також розглядають проблеми та перспективи збереження пам'яток у

зазначеному скансені. Вивчаючи вищевказане, дослідники відмічають, що історико-культурний потенціал згаданого скансену не використовується повною мірою. Але попри це, нині розробляється проєкт створення при музеї школи народних майстрів, адже професіоналів, знайомих з традиціями народних промислів та ремесл, катастрофічно не вистачає, і з роками їх стає все менше і менше. Також створюються нові форми спілкування з відвідувачами, котрі активно впроваджуються в Закарпатському музеї народної архітектури та побуту й сприяють поживленню міжкультурної комунікації, зростанню етнокультурної свідомості суспільства [21; с.113].

Щодо історіографії вивчення скандинавських скансенів, варто зазначити, що цим питанням займалися такі зарубіжні вчені, як С. Шаферніч [75], Р. Стівз [78], Т. Мачан [55].

Американська дослідниця С. Шаферніч вказує, що попри масове відкриття музеїв просто неба по всій Європі та Америці, все ж таки найбільш поширене розповсюдження простежується в Скандинавії. Інтерес до історії та погляду в минуле став популярною тенденцією ідентичності. Таке тяжіння до національного самоусвідомлення населення пояснюється відповіддю на розвиток індустріальної епохи, яка поступово змінює як територію, людей, так і країну в цілому [75; с.10].

Автору імпонує вищевказана теза, адже скансени Скандинавії мають понад 130-річну історію, внаслідок якої, цей регіон по праву вважається засновником першого в світі скансену. До того ж, прагнення зберегти традиції, звичаї, записати старовинні пісні, мову чи усні розповіді є проявом возвеличення свого історичного коріння.

На норвезькому інформаційному порталі Mr Nordic в одній із публікацій було проаналізовано і висвітлено чотири найкращих музеїв просто неба Скандинавії, акцентуючи увагу на історичній наповненості, зокрема на будинках (садибах), які представляють культурну цінність для цього регіону [58].

Англійський професор Т. Мачан у своєму виданні прирівнює відвідування скандинавських скансенів до віртуальної подорожі у часі: туристи мають можливість спілкуватися з людьми в старовинних костюмах, куштувати

автентичні страви, спостерігати за виготовленням виробів народних ремесл, прогулюватись ретельно збереженими ландшафтами минулих часів [55; с. 54].

Мандрівник й дослідник Р. Стівз у своїй праці окреслив низку музеїв просто неба Скандинавії та Європи зокрема, зосереджуючись на напрямі діяльності та унікальності кожного з них. Він підкреслює, що найбільше в скансенах йому до вподоби спостерігати за роботою майстрів, зазначаючи, що багато традиційних видів мистецтва і ремесл вмирають. Разом з тим, Р. Стівз наголошує, що ремісники роблять все можливе, щоб зберегти традиції, зокрема не допустити, щоб годинник із зозулею спіткала доля птаха додо [78].

Отже, аналіз досліджуваного питання у науковій літературі дає підстави для висновку, що скансени перебувають у колі наукових інтересів вітчизняних та зарубіжних вчених, однак, питання скансенів, як туристичного ресурсу, не було досліджено комплексно. В основному, у своїх працях, науковці розглядають скансени як форму охорони пам'яток традиційної культури та як основу для глибинного пізнання коріння національних традицій, а також узагальнюють проблеми розвитку й перспективні напрями діяльності в окремо визначених музеях просто неба.

1.3. Кращі світові практики діяльності музеїв просто неба

Скансени представляють собою унікальні місця, що розповсюджені по всьому світу. Вони є так званими хранителями історії, науки, мистецтва та культури, що поєднують в собі не лише функції збереження й вивчення, а й інтерактивну, дозвіллеву та культурну функції.

Згідно з даними Асоціації живої історії, фермерських та сільськогосподарських музеїв, нині в світі нараховується понад 350 скансенів, 253 з яких розміщені в Європі [80].

Автор пропонує більш детально оглянути десять найкращих світових зразків музеїв просто неба, що вирізняються своєю унікальністю та внеском у поширення культури й мистецтва своєї країни.

Показником популярності вказаних нижче музеїв просто неба є їх відвідуваність, тому, враховуючи цей критерій, автор сформував рейтингову таблицю (табл.1.2) найвідоміших світових скансенів.

Таблиця 1.2

№ з/п	Назва скансену	Країна	Туристичний потік на рік (у середньому)
1	Plimoth Patuxet	США	5 000 000
2	Колоніальний Вільямсбург	США	554 000
3	Wallachian Open Air Museum	Чехія	500 000
4	Sovereign Hill	Австралія	450 000
5	Нідерландський музей під відкритим небом	Нідерланди	300 000
6	Екомузей Ельзасу	Франція	200 000
7	Seurasaari	Фінляндія	15 396
8	Музей тірольських господарств	Австрія	7 000
9	Корейське народне село	Південна Корея	–
10	Музей Мейдзі-мура	Японія	–

Джерело: сформовано автором.

Слід відзначити, що скандинавські музеї просто неба також входять до авторського рейтингового списку, проте їх аналіз та характеристика будуть подані у окремому підрозділі.

Аналіз скансенів поданий за наступним алгоритмом: географічне розташування, коротка характеристика, унікальність, заходи, відвідуваність.

На думку автора, найдоречніше розпочати із європейських музеїв просто неба, а саме з найстарішого та найбільшого скансену у своєму роді в Центральній Європі. **Валашський музей просто неба** заснований у 1925 р. та знаходиться в історичному районі Моравська Валахія в Чехії. Він є пам'яткою природи та культури національного значення й налічує близько 100 автентичних споруд, які занесені до списку історичних пам'яток країни (Додаток В).

Метою створення чеського скансену є збереження та демонстрація валашської матеріальної культури й традицій. Сьогодні три різні частини музею відображають способи життя регіонів Сілезії та Валахії у природних ландшафтах: Долина водяних млинів, Валашське село та Дерев'яне містечко.

Діяльність Валашського скансену є чудовим зразком відтворення концепції «живий музей», адже в ньому щоденно організовуються різного роду програми і проводиться безліч заходів розважально-пізнавального характеру, що пов'язані з фольклором, народними звичаями і традиційними ремеслами. Найяскравішою подією скансену є цілорічний фольклорний фестиваль «Валашський рік», що містить у собі 60 запланованих заходів, у тому числі виступи фольклорних ансамблів.

Варто вказати, що нині під егідою Валашського музею просто неба функціонує нещодавно створена локація Пустевни, що містить дві дерев'яні будівлі в стилі модерн із народними мотивами, які були спроектовані словацьким архітектором Д. Юрковічем.

Туристичний потік Валашського скансену має досить високі показники, адже щорічно його відвідують понад півмільйона туристів, які, при цьому, активно користуються послугами гідів (екскурсії проводяться на чотирьох мовах) [83].

Наступним скансеном, що вирізняється з-поміж інших є фінський **скансен Seurasaari**, що був заснований в 1909 р. професором Акселем Олай Хейкелем. Музей складається з будівель, що були зібрані з різних провінцій Фінляндії. Перенесені на о. Сеурасаарі, вони дають загальне уявлення про життя фінської сільської місцевості з XVIII-го по XX ст. Зараз у Сеурасаарі є 87 окремих будівель (Додаток Д).

Музейний острів Сеурасаарі займає площу близько 46 га і є заповідною територією, що належить м. Гельсінкі. Фонд Society Island відповідає за організацію щорічних свят у скансені та фінансово підтримує різного роду будівельні заходи.

Музей просто неба Seurasaari користується популярністю у туристів і щороку його відвідують десятки тисяч людей. Найпопулярнішим щорічним заходом на острові є Seurasaari Midsummer, організований Seurasaari Foundation.

Також, переважно в травні та вересні, музей відіграє важливу історичну дестинацію для організація екскурсій учням зі шкіл м. Гельсінкі. Варто вказати, що музей відкритий лише частину року, як правило, з 15 травня по 15 вересня. Протягом літнього сезону скансен організовує регулярні екскурсії кількома мовами (особливо фінською, шведською, англійською, німецькою) і представляє життя минулого за допомогою виставок ремесл і народної музики. Працівники Seurasaari мають власну театральну групу Paidolliset, яка проводить щорічну літню виставу просто неба. Гідами музею, в основному, є літні працівники, які вивчають культурні та традиційні предмети на університетському рівні.

Акцентуючи увагу на статистичних даних, то слід відмітити, що у 2021 р. скансен Seurasaari відвідали 15 396 осіб, а у 2020 р. – 14 396 осіб. Таким чином, відбулося зростання показника відвідуваності на 5 % [74].

Беручи до уваги показники 2019 р., то вони становили 55 973 осіб, що перевищило дані попереднього року. Відповідно до офіційних звітних документів Seurasaari, у 2019 р. програма, пов'язана з виставками, була дуже затребуваною, а саме: лекції, майстер-класи та тематичні дні. Також за цей рік чимало відвідувачів були присутніми на святкуваннях Середини літа Seurasaari, Дитячого Seurasaari та Різдвяної стежки Seurasaari [73].

Переходячи до Західної Європи, першочергово доцільно проаналізувати діяльність **Нідерландського музею просто неба**, що позиціонується як найперший, найбільший і найкращий скансен в країні. Музей займає площу близько 44 га і насичений різноманітними автентичними й рідкісними будівлями.

Ідея створення Музею просто неба була задумана Фредеріком Адольфом Хофером у 1912 р. після того, як він відвідав декілька подібних музеїв у Скандинавії. Водночас зростання індустріалізації та урбанізації спричинило зникнення регіональних відмінностей. Оскільки традиції та майстерність були під загрозою зникнення, історичні будівлі були транспортовані до музею. У 1918 р.

музей був відкритий для публіки, він складався з шести будівель, які були перенесені з усієї країни (Додаток Е).

На сьогодні тут налічується близько 100 історичних будівель, млинів і ферм з різних місць та історичних періодів, зокрема, фризські садиби XVIII ст. типу «head-neck-body», відтворена голландська паперова фабрика 1850 р., багаточисельні вітряки, в тому числі й найдавніший в країні – 1665 р.

У 2021 р. Нідерландський музей під відкритим небом відвідало понад 300 000 відвідувачів. Як зазначає представник скансену Теус Еенкхорн, 2021 р. був особливим для Нідерландського музею під відкритим небом у всіх відношеннях. Було відкрито дві нові локації – «Венеція» та «Ремісничий майстерня». Також було створено сучасний колекційний центр спільно з такими партнерами, як Rijksmuseum, Paleis Het Loo та Агентством культурної спадщини Нідерландів, які спільно керуватимуть історичними колекціями скансену [64].

На початку 2022 р. адміністрація вищевказаного музею просто неба анонсувала відкриття нової туристичної дестинації Warnsveld та репрезентацію ідей поета Антона де Кома широкій аудиторії на виставці [63].

Досить привабливим європейським скансеном є **Музей тірольських господарств**, що розташований посеред австрійських Альп у поселенні Крамзах. На території музею просто неба розміщено 14 ферм та 23 історичних будівель, що дають уявлення про минуле життя в різних тірольських долинах (Додаток Ж).

Традиційні історичні будівлі скансену збереглися у первісному вигляді. Крім ферм, у музеї також є школа, тир, водяний млин, кузня, пожежна частина та громадські лазні. Найстарішими фермами є Tierstaller з Південного Тіролю, фермерський будинок з плануванням Paarhof до 1500 р. і Alter Segger зі Східного Тіролю, коріння якого сягає середньовіччя приблизно в 1400 р.

Мета музею – показати відвідувачам, як жило і працювало місцеве населення Тіролю в минулі часи. У семи будівлях є мультимедійні інсталяції, де герої розповідають про своє життя, а в іншому – транслюються фільми про те, як ці вражаючі дерев'яні будівлі були розібрані та перевезені до

музею. Дітям сподобаються інтерактивні станції з цікавими заняттями, зокрема, як доїти корову та будувати дерев'яну хатину. Існує також низка тимчасових виставок, які змінюються протягом певного проміжку часу, а також діє виставка на постійній основі, що демонструє, як у минулому лісоруби перевозили величезні стовбури дерев, повалені в горах, у долину через бурхливі струмки та річки.

Статистичні показники відвідуваності показують, що протягом року Музей тірольських господарств відвідує близько 7 000 туристів [60].

Своєю автентичністю вирізняється **Екомузей Ельзасу (Écomusée d'Alsace)**, що вважається найбільшим скансеном у Франції. Музей просто неба організований як ельзаське село на початку ХХ ст., куди були перенесені та зібрані понад 70 автентичних ельзаських споруд: фахверкові будинки, житло робітників, магазин, укріплена вежа, ратуша, школа, сади тощо (Додаток З).

У Екомузеї Ельзасу представлені основні типи ельзаської архітектури, відібрані відповідно до регіонів, епох й соціальних критеріїв. Завдяки пожертвуванням ельзасців усі будівлі повністю умебльовані. Колекція музею налічує близько 40 000 предметів (меблі, предмети побуту, одяг, інструменти та сільськогосподарська техніка) з 1800-х до 1950-х рр.

Скансен представляє собою виняткову колекцію будівель і предметів побуту, що спрямована на збереження та передачу ельзаської культурної спадщини, а також захист біорізноманіття та природних ресурсів.

У 2014 р. музей взяв за мету приймати безпосередню участь у роздумах про головні виклики сьогодення з наступних аспектів:

- середовище проживання;
- сільське господарство;
- біорізноманіття;
- співіснування.

Згідно з офіційними статистичними даними Екомузея Ельзасу, щорічно скансен приймає близько 200 000 відвідувачів [54].

Оригінальними прикладами створення музеїв просто неба славиться й Азійсько-Тихоокеанський туристичний регіон, а саме Північно-Східний напрямок. Тут, на досить високому рівні, представлені два зразки скансенів.

Першим з них є скансен «**Корейське народне село**», що розташований в Південній Кореї та знайомить відвідувачів з традиційною культурою пізнього періоду Чосон через різні інтерактивні заходи – культурні заняття, практику шаманської віри, бойові мистецтва, сезонні звичаї та ін.

Музей просто неба розташований на території, збагаченій такими природними ресурсами, як гори та річки, на площі в 243 га. Він був створений у 1974 р. шляхом перенесення й відновлення 270 справжніх будинків з різних географічних регіонів Кореї [51] (Додаток К).

На території скансену знаходиться близько 20 майстерень, практикуються різноманітні ремесла, такі як гончарство, лозоплетіння, вироби з бамбука, дерев'яні вироби, вироби з паперу, латуні, вузли, віяла, музичні інструменти, залізні вироби та вишивка.

Роль Корейського народного села полягає у поновленні цінностей традиційної культури та її збереженні, щоб інформація про неї ширилася світом.

На жаль, немає офіційної статистичної інформації стосовно чисельності туристичних потоків у зазначеному музеї просто неба.

Другим за популярністю азійським скансеном є **Музей Мейдзі-мура**, що розміщений в Інуямі, що в Японії. Він славиться наявністю японських будівель різних історичних періодів, таких як Мейдзі, Тайсе, Сева.

У музеї розміщено 67 будівель епохи Мейдзі, які були деконструйовані, перенесені в Інуяма, а потім реконструйовані на місці (Додаток Л).

Головна особливість Мейдзі-мура полягає в тому, що в ньому сконцентрована лише оригінальна колекція справжніх будівель тієї епохи, 11 з яких визнані національним надбанням. До того ж, ці всі будівлі відкриті для відвідувачів.

Доцільно зауважити, що у 1890 р. уряд Японії здійснив певний захід для більшого залучення іноземних мандрівників до відвідування країни. Таким

чином, був побудований готель Imperial в Токіо, що позиціонувався як «гостьовий будинок» для цих же іноземних відвідувачів. Вхід і вестибюль цього готелю збереглися донині в Мейдзі-мура. Його ключовою рисою є поєднання 2D і 3D-ефекту, завдяки унікальній розробці відомого американського архітектора ХХ ст. Френка Ллойда Райта [35].

Про те, що Музей Мейдзі-мура є широковідомим, як серед туристів, так і місцевого населення, говорять статистичні дані відвідування. Але, керівництво скансену не веде офіційної статистики, тому, на жаль, переконатися у вищесказаному неможливо.

Окремо слід відзначити найвиразніший скансен Австралії, що має назву **Sovereign Hill**. Він був створений у 1970 р. за концепцією «живого музею», що розповідає історію Балларата як міста, яке процвітало у часи золотої лихоманки.

Скансен охоплює 25 га колишньої золотодобувної ділянки та оживляє золоту лихоманку через «живе» містечко, що містить місця розкопок, підземні шахти, школу й житлові будівлі 1850-х рр. Він налічує понад 60 історично відтворених будівель із персоналом та волонтерами в костюмах тієї епохи, які можуть відповісти на запитання відвідувачів й зробити з ними фото (Додаток М).

Загалом, близько 350 співробітників працюють над тим, щоб втілити в життя історію золотої лихоманки. Їх підтримують понад 250 волонтерів, які допомагають оживити Sovereign Hill і допомагають з кураторською роботою та організацією екскурсій.

Для зручності відвідувачів на території скансену функціонує на постійній основі шахтний трамвай, яким туристи можуть дістатися до шахти для проведення там екскурсії. Найбільшою популярністю серед відвідувачів користується екскурсія до Шахти Червоного пагорба, вона містить у собі інформацію про етнічну групу жителів Корнуолла та їхнє відкриття Welcome Nugget (великий самородок золота вагою 68,98 кг, який був знайдений 9 червня 1858 р.).

Окрім цього, музей просто неба пропонує відвідачам зупинитися у їхньому власному готелі з видом на територію Sovereign Hill. Номерний фонд готелю

налічує 43 комфортабельних номерів, які оснащені всім необхідним та поділені на різні класи, в залежності від кількості спальних місць у номері.

Досить цікавим є те, що вже чотири роки поспіль музей просто неба Sovereign Hill є переможцем найвизначніших австралійських туристичних винагород. Головною метою діяльності скансену є з'єднання людей через історію минулого, щоб адаптуватися до кращого майбутнього.

Sovereign Hill користується популярністю як серед австрійців, так і у іноземних відвідувачів завдяки задуму «живого музею», де представлені майстер-класи з рідкісних ремесл (плетіння зі шкіри, різьба нецке, виготовлення тростини), оригінальне робоче обладнання та інвентар, антикваріат, екіпаж, костюмовані перекладачі тощо. Щорічно скансен приваблює близько 450 000 відвідувачів [76].

Зосереджуючись на скансенах Сполучених Штатів Америки, доречно виокремити два найвиразніших та найвідвідуваніших, на думку автора.

Отож, найвідомішим, проте досить нестандартним, музеєм просто неба є **Колоніальний Вільямсбург**. Скансен є відновленим та реконструйованим історичним районом Вільямсбурга, що знаходиться в штаті Вірджинія на ділянці в 301 га. Його реставрація охопила близько 85% початкової території Вільямсбурга у XVIII ст., при цьому тоді було знесено понад сім сотень будівель, датованих 1790 р.

Основною роллю вказаного скансену є збереження та інтерпретація американської колоніальної історії. Історія революційного міста Колоніального Вільямсбурга розповідає, як різні народи еволюціонували в суспільство, яке цінувало свободу та рівність (Додаток Н).

Територія зазначеного скансену фактично є «живим» містом», в якому проживають та працюють люди, тому варто вказати, що економіка Вільямсбурга значною мірою підтримується саме завдяки туристичній діяльності та наданням освітніх послуг. Саме в цьому місті розміщено два заклади світового класу – Коледж Вільяма та Colonial Williamsburg Foundation.

Політичні й громадські діячі з Вільямсбурга допомогли реконструкції історичної частини міста, що дозволило сучасним відвідувачам відчути, яким

було життя тоді. Нині, на території скансену, відвідувачі можуть поспілкуватись зі співробітниками, одягненими у одяг колоніальної епохи, використовуючи колоніальну граматику та дикцію. Серед популярних будівель, відкритих для огляду, є Палац губернатора, будинок Пейтона Рендольфа, будинок Джорджа Уайта, будівля суду, таверна Ролі та парафіяльна церква Брутона.

Туристична статистика штату Вірджинія показує, що протягом останніх кількох місяців простежується зростання чисельності відвідувачів, що конкурує з цифрами, які були зафіксовані у «доковідні» роки. Отож, минулоріч скансен відвідало близько 55 000 туристів. У 2020 р. витрати відвідувачів Колоніального Вільямсбурга становили 445,71 млн доларів [36].

Інший скансен Америки має назву **Plimoth Patuxet** (або Планація Плімота) та представляє собою комплекс музеїв просто неба, що був заснований у 1947 р., внаслідок ретельних досліджень життя людей вампаноаг і колоніальної англійської спільноти 1600-х рр.

Планація Плімота намагається відтворити оригінальне поселення Плімутської колонії, відображаючи зразки будинків, садиб, загонів для тварин, полів, укріплень, що були створені в Нью-Плімуті до 1627 р. (Додаток П).

У одній з частин скансену «Англійське село», працюють спеціально підготовлені перекладачі, які розмовляють, діють та говорять відповідно до вказаного історичного періоду. Їх ключовою задачею є спілкування з відвідувачами, обговорення умов їхнього життя, а також приймання участі у таких побутових заняттях як кулінарія, садівництво, ковальство тощо.

Загалом, вказаний скансен працює лише з березня по листопад і цей період відображає повсякденне життя та організовує різні святкові заходи, що демонструють певні урочистості.

Акцентуючи увагу на статистичних даних, варто зауважити, що чисельність відвідувачів Планації Плімота з кожним роком збільшується. У середньому, щороку його відвідують майже 5 млн туристів [70].

Отже, проаналізувавши кращі світові зразки скансенів та надавши характеристику їх діяльності, автор дійшов висновку, що з кожним роком у

населення все більше зростає зацікавленість до такого типу музеїв. Окрім цього, мережа скансенів постійно розширюється по світу та набуває значення так званої подорожі в минуле, з можливістю відчувати на собі місцеві традиції, народні ремесла чи спосіб життя певної території чи країни, в цілому.

Таким чином, продемонструвавши теоретико-методичні засади кваліфікаційного дослідження, можна підсумувати, що питання розвитку скансенів як туристичного ресурсу є достатньо вивченим та проаналізованим, як вітчизняними, так і зарубіжними науковцями. На рівні з вже «класичними» послугами в музеях просто неба, з кожним роком відбувається удосконалення своєї діяльності, впроваджуючи все нові формати, в тому числі інноваційні й цифрові.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ СКАНСЕНІВ СКАНДИНАВІЇ ТА УКРАЇНИ

2.1. Туристична інфраструктура Швеції, Данії та Норвегії

Розвиток туристичної інфраструктури є гарантом сталого розвитку туризму, адже її вдосконалення слугує раціональному використанню ресурсів туристичною індустрією при обслуговуванні туристів, створенню належного рівня життя і комфорту місцевих жителів, формуванню нових робочих місць тощо. Аналіз туристичної інфраструктури Скандинавії дасть можливість оцінити перспективи країн в туристичній галузі, порівняти їх з іншими країнами Європи та світу й спрогнозувати подальший розвиток міжнародного туризму.

У кваліфікаційному дослідженні, автор розглядає Скандинавський регіон як групу країн Північної Європи, що включає Данію, Норвегію та Швецію. Адже народи цих країн пов'язані одним корінням, тобто спільною етнокультурною спадщиною, і говорять мовами скандинавського підвиду німецької малої групи. Сьогодні три незалежні держави – Швеція, Норвегія та Данія – протягом століть об'єднані одна з одною двосторонніми союзами (Данія-Норвегія, Швеція-Норвегія) і навіть потрійними союзами (Кальмарський союз) [72] (Додаток Б).

Доречно зауважити, що країни Скандинавії утворюють субрегіон Північної Європи, який межує з Фінляндією та Росією на сході. Тож, коли йдеться про Північний регіон, необхідно ще включати такі країни, як Ісландію та Фінляндію, іноді й Фарерські острови, Аланди та Гренландію.

Підтримкою національних туристичних стратегій, впровадженням відповідних заходів щодо туристичної політики та пошуком підходів для вирішення актуальних проблем туризму країн Скандинавії опікується Рада міністрів бізнесу Північних країн (The Nordic Council of Ministers). Варто зауважити, що вказана організація є офіційним органом міжурядового співробітництва у Північному регіоні, членами якої є Данія, Норвегія, Фінляндія, Ісландія та Швеція. Нещодавно Рада представила бачення своєї діяльності, що виглядає наступним чином: «До 2030 р. Північний регіон стане найбільш стійким та інтегрованим регіоном в світі» [69].

Окрім цього, локально в кожній з означених країн існують центральні органи виконавчої влади, діяльність яких, включає в себе управління туризмом. Так, туризм у Данії входить до сфери відповідальності Міністерства промисловості, бізнесу та фінансів (Ministry of Industry, Business and Financial Affairs); у Норвегії туризм знаходиться під головною відповідальністю Міністерства торгівлі, промисловості та рибальства (Ministry of Trade, Industry and Fisheries); у Швеції Міністерство підприємництва та інновацій (Ministry of Enterprise and Innovation) відповідає за питання, що стосуються туризму. Також, важливо враховувати, що у цих країнах створені низки окремих державних та приватних агентств, спілок, рад, що опікуються туристичною галуззю та відповідають за просування, міжнародний брендинг й інноваційні запровадження.

Економічне значення туризму серед скандинавських країн є колосальним, адже простежується його постійне зростання, що робить важливий внесок у створення нових робочих місць, експортних доходів та внутрішньої доданої вартості. Уряди, а також державні та приватні організації почали розглядати туризм як рушій економічного зростання та майбутнього розвитку.

Отже, для того, щоб провести аналіз туристичної галузі Скандинавських країн, необхідно врахувати такі фактори, як щільність населення, рівень розвитку туристичної інфраструктури, чисельність туристичних потоків та, відповідно, валютні надходження.

Відповідно до даних з рис. 2.1., у 2020 р. Норвегією було зареєстровано приблизно 1,4 млн туристів, що на 75% менше, ніж у 2019 р. Очевидно, що такий від'ємний показник спричинений наслідками пандемії COVID-19. Проте, згідно з рішенням уряду, з 26.01.2022 р. Норвегія відмінила карантинні обмеження для подорожуючих, незалежно від статусу вакцинації та препарату, яким було зроблено щеплення від коронавірусу. Тож, очікується, що у 2022 р. туристичний потік країни буде зростати.

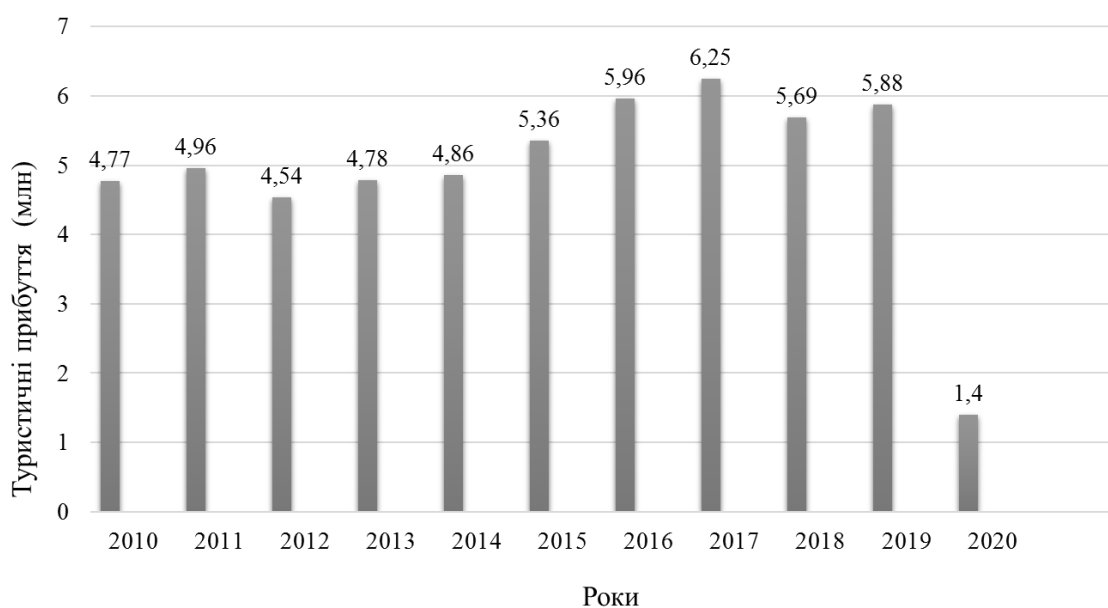


Рис. 2.1. Динаміка туристичних потоків Норвегії (2010-2020 рр).

Джерело: [84].

Акцентуючи увагу на валютні надходження країни, доцільно вказати, що в останні роки загальні витрати іноземних відвідувачів у Норвегії перевищили 50 млрд норвезьких крон. Найбільшу частку у надходженнях від туризму становили продукти харчування та напої, при цьому дещо перевищивши витрати на проживання [50].

Говорячи про провідні напрямки для подорожей у Норвегії, то Вестланд є найбільш відвідуваним міжнародними туристами округом країни, згідно з загальною кількістю ночівель у закладах розміщення. На другому місці, за рейтингом відвідуваності, є столиця країни Осло.

Оперуючись даними звіту Innovation Norway за 2019 р., слід зазначити, що більшість норвежців задоволені високим рівнем розвитку туризму в своїй країні, адже вірять що така тенденція має низку позитивних ефектів. Однак, останнім часом зростає ступінь незадоволеності населення щодо збільшення обсягів туризму, особливо це яскраво простежується в невеликих, але популярних місцях навколо фіордів західного узбережжя, Лофотенських островів і Шпіцбергена. Крім того, згідно з опитуванням, 23% норвезьких відпочиваючих та 18% іноземних туристів вважають, що місця, які вони відвідували, переповнені туристами [50].

Отож, поки пандемія не зупинила подорожі в 2020 р., норвезька туристична індустрія відчувала постійне зростання та, відповідно, ознаки надмірного туризму. Наразі галузь готується до відновлення, регулювання чисельності відвідувачів та стійкість є ключовими для пошуку правильного балансу між пропозицією значного туристичного досвіду та захистом крихкої природи та спільнот.

У квітні 2021 р. була схвалена Нова національна туристична стратегія Норвегії (Nasjonal reiselivsstrategi 2030), яка включає в себе національний план, що заохочує спільне створення та співпрацю між муніципалітетами та округами, науковими й академічними колами, транспортними компаніями, культурними закладами та іншими державними та приватними організаціями, що беруть участь у туристичній діяльності. Представлено чотири основні цілі стратегії:

- підвищити створення вартості та сприяння утворенню нових робочих місць по всій країні;
- сприяти тому, щоб Норвегія стала країною з низьким рівнем викидів;
- сприяти створенню привабливих місцевих громад та, як наслідок, задоволених громадян;
- забезпечити таку високу клієнтоорієнтованість, щоб готовність платити і купувати збільшувалася [62].

У Додатку Р схематично відображені стратегії розвитку туризму Норвегії, що ґрунтуються на Цілях сталого розвитку ООН та цілях уряду щодо «зелених» змін.

Ще одним визначальним проектом, що впливає на розвиток туристичної інфраструктури є програма Норвезькі мальовничі маршрути (Nasjonale turistveger), що реалізується за підтримки Норвезької адміністрації громадських доріг. До вказаної програми входить 18 дорожніх маршрутів, які пролягають через ландшафти з унікальними природними ресурсами, вздовж зон відпочинку з сучасною архітектурою та оглядовими майданчиками. Такі маршрути рекомендовані як альтернатива основним дорогам та спрямовані на те, щоб зробити Норвегію ще більш привабливою дестинацією й сприяти розвитку

місцевого бізнесу. Програма передбачає співпрацю з сімома окружними адміністраціями та 57 муніципалітетами, іншими державними органами, місцевими організаціями та бізнес-спільнотами.

Так, відповідно до даних вищевказаного проєкту, у 2023 р. Норвезькі мальовничі маршрути стануть повноцінною визначною пам'яткою з 249 визначними атракціями вздовж дороги протяжністю більше ніж 2000 км. Так само, з 2024 р. маршрути будуть й надалі експлуатуватися, підтримуватися і розвиватися. З фінансової точки зору, в програму буде інвестовано 4,6 млрд норвезьких крон з 1994 р. по 2029 р. [61].

Окремо варто відзначити підхід Норвегії до питання інклюзивності. Нещодавно уряд Норвегії оприлюднив своє бачення стосовно цієї проблеми, в якому вказав, що до 2025 р. відбудеться забезпечення кращих, легкодоступніших умов та рівніших прав для людей з обмеженими можливостями, а також буде покращення наявних життєвих умов й для інших прошарків населення. Таке впровадження є частиною Національної стратегії сталого розвитку та нововведеного Закону про планування і будівництво й створено, щоб допомогти зробити суспільне життя доступним для всіх та уникнути дискримінації.

Поступово переходячи до розвитку туризму в Швеції, перш за все доцільно вказати динаміку туристичних потоків. Так, у 2020 р. країна зафіксувала майже 2 млн туристів, посівши 67-е місце у світі в абсолютному вимірі. На рис. 2.2. показано динаміку туристичних потоків, яка є досить нерівномірною, простежується різке скорочення чисельності туристів в 2016 р. Автору не вдалося з'ясувати чіткі підстави такого спаду, адже у 2016 р. туризм мав відмінні показники розвитку: оборот туристичної індустрії складав на 6,6% більше, ніж у 2015 р.; вартість туристичного експорту зросла на 12,7 %, порівняно з 2015 р.; працевлаштування в туристичній індустрії Швеції зросло на 6,9%, порівняно з 2015 р.; частка туризму у шведській економіці залишалася незмінною та становила 2,7% ВВП [68; с.192].

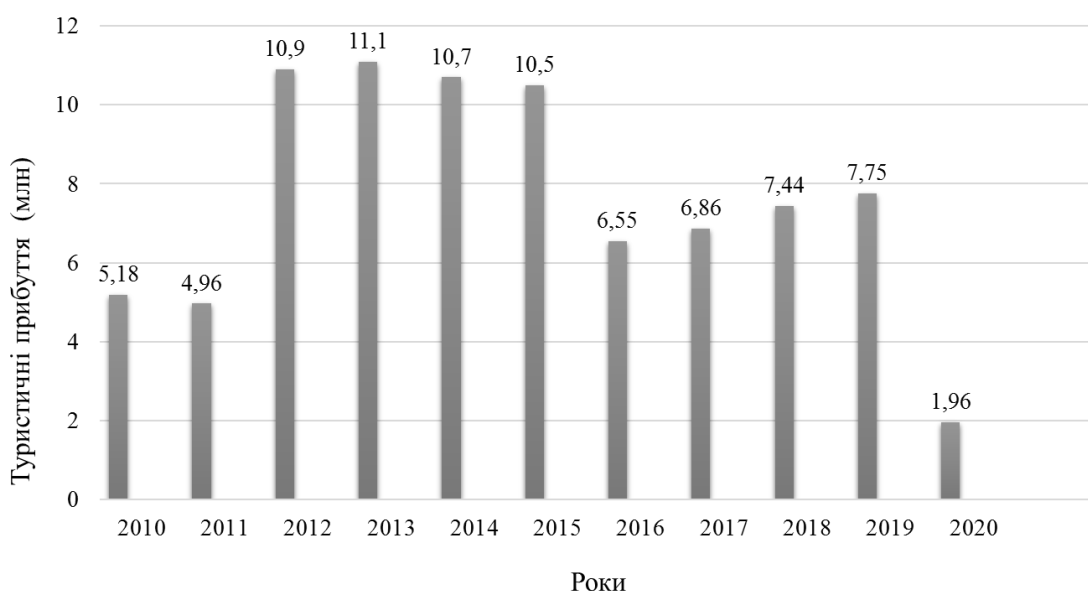


Рис. 2.2. Динаміка туристичних прибуттів Швеції (2010-2020 рр.).

Джерело: [84].

Оперуючись даними Швецької туристичної організації (Svenska Turistföreningen), у туристичному секторі Швеція заробила близько 14,93 млрд дол. США. Це відповідає 2,8 % його валового внутрішнього продукту і приблизно 14% усіх надходжень від міжнародного туризму в Північній Європі. У середньому кожен з туристів, який прибув у 2018 р., витратив близько 1696 дол. США. І навпаки, жителі Швеції витрачають лише близько 766 дол. на рік, коли самі проводять відпустку за кордоном [79].

Найпопулярнішим містом Швеції для міжнародних мандрівників є Стокгольм. У 2019 р. він посів 91 місце серед найпопулярніших міст світу з 2,72 млн туристів.

Напевно, однією з найважливіших програм підтримки і розвитку туризму в країні є OUTPACE, що розроблена разом з партнерами й експертами з Литви, Великобританії, Ісландії та Ірландії. Її мета полягає у збільшенні кількості туристичних підприємств, що розробляють інноваційні продукти та послуги на основі можливостей, які надає поп-культурний туризм. Насправді, сьогодні багато перспективних туристичних напрямів переживають швидке зростання безпосередньо через їх зв'язки з популярним нині культурним середовищем:

телебаченням, кіно та музикою. Саме тому, вказаний проєкт є націленим на створення більш динамічної регіональної туристичної економіки.

У Швеції на досить високому рівні розвинені практики подорожування фургонами або «vanlife», що реалізуються за принципом системи «all-inclusive». Цей новий тип подорожей полягає у єднанні з природою та відпочинком без натовпу туристів. Попит на vanlife-тури постійно зростає, що вказує на збільшення людей, охочих побути наодинці з собою, відшукати натхнення та відволіктись від шумного й виснажливого життя в місті. У країні існує ціла мережа служб оренди автомобілів, що пропонують фуртони, які різняться за своїм наповненням та умовами проживання, і вартість їх стартує від 1000 € за тиждень. Стосовно місць паркування, то Швецією передбачено «Право публічного доступу» («Allemansrätten»), що окреслює конкретні правила щодо того, де дозволяється робити табір та яких обмежень слід дотримуватись при подорожах на фургонах. До того ж, окремо створені 14 п'ятизіркових кемпінгів, що розташовані на території всієї країни та пропонують широкий діапазон послуг.

У Швеції, як і в інших скандинавських країн, велика увага приділяється питанню інклюзивності у туристичній сфері. Найяскравішим прикладом цього, є доступність у пересуванні на громадському транспорті країни: залізничні потяги мають спеціальні підйомники та сидіння для пасажирів, які пересуваються на інвалідних візках; також, для пасажирів, які страждають на алергію, передбачені спеціальні зони відпочинку; більшість пішохідних переходів мають звукові індикації, що повідомляють пасажирів з вадами зору, коли безпечно переходити. У кожному з аеропортів Швеції розміщені спеціальні буклети та поради щодо можливої допомоги людям з обмеженими фізичними можливостями. Існує функція попереднього бронювання, не пізніше ніж за 48 год, з вказівкою на вид допомоги, яку потребує особа.

Інша скандинавська країна Данія ставить за мету зростання попиту на туристичні послуги, що націлені на екологічність. Тож, туристичний потік Данії протягом окресленого часового періоду є ритмічним та поступово зростаючим (рис.2.3.). Звичайно, що протягом 2020-2021 рр. пандемія коронавірусу

призупинила туристичні пересування, що спричинило зменшення чисельності туристів, які прибувають до Данії (як внутрішніх, так і міжнародних).

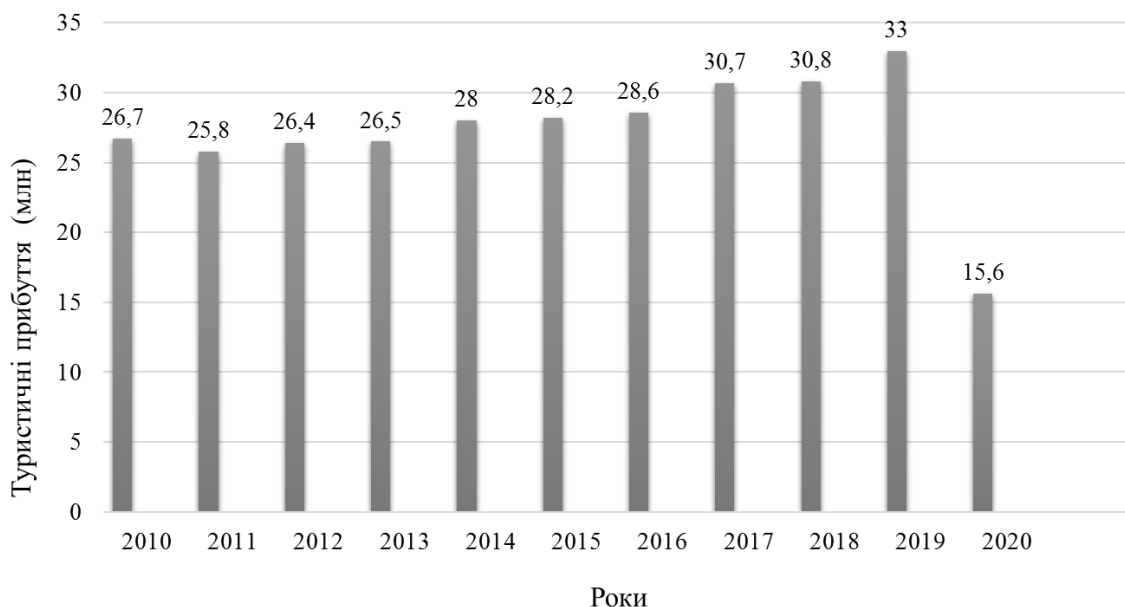


Рис. 2.3. Динаміка туристичних прибуттів Данії (2010-2020 рр.).

Джерело: [84].

Відповідно до даних офіційної туристичної організації VisitDenmark, валові надходження від туризму в країні становлять 9,10 млрд дол. США у 2020 р. такий показник відповідає 2,6 % його валового внутрішнього продукту та приблизно 8% усіх надходжень від міжнародного туризму в Північній Європі [82].

За рівнем відвідуваності міжнародними мандрівниками лідирує Копенгаген, який у 2019 р. зайняв 73 місце серед найпопулярніших міст світу. Найважливішим сегментом туристичної галузі є прибережний та природний туризм, що визначається як туризм за межами чотирьох основних міст: Копенгагена, Орхуса, Оденсе та Ольборга.

Туризм у Данії офіційно вважається експортною галуззю, де ним на національному рівні керує Національний туристичний форум за підтримки Консультативної ради Данії з туризму. При цьому, чотири виконавчі агенції відповідають за Національний туристичний форум: VisitDenmark (відповідає за міжнародну рекламу), Wonderful Copenhagen (фокус на міському туризмі), датський діловий туризм та датський прибережний й природний туризм.

Danish Coastal and Nature Tourism був заснований як незалежний бізнес-фонд із власним правлінням у 2015 р., у межах урядового плану розвитку туризму та економіки. У коло його діяльності входить розвиток прибережного та природного туризму в Данії та організація так званого туристичного партнерства з десятима муніципалітетами вздовж західного узбережжя Ютландії. Така співпраця запущена для сприяння більш сталому розвитку прибережного та природного туризму.

У 2017 р. VisitDenmark запустила першу національну стратегію даних для датського туризму. Основним елементом цієї стратегії є проєкт TourismTech Data Lake, який збирає дані від зацікавлених сторін у сфері туризму, розробляє нові бізнес-моделі туристичного бізнесу та створює уявлення про те, що приваблює міжнародних туристів у Данії. У 2019 р. спільно з приватними партнерами було запущено пілотний проєкт з розробки моделі прогнозування подорожей шляхом перевірки гіпотез про те, чому туристи відвідують Данію.

Збільшення залученості громадськості Данії до екологічних проблем і супутнього інтересу до природи та автентичного відпочинку на свіжому повітрі викликали хвилю нових проєктів, які б чіткіше висвітлювали розрідженість природного середовища та зробили б його більш доступним.

Важливо, що найголовнішою метою досліджуваної країни є охорона природи, яка, при цьому, має включати розвиток туризму. Нині державні органи, громадські організації та приватні фонди запустили декілька ініціатив, які намагаються поєднати туризм та певні заходи щодо збереження природи. Датські правила планування «відкритих земель» за межами урбанізованих територій і природоохоронних зон є досить складними. Зведення будівель з метою туризму, навіть невеликих споруд, таких як оглядові майданчики, поблизу перерахованих територій, реалізуються дуже важко.

У цілому, доречно вказати, що всі скандинавські країни позиціонуються як попередники сталого міського розвитку та планування зеленої інфраструктури. Також, країни з кожним роком все більше зосереджуються на принципах сталого туризму, створюючи спеціальні координаційні центри, які допомагають у веденні

туристичної діяльності на національному рівні. Сталий розвиток в контексті туризму включає в себе екологічні, соціальні та економічні аспекти, що ґрунтуються на 9 основних принципах (рис. 2.4.)

Сталість у туристичній галузі є одним з головних завдань в усіх скандинавських країнах, адже скандинавські країни поділяють розуміння важливості моніторингу сталого розвитку в туризмі і лідирують у всьому світі за рівнем розроблення та впровадження підходів до сталого розвитку.

Згідно з даними звіту Euromonitor International, Скандинавія є лідером за своєю залученістю та прогресом у розвитку сталого руху та, відповідно, входить до рейтингу 10 найкращих країн, де розвивається сталий туризм. Опублікований рейтинговий список (рис.2.5) дозволяє чітко виявити позиції, які займають скандинавські країни. Отож, на першому місці Швеція, на п'ятому – Норвегія та вісімнадцяте місце займає Данія.



Рис. 2.4. Принципи сталого розвитку туризму, яких притримуються скандинавські країни.

Джерело: [57]

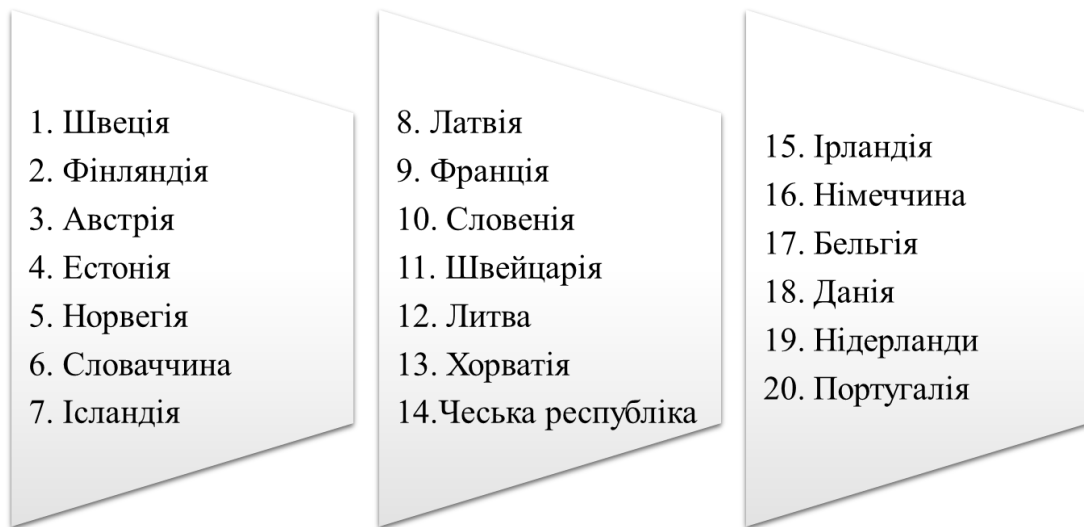


Рис.2.5. Рейтинг найкращих країн для сталого туризму (2020).

Джерело: [42].

Надалі автор пропонує зробити стислий огляд рівня розвитку сталого туризму окремо в кожній скандинавській країні. Перш за все, варто розпочати зі Швеції, адже вона є першою в окресленому рейтингу та другою в світі країною, після Австралії, що запровадила хартію екотуризму.

Так, Швеція заснувала «**Nature's Best**», першу в Європі екологічну марку, що гарантує якість сотень турів, які проводяться багатьма екологічно сертифікованими туроператорами по всій країні. Це означає, що турист, при замовленні подорожі у одного з вказаних туроператорів Nature's, буде впевненим у дотриманні суворого кодексу екологічної поведінки.

Стосовно готельного обслуговування, то також існує рівнозначна екологічна марка **Nordic**, що включає більше 250 готелів, які відповідають суворим вимогам цього провідного скандинавського екологічного маркування та мають власну марку Swan.

Окрім вказаних еко-проектів, на постійній основі національна маркетингова компанія Visit Sweden робить значний внесок для більшої стійкості туристичної індустрії, а саме рекламує як міські, так і сільські райони країни протягом усіх чотирьох сезонів й зосереджує своє просування на екологічно чистих туристичних продуктах.

У Норвегії національна агенція Innovation Norway Tourism координує та допомагає туристичним локаціям країни у питанні їх сталого розвитку. Так, Innovation Norway Tourism спільно з туристичною індустрією, науково-дослідними установами та національними органами влади розробили схему маркування для стійких туристичних напрямків **Sustainable Destination**. Мета проекту полягає в тому, щоб допомогти туристичній індустрії визначити пріоритети сталого розвитку в їх довгострокових стратегічних операціях.

Окрім вищезазначеного масштабного проекту, в Норвегії існує ще низка програм, що направлені на інтегрування перспективи сталого розвитку в діяльність туристичної індустрії. Серед них:

- маркування **Green travel**, що є загальною навігацією для всіх кваліфікованих екологічних схем, які використовуються туристичними підприємствами Норвегії. Така сертифікація допомагає туристам полегшити пошук екологічно чистих турів країною, при цьому демонструючи екологічно сертифіковані підприємства та туристичні продукти;

- **CO2rism** – програма, яка буде відслідковувати й вимірювати викиди CO² від транспорту, що використовують туристи в Норвегії, у співпраці з Норвезьким інститутом дослідження повітря (NILU). Основою такого проекту є калькулятор, що підраховує загальний рахунок викидів CO² від усіх подорожей, пов'язаних з норвезьким туризмом та розділяє викиди в залежності від різних видів туризму;

- проєкт **Sustainable travel routes**, що розроблений у вигляді рекомендаційних блоків та включає вид транспорту, який найкраще підходить, з екологічних міркувань, до того чи іншого виду туризму, перелік екологічно сертифікованих постачальників туристичних послуг, список міст, що мають найбільш вдалі екологічно інноваційні рішення, заклади харчування, що мають нагороду Michelin Nordic Guide Sustainability Award та використовують у приготуванні їжі тільки екологічно чисті інгредієнти місцевого походження.

Країна Данія, для підтримки сталого розвитку туризму, 28 років тому заснувала екологічний знак «**Green Key**», що розвинувся з національної

ініціативи в Данії та призначений для оцінювання закладів розміщення. Ця нагорода є провідним стандартом досконалості у сфері екологічної відповідальності та сталого функціонування в індустрії туризму. Цей престижний екологічний знак символізує зобов'язання компаній, що їхні туристичні заклади дотримуються суворих критеріїв, визначених Фондом екологічної освіти (FEE). Зелений ключ означає обіцянку закладу своїм гостям, що, вирішуючи залишитися в такому закладі, вони допомагають змінити ситуацію на рівні довкілля та стійкості. Високі екологічні стандарти, які очікуються від цих установ, підтримуються за допомогою ретельної документації та частих аудитів.

Важливо вказати, що нині еко-марка «Green Key» вийшла на міжнародний рівень й вже має 3600 нагороджених закладів розміщення в 65 країнах. Стосовно Данії, то наразі кожен п'ятий готельний заклад країни отримав знак Green Key, і тенденція приєднання інших готелів до цієї програми постійно зростає. За висвітленими статистичними даними, більшість готелів Green Key відноситься до категорії 4 зірки, що розташовані в районі Копенгагена і саме вони приваблюють набагато більший відсоток туристів, що подорожують з діловою метою.

У 2019 р. Visit Denmark оприлюднила звіт діяльності Green Key за 2020 р., де вказані статистичні дані, що стосуються кількості ночей в готелях зі знаком Green Key та їх частки відповідно до регіонів країни (рис. 2.6.). Так, на регіон Північної Зеландії припадає найбільша частка ночей екологічно сертифікованих готелів – 59%. Також у м. Копенгаген та регіоні Східна Зеландія кількість ночей складає відносно велику частку від загальної кількості ночей готелів – 53% та 46% відповідно. Натомість, регіон Західної Ютландії займає найнижчу частку проживання в таких готелях.

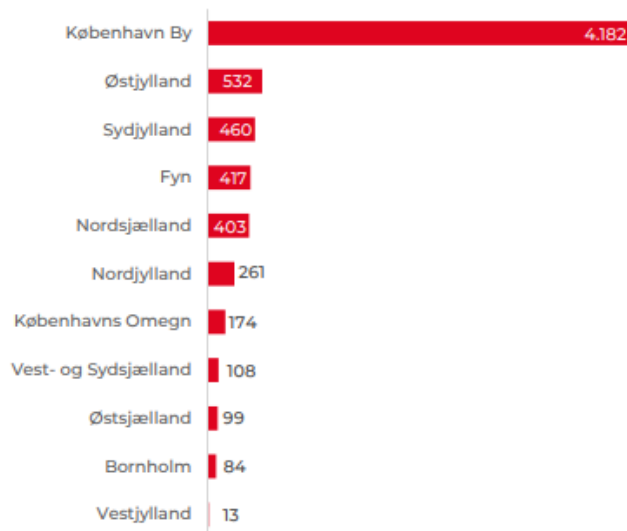


Рис. 2.6. Кількість ночей в закладах розміщення Green Key та їх частка по регіонам Данії.

Джерело: [47].

Отже, у туристичному плані, скандинавські країни все частіше акцентують увагу на екологічності та сталому розвитку, що має бути закладеним в туристичному продукті. Туристична інфраструктура розвивається на високому рівні та охоплює абсолютно всі рівні та напрями, іноді навіть займаючи передові позиції серед інших країн Європи та світу, в цілому. Тож, доречно відзначити, що за таких умов розвитку туристичної діяльності, скансени Скандинавії мають достатньо високі перспективи щодо розвитку, вдосконалення та насичення своєї діяльності інноваційними технологіями у роботі з відвідувачами.

2.2. Діагностика сучасного стану скансенів країн Скандинавії

Історично скандинавські музеї були створені для підтримки уявлень про національну ідентичність, що, відповідно, тісно пов'язана з побудовою нових традицій сучасності. На розвиток та напрям діяльності музейних закладів регіону вплинула наявність нових етнічних та культурних меншин, що затвердилися та змогли зробити внесок у швидкоплинний культурний, релігійний та соціальний ландшафт Скандинавії, перебуваючи у пошуках власного простору в музейному середовищі.

Вищевказане знайшло підтвердження у документах Північної Ради, в яких зазначено, що «країни Північної Європи мають спільну культурну спадщину, яка продовжує створювати Північну ідентичність» [65].

Так, наративи «націоналізації» залишаються важливим елементом загальної ролі музеїв регіону, особливо для субнаціональних громад без повного політичного чи конституційного суверенітету.

Станом на 01.01.2022 р. у країнах Скандинавії налічується 378 музеїв, з яких 220 припадає на Швецію, 102 музеї знаходиться в Норвегії та 56 – у Данії (рис. 2.7.) [77].

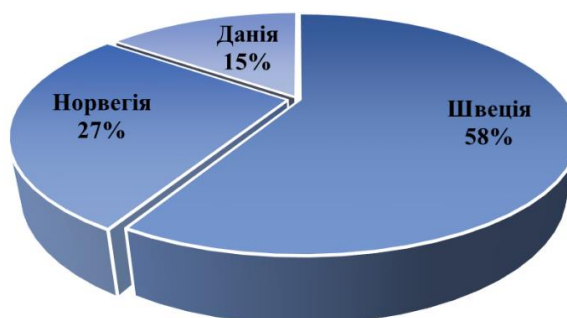


Рис. 2.7. Кількість музейних закладів Скандинавії у відсотковому відношенні.

Джерело: сформовано автором за [77].

З настанням пандемії COVID-19, ситуація у скандинавських музеях була наступною: найбільші національні музеї вимушені були закритися, а менші за розміром – муніципальні музеї, залишалися відчиненими для відвідувачів, але з врахуванням дотримання соціальної дистанції та меншої кількості людей у приміщеннях музеїв. За час карантинних обмежень, більшість музеїв розширили свою присутність у мережі Інтернет, запустивши можливість онлайн-переглядів виставок, галерей, музейних експонатів та ін.

Як і в інших країнах світу, під час пандемії динаміка відвідуваності музеїв Скандинавії різко знизилась. Свідченням цього слугують статистичні дані чисельності відвідувачів у найпопулярніших музеях Швеції (рис. 2.8.)



Рис. 2.8. Чисельність відвідувачів в музеях Данії (2019-2020 рр.)

Джерело: сформовано автором за [77].

Отже, відповідно до даних німецької компанії Statista, у 2020 р. Національний музей Копенгагена став музеєм у Данії з найбільшою відвідуваністю. Проте, туристичний потік вказаного музейного закладу різко скоротився порівняно з 2019 р. через пандемію коронавірусу. Загалом, у 2020 р. простежується значний спад чисельності відвідуваності майже у всіх музеях країни.

На цьому етапі дослідження автор пропонує сконцентруватися на діяльності скансенів Скандинавії. Отже, на території регіону розташовано 30 скансенів: у Данії – 9 закладів, у Норвегії – 14 та у Швеції – 7 скансенів (рис. 2.9.). Із загальної кількості музейних установ Скандинавії, на скансени припадає майже 13%, що, на думку автора, є досить високим показником розвиненості музеїв такого типу [43].

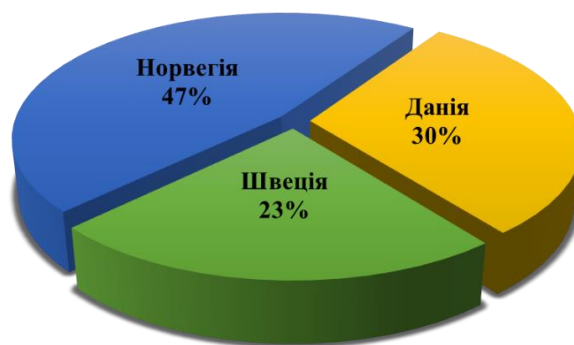


Рис. 2.9. Кількість скансенів Скандинавії у відсотковому відношенні.

Джерело: розроблено автором за [43].

Опрацювавши звітні дані видання «Management of Archaeological Open Air Museums», слід зазначити, що серед відвідувачів скандинавських музеїв дедалі більше зростає інтерес до певних активностей, що включають в себе участь у «практичних» інтерактивних заходах. Це означає, що люди більше не хочуть пасивно спостерігати за предметами традиційного побуту певного часового простору, а воліють активно сприяти відродженню історії, через масові події, заходи. Як зазначають учасники опитування, мета відвідування скансенів є різною: втеча від нудного повсякденного життя, задоволення потреби в розвагах та іграх, бажання відпочити чи прагнення культурного збагачення – все це є приводом здійснити так звану подорож у часі [56].

Першочергово, автор вважає за потрібне висвітлити діяльність скансенів Данії. Попри те, що їх наявність в країні представлена у незначному обсязі, музеї просто неба розвиваються досить піднесено, постійно аналізуючи та застосовуючи сучасні тенденції й інноваційні рішення у своїй роботі.

Перш ніж розпочати аналіз скансенів, доречно висвітлити вимоги, що висуває ЮНЕСКО в межах цифрової політики музеїв, які постали перед викликами пандемії (рис. 2.10.).



Рис. 2.10. Вимоги до цифрової політики музеїв.

Джерело: сформовано автором за [59; с. 16].

Починаючи з самої південної скандинавської країни Данії, спершу варто окреслити перелік скансенів, який представлено у табл. 2.1. Важливо зауважити, що з-поміж перелічених музеїв просто неба, три заклади носять почесний статус найстаріших скансенів в країні. До них відносяться Frilandsmuseet Det gamle Danmark, Glud Museum та Den Gamle By. Далі автор пропонує детальніше розглянути вказані музеї.

Таблиця 2.1

Скансени Данії

№ з/п	Назва скансену	Місцезнаходження	Рік створення
1	Музей Глуд (<i>Glud Museum</i>)	м. Хорсенс, Східна Ютландія	1912
2	Країна легенд (<i>Sagnlandet Lejre</i>)	м. Лейре	1964
3	Музей під відкритим небом Марібо (<i>Frilandsmuseet i Maribo</i>)	м. Марібо, о. Лолланд	1927
4	Музей під відкритим небом (<i>Frilandsmuseet Det gamle Danmark</i>)	м. Лінгбі, Північна Зеландія	1897
5	Село Фюн (<i>Den Fynske Landsby</i>)	м. Оденсе	1942
6	Центр Середньовіччя (<i>Middelaldercentret</i>)	м. Сундбю, о. Лолланд	1992
7	Музей під відкритим небом Hjerl Hede	м. Віндеруп, Північно-Західна Ютландія	1930
8	Den Gamle By	м. Орхус	1914

9	Кооперативне село Ніванг (<i>Oplevelsescenter Nyvang</i>)	м. Холбек	1992
---	--	-----------	------

Джерело: сформовано автором.

Frilandsmuseet Det gamle Danmark з початку свого існування налічував всього декілька будівель, але потім колекція поступово розширювалась та почала включати в себе сільські будівлі з усіх регіонів й островів Данії, фермерський будинок з о. Лесе, будівлі з Фарерських о-ів, колишні датські володіння Southern Schleswig з Німеччини та Scania та Halland зі Швеції. Основним принципом у діяльності скансену є компонування будівельних об'єктів в історичних ландшафтах для створення цілісного вигляду (образу).

У 2020 р. зазначений скансен відвідало 123 740 туристів, що є доволі задовільним показником, у порівнянні з іншими скансенами та музейними установами Данії [38].

На думку автора, важливим чинником до відвідування скансену Frilandsmuseet Det gamle Danmark є створення та реалізація спеціальної програми лояльності. Принцип її роботи полягає в тому, що потенційним відвідувачам пропонують придбати членську карту скансену «Frilandsmuseets Venner», яка надає можливість туристам побувати на індивідуальних екскурсіях скансеном, подивитися на процес роботи працівників «за лаштунками». Також ця карта дає доступ до різних знижок та безкоштовного входу до низки данських музеїв. Цікавим є те, що кошти, перераховані за оплату членської карти, витрачаються на реконструкцію будівель скансену, друк тематичних видань про їх діяльність, а також на волонтерство в менш забезпечених музеях країни.

Другий за значущістю скансен Glud Museum славиться своєю 350-річною історією, що розповідає про сільське життя й господарство на півострові Юельсмінде з середини XVII ст. до середини XX ст. Колекція музею просто неба нараховує 14 автентичних будинків, поруч з якими, у літній період, починають працювати численні майстерні, ковальні, токарні та ін. Попри це, що скансен є одним з найперших, що були створені на території Данії, його відвідуваність є доволі низькою – 8 064 туристів в 2020 р. На думку автора, такий низький

показник пояснюється тим, що скансен не приймає активної участі в цифровізації своєї діяльності, адже більшість його заходів проходять офлайн. Це можуть бути численні майстер-класи, щорічні святкування, тижні культури, які є дуже інтерактивними та передбачають низку приємних сюрпризів для відвідувачів (напр., участь у конкурсі на отримання річного безкоштовного абонементу).

Говорячи про діяльність скансену під час пандемії коронавірусу, то слід вказати, що його представники запровадили доволі цікаву експозиційну виставку, що полягає у збиранні думок, переживань, вражень чи символічних предметів відвідувачів, які мали досвід у подоланні коронавірусної інфекції COVID-19. Такий експеримент має вигляд так званого задокументування значення режиму карантину для пересічних громадян, власників бізнесу, юних та похилих людей, щоб нащадки мали змогу ознайомитись із зібраними матеріалами й зрозуміти значення пандемійної ситуації.

Іншим, унікальним в своєму роді, скансеном є Den Gamle By, який відкрився у 1914 р. як перший у світі музей просто неба у своєму роді, зосереджений саме на міській культурі, а не на сільській. Сьогодні музей складається з 75 історичних будівель, зібраних з 20 міст у всіх частинах країни.

Виразною рисою у діяльності скансену є його прагнення до інтерактивної практики для дітей шкільного віку. Отож, під час шкільних канікул усі охочі діти можуть провести вільний час у скансені, будучи актором у театралізованому дійстві. Представники Den Gamle By зазначають, що для дітей це буде подорожжю в часі, де вони матимуть змогу відчувати себе школярами за минулих часів або порівняти в які ігри грались тоді і зараз. Окрім цього, спільно з майстрами скансену вони зможуть побувати в ролі помічників пекарів, швеців, чоботарів тощо.

Згідно з офіційними статистичними даними Den Gamle By, у 2021 р. скансен відвідали 296 180 осіб. До того ж, якщо додати до цієї цифри ще понад 108 тис. гостей, які прогулялися Старим містом, коли музей був зачинений, то загальна чисельність відвідувачів буде сягати 404 584 тис. У порівнянні з 2020 р., коли налічувалось 310 791 відвідувачів, простежується від'ємна динаміка. Проте,

досить високими показниками вирізнявся доковідний 2019 р., в якому чисельність туристів досягла цифри 523 173 тис. Як зазначає адміністрація Den Gamle By, такі дані є достатньо задовільними, адже протягом двох останніх років відбулось два закриття скансену та тривалі періоди жорстких обмежень [39].

Норвезькі скансени представлені в країні у значній кількості, що дозволяє місцевим жителям та туристам у повному обсязі досягнути культурні цінності країни та ознайомитись з минулим життям предків, з огляду на різний часовий діапазон та територіальний простір. Таким чином, у табл. 2.2 репрезентовано музеї просто неба Норвегії.

Таблиця 2.2

Скансени Норвегії

№ з/п	Назва скансену	Місцезнаходження	Рік створення
1	Музей під відкритим небом Агатунет (<i>Agatunet</i>)	муніципалітет Улленсванг, округ Вестланд	–
2	Dølmotunet	муніципалітет Толга	1976
3	Uppigard Streitlien- Foldal Bygdetun	муніципалітет Фоллдал	1949
4	Husantunet	муніципалітет Алвдал	1941
5	Норвезький фольклорний музей (<i>Norsk Folkemuseum</i>)	п-ів Бюдгой	1894
6	Maihaugen	м. Ліллехаммер	1904
7	Os Museum – Oddentunet	р-н Хедмарк	–
8	Romsdalsmuseet	р-н Ромсдал	1912
9	Музей села Рендален (<i>Rendalen Bygdemuseum</i>)	м. Бергсет	1920
10	Trøndelag Folk Museum	м. Тронхейм	1913
11	Tyllidalen Bygdetun	муніципалітет Тінсет	1974
12	Tynset Bygdemuseum	муніципалітет Тінсет	1923
15	Музей Крістіансанна (<i>Vest-Agder Fylkesmuseum</i>)	м. Крістіансанд	1903
14	Vollan gård	муніципалітет Тінсет	1969

Джерело: сформовано автором.

Територіально найбільшим скансеном у Норвегії є Maihaugen, що вміщує більш ніж 200 історичних будинків, історія яких сягає з XIII ст. Його визначною особливістю є можливість ознайомитися з культурою та побутом старої

фермерської спільноти та побачити дерев'яну церкву Гармо 1200-х рр., місцеву школу, ферму шерифа, будинок військових тощо.

Для залучення відвідувачів та популяризації скансену як туристичної дестинації, заклад регулярно організовує виставки на різну тематику (Історія поштової скриньки, Світ перлів, Сила кольору, Риболовля в Gudbrandsdalen, Майстерня художника з Ліллехаммера Альфа Лундебі та ін.). подібні виставки відбуваються як в головному корпусі, так і на відкритому повітрі музею. До того ж, цілорічно є можливість відвідати головну виставку Maihaugens Impulses, що демонструє понад 1000 норвезьких старовинних скарбів, таких як народне мистецтво, текстиль, іграшки, музичні інструменти та зброя. Основною метою цієї виставки є вплив та налагодження контакту через пізнання національних кордонів.

Ще однією цікавою особливістю є наявність тварин, які вільно пасуться на луках скансену. Туристи мають змогу поспілкуватися з фермерами, які з задоволенням покажуть та розкажуть про свою щоденну роботу. Також на постійній основі відчинені фотоательє та палітурна майстерня, в якій періодично проводяться майстер-класи. Таке різноманіття цікавих інтерактивних заходів відображається й на чисельності відвідувачів. У 2021 р. скансен Maihaugen відвідало 116 000 гостей, а рекордне число туристів музей прийняв наприкінці року, у грудні. Доречно вказати, що збільшення чисельності норвезьких туристів змогло компенсувати зменшення чисельності іноземних туристів унаслідок ситуації з пандемією COVID-19 [46].

Інший норвезький музей просто неба Dølmotunet позиціонується як екологічний музей, що функціонує за французькими традиціями та відзначається своєю насиченістю культурно-масових заходів. Аналізуючи діяльність скансену, доречно зазначити, що досить значну кількість часу приділяється дітям та підліткам: до прикладу, щовівторка організовуються заходи під назвою «Час казки для дітей», щомісяця влаштовується «День діяльності». Також для дітей створена гра KUGO в AR, що націлена на показ історії скансену у мультиплікаційному вигляді. Принцип гри полягає у скануванні QR-кодів, що

розміщені по всій території музею. Така гра передбачає різного роду завдання, креативні задачі, що пов'язані з діяльністю та життям селян, фермерів, торговців.

Протягом року скансен Dølmotunet організовує багато вистав (Отелло), турів (архітектурний, музичний), концертів (Концерт зі 100 віолончелістами, Ранковий концерт з Audun Kleive), фестивалів (Фестиваль в Ельверумі, Фріда Енневік), театралізованих походів (Слідами Крістін Лаврансдаттер), художніх виставок (Мандри від Середньовіччя до Космосу, Алхіміка IV) тощо [40].

Ще одним, досить виразним, скансеном є Норвезький фольклорний музей (Norsk Folkemuseum), що розташований в Осло. Вказаний музей просто неба налічує 160 історичних будівель – від Середньовіччя, тобто 1500 р., до сьогодення. З 2016 р. скансен є частиною Norsk Folkemuseum Foundation, до якого також входять королівська садиба Bygdø (з 2004 р.), Eidsvoll 1814 з садибою Eidsvoll та будинком Вергеланда (з 2009 р.), а також Норвезький морський музей (з 2015 р.).

Головною визначною пам'яткою є дерев'яна церква Гол, збудована приблизно в 1200 р. Ретельно відреставрована та збережена церква прикрашена складною різьбою середньовіччя та розписом 1652 р.

Протягом року музей пропонує різноманітний вибір заходів та розваг для відвідувачів будь-якого віку, зокрема сторітеллінг, живі народні танці та випікання традиційного «лефсе». До того ж, у скансені на регулярній основі організовуються виставки на різну тематику у онлайн та офлайн форматах.

Окрім цього, Norsk Folkemuseum запустив два важливих проекти, що спрямовані на розвиток у дітей шкільного віку духу патріотизму та любові до свого народу і його історії. Отож, перший проект Historisk ferieskole (Школа історичних канікул) – це своєрідний літній табір для школярів, віком до 13 років, що дає дітям знання про традиції та історію Норвегії через досвід, гру та навчання. Тут дітям пропонують пізнання історії минулого своєї країни через різного роду заняття: приготування їжі, командне виконання певної праці, ігри у костюмах, що відповідають часу та соціальному статусу родини. Іншим цікавим проектом є Folkedanskurs (Курси народних танців) для осіб від 6 до 20 років. Це платні курси, що пропонують освоїти широкий репертуар народних танців – ріл,

полс, рейлендер, спрингар, халлінг. У кінцевому результаті, випускники курсів матимуть змогу виступати на різних заходах, як на території Норвезького фольклорного музею, так і поза його межами.

Відповідно до даних офіційного сайту Норвезького фольклорного музею, щороку скансен відвідує близько 250 000 відвідувачів. Доречно зазначити, що музей мав рекордну чисельність відвідувачів у 2014 р. – 270 270 відвідувачів, що на 12% більше, ніж у 2013 р. Попереднім рекордом відвідувачів був ювілейний 1994 рік. Тоді скансен відзначив своє 100-річчя і його відвідало 269 225 відвідувачів [67].

Аналізуючи скансени Швеції, слід зазначити, що вони мають різні напрями історичної спрямованості, зокрема демонструють життя епохи вікінгів, часи Середньовіччя, сільську культуру та ін. У табл. 2.3 представлено їх перелік.

Таблиця 2.3

Скансени Швеції

№ з/п	Назва скансену	Місцезнаходження	Рік створення
1	Jamtli	м. Естерсунд	1886
2	Ферма-садиба Юліти (<i>Julita skans</i>)	муніципалітет Катрінехольм	–
3	Kulturen i Lund	м. Лунд	1892
4	Kulturens Östarp	м. Блентарп	1922
5	Skansen	м. Стокгольм	1891
6	Fotevikens Museum	п-ів Хельвікен	1993
7	Torekällberget Södertälje	м. Седертельс	1929

Джерело: сформовано автором.

На думку автора, найбільш вдалим зразком цифровізації діяльності є найперший та найстаріший музей просто неба у світі Skansen, що оснащений спеціальними вузлами Wi-Fi для щоденного відстеження потоку відвідувачів. Метою встановлення таких вимірювальних систем є модернізація діяльності скансену, регулювання годин роботи, правильне управління персоналом тощо. Вони розміщені на п'яти входах та виходах, а також всередині культурно-історичних будівель з додатковою функцією 3D. Таке вимірювання дозволяє

визначити, яка частина території скансену є менш або більш популярною, відслідкувати так звані моделі руху. Таким чином, оперуючись даними останніх підрахунків, одночасно у вказаному музеї під відкритим небом може перебувати близько 5000 відвідувачів [49].

Другий найстаріший музей просто неба в країні Kulturen i Lund також є доволі оригінальним. *По-перше*, експозиція скансену нараховує 30 історичних будівель різних періодів, що були перевезені з різних регіонів Швеції та світу. *По-друге*, колекція демонструє перетин життєвих обставин різних соціальних класів – від простих робітничих котеджів до цивільних таунхаусів та репрезентативних особняків. *По-третє*, у деяких історичних будівлях на постійній основі розміщено близько 20 виставок на різну тематику, починаючи з народного мистецтва і закінчуючи сучасним дизайном, від історії середньовіччя до сучасності або ж від презентації місцевої культури до глобальної.

Відвідуваність скансену Kulturen i Lund має високий показник – близько 200 000 туристів щороку. Таку чисельність туристів автор може пов'язати зі зручним географічним розташуванням та з проведенням різних святкових заходів, інтерактивних практик, зокрема «Ніч привидів», Великдень, Різдвяний Kulturen тощо. Стосовно залучення діджиталізації у свою роботу, то скансен майже не використовує новітні можливості й технології, окрім створення й постійного оновлення цифрової бібліотеки, яка вміщує в себе статті, звіти про щорічну діяльність та книги [52].

Отож, проаналізувавши діяльність скансенів та їх організацію заходів різного характеру, варто виділити основні тенденції (рис. 2.11.).

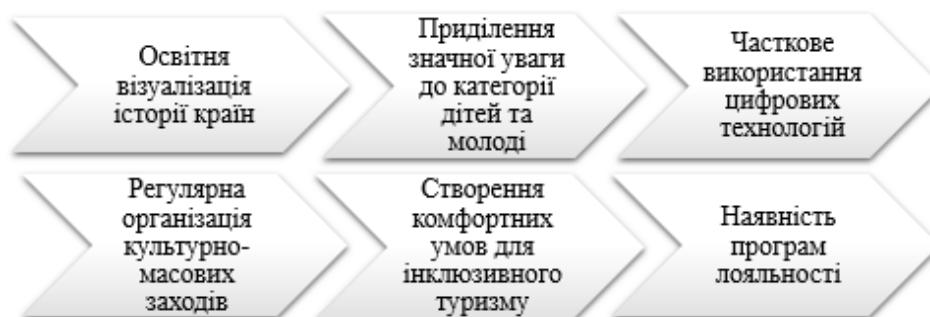


Рис. 2.11. Тенденції діяльності скансенів у Скандинавії.

Джерело: сформовано автором.

Таким чином, автор дійшов висновку, що Скандинавія володіє великою різноманітністю музеїв просто неба, що вирізняються своїми природними ресурсами, архітектурою, дизайнерським ландшафтом та історико-культурним простором. У цьому регіоні скансени займають позицію унікальної освітньої можливості візуалізації історії у легкій і зрозумілій формі. Попри належний розвиток діяльності музеїв просто неба, з точки зору наочності та інтерактивності, наразі вони ще не у повній мірі почали користуватися інформаційними технологіями та застосовувати різні напрями цифровізації.

2.3. Вітчизняний досвід розвитку скансенів

В Україні існує доволі розгалужена система різних закладів музейного типу з різними формами власності й підпорядкування – державні, комунальні, відомчі, приватні. Основними напрямками діяльності музеїв є науково-дослідна, культурно-освітня діяльність, комплектування музейних зібрань, експозиційна, фондова, видавнича, реставраційна, виставкова, пам'ятко-охоронна робота, а також діяльність, пов'язана з науковою атрибуцією, експертизою, класифікацією, державною реєстрацією та усіма видами оцінки предметів, які можуть бути визначені як культурні цінності, з метою включення до Музейного фонду України.

Проаналізувавши дані Міністерства культури та інформаційної політики України, доречно вказати, що станом на 01.01.2022 р. в Україні зареєстровано 2540 музеїв, з яких найбільшу кількість складає краєзнавчий тип музейних закладів – 567 одиниць. Натомість, кількість історичних музеїв становить 235 одиниць, з яких статус національного мають 196 музеїв. Музеїв мистецького профілю зареєстровано 89, серед них художніх музеїв – 52, галерей мистецтв – 37. Ураховуючи військові дії на території України, популярними наразі є музеї, що стосуються військової тематики, у кількості 120 одиниць. З-поміж загальної кількості музеїв, варто виокремити також 335 заклади, що носять ім'я відомих осіб [16].

Скансени, як тип музейної діяльності, слід віднести до краєзнавчого, адже вони демонструють архітектуру та побут певних часів та певного регіону, області, країни, з показом старовинних будівель, традиційних обрядів, побутових звичаїв. В Україні музеї просто неба займають лише невелику нішу серед інших музейних закладів – всього 3% від загальної кількості музеїв країни (рис.2.11.).



Рис. 2.11. Частка скансенів з-поміж музейних закладів України.

Джерело: [7; с. 151].

Загальновідомо, що поява скансенів в Україні пов'язана з аспектами вивчення та пропаганди народної культури у всіх її вираженнях, зокрема, у архітектурних пам'ятках, предметах побуту, історичних місцях, традиційних символічних діях тощо. Крім того, музеї просто неба відіграють роль нагромадження інформації, що була зібрана за допомогою різних наукових досліджень. Іншими словами, це ніби «банк даних», що ставить за мету накопичення, збереження та експонування зібраної інформації, тобто колекцій.

За твердженням знаного українського етнографа А. Данилюка, «музей просто неба – це дзеркало, яке одночасно відображає минуле і є вікном у майбутнє» [10; с.3]. Тобто скансени України показують народний побут минулого і ставлять за мету сформувати шляхи розвитку сучасного села щодо його екології, духовної та матеріальної культури, форм господарювання тощо.

Сьогодні на території України розміщено 14 великих музеїв просто неба, в яких зберігається понад 600 одиниць архітектурних пам'яток. У таблиці 2.4 висвітлено вказану інформацію. Також у Додатку С скансени відображені на карті України.

Таблиця 2.4

Перелік скансенів України

<i>№ з/п</i>	<i>Назва скансену</i>	<i>Місцезнаходження</i>	<i>За масштабом діяльності</i>
1	Державний музей народної архітектури та побуту України	м. Київ	Національний
2	Музей народної архітектури та побуту «Шевченківський гай»	м. Львів	Регіональний
3	Музей народної архітектури та побуту Середньої Наддніпрянщини	м. Переяслав	Регіональний
4	Закарпатський музей народної архітектури та побуту	м. Ужгород	Обласний
5	Музей народної архітектури та побуту Прикарпаття	с. Крилос, Івано-Франківська обл.	Обласний
6	Чернівецький обласний державний музей народної архітектури та побуту	м. Чернівці	Обласний
7	Музей історії сільського господарства Волині	с. Рокині, Волинська обл.	Обласний
8	Музей народної архітектури, побуту та дитячої творчості	с. Перелесне, Донецька обл.	Обласний
9	Етнографічно-туристичний комплекс «Козацький хутір»	с. Стецівка, Черкаська обл.	Обласний
10	Музей архітектури і побуту «Старе село»	с. Колочава, Закарпатська обл.	Обласний
11	Етнографічний музей «Українська Слобода»	с. Писарівка, Харківська обл.	Обласний
12	Музей народної архітектури і побуту Державного історико-культурного заповідника «Посулля»	с. Пустовійтівка, Сумська обл.	Обласний
13	Етнографічний комплекс «Українське село»	с. Бузова, Київська обл.	Обласний
14	Сарненський історико-етнографічний музей	м. Сарни, Рівненська обл.	Обласний

Джерело: сформовано автором за [1;8;2].

Проаналізувавши особливості географічного розташування музеїв просто неба, стає очевидним, що вони розміщені нерівномірно на території України, адже переважна їх кількість зосереджена у західних та центральних областях. Доцільно вказати, що більшість скансенів сконцентровані у районах з багатими лісовими ресурсами – Карпати, Полісся; також центрами розвитку такого типу музеїв слугують невеликі за площею населені пункти, що мають досить цікаве історичне минуле, виразну архітектуру та привабливі культурні цінності.

На сьогодні українські скансени є досить потужним туристичним ресурсом, що сприяє створенню національного туристичного продукту в сфері подієвого туризму та екскурсійної діяльності. Так, Державний музей народної архітектури та побуту України в Києві є центром фестивального туризму. У межах його території цілорічно проводяться святкування, що різняться своєю тематикою, у тому числі релігійні: Різдво, Водохреща, Масляниця, Великдень, Зелена неділя, Івана Купала; регулярно організовуються фестивалі ГарбузFest, «Мандруємо Україною», ярмарки народного мистецтва, етнофеєрія на Трійцю тощо.

Значний внесок у формування фестивального туристичного продукту робить Львівський музей народної архітектури та побуту «Шевченківський Гай», де також систематично проводяться такі свята й фестивалі, як «На Різдво до Гаю», «Співоче поле», «Казка у Гаю», різні майстер-класи, виставки, концерти. Схожою діяльністю займається й Сарненський історико-етнографічний музей, який щовесни організовує свята народної творчості та обряд водіння Куста – традиційне свято для Поліського регіону, що пов'язане з вшануванням культу предків.

Зосереджуючись на екскурсійній діяльності, а саме на створенні нових турпродуктів, важливу роль відіграє Музей історії сільського господарства Волині. Цей скансен є унікальним на теренах України, тому що це єдиний «живий» музей просто неба, оскільки його працівники живуть на тій території й ведуть господарство, зберігаючи усі традиції та звичаї, і таким чином надають можливість відвідувачам власними очима побачити й відчути усі автентичні особливості культури цього регіону.

Окрім вищевказаних, Україна ще налічує чимало скансенів локального значення. Також існують так звані «культурно-освітні комплекси скансенівського типу», зокрема, Культурно-освітній комплекс «Мамаєва Слобода», Історико-культурний комплекс «Запорозька Січ» на території Національного заповідника «Хортиця», «скансен Гелон», Батуринська фортеця Батуринського державного історичного заповідника «Гетьманська столиця», Історико-архітектурний комплекс «Гетьманська резиденція гетьмана Богдана Хмельницького в Чигирині», Історико-архітектурний комплекс «Гетьманська резиденція гетьмана Богдана Хмельницького в Суботові», приватний історико-етнографічний музей «Козацькі землі України», Місто-музей трипільців Аррати-Оріяни, Етнографічний комплекс просто неба «Бессарабське село Фрумушика-Нова» [13; с. 132].

Доречно зазначити, що нині на теренах України на етапі створення знаходяться ще декілька скансенів. Одразу два з них планують започаткувати у межах Івано-Франківської області: перший – це музей гуцульської культури просто неба на території Національного природного парку «Гуцульщина», до якого перевезуть дерев'яну церкву з Космача та ще декілька стародавніх гуцульських хатин; другий – самотній скансен-монастир, що вміщуватиме в себе комплекс з 12 церков-пам'яток та буде створений на базі діючого Спасо-Преображенського православного монастиря.

Надалі автором проаналізовано туристичний потік в музейних установах країни. Отож, оперуючись даними Державної служби статистики України, протягом 2017 р. музеї України відвідало 16,4 млн осіб, з яких майже половину становили школярі та студенти. За типом музейних установ, найбільшою популярністю користувалися музеї галузевого, художнього та природничого профілів; найменша відвідуваність спостерігалась у профільних музеях (літературних, краєзнавчих, меморіальних, історичних та ін.).

Аналізуючи дані, що представлені у табл. 2.5, слід звернути увагу на те, що відвідуваність музеїв, що розташовані у м. Київ складає найбільший відсоток. Окрім цього, примітно, що до зазначеного переліку потрапив й один скансен –

Національний музей народної архітектури та побуту України. Це свідчить про те, що він є найбільш відвідуваним скансеном країни з-поміж інших.

Таблиця 2.5

Найпопулярніші музеї України, чисельність відвідувачів (тис.)

<i>№ з/п</i>	<i>Назва музею</i>	<i>Чисельність відвідувачів за 2017 р.</i>
1	Національний музей історії України у Другій світовій війні. Меморіальний комплекс	600 348
2	Львівська національна галерея мистецтв імені Б. Г. Возницького	386 693
3	Національний музей народної архітектури та побуту України	128 502
4	Національний музей літератури України	69 688
5	Національний музей у Львові імені Андрія Шептицького	69 662
6	Національний музей історії України	53 139
7	Національний музей «Меморіал жертв Голодомору»	40 520
8	Національний музей-заповідник українського гончарства	38 100
9	Національний художній музей України	34 835
10	Національний музей ім. Тараса Шевченка	20 217

Джерело: сформовано автором за [11].

На жаль, з 2018 по 2022 р. Державна служба статистики України у категорії «Культура» не надавала жодних офіційних статистичних даних. Тож, автор здійснив власні припущення, з огляду на пандемію COVID-19 в Україні: протягом 2018-2019 рр. відбулося зростання чисельності відвідувачів, проте у період з 2020 р. по 2022 р. відмічається значна від'ємна динаміка, що є наслідком карантинних обмежень. Також слід вказати, що в Україні відвідуваність музеїв у 2020 р. скоротилася більш ніж на 90%. Так, за даними низки опитаних музеїв, відвідуваність виставок та подій в онлайн-форматі зросла, а в офлайн – знизилася практично вдвічі.

Таким чином, від пандемії коронавірусу найбільше постраждали саме сектори культури та економіки, тому для багатьох музейних закладів цей період став своєрідним викликом для пошуку нових методів комунікації з потенційними відвідувачами.

У час стрімкого розвитку інформаційних технологій музеям і скансенам України зокрема, важливо посісти активну позицію в галузі цифровізації та впровадження новітніх систем для надання інформації відвідувачам. Як не дивно, швидке сприяння у модернізації музейної діяльності стало саме у зв'язку з пандемією COVID-19, коли більшість закладів опинились на межі банкрутства і були вимушені своєчасно відреагувати на нові реалії.

Таблиця 2.6

Назва музеїв	Відвідуваність музейних закладів			
	2020		2019	
	У цифровому просторі	У офлайн-форматі	У цифровому просторі	У офлайн-форматі
Національний музей у Львові ім. Андрея Шептицького	1,5 млн	–	500 000	150 000
Дніпропетровський художній музей	72 730	8 500	8 000	14 200
Хмельницький обласний художній музей	179 808	14 404	–	–
Музей Ханенків в Києві	950 000	–	450 000	70 000

Джерело: сформовано автором відповідно до [29].

З табл. 2.6 видно, як простежується тенденція зростання попиту на онлайн-відвідування музейних установ. Хоча для аналізу відвідуваності було виділено лише декілька визнаних музеїв, автор вважає, що така динаміка присутня майже в кожному закладі національного та обласного значення.

Як вже зазначалось автором, останнім часом фахівці музейної діяльності почали дедалі більше уваги приділяти залученню більшої чисельності відвідувачів. Отож, перед музеями постають доволі непрості задачі з пошуку креативних форм музейної комунікації, щоб догодити вимогам сучасного туриста.

Проаналізувавши новітні тенденції розвитку музеєзнавства, автором було визначено, що пріоритетним та достатньо перспективним напрямом у діяльності є використання Інтернет-технологій, що відкривають більший спектр можливостей для комунікації з широкою аудиторією відвідувачів.

Першочергово, доцільно відзначити інноваційну діяльність найпопулярніших музеїв України. Зокрема, у Дніпропетровському національному історичному музеї запровадили експериментальну програму – електронний гід,

що виглядає наступним чином: інтерактивна проекція 3D-зображення (голограма) дівчини в натуральну величину, яка 2,5 хв розповідає відвідувачам загальні відомості про експозицію, зали і персоналії. У майбутньому планується збільшити кількість інтерактивних гідів до десяти, якщо відвідувачам такі нововведення будуть імпонувати.

Не менш оригінальний проєкт був розроблений Національним художнім музеєм України за підтримки ООН-Жінки, що представив додаток HeForShe Arts Week, в якому відображується галерея робіт українських художниць минулого і сучасності (з 1990 по 2019 рр.) з аудіо-супроводом. Важливо, що цей проєкт створювався не лише як інтерактивна складова музею, але й як своєрідний глобальний рух у підтримку гендерної рівності.

Попри те, що діяльність скансенів є досить вузькоспеціалізованою, все одно нині все більше простежується тенденція використання інтернет-ресурсів, аудіо-та мультимедійних засобів у роботі експозицій і фонду в цілому.

Яскравим прикладом залучення цифрових технологій у діяльність скансенів є розробка та запровадження унікального онлайн-маршруту вітчизняними музеями під відкритим небом. Цей проєкт був створений за ініціативи одразу декількох компаній – Google Україна та «Автентична Україна», а також у партнерстві з Міністерством культури та інформаційної політики України. У ході розроблення було оцифровано сім скансенів в різних областях України та створено спеціальний web-сайт «Музеї України просто неба», де можна здійснити віртуальну екскурсію. Формат такої подорожі представляє собою 3D-тури наступними музеями: Національний музей народної архітектури та побуту України (Пирогів), Музей народної архітектури і побуту у Львові «Шевченківський гай» (Львів), Музей народної архітектури та побуту Середньої Наддніпрянщини (Переяслав), Закарпатський музей народної архітектури та побуту (Ужгород), Центр народознавства «Мамаєва Слобода» (Київ), Запорізька Січ – Національний заповідник «Хортиця» (Запоріжжя), Резиденція Богдана Хмельницького (Чигирин). Цей проєкт дає можливість тим, хто не в змозі

самостійно відвідати скансени, дізнатися більше про народну архітектуру та український побут наших предків в режимі онлайн [1].

Також важливо відзначити нещодавно запущений туристичний проєкт Find&Follow від Vodafone Україна, основною метою якого є підтримка розвитку внутрішнього туризму та створення цифрової інфраструктури для подорожей Україною. Він представляє собою інноваційні пішохідні QR-маршрути тривалістю 1-2 дні, що вже є в Київській, Полтавській, Херсонській, Черкаській, Львівській, Чернівецькій та Ужгородській областях. Примітно, що маршрути також включають в себе відвідування таких скансенів, як Закарпатський музей народної архітектури та побуту та Музей народної архітектури та побуту Середньої Наддніпрянщини [45].

Ще один зразок модернізації відображений в діяльності Музею народної архітектури та побуту «Шевченківський гай». Нещодавно там було вперше створено серію подкастів «Музей на пальцях» про свою 50-річну історію у форматі 30-хвилинних аудіо-розмов, що були записані вузькоспеціалізованими фахівцями скансену. Такі аудіо-записи присвячені знайомству з історією музею просто неба, особистим історіям, досягненням та переживанням музейних працівників, розповідям про таємниці тощо [33].

Окрім цього, своєрідним проявом осучаснення діяльності скансенів є відкриття нових експонатів. Прикладом цьому є створення реконструкції криївки УПА у Львівському музеї народної архітектури та побуту «Шевченківський гай». Цей об'єкт представляє собою підземний 10-метровий тунель, що з'єднуватиме господарську прибудову у гуцульській гражді та приміщення криївки, де буде представлено повсякденне життя повстанців. Завершення реконструкції та урочисте відкриття об'єкту планується на 14 жовтня 2022 р., саме до 80-тої річниці Української Повстанської Армії.

Як спосіб розширення та заохочення більшої чисельності відвідувачів, запроваджуються нові інтерактивні форми надання послуг. Так, у Чернівецькому обласному державному музеї народної архітектури та побуту була представлена нічна театралізована екскурсія «Ніч в музеї», яка організовується щороку 18

травня, починаючи з 2021 р., у Міжнародний день музеїв. Цікавим є те, що в кожній локації скансену знаходиться група акторів, які відтворюють відповідні дії, пов'язані з тою чи іншою епохою.

Отже, підсумовуючи, доречно вказати, що основними тенденціями, що простежуються у діяльності вітчизняних скансенів є наявність технології інтерактивності, створення мобільних додатків з онлайн-маршрутами, використання аудіо- та мультимедійних засобів у роботі музейних закладів. Розвиток комунікативних можливостей та залучення різних форм взаємодії з аудиторією музейних установ, є важливим для ознайомлення з колекцією скансенів, виходячи з різниці у віковій, соціальній чи професійній категоріях населення.

Таким чином, проаналізувавши розвиток скансенів Скандинавії та України, варто зазначити, що основні тенденції у їх діяльності є доволі схожими. Проте, слід виокремити певні відмінності: у скандинавських музеях просто неба, на відміну від вітчизняних скансенів, значна увага приділяється віковій категорії дітей та молоді, а також численні культурно-масові заходи спрямовані на популяризацію історії своєї країни та виховання духу патріотизму. Тож, порівнявши діяльність музеїв просто неба вказаних країн, доцільним є вивчати досвід скансенів Скандинавії та впроваджувати його позитивні здобутки у вітчизняну практику.

РОЗДІЛ 3. АКТУАЛІЗАЦІЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СКАНСЕНІВ В УКРАЇНІ

3.1. Авторська розробка маршруту

Відвідування туристами музеїв просто неба можна віднести до етно-туризму, що вбачає трансляцію культурних цінностей, збережених представниками певного етносу, та сприяння задоволення духовних, соціальних й фізіологічних потреб подорожуючих. Свідченням цього є теза вітчизняних науковців С. Бабушко та С. Поповича, в якій вказується, що етно-туризм базується на прагненні туристів досліджувати культурну спадщину, мову та звичаї окремих етнічних громад. На території України цей вид туризму переважно представлений через діяльність етнографічних музейних комплексів, де відвідувачі у невимушеному форматі мають змогу досягнути справжню українську культуру (зразки народного мистецтва минулих століть, автентичний одяг, фольклор, предмети господарського вжитку тощо) [3; с. 173].

У ході проведення кваліфікаційного дослідження автором було визначено, що Київська область володіє значною кількістю природних та історико-культурних ресурсів. На території області розміщено 194 об'єкти природно-заповідного фонду загальною площею 112,5 тис. га, з них 24 об'єкти загальнодержавного значення площею 81,2 тис. га та 170 об'єктів природно-заповідного фонду місцевого значення загальною площею 31,2 тис. га. Стосовно історико-культурних ресурсів, то Київщина нараховує 2968 пам'яток археології (з них 18 національного значення), 2573 пам'яток історії (з них 3 національного значення), 208 пам'яток архітектури та містобудування (з них 91 національного значення), 257 пам'яток монументального мистецтва [28].

Доволі високий потенціал область має й щодо розвитку діяльності скансенів, адже вона налічує три музеї просто неба, кожен з яких вирізняється своєю наповненістю, вмістом колекційних експонатів та площею території. На думку автора, особливої уваги заслуговує Музей народної архітектури та побуту Середньої Наддніпрянщини, що знаходиться у м. Переяслав.

Переяслав, по праву, називають містом-музеєм, адже в ньому розташовано близько 30 музейних установ, що вміщують в собі велику кількість об'єктів культури та історії. Деякі музейні колекції мають світове значення, зокрема це саркофаги епохи міді-бронзи, колекції козацького періоду, церковні споруди та ін.

Транспортна інфраструктура Переяслава характеризується за основними показниками як задовільна. На території міста функціонують чотири перевізники, три служби таксі та дві автобази. Достатня кількість територій, забезпечених різноманітними туристичними ресурсами, має хорошу транспортну доступність для туристів та екскурсантів. Заклади ресторанного господарства у місті розвинені на високому рівні та представлені у кількості 44 об'єкти. Вони включають в себе різні види закладів харчування: кафе-бари, гостино-ресторанні комплекси, ресторани, кав'ярні та кафетерії. Аналіз готельних послуг в м. Переяслав не потрібний, зважаючи на близькість до м. Києва [23].

Туристичний потенціал м. Переяслав є доволі високим, адже одним із стратегічних завдань для міста залишається розвиток туристичної сфери. Нині в місті функціонують туристично-інформаційний центр «Переяслав» та три туристичні агенції. Також у 2021 р. було презентовано проєкт «Корінь нації – мандрівка Україною крізь віки», в межах якого представлено шість туристичних маршрутів Переяславщиною. Протягом останніх років місто активно почало застосовувати цифрові технології, зокрема у порталі Приват24 Національним історико-культурним заповідником «Переяслав» було розміщено інформацію про музейний потенціал Переяслава. Окрім цього, інформаційно-туристичною агенцією розробляється 3D-карта міста, а також у рамках майбутнього партнерства проводяться перемовини з НІЕЗ «Переяслав», Google, туристичними агенціями, готельним бізнесом та перевізниками, громадськими організаціями та ініціативами з метою утворення туристичного кластеру в м. Переяслав.

Найголовнішою пам'яткою міста є найперший скансен України Музей народної архітектури та побуту Середньої Наддніпрянщини, у концепцію якого включено принцип еволюції народного житла від найдавніших часів до ХХ ст. Забудова скансену проводилася вільно-кутковим способом з майданом

посередині, як у типовому українському селі. На його території площею 25 га розташовано близько 300 об'єктів, з них – 122 пам'ятки народної архітектури XVII-XIX ст., зокрема, 20 дворів з хатами та господарськими будівлями. Також представлено більше 20 тисяч експонатів: твори народних майстрів, знаряддя праці, речі побуту, археологічні матеріали, документи, фотографії (Додаток Т) [17].

Найціннішими архітектурними пам'ятками Музею народної архітектури та побуту Середньої Наддніпрянщини є:

- церква Покрови Пресвятої Богородиці (початок XVII ст.) та дзвіниця (середина XVIII ст.) з Правобережної Київщини;
- церква Святого Георгія (середина XVIII ст.) з Переяславщини, увічнена Т.Г. Шевченком на сепії «Андруші»;
- лісний кордон – будинок лісної охорони (кінця XIX ст.) з Київського Полісся;
- корчма (початку XIX ст.) з м. Переяслава, колекція вітряків і млинів XIX-початку XX ст.

Відповідно до даних НІЕЗ «Переяслав», у період з 2016 р. по 2020 р. зазначений скансен прийняв 233 957 відвідувачів. Стосовно доходів від туристичної діяльності музею, то наразі у відкритому доступі є інформація про попит на їх власну друковану продукцію, тобто сувенірні товари. Таким чином, у 2016 р. заповідник отримав трохи більше 24 083 грн надходжень за її реалізацію. У 2017 р. сума збільшилася удвічі – вже понад 50 тис. У 2018 р. вона уже складала майже 64 тис. А за перше півріччя 2019 р. надходження за поліграфію та сувенірну продукцію уже склали 61 982 грн [17].

Доволі виразною рисою скансену є наявність в ньому 13 тематичних музеїв, серед них Музей українського рушника, Музей історії бджільництва, Музей хліба, Музей «Поштова станція» та ін. На думку автора, найоригінальнішим є Музей космосу, що розташований у старовинній церкві (Додаток У).

Таким чином, врахувавши все вище перераховане, автором було обрано Музей народної архітектури та побуту Середньої Наддніпрянщини як головний об'єкт розробленого екскурсійного маршруту.

Цільовим сегментом розробленої екскурсії є молоді люди або сім'ї середнього віку, які є економічно стабільними та подорожують переважно без дітей. Вони мають високу активність, прагнуть до пізнання навколишнього середовища та отримання нових вражень. У своїх запитах до туристичного продукту, такі люди найчастіше обирають форми активного проведення часу та можливість поєднання з певним рівнем фізичного навантаження. Стосовно рівня надання послуг, то їх вимоги до комфорту чи якості обслуговування є відносно невисокими, що, відповідно, можна пояснити низькою платоспроможністю.

Розроблена екскурсія має кільцеву схему та пролягає за маршрутом: м. Київ – м. Переяслав – м. Київ. Загальна протяжність маршруту складає 201 км, що за часом триває близько 13 год. Розташування включених у маршрут об'єктів репрезентовано у Додатку Ф.

Тематична екскурсія «Незвідана Наддніпрянщина» розрахована на 10 осіб та поєднує у собі відвідування пам'яток культурної спадщини з елементами інтерактивності. Вона не вимагає від туристів високої спортивної підготовки та не обтяжений великою кількістю інформації. Розроблений туристичний продукт рекомендується проводити у теплі пори року.

У табл. 3.1 автором представлено програму екскурсії, що вміщує основну та факультативну діяльність. Розроблений маршрут присвячений святу Івана Купала, адже більшість із запропонованих автором атракцій, доступні у скансені лише у період святкувань чи масових народних гулянь.

Також автором розроблено технологічну карту, що висвітлена у Додатку Х.

Таблиця 3.1

Програма екскурсії «Незвідана Наддніпрянщина» за маршрутом

Київ – Переяслав – Київ

Час	Зміст програми
08:00	Зустріч з супроводжуючим біля ст. м. Бориспільська
08:30	Виїзд до м. Переяслав
10:00	Прибуття до м. Переяслав
10:10	Приїзд до Музею народної архітектури та побуту Середньої Наддніпрянщини
10:15-11:15	Оглядова екскурсія територією скансену на електромобілі, під

	час якої відвідувачі матимуть змогу відчути культуру та побут різних епох (від найдавніших часів до ХХ ст.)	
11:25-13:00	Екскурсія до Музею декоративно-ужиткового мистецтва та проведення майстер-класу з гончарного промислу	
13:15-14:15	Обід у кафе «Смерекова хата». Меню включатиме традиційні українські страви, а також фірмові страви Поліського району: млинці з «мочалкою», бульбовники та каврук.	
14:30-16:00	<i>Для жінок:</i> візит до Музею українських обрядів з можливістю прийняти участь у ворожінні напередодні свята Івана Купала	<i>Для чоловіків:</i> візит до Музею історії бджільництва + взяття участі у процесі викачування меду та дегустація
16:10-19:15	Святкування слов'янського народного свята Івана Купала біля озера	
	16:10-16:30	Підготовка до святкування Івана Купала: переодягання у традиційний український одяг
	16:40-17:10	Майстер-клас з вінкоплетіння
	17:15-19:15	Масове гуляння, що включатиме реконструкцію обряду встановлення Купайлиці, українські народні танці, музичні виступи, спалення купальських віх, добування «Живого вогню», запалення купальського вогнища, а також пускання вінків на воду з побажаннями
19:30	Виїзд з м. Переяслав	
21:00	Прибуття до м. Київ на ст. м. Бориспільська	

Джерело: розроблено автором.

Відповідно до програми екскурсії, спосіб пересування на маршруті визначено як комбінований, тобто поєднує пішохідну частину з застосуванням транспортних засобів. У якості способу пересування автором було обрано мікроавтобус на 12 місць комфорт-класу для переміщення між містами, а також екскурсійний електробус для зручності огляду всієї території вказаного скансену. Як показано у відгуках споживачів на інформаційних порталах, для того, щоб повністю обійти територію Переяславського музею просто неба, потрібно близько двох днів. Саме з цієї обставини автором було вирішено провести оглядову

екскурсію за допомогою транспортного засобу з можливістю зупинки біля цікавих історичних й культурних об'єктів.

У екскурсію включено низку майстер-класів, що будуть проводитися на базі наступних музеїв: Музей декоративно-ужиткового мистецтва, Музей історії бджільництва та Музей українських обрядів. Такі атракції є цілком факультативними, тож екскурсант може самостійно вирішити чи відвідувати запропоновану програму чи розпорядитися вільним часом на свій власний розсуд.

У табл. 3.2 розраховано витрати на організацію та проведення тематичної екскурсії.

Таблиця 3.2

Розрахунок витрат екскурсії «Незвідана Наддніпрянина»

Статті витрат, грн		Витрати на 1 особу	Витрати на групу (10 осіб)
Харчування (обід)		150 грн	1 650 грн (на 11 осіб)
Транспортні послуги	Mercedes Sprinter 316	241, 20 грн	2 412 грн
	Електробус 11-місцевий екскурсійний Інить-4	200 грн	2 000 грн
Страхування від нещасного випадку		100 грн	1 000 грн
Послуги екскурсовода (ЗП+ ЄСВ 22%)		183 грн (у т.ч. 150 грн ЗП + 33 грн ЄСВ)	1 830 грн
Вхід до скансену + відвідування музеїв		80 грн	800 грн
Оренда традиційних костюмів (під заставу)		200 грн	2 000 грн
Майстер-класи (факультативно)	Гончарний промисел	300 грн	3 000 грн
	Ворожіння на Івана Купала	120 грн	1 200 грн
	Викачування меду + дегустація	250 грн	2 500 грн
Собівартість		954,2 грн	9 692 грн
Винагорода туроператора (10%)		95,42 грн	969,2 грн
ПДВ, 20%		19,08 грн	193,84 грн
Загальна вартість		1068,70 грн	10 855 грн

Джерело: розроблено автором.

Таким чином, на основі проведеного розрахунку витрат запропонованої одноденної тематичної екскурсії, вартість для одного туриста становить 1068,70 грн. Аналіз конкурентного середовища свідчить, що такі пропозиції наявні на вітчизняному ринку туристично-екскурсійних послуг, проте вони не містять інтерактивної частини. Середня ціна на схожі екскурсії варіюється від 600 до 850 грн (у довоєнний період).

Отже, доцільно вказати, що розроблений автором екскурсійний одноденний маршрут є доволі вартісним за рахунок включення у вартість послуг харчування та вхідного квитка та територію музею. До того ж, на вартість екскурсії також вплинуло зростання цін на товари, послуги та паливо, наслідком чого стала повномасштабна війна Росії проти України. Перевагами вказаної екскурсійної пропозиції є наявність інтерактивних заходів, а також факультативної частини, завдяки якій екскурсанти зможуть самостійно визначитись та обрати атракції, які їм до вподоби.

3.2. Маркетингові заходи просування туристичного маршруту

Нині ефективна маркетингова кампанія є найважливішим аспектом розвитку туристичної дестинації та, відповідно, просування створеного туристичного продукту. Найголовнішим правилом у плануванні маркетингових заходів є творче використання різних платформ для залучення обраної цільової аудиторії та популяризації розробленого екскурсійного маршруту. Таким чином, необхідно пропрацювати декілька ефективних способів просування для заохочення потенційних клієнтів до бронювання екскурсії.

Плануючи можливі маркетингові заходи, автор сконцентрував увагу на цифровому маркетингу та його можливостях залучення цільової аудиторії. Оскільки туристична галузь в мережі Інтернет активно розвиваються, доцільним є застосування цікавих та інноваційних способів просування.

Отже, врахувавши всі вищезазначені чинники варто зазначити, що запропоновані маркетингові заходи будуть задіяні лише протягом 6 місяців в рік (з квітня по вересень включно), тобто у період сезонності розробленої екскурсії. Так як цільовий сегмент екскурсії визначено як переважно «молодіжний», то

будуть застосовуватися переважно цифрові методи; види носіїв друкованої та зовнішньої реклами автор вирішив не використовувати у зв'язку з її низькою ефективністю в сучасних умовах життя. Так, автором було створено план просування розробленої екскурсії «Незвідана Наддніпрянина» (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

План просування тематичної екскурсії «Незвідана Наддніпрянина»

Обраний засіб просування	Короткий опис реклами	Графік	Бюджет
SEO	Просування екскурсії за 100 ключовими словами	Один раз на рік оновлення переліку ключових слів	4 500 грн
Контекстна реклама	Реклама тематичної екскурсії, що буде показуватися в Google на основі пошукових слів	Проплачується Google за клік на посилання сайту один раз на рік	1 800 грн
Таргетинг у соцмережах Instagram, Facebook	Офіційна реклама турпродукту на створеному бізнес-акаунті, яка буде транслюватись в stories та на стрічці	Проплачується 6 разів на рік, через кожен місяць / виходить 3 рази на день	1 500 грн / 9 000 грн
Електронна розсилка	Надсилання на e-mail потенційних споживачів інформації з актуальною пропозицією	Надсилатиметься щомісяця протягом сезону	безкоштовно
Реклама у travel-блогерів	Рекламна інтеграція, що дозволить проінформувати цільову аудиторію та підвищити впізнаваність рекламованого турпродукту	Замовлятиметься три stories та два пости за сезон	110 грн/ 330 грн
Публікація до видання «День»	Розміщення інформації про екскурсію на 11-15 ст. обраного видання	Публікуватиметься 1 раз на сезон обсягом 1 500 знаків (з пробілами)	2 грн слово/ 3 000 грн

Джерело: розроблено автором.

Відповідно до даних наведених у табл. 3.3, автором було розраховано бюджет рекламної кампанії з просування тематичної екскурсії «Незвідана Наддніпрянина» (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Бюджет рекламної кампанії з просування тематичної екскурсії

Засоби просування	Вартість
SEO	4 500 грн
Контекстна реклама	1 800 грн
Таргетинг у соцмережах Instagram, Facebook	9 000 грн
Електронна розсилка	Безкоштовно
Реклама у travel-блогерів	440 грн
Публікація у газеті «День»	3 000 грн
Всього:	18 740 грн

Джерело: розроблено автором.

Аналізуючи запропоновані автором маркетингові засоби просування розробленої екскурсії, слід вказати, що майже всі вони ґрунтуються на якісно створеному web-сайті та сторінках у соціальних мережах. Саме вони є так званими механізмами для реалізації маркетингової діяльності та продажів, адже вміщують в себе інформацію, контакти, відео- фото-матеріали та відгуки клієнтів.

Одним із найсучасніших та найефективніших засобів просування є SEO (Search Engine Optimization – у перекладі з англ. «оптимізація пошуку»), що дає змогу підвищити рейтинг створеного web-сайту в Google за допомогою введених пошукових слів, які зазвичай шукають потенційні клієнти. Якісно створена пошукова оптимізація зуміє підвищити кількість відвідувачів сайту, де розміщена інформація про створений туристичний продукт – екскурсію, приблизно за 20-40% і принести чималий відсоток доходу. У ході продумування ключових слів, автор пропонує декілька комбінацій: екскурсія Переяслав, екскурсія в скансені Переяслава, скансен Переяслав на Івана Купала, майстер-класи у скансені Переяслава, відвідати Середню Наддніпрянину, Київська область екскурсії тощо.

Окрім вищеперерахованого, просування за допомогою SEO має ще декілька позитивних факторів. *По-перше*, можлива співпраця з партнерами, тобто обмін посиланнями на туристичний продукт з іншими сайтами. У випадку з розробленою

автором тематичною екскурсією, такий крок є дуже вигідним, бо фактично вважається кооперацією з туристичними агентствами та екскурсійними бюро, що у значному обсязі підвищить популярність й впізнаваність турпродукту. По-друге, допустима прив'язка до соціальних мереж або оптимізація турпродукту через соціальні мережі (SMO – Social Media Optimization, у перекладі з англ. «оптимізація через соцмережі»). Це також вплине на підвищення обізнаності та примножить видимість серед багатьох цільових аудиторій.

Говорячи про просування в соціальних мережах, автор запропонував використати таргетинг та купити рекламу в travel-блогерів або travel-експертів. Особливістю таргетованої реклами у соціальних мережах є те, що тематичні оголошення показують тільки тій цільовій аудиторії, яка зацікавлена вказаною туристичною пропозицією. Тобто вона дозволяє сфокусуватися на аудиторії з конкретними інтересами та уподобаннями. Така реклама бере до уваги дані, отримані під час відстеження активності користувачів у мережі, історію пошуку і персональну інформацію з профілів. Вказаний підхід дозволяє оптимізувати виділений бюджет, скоротити витрати і підвищити ефективність рекламної кампанії [30].

Реклама у travel-блогерів сприймається цільовою аудиторією як ненав'язливе інформування про туристичну послугу. Приймаючи рішення про незначну покупку, близько 70% людей прислухаються до думки інших людей, опираючись на прочитані відгуки чи перегляд оглядів впливових людей (інфлюенсерів). Для розміщення реклами автор обрав соціальні мережі Facebook та Instagram, що вирізняються висвітленням більш розважального контенту у поєднуванні з вдумливим вмістом на інформаційних платформах різного спрямування. Проте автор не виключає й залучення відеохостингу YouTube за допомогою створення каналу та публікації в ньому відео-контенту пов'язаного з цікавими епізодами тематичної екскурсії (святкування Івана Купала, збірка позитивних відгуків туристів та ін.). До того ж, вказана рекламна діяльність є абсолютно безкоштовною; якщо перегляди відео-роликів будуть високими, то можна буде організувати монетизацію контенту за наступним алгоритмом: опублікування

цікавого контенту – підвищення лояльності глядачів – збільшення годин перегляду та взаємодій – покращення статистики каналу – отримання коштів.

Згідно з дослідженнями комунікаційної агенції Plusone social impact, у 2021 р. YouTube мав найбільшу аудиторію в Україні серед повнолітніх – 23,5 млн користувачів, на другому місці Facebook – 16,4 млн користувачів, трійку лідерів замикає Instagram – 15,8 млн користувачів, за ним йде TikTok – 12 млн користувачів. Водночас Instagram минулого року вперше випередив Facebook за кількістю користувачів в Україні: за останні півроку соціальна мережа збільшила кількість користувачів на 2,3 млн. Натомість аудиторія Facebook за останні півроку зросла на 800 тис. – до 16,8 млн користувачів; у Facebook Messenger на 700 тис. – до 10,7 млн. Загалом аудиторія американської компанії Meta становить 27,8 млн осіб, що на 5,8 млн більше, ніж у 2020 р. [71].

На рис. 3.1. відображено порівняння вказаних соціальних мереж у відсотковому значенні.

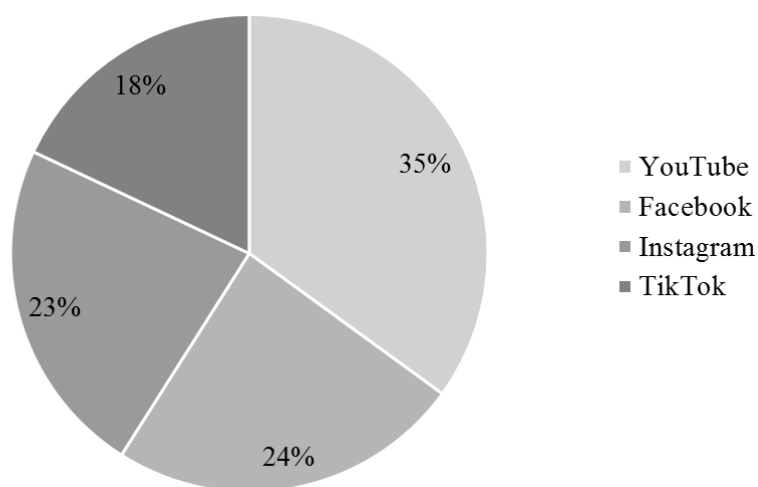


Рис. 3.1. Порівняння аудиторій Facebook, TikTok, Instagram та YouTube.

Джерело: [71].

На додаток, у всіх областях України частка користувачів Instagram становить понад 100% серед 18-24-річних українців. Це можна пояснити тим фактом, що молоді користувачі найчастіше мають по декілька акаунтів (особисті та бізнес-акаунти) у соціальних мережах. Тож, на думку автора, просування за допомогою соціальних мереж має високу ефективність та здатне спричинювати

появу такого явища як вірусна реклама. Її сенс полягає у розповсюдженні інформації про туристичний продукт (послуги) самими користувачами серед їх друзів.

Окремо варто виокремити й контекстну рекламу, яка орієнтується виключно на аудиторію, потенційно зацікавлену у туристичному продукті. Завдяки правильному налаштуванню контекстних повідомлень можна швидко опинитися серед ТОПів рекламної видачі за ключовими словами. Доречно вказати, що контекстна реклама є різною як і її стратегії оплати в Google:

- оплата за клік на посилання web-сайту;
- оплата за показ реклами;
- оплата за дію на web-сайті (найпоширенішою та найдорожчою є оплата такої дії як «купівля товару»).

Автором було обрано оплату за клік на посилання створеного сайту, бо такий вид реклами є відносно недорогим та достатньо дієвим як для просування розробленої екскурсії. Вартість такого кліку залежить від рівня конкуренції, географії запиту та бізнес-ніші.

Ще одним засобом просування було обрано електронну розсилку або e-mail-маркетинг, що є відмінним способом налагодити контакт з цільовою аудиторією. Збираючи адреси електронної пошти за допомогою розміщеної на створеному web-сайті форми реєстрації отримувачів поштової розсилки, можна побудувати мережу реальних і потенційних клієнтів. Таким чином, буде легше інформувати споживачів про цікаві пропозиції, актуальні акції чи певні ініціативи. Електронна розсилка є доволі простою у використанні та високорентабельною [19].

Також доцільно обґрунтувати вибір реклами у друкованих виданнях, а саме у газеті «День» у розділі «Подорожі». Така реклама не дуже обмежена в часі та спрямована саме на потрібну читацьку аудиторію. Публікацію можна зробити у вигляді різних форматів – стаття, історія чи коротке рекламне оголошення. Обираючи періодичне видання автор звернув увагу на газету «День», тому що вона випускається як у друкованому вигляді, так і в онлайн-форматі. Це є важливим, адже так значно розширюється коло читачів, яке буде зацікавлене у

ознайомленні з описаною дестинацією та запропонованим туристичним продуктом.

Отож, підсумовуючи, доцільно зауважити, що використання сучасних та інноваційних маркетингових заходів у просуванні розробленої екскурсії значно вплине на сприйняття та ставлення потенційних споживачів до туристичного продукту Київської області, тим самим спонукаючи їх до придбання та підвищення його популяризації.

Таким чином, автор дійшов висновку, що музеї України просто неба вирізняються своєю унікальністю та насиченістю експозиційних матеріалів і колекцій. Найбільшої уваги потребує найперший скансен країни – Музей народної архітектури та побуту Середньої Наддніпрянщини, який, попри свій почесний статус, є поки що недостатньо популярним серед населення. Завдяки розробленню тематичної екскурсії «Незвідана Наддніпрянщина» та її просуванню з використанням різних маркетингових комунікацій, автор сподівається на подальший розвиток найстарішого скансену України. Обираючи заходи з просування створеного маршруту, пріоритет було віддано цифровій рекламі, адже сучасна реклама зазнала значної трансформації у зв'язку з переходом від нав'язування рекламованого продукту до надання інформаційних послуг щодо нього.

ВИСНОВКИ

За результатами проведеного дослідження скансену як перспективного туристичного ресурсу України та Скандинавії, автор дійшов наступних висновків.

1. Термін іншомовного походження «скансен» є доволі часто вживаним у музейній справі. Його українські відповідники є «музей просто неба», «музей народної архітектури та побуту», «музей живої історії». В інших мовах для позначення цього феномену використовують такі терміни: музей на відкритому повітрі, музей відкритих дверей, музей відкритого світу, еко-музей, музей в природі, музей-заповідник.

Попри схожість їх звучання, змістове наповнення дещо відрізняється. Тому в науковому дискурсі зустрічаються різні тлумачення терміну «скансен». Вони залежать від різних підходів науковців до їх визначення. Враховуючи його роль у туристичній галузі, найвдалішим визначенням скансена, на думку автора, є таке: туристичний ресурс, що відтворює історико-культурну спадщину певної дестинації з метою розширити кругозір туристів і створити атракцію для їх незабутнього способу проведення вільного часу.

Відсутність уніфікованого визначення терміну зумовила відсутність єдиної загальноприйнятої типологізації музеїв просто неба. Низка організацій туристичної галузі, вітчизняні та зарубіжні вчені використовують різноманітні критерії класифікації скансенів. Однак, основна теза кожної класифікації «скансенів» та визначення цього терміну полягає у важливості їх інтеграції до сучасного соціокультурного середовища людини, демонстрації традиційних ремесл і видів діяльності та залучення носіїв культурної традиції до роботи на базі музеїв просто неба.

2. Питанням дослідження феномену скансену та його розгляду як перспективного туристичного ресурсу займалися низка вітчизняних і зарубіжних вчених. Однак, попри перебування в колі наукових інтересів, вказане питання не було досліджено у повному обсязі.

У працях вітчизняних науковців простежуються різні підходи до опису музеїв просто неба, зокрема в контексті історичної ретроспективи, їх анімаційної

діяльності, визначення основних тенденцій їх функціонування тощо. Натомість, зарубіжні вчені, вивчаючи проблематику скансенів, зосереджувались на напрямках діяльності, унікальності й історичній наповненості музейних колекцій та експозицій, шляхах популяризації скансенів як історії своєї країни. Порівняння напрямів дослідження уможлиблює виокремлення шляхів подальшого розвитку скансенів та їх ширшого використання як туристичного ресурсу у вітчизняній туристичній сфері.

3. Добір десяти найкращих світових зразків скансенів дозволив виокремити їх унікальні риси та визначити їх внесок у поширення культури своєї країни: Wallachian Open Air Museum, Seurassari, Нідерландський музей під відкритим небом, Музей тірольських господарств, Екомузей Ельзасу, Корейське народне село, Музей Мейдзі-Мура, Колоніальний Вільямсбург, Plimoth Patuxet. Визначено, що позитивна динаміка відвідуваності вказаних скансенів свідчить про високий показник популярності як серед місцевого населення, так і серед іноземних туристів. Зростання рівня зацікавленості громадськості до такого типу музеїв є свідченням прагнення до пізнання власної культурної спадщини та формування національної свідомості у підростаючого покоління.

4. Туристична інфраструктура Скандинавії є досить розвиненою, завдяки належній підтримці Ради міністрів бізнесу Північних країн та діяльності центральних органів виконавчої влади в кожній країні. Попри те, що пандемія COVID-19 спричинила спад туристичних потоків до скандинавських країн, влада поступово та впевнено усуває негативні наслідки та стабілізує ситуацію введенням відповідних рішень та запуском нових туристичних проєктів.

Автором було досліджено, що скандинавські країни позиціонуються як попередники сталого міського розвитку та планування зеленої інфраструктури. До того ж, Скандинавія є лідером за своєю залученістю та рівнем розвитку сталого руху. Вона входить до рейтингу 10 найкращих країн, де розвивається сталий туризм. Аналіз туристичної інфраструктури Скандинавії засвідчив її високий рівень, що є необхідною передумовою створення сприятливих умов для розвитку музеїв просто неба.

5. Встановлено, що країни Скандинавії мають високий показник розвиненості музеїв під відкритим небом – 13% від загальної кількості музейних установ вказаного регіону. Зокрема, у Данії розміщено 9 скансенів, у Норвегії – 14 та у Швеції – 7 музейних закладів. Вони сприймаються як унікальна освітня можливість візуалізації історії у легкій і зрозумілій формі. Окрім цієї тенденції, аналіз наявних на території Скандинавії музеїв просто неба та опис їх діяльності дозволив простежити й такі тенденції: створення комфортних умов для інклюзивного туризму; регулярна організація культурно-масових заходів; часткове використання цифрових технологій; наявність низки програм лояльності й приділення значної уваги цільовій категорії дітей та молоді.

6. Визначено, що в Україні скансени займають лише невелику нішу серед інших музейних закладів – всього 3% від загальної кількості музеїв країни. Сьогодні на території України розміщено 14 великих музеїв просто неба, в яких зберігається понад 600 одиниць архітектурних пам'яток.

Автором з'ясовано, що попри те, що діяльність скансенів в Україні є досить вузькоспеціалізованою, нині дедалі більше простежується тенденція використання інтернет-ресурсів, аудіо- та мультимедійних засобів у роботі експозицій і фондів у цілому. До того ж, відслідковується прагнення музейних співробітників використовувати технології інтерактивності (проекування віртуальних гідів, створення онлайн-маршрутів та ін.) для більшого залучення аудиторії з метою ознайомлення з культурною спадщиною України.

7. У процесі здійснення кваліфікаційного дослідження було розроблено екскурсійний одноденний маршрут, що включає різні елементи пізнання культурно-історичної спадщини регіону Середня Наддніпрянщина. Головним об'єктом екскурсії є Музей народної архітектури та побуту Середньої Наддніпрянщини, що розташований у м. Переяслав Київської області. Екскурсійний маршрут має кільцеву схему та призначений для цільового сегменту молоді та сімей середнього віку. Опираючись на розроблену програму екскурсії та спосіб пересування, визначено, що маршрут є комбінованим (пішохідна частина + використання транспортного засобу). Здійснення

калькуляції витрат одноденної екскурсії дозволило визначити її вартість для одного туриста – 1068,70 грн. Аналіз конкурентного середовища свідчить, що такі пропозиції наявні на вітчизняному ринку туристично-екскурсійних послуг, їх середня ціна варіюється від 600 до 850 грн (у довоєнний період). Перевагами вказаної екскурсійної пропозиції є наявність інтерактивних заходів, а також факультативної частини, завдяки якій екскурсанти зможуть самостійно визначитись та обрати атракції, які їм до вподоби.

8. Для просування розробленого екскурсійного маршруту «Незвідана Наддніпрянина», автором було запропоновано використання сучасних та інноваційних маркетингових засобів (SEO, контекстна реклама, таргетинг у соціальних мережах, електронна розсилка, реклама у travel-блогерів та публікації до видання «День»). Вказані цифрові методи просування є ефективними механізмами для реалізації маркетингової діяльності та продажів, адже позитивно впливають на сприйняття потенційних споживачів, тим самим, спонукаючи їх до придбання запропонованого туристичного продукту. Прорахований бюджет рекламної кампанії сприятиме реалізації запланованих цілей та врегульованому коригуванню дій в залежності від змін маркетингового середовища.

Проведене дослідження не вичерпує усієї повноти проблеми функціонування і розвитку скансенів як туристичного ресурсу. Актуальними залишаються питання популяризації цих музейних закладів на вітчизняному ринку туристично-екскурсійних послуг з метою залучення якомога більшої чисельності відвідувачів. Перспективними напрямками подальших досліджень можуть бути аналіз нормативно-правового забезпечення функціонування музеїв просто неба в Україні; порівняльні дослідження діяльності скансенів у всіх куточках світу задля критичного осмислення їх досвіду, виокремлення прогресивних ідей та їх вдумливого втілення у практику туристичного бізнесу в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ДЖЕРЕЛ

1. Автентична Україна. Музеї під відкритим небом: розпочати тур. URL: <https://authenticukraine.com.ua/open-air-museums> (дата звернення: 16.05.2022)
2. Афанасьєв О. Є. Скансени України як репрезентанти регіональних типів природокористування. Географія та туризм. 2011. С. 111-119.
3. Бабушко С. Р., Попович С. І. Етно-туристична пропозиція в Україні. Історико-культурний туризм: український та світовий досвід: збірник матеріалів Міжнародної наукової конференції. 2019. С. 171-176.
4. Бабушко С. Р. Професійний розвиток фахівців сфери туризму в США та Канаді: монографія; за наук. ред. проф. Л. Б. Лук'янової. К.-Ніжин: Видавець ПП Лисенко М. М., 2015. С. 424.
5. Башкатов Ю. Ю., Терпиловський Р. В. До історії скансенів у Європі. Археологія і давня історія України: Зб. наук. пр. 2011. Вип. 5. С. 7-16.
6. Борисенко Ю. С. Культурно-дозвіллева діяльність скансенів України: сучасний стан і перспективи. Вісник Маріупольського університету. 2017. Вип. 14. Серія: філософія, культурологія, соціологія. С. 58-64.
7. Водяник Л. Ю. Скансени України: географія та туристсько-рекреаційне значення. Географія та туризм. 2012. Вип. 19. С. 149-155.
8. Галасли Е. Г. Скансен як перспективний туристичний ресурс території. Молодий вчений. 2017. Вип. № 50. С. 14-16.
9. Гончарова О. М. Музейний топос як об'єкт культурологічного осмислення. Культура і мистецтво у сучасному світі. 2014. Вип. 15. С. 13-19.
10. Данилюк А. Г. Українські скансени. Історія виникнення, експозиції, проблеми розвитку: навч. книга. Т: Богдан., 2006. С. 104.
11. Державна служба статистики України, 1998-2020. Культура: офіційний сайт. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/cult.htm (дата звернення: 17.05.2022)
12. Дичковський С. І. Туристична діяльність скансенів в системі актуалізації ресурсів нематеріальної культурної спадщини. Культура і сучасність: альманах. 2020. Вип. № 1. С. 17-26.

- 13.Каднічанський Д. А. Використання історико-культурної спадщини України у туризмі на прикладі скансенів. Краєзнавство. 2012. Вип. 1. С. 128-137.
- 14.Каулен М. Е. Музеи под открытым небом: многообразие моделей и проблема выбора. Международная научно-практическая конференция «Музеи-заповедники – музеи будущего»: материалы и доклады. 2015. С. 10-34.
- 15.Любіцева О. О. До питань термінології в туризмі. Географія та туризм. 2010. Вип. 3. С. 7-10.
- 16.Міністерство культури та інформаційної політики України: офіційний сайт. URL: <https://mkip.gov.ua/> (дата звернення: 17.05.2022)
- 17.НІЕЗ «Переяслав»: національний історико-культурний заповідник. URL: <https://www.niez.com.ua/> (дата звернення: 25.05.2022)
- 18.Новікова Г. Ю. Зародження феномену середовищних музеїв в європейській музейній традиції. Міжнародний вісник: культурологія, філологія, музикознавство. 2018. Вип. I (10). С. 89-94.
- 19.Огляд маркетингових повідомлень електронної пошти. URL: <https://cutt.ly/1Kwiat0> (дата звернення: 28.05.2022)
- 20.Ожема С. В. Скансени – рушійна сила етнотуризму. VII Міжнародна науково-практична конференція «Стратегії, моделі та технології управління економічними системами». 2020. Секція 1: Нові тенденції управління економічними системами в умовах реалізації інтеграційних стратегій. С. 48-52.
- 21.Олійник В. В., Коцан В. В. Сучасні форми збереження та популяризації традиційних ремесл Карпатського регіону засобами Закарпатського музею архітектури та побуту. Наукові праці: наук. журн. / Чорном. нац. ун-т ім. Петра Могили; ред. кол.: Ю. В. Котляр. К – Миколаїв. 2017. Т. 292. Вип. 280. Серія «Історія». С. 110-114.
- 22.Пангелова М. Б. Роль англомовної термінології у формуванні лексики індустрії гостинності в українській мові. Туризм і краєзнавство: Збірник наукових праць. Переяслав-Хмельницький. 2014. С. 275-282.
- 23.Переяслав: офіційний сайт Переяславської міської територіальної громади. URL: <https://phm.gov.ua/> (дата звернення: 15.07.2022)

- 24.Переяславщина. Місця: Музей пізнання світогляду й освоєння космосу.
URL: <https://cutt.ly/KJ3EJA> (дата звернення: 27.05.2022)
- 25.Про внесення змін до Закону України «Про музеї та музейну справу»: Закон України від 14 травня 1999 року 659-XIV. URL: <https://cutt.ly/BG1WEFa> (дата звернення: 05.05. 2022)
- 26.Проненко І. В. Сучасний розвиток музеїв-скансенів в українській музейній структурі. Актуальні проблеми вітчизняної та всесвітньої історії. 2017. Вип. 20. С. 91-97.
- 27.Севан О. Г. Музеи под открытым небом Европы. Обсерватория культуры. 2006. Вип. 3. С. 60-69.
- 28.Стратегія розвитку Київської області на 2021-2027 роки. Київська обласна рада. 2019. URL: <https://cutt.ly/EJLv53J> (дата звернення: 25.05.2022)
- 29.Суспільне. Культура. Як українські музеї змінюються і ставлять рекорди з онлайн-відвідувань у часи пандемії. URL: <https://cutt.ly/oJqdWtV> (дата звернення: 16.05.2022)
- 30.Таргетована реклама у соціальних мережах. URL: <https://seomarket.ua> (дата звернення: 28.05.2022)
- 31.Тихонов В. В. К вопросу актуальности дальнейшего развития скансенологического направления в музеологии. Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2016. Вип. 3 (23). С. 198-203.
- 32.Ходаківський М. М. Київський скансен: здобутки і втрати (до 35-річчя відкриття експозиції Національного музею народної архітектури та побуту України). Краєзнавство. 2011. Вип. 4. С. 191-197.
- 33.Шевченківський гай. Львів. Скансен. URL: <https://lvivskansen.org/> (дата звернення: 16.05.2022)
- 34.Шкіра М. О, Шкіра Н. Л. Музей народної архітектури та побуту середньої Наддніпрянщини Національного історико-етнографічного заповідника «Переяслав» – як дієвий елемент збереження української етнічності у

постбіполярній міжнародній системі (за матеріалами книги відгуків та пропозицій). Збірник наукових статей. 2017. Вип. 42. С. 154-159.

35. Centrip Japan: Meiji Mura. URL: <https://centrip-japan.com/spot/meijimura.html> (дата звернення: 14.05.2022)
36. Colonial Williamsburg. URL: <https://www.colonialwilliamsburg.org/> (дата звернення: 14.05.2022)
37. Czajkowski J. Muzea na wolnym powietrzu w Europie. Ochrona Zabytków: ogólnopolska konferencja w Sanoku. Rzeszów. 1984. №35/1-2. S. 128-130.
38. Danmarks statistik: official site. URL: <https://www.dst.dk/> (дата звернення: 21.05.2022)
39. Den Gamle By. Et tilbageblik på 2021. URL: <https://www.dengamleby.dk/> (дата звернення: 11.05.2022)
40. Dølmotunet: hva skjer? URL: <https://cutt.ly/TX7sjWI> (дата звернення: 12.07.2022)
41. Eman Tahseen, Saad Khudair Aljumaily. The role of open museums outdoors in the revival of intangible cultural heritage. 2nd International Scientific Conference of Al-Ayen University. 2020. Series: Materials Science and Engineering. P. 1-19.
42. Euromonitor International. Articles: Scandinavia leads ranking for global sustainable tourism. URL: <https://www.euromonitor.com/article/scandinavia-leads-ranking-for-global-sustainable-tourism> (дата звернення: 18.05.2022)
43. European Tourist Guide. (ETG). Open-air Museums. URL: http://www.euro-t-guide.com/See_Type/Open_Air_1.htm (дата звернення: 10.05.2022)
44. EXARC. Definition of Archeological Open-Air Museums (AOAM). URL: <https://exarc.net/about-us/definitions> (дата звернення: 06.05.2022)
45. Find&Follow: туристичний проєкт. URL: <https://findandfollow.com.ua/> (дата звернення: 20.05.2022)
46. Godt museumsbesøk i det andre koronaåret. Stiftelsen Lillehammer museum. URL: <https://cutt.ly/7X44DBU> (дата звернення: 12.07.2022)
47. Green Key – Hoteller I Danmark. Visit Denmark, 2020. URL: <https://cutt.ly/oJzi7SU> (дата звернення: 19.05.2022)

48. ICOM: International Council of Museums. URL: <https://icom.museum/en/> (дата звернення: 01.05.2022)
49. IMAS: The world's oldest open-air museum counts guests with people counters and Wi-Fi. URL: <https://cutt.ly/tJbxcYM> (дата звернення: 20.05.2022)
50. Innovation Norway. Key Figures for Norwegian Travel and Tourism 2019. URL: <https://cutt.ly/kJj9zVh> (дата звернення: 19.05.2022)
51. Korean Folk Village. URL: <https://www.koreanfolk.co.kr/multi/> (дата звернення: 12.05.2022)
52. Kulturen: utställningar och program. URL: <https://www.kulturen.com> (дата звернення: 21.05.2022)
53. Langer Jiří. Muzeum v přírodě jako forma teaurace památek lidového stavitelství [The Open-air Museum as a Form of Embalming Vernacular Architectural Heritage]. Národopisné statistik. 1976. Vol. 13, no. 3. P. 179-184.
54. L'Écomusée d'Alsace. URL: <https://www.ecomusee.alsace/> (дата звернення: 12.05.2022)
55. Machan T W. An open-air museum in Northern memories and the English Middle Ages. Manchester University Press. 2020. P. 200.
56. Management of Archaeological Open Air Museums. Handbook OPENARCH. URL: <https://cutt.ly/eJnFG1T> (дата звернення: 20.05.2022)
57. Monitoring the Sustainability of Tourism in the Nordics. Nordic Council of Ministers, 2021. URL: <https://cutt.ly/6JaO2zL> (дата звернення: 18.05.2022)
58. Mr Nordic. The four best open-air museums in Scandinavia. URL: <https://cutt.ly/sHblT3v> (дата звернення: 07.05.2022)
59. Museums around the world in the face of COVID-19. UNESCO Report. 2020, Paris. P. 31.
60. Museum tiroler bauernhöfe. URL: <https://www.museum-tb.at/> (дата звернення: 12.05.2022)
61. Nasjonale turistveger. URL: <https://www.nasjonaleturistveger.no/en> (дата звернення: 19.05.2022)

62. National Tourism Strategy 2030. April 2021. URL: <https://cutt.ly/MJj6WJz> (дата звернення: 19.05.2022)
63. Nederlands Openlucht Museum. Park&gebouwen. URL: <https://cutt.ly/bHJTVWt> (дата звернення: 12.05.2022)
64. Nieuws. Nederlands Openluchtmuseum... ontvangt 300.000 bezoekers in 2021. URL: <https://cutt.ly/eHJVr8V> (дата звернення: 11.05.2022)
65. Nordic Council of Ministers: official site. URL: <https://www.norden.org/en/nordic-council-ministers> (дата звернення: 18.05.2022)
66. Nordic Council – the official body for formal inter-parliamentary co-operation. URL: <https://www.norden.org/en/nordic-council> (дата звернення: 20.05.2022)
67. Norsk Folkemuseum. Friluftsmuseet. URL: <https://norskfolkemuseum.no/> (дата звернення: 10.05.2022)
68. OECD Tourism Trends and Policies 2018. Sweden. 2018, Paris. OECD Publishing. P. 376.
69. Plan for Nordic Tourism Co-Operation 2019-2023. Nordic Council of Ministers. 2019, Copenhagen. P. 20.
70. Plimoth Patuxet Museum. URL: <https://plimoth.org/> (дата звернення: 14.05.2022)
71. Plusone social impact: комунікаційна агенція. URL: <https://plusone.com.ua/> (дата звернення: 28.05.2022)
72. Scandinavian Countries / Which Countries are Scandinavian? URL: <https://www.mappr.co/thematic-maps/scandinavian-countries/> (дата звернення: 20.04.2022)
73. Seurasaaren ulkomuseon. Suomen kansallismuseon kohteet jälleen kävijäennätykseen vuonna 2019. URL: <https://cutt.ly/hHJcN1D> (дата звернення: 11.05.2022)
74. Seurasaari Open-Air Museum. Museum Building. URL: <https://www.kansallismuseo.fi/en/seurasaarenulkomuseo> (дата звернення: 11.05.2022)
75. Shafernich S M. Open-air museums in Denmark and Sweden: A critical review. Museum Management and Curatorship. 1994. Vol. 13. P. 9-37.
76. Sovereign Hill. URL: <https://sovereignhill.com.au/> (дата звернення: 08.09.2022)

77. Statista. Museums worldwide – statistics&facts. URL: <https://cutt.ly/RAYyyLC> (дата звернення: 15.04.2022)
78. Steves R. Preserving the Past at Europe’s Folk Museums. Risk’s Travel Articles. URL: <https://cutt.ly/CHblm3L> (дата звернення: 07.05.2022)
79. Svenska Turistföreningen: official site. URL: <https://cutt.ly/uJv9Eih> (дата звернення: 19.05.2022)
80. The Association for Living History, Farm, and Agricultural Museums (ALHFAM). URL: <https://alhfam.org/> (дата звернення: 10.05.2022)
81. UNESCO Report. Museums around the world in the face of COVID-19. Paris, France. 2021. P. 67.
82. VisitDenmark: official tourism organization of Denmark. URL: <https://www.visitdenmark.com/> (дата звернення: 19.05.2022)
83. Wallachian Open Air museum. URL: <https://www.nmvp.cz/en/roznov> (дата звернення: 08.09.2022)
84. World Tourism Organization, 2021. International Tourism Highlights. 2020 Edition, UNWTO, Madrid. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422456> (дата звернення: 18.05.2022)

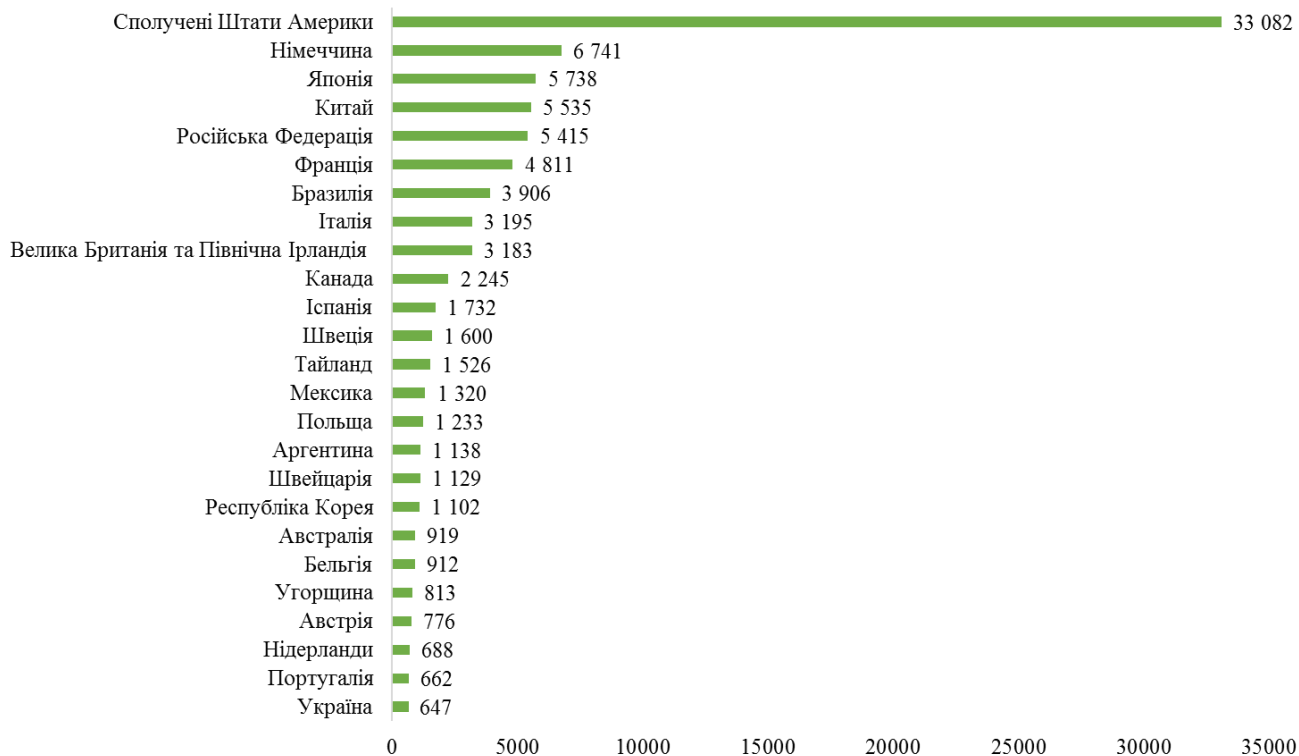


Рис. А. 1. Країни-лідери з найбільшою кількістю музеїв (станом на 17.02.2022 р.)

Джерело:



Рис. Б.2. Карта країн Скандинавії.

Джерело:



Рис. В.3. Туристична карта Валашського музею просто неба (Рождов-під-Радгоштем, Чеська Республіка).

Джерело: [<https://www.nmvp.cz/en/roznov>].



- | | | |
|--|--|---|
| 1. Tar-boat, Paltamo | 11. Kahiluoto Manor, Taivassalo | 21. The Yusupoff stable, Helsinki |
| 2. Water mill, Sumiainen | 12. Summer house, Elimäki | 22. The Florin summer house, Helsinki |
| 3. Granary, Paltamo | 13. Smithy, Espoo | 23. Country store, Savitaipale (Museum shop) |
| 4. Kurssi house, Kuortane | 14. Windmill, Punkalaidun | 24. Leppälä cottage, Loimaa |
| 5. Ivars house, Närpiö | 15. Water-powered sawmill, Pernaja | 25. Antti farmstead, Säkylä |
| 6. Church stable, Kaarlela | 16. Swings, Loppi and Pälkäne | 26. Iisalmi parsonage, Iisalmi (Museum offices) |
| 7. Niemelä tenant farm, Konginkangas | 17. Tar pit, Sulkava | 27. Buildings and storages from Lapland, Petsamo, Utsjoki |
| 8. Karuna Church, Karuna | 18. Storehouses, Häme, Uusimaa, Perä-Pohjola | 28. Cowherds' cottage, Maalahti |
| 9. The church boats, Luopioinen and Virrat | 19. Pertinotsa house, Suojärvi | 29. Selkämä house, Pieksämäki |
| 10. Aleksis Kivi's cottage, Siuntio | 20. Chimneyless huts, Kaukola | 30. Halla house, Hyrynsalmi |
| | | 31. Windmill, Oripää |

Рис. Д.1. Туристична картосхема скансену Seurasaari (о. Сеурасаари, Фінляндія)

Джерело: [].



Рис. Е.1. Туристична картосхема Нідерландського музею під відкритим небом.

Джерело: [1].

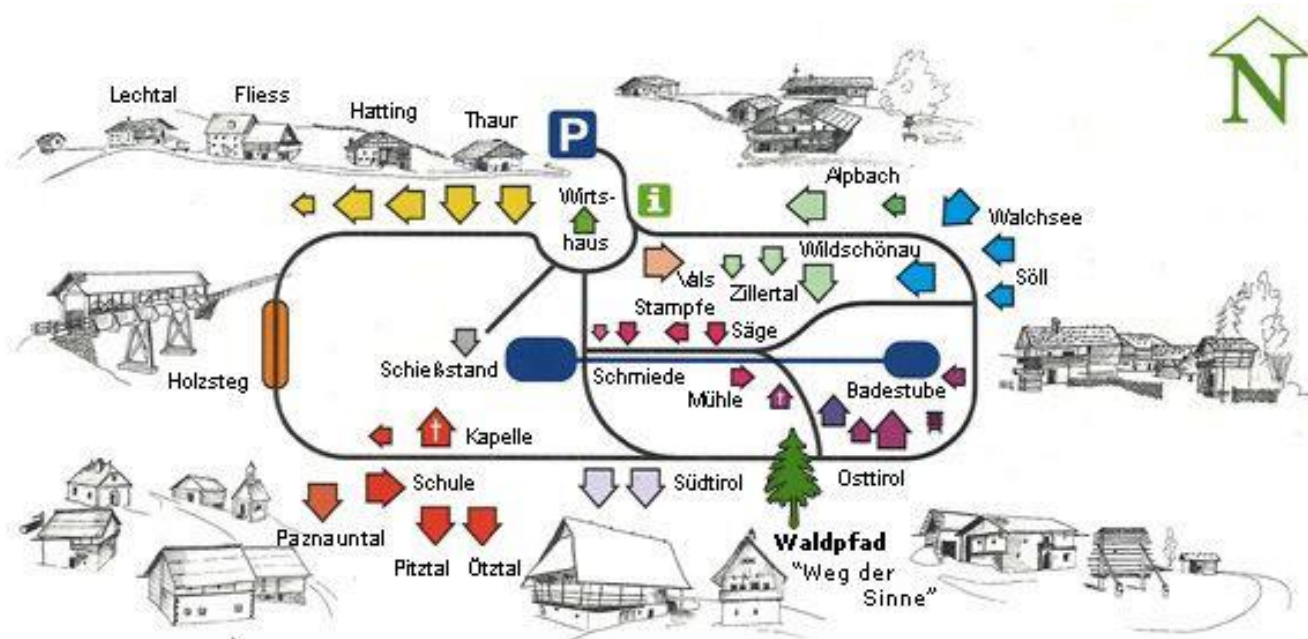


Рис. Ж.1. туристична карта Музею тірольських господарств (Крамзах, Австрія).

Джерело:



Рис. 3.1. Туристична карта Екомусею Ельзасу (L'Écomusée d'Alsace), Франція.

Джерело: [L'Écomusée d'Alsace].



Рис. К.1. Туристична карта Корейського народного села (Йонгін, Південна Корея).

Джерело:



Рис. Л.1. Туристична карта Музею Мейдзі-Мура (Інуяма, Японія).

Джерело: [].

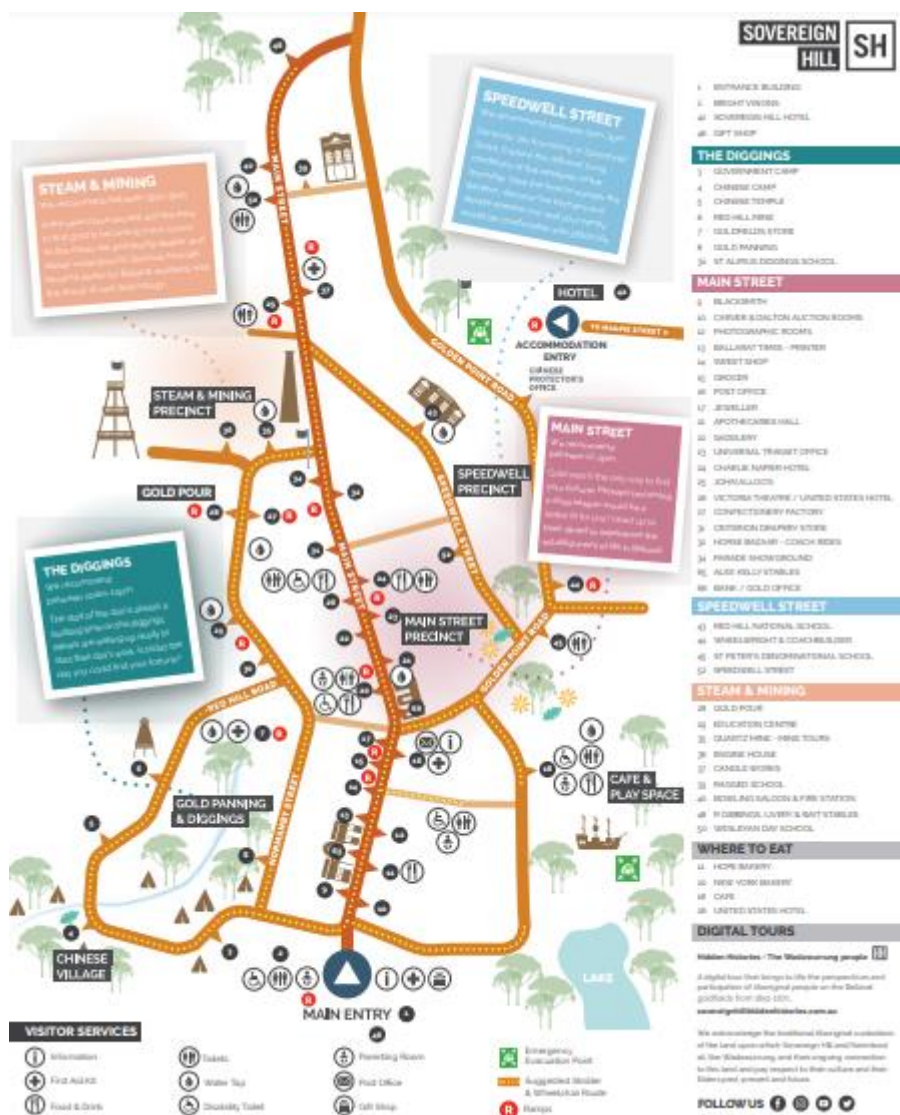


Рис. М.1. Туристична карта музею під відкритим небом Sovereign Hill (Балларат, Австралія).

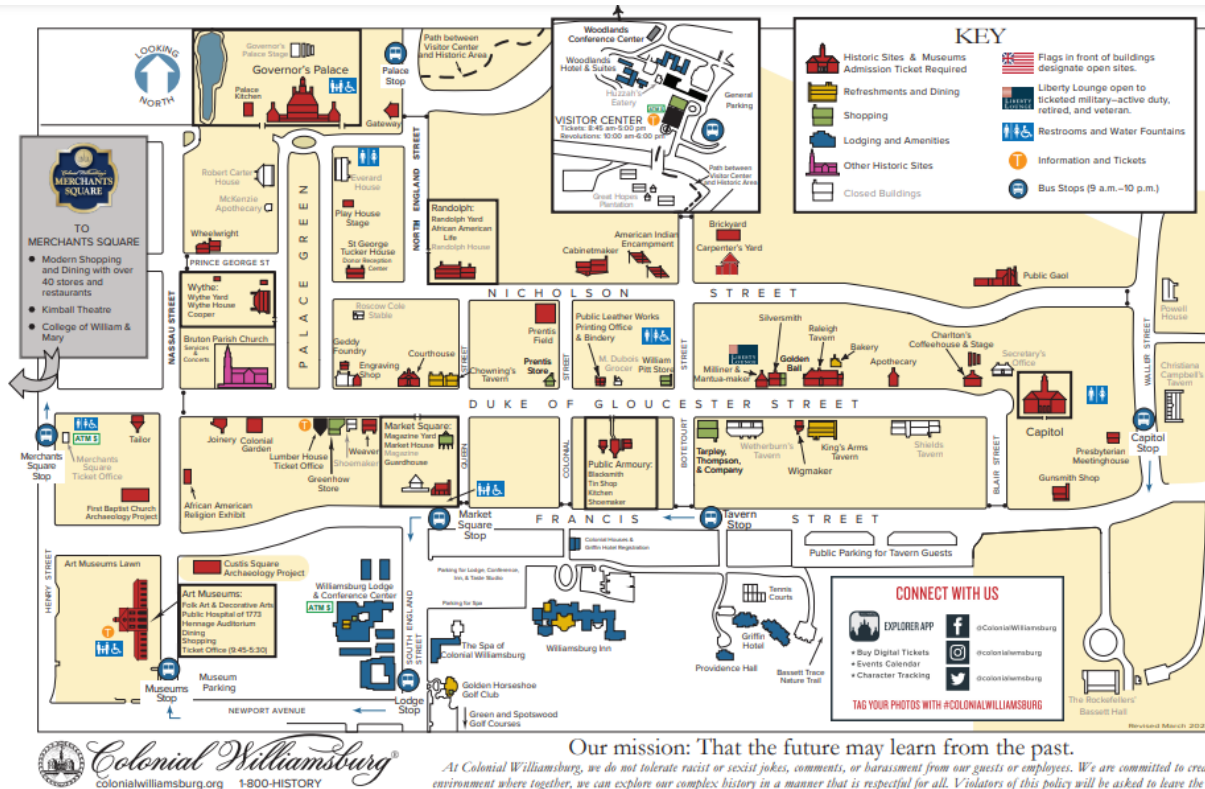


Рис. Н.1. Туристична карта музею під відкритим небом «Колоніальний Вільямсбург» (штат Вірджинія, США).

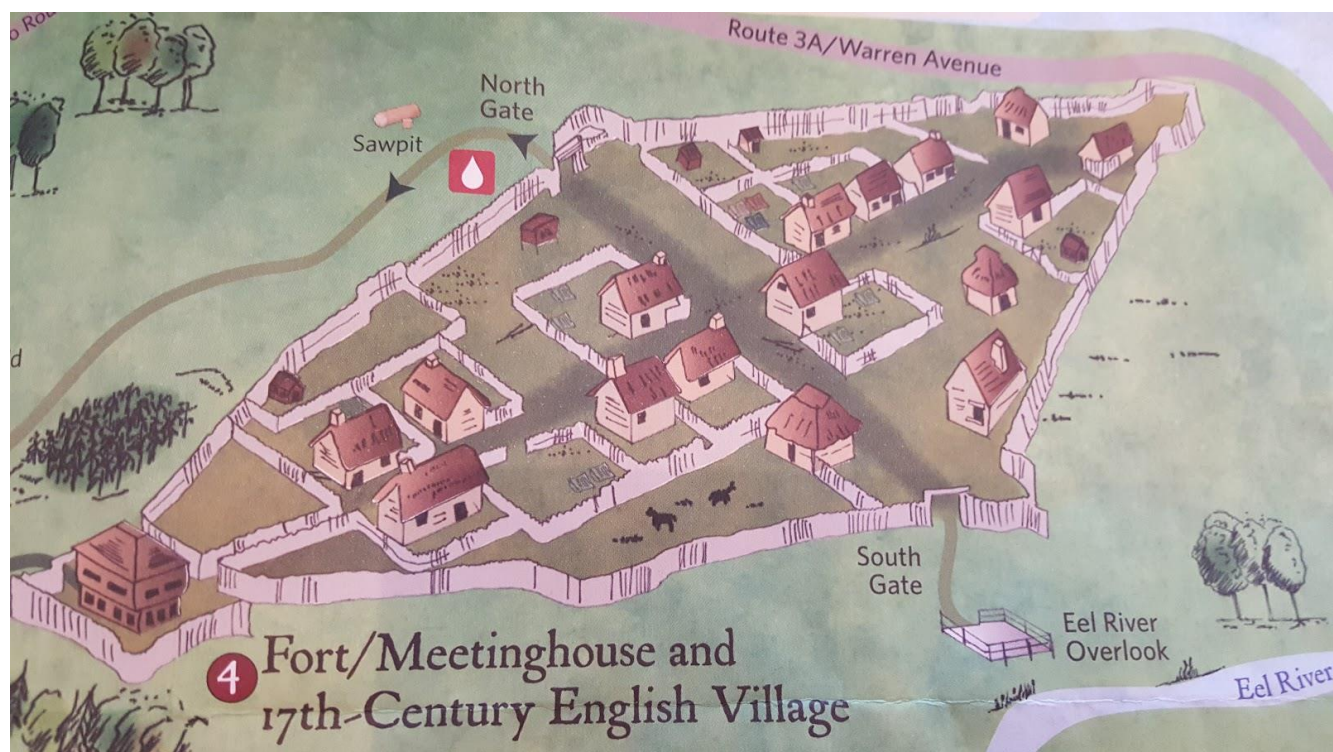


Рис. П.1. Туристична карта скансену «Плантація Плімота» (штат Массачуметс, США).

Джерело:

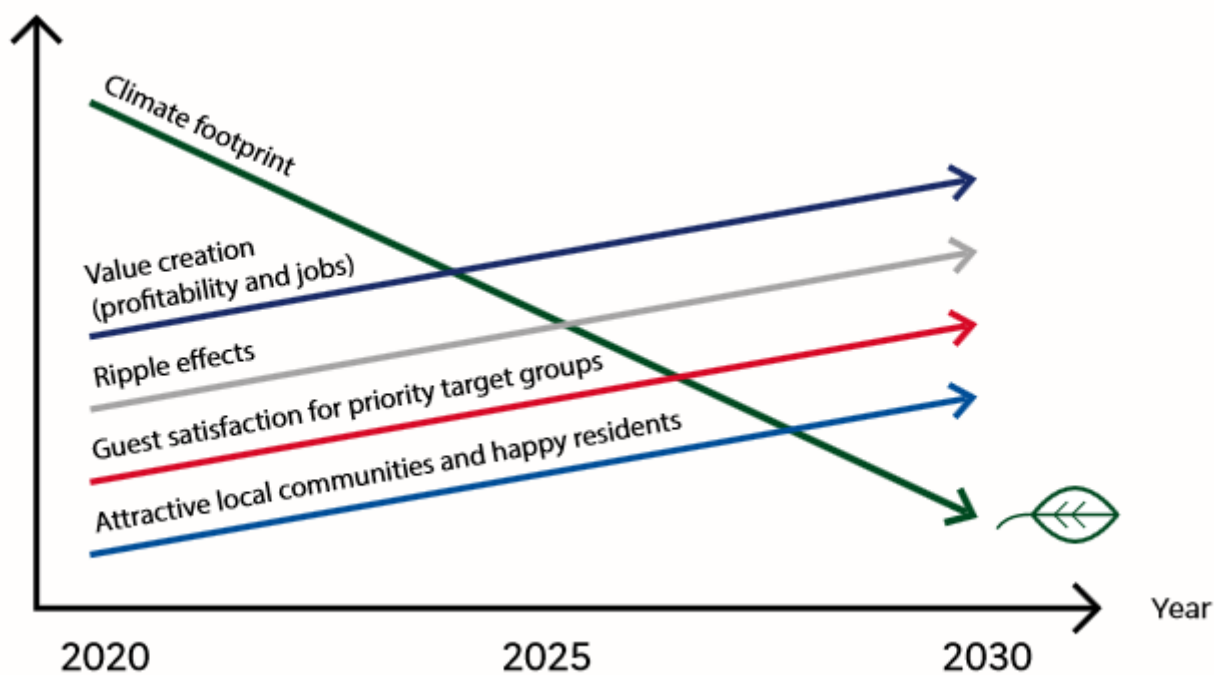


Рис. Р.1. Стратегія розвитку норвезького туризму до 2030 р., що ґрунтуються на Цілях сталого розвитку ООН та Цілях уряду щодо «зелених» змін.

Джерело: [National Tourism Strategy 2030].

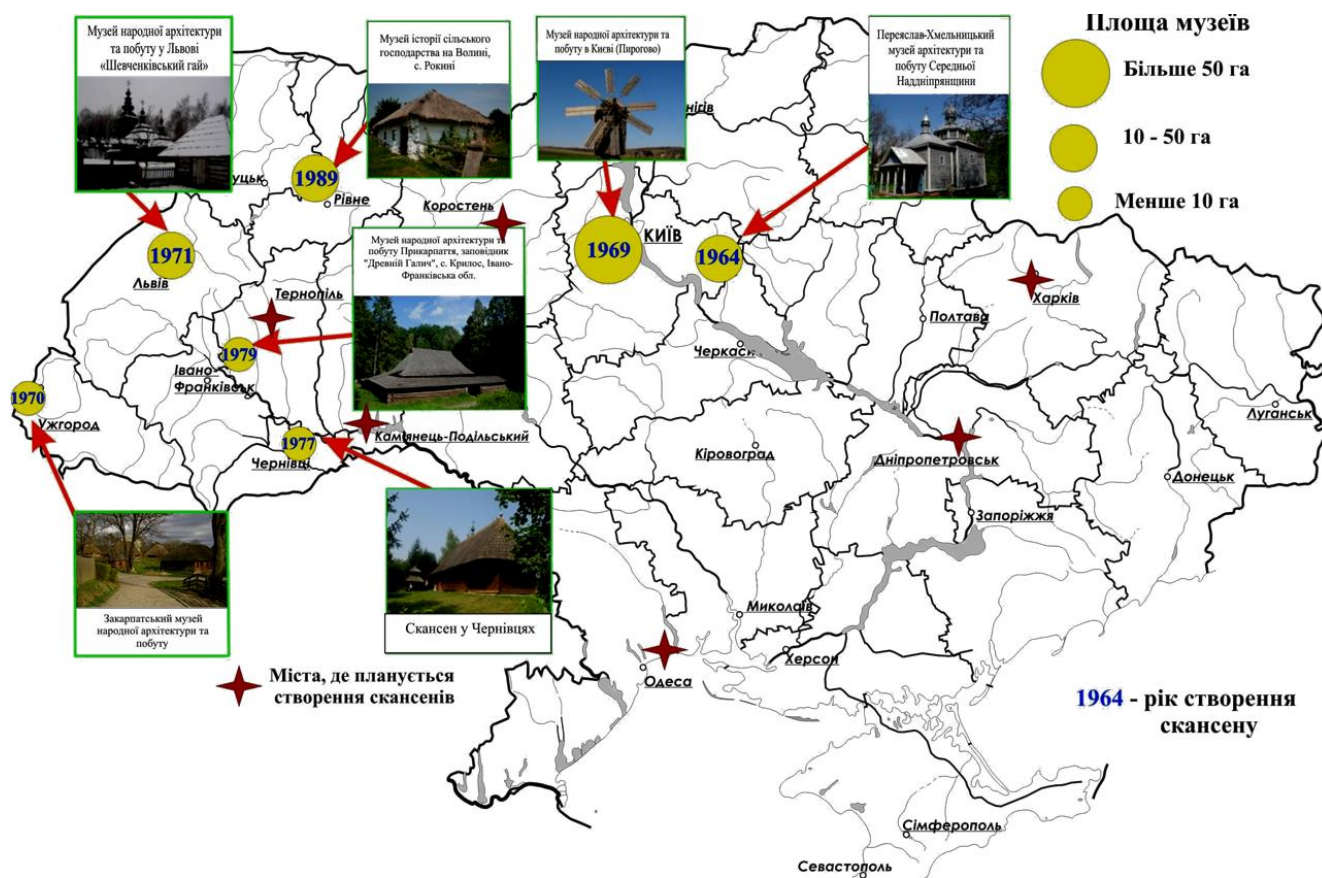


Рис. С.1. Карта розташування скансенів на території України.

Джерело: [].



Рис. Т.1. Туристична карта Музею народної архітектури та побуту Середньої Наддніпрянщини.

Джерело: [НІЕЗ «Переяслав»].

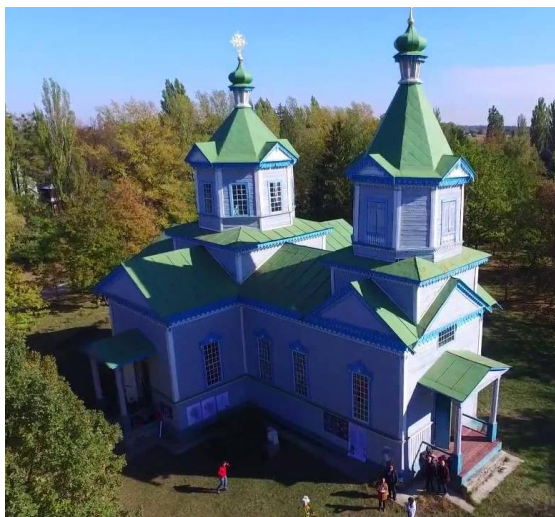


Рис. У.1. Фото інтер'єру Музею космосу.

Джерело: [Переяславщина...].

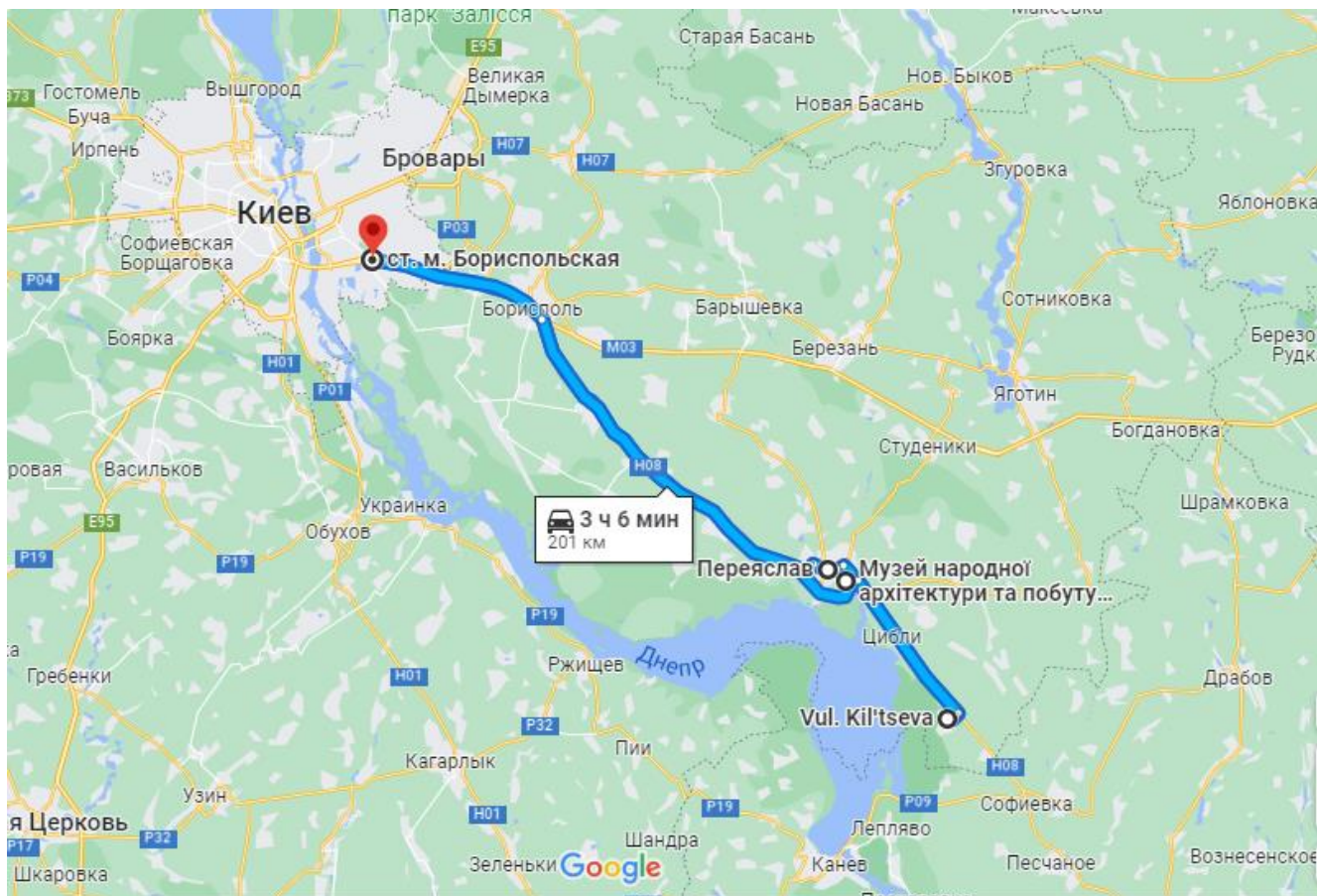


Рис. Ф.1. Картосхема тематичної екскурсії «Незвідана Наддніпрянщина».

Джерело: розроблено автором.

Технологічна карта тематичної екскурсії «Незвідана Наддніпрянина»

Населені пункти, час приїзду в пункт призначення і виїзду	Назва, адреса та реквізити туристичних підприємств	Заплановані туристичні послуги	Внутрішньо маршрутні перевезення
Відправлення: м. Київ Час від'їзду – 08:30	–	–	Mercedes Sprinter 316 (на 12 місць)
м. Переяслав Час приїзду – 10:00 Час від'їзду: 19:30	Скансен «Музей народної архітектури та побуту Середньої Наддніпрянини» Адреса: м. Переяслав, вул. Літописна, 61 Тел.: (045) 675-56-26 e-mail: niez.pereyaslav@gmail.com	1) Оглядова екскурсія територією музею під відкритим небом 2) Відвідування Музею декоративно-ужиткового мистецтва+ майстер-клас з гончарного промислу. 3) відвідування Музею українських обрядів/ Музею історії бджільництва + майстер-класи 4) святкування слов'янського народного свята Івана Купала	Електробус 11-місцевий екскурсійний Інить-4
м. Переяслав Час приїзду – 13:15 Час від'їзду – 14:15	Кафе «Смерекова хата» Адреса: м. Переяслав, Кільцева дорога, 17 Тел.: (063) 496-76-86	–	Mercedes Sprinter 316
Повернення: м. Київ Час приїзду – 21:00	–	–	Mercedes Sprinter 316

Джерело: сформовано автором.