

ІННОВАЦІЙНІ СПОСОБИ І ФОРМИ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В МУЗЕЯХ (НА ПРИКЛАДІ НАЦІОНАЛЬНОГО МУЗЕЮ КОСМОНАВТИКИ ІМЕНІ С.П. КОРОЛЬОВА) НА РИНКУ ТУРПОСЛУГ УКРАЇНИ

INNOVATIVE METHODS AND FORMS OF EXCURSION BUSINESS IN MUSEUMS (ON THE EXAMPLE OF THE NATIONAL MUSEUM OF COSMONAUTICS AFTER S.P. KOROLYOV) ON THE MARKET OF TOURIST SERVICES OF UKRAINE

У статті проаналізовано впровадження новітніх інтерактивних практик при веденні екскурсій на прикладі роботи Національного музею космонавтики ім. С.П. Корольова, м. Житомир з екскурсійними групами, з метою залучення та розширення цільової аудиторії. Проаналізувавши роботу музею по впровадженню різноманітних інноваційних форм екскурсійної діяльності та використання інтерактивів під час екскурсій було встановлено, що даний підхід до створення та ведення музейних екскурсій значно підвищує конкурентоспроможність музейного продукту на ринку туристично-екскурсійних послуг та попит на нього через розширення та збільшення цільової аудиторії. Виявлено, що саме цікаві інтерактиви та унікальні експонати, можуть привабити. Таке подальше впровадження та розширення інтерактивних практик в музейних екскурсіях може дати змогу музею стати невід'ємною частиною екскурсійного турпродукту як на національному, так і на світовому туристичному ринку.

Ключові слова: екскурсійна діяльність, інновації, інтерактиви, екскурсійний турпродукт, ринок туристичних послуг, музейний туризм.

The article analyzes the introduction of the latest interactive practices in conducting tours on the example of the National Museum of Cosmonautics, S.P. Korolyova, Zhytomyr with excursion groups, in order to attract and expand the target audience. Analyzing the work of the museum on the introduction of various innovative forms of excursion activities and the use of interactives during excursions, it was found that this approach to creating and conducting museum tours significantly increases the competitiveness of the museum product in the market of tourist and excursion services. It was found that the combination of interactives and innovations in excursion activities in conditions of fierce competition in the market of tourist services, help the museum to expand its audience. It is in this museum that one can trace a clear understanding of the consumer motives of tourists and, as a result, the introduction of appropriate changes in the conduct of excursions that meet these motives and public demands of today. It was found that the museum is dominated by the order of children's tours, so in 2021 there were only 3,256 tours, among which 2,000 tours were children's. In general, if you compare the data for these years, children's tours dominate. Especially in the summer of 2021, the positive dynamics of visits began to be observed. This indicates that the age group of visitors is mostly school-age children. Interesting interactives and unique exhibits can attract tourists not only from Ukraine but also foreigners. Modernity, interesting presentation of information using the latest technologies, allows you to visualize the information that is usually presented in the museum, make it more accessible and attractive to different categories of visitors, regardless of age and level of education. Analysis of the work of the National Museum of Cosmonautics, S.P. Korolyov on the introduction of various innovative forms of sightseeing and the use of interactives during tours showed that this approach to creating and conducting museum tours significantly increases the competitiveness of the museum product in the market of tourist services and demand for it by expanding and increasing target audience. Therefore, further introduction and expansion of interactive practices in museum tours will significantly improve cooperation with travel companies and allow the museum to become an integral part of the tour product in both domestic and global tourism market.

Key words: excursion activity, innovations, interactives, excursion tourist product, market of tourist services, museum tourism.

УДК 338:48

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.73-25>

Чернишова Т.М.

к.б.н., доцент кафедри економіки, підприємництва та туризму
Поліський національний університет

Четвертак В.В.

заступниця генерального директора з наукової роботи
Національний музей космонавтики імені С.П. Корольова

Волощук Д.М.

студентка
Поліський національний університет

Chernyshova Taisiia

Polissia National University

Chetvertak Victoria

The S. Korolev National Space Museum

Voloschuk Daryna

Polissia National University

Постановка проблеми. Сьогодні туризм є одним з ефективних методів індивідуального та колективного вдосконалення. Саме екскурсія, як складова туристичного продукту, розширює кругозір, є джерелом нових знань, відчуттів та вражень. Саме екскурсійна послуга є невід'ємною частиною туристичного продукту на світовому ринку туристичних послуг. Її можна розглядати як економічну категорію, що обмінюється на грошові одиниці, тобто вона виступає як товар на ринку. Однак екскурсію можна розглядати як повноцінний продукт, як соціально-культурну послугу з задоволення духовних естетичних та інтелектуальних потреб особистості.

Особливе місце серед екскурсій займають музейні, які є основною складовою музейного туризму, як джерело нових знань, відчуттів та вражень. Це різновид культурно-пізнавального, де основною мотивацією туриста є відвідування музеїв, ознайомлення з музейними колекціями та експонатами [7].

У світі все більше зростає роль музеїв, як об'єктів культурно-пізнавального туризму. Їхня привабливість, як туристичних магнітів регіону, країни ставить чимало запитань перед музеями в Україні, щодо приваблення та залучення сучасного вимогливого туриста до їх відвідування. Однак на превеликий жаль практика показує, що українські

музеї, які, на перший погляд, ідеально вписуються у програму розвитку туристичної атрактивності території та туристичних дестинацій, де вони розташовані, дуже часто залишаються обділені увагою цієї категорії відвідувачів і не входять до програм екскурсійного обслуговування. Причин тут декілька: і прогалини у законодавчому полі, які все більше потрібно пристосовувати до умов ринкової економіки, і складнощі, які виникають при спробах пристосування самих музеїв до змін та вимог сучасного суспільства, підготовка та проведення якісно нових форм екскурсій з залученням нових інноваційних методів та підходів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Вивчення ролі екскурсійної діяльності у розвитку національного туристичного ринку присвячено ряд праць вітчизняних вчених теоретиків, зокрема серед яких С. Г. Нездоймінов [8], В. К. Бабарицька [2], М. М. Покоłodна [9], О. Д. Король [5]. Також є ряд праць сучасних науковців, які присвячені музейному туризму [3, 7] та інноваційним підходам до проведення екскурсійної діяльності [3; 10] як в цілому таки і музейних екскурсій безпосередньо [1].

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз, з використанням статистичних даних, застосування новітніх інтерактивних практик при веденні екскурсій на прикладі роботи Національного музею космонавтики ім. С.П. Корольова, м. Житомир з екскурсійними групами, з метою залучення та розширення цільової аудиторії. Довести, що впровадження інтерактивних методів ведення музейних екскурсій можуть значно розширити коло відвідувачів та допоможуть музеям стати конкурентоздатними на ринку туристичних послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Впродовж останніх років під впливом економічних, соціальних і культурних змін українські музеї зазнали настільки швидкої трансформації, що багато видів діяльності, раніше чужих для музеїв, стали для них звичними. Варто відмітити значний прогрес у розвитку музейної справи в Україні, пов'язаний з втіленням інтерактивних практик, які націлені на залучення більш широкої аудиторії відвідувачів, їх якісного обслуговування та зацікавлення.

Саме інтерактивність є основним принципом музейно-педагогічної діяльності й акцентує увагу на необхідності створення якісного і ефективно нового дидактичного середовища у музеї.

Така інтерактивність просвітницької роботи музею проявляється у диференційованому підході до різних категорій відвідувачів, впровадженням в традиційну екскурсію ігрових та театралізованих елементів, можливості для відвідувачів тактильного доступу до експонатів та експозицій.

Таке поєднання інновації та інтерактивності найчастіше відбувається з метою покращення

наочності в музеї, прагненням зробити його цікавішим та атракційнішим, особливо серед дошкільної та шкільної аудиторії музейних відвідувачів.

Музеї, у яких практикуються нудні екскурсії, різного роду заборони та обмеження поступово відходять у минуле. Натомість у багатьох населених пунктах нашої країни з'являються музеї нової формації, що тепер є інтерактивними майданчиками, де експонати можна чіпати, пересувати, вивчати, слухати, де може бути кавовий куточок та сувенірна крамничка, де є окремі пристосовані простори для різних категорій відвідувачів та інші «удосконалення», які більше 20 років є звичним явищем у музеях за кордоном.

Такі вимоги сучасності, швидкий розвиток та впровадження новітніх інформаційних технологій практично в усі сфери людського життя, спонукають й музейні установи якісно змінювати свою діяльність. Змушують їх перетворюватись із місця збереження артефактів, експонатів на середовище, де є можливими взаємодія, певна гра чи то експеримент.

Інновації та інтерактиви у проведенні музейних екскурсій можна поділити на наступні напрями:

1. застосування новітніх форм і методів ведення екскурсій (проведення костюмованих ретро-екскурсій, індивідуальних екскурсій, квест-екскурсій, інтегрованих уроків, нетрадиційних музейних екскурсій);

2. використання різних інтерактивів та ІТ – технологій (окуляри віртуальної реальності, різні мультимедійні технології, віртуальні екскурсії, роботи екскурсіводи, тощо).

У даній роботі на прикладі досвіду роботи Національного музею космонавтики ім. С.П. Корольова, м. Житомир по активному впровадженню та застосуванню інноваційних та інтерактивних форм і методів ведення екскурсій з екскурсійними групами, буде розглянуто та проаналізовано роботу музею не лише як на джерелі інформації та навчання, але як на закладі, який став туристичним магнітом області і має великий потенціал розвитку у цьому напрямку.

Розглянемо основні інтерактивні практики та інноваційні підходи, які були розроблені та ведені в екскурсійну діяльність у Національному музею космонавтики ім. С.П. Корольова.

Так починаючи з 2017 року музей активно почав впроваджувати нові підходи у роботі з відвідувачами. Так поступово у музеї почали вводитися та використовуватися новітні інтерактиви та інноваційні підходи до ведення екскурсій, які передбачають наявність зворотного зв'язку між музейними працівниками й відвідувачами. Інтерактивність діяльності музею перш за все проявляється, у диференційованому підході до різних категорій відвідувачів, впровадженні в традиційну екскурсію ігрових, інтерактивних та театралізованих елементів.

тів, а також можливості безпосереднього доступу до експонатів.

Першою такою спробою стала розроблена працівниками музею і введена ретро-екскурсія з елементами історичної реконструкції у Меморіальному будинку-музеї академіка С.П. Корольова (Рис. 1).



Рис. 1. Фрагмент ретро-екскурсії

На такій екскурсії замість звичайної розповіді про біографію Головного конструктора, відвідувач отримав змогу зануритись у атмосферу подій,

про які йшла мова. Цьому сприяло використання спеціальної техніки, аудіо та відео під час ретро-екскурсії, костюми екскурсоводів, архівні матеріали, які вдалося таким чином «оживити», зробити більш доступними та зрозумілими.

Наступним нововведенням став робот-екскурсовод, який з'явився у 2018 році. Робот Меканоїд (рис. 2), який на сьогоднішній день працює у музеї, фактично є високотехнологічним конструктором, який не тільки відмінно комунікує з дітьми, але і допомагає їм розвивати дрібну моторику рук. Це готова розробка, яку придбав і «доточив» під свої потреби музей. Робот не просто повторює набір запрограмованих фраз, але й може спілкуватися з дітьми на рівних, жартує і виконує команди. Творці зробили його приблизно одного зросту з дитячою аудиторією – 1,2 метра.

У музеї також можна замовити інтерактивну екскурсію на зорельоті «Еней» (Рис. 3).

Зореліт – це по своїй суті симулятор космічного корабля, за допомогою якого можна засвоїти елементарні навички управління літальним апаратом. Створювали його справжні знавці своєї справи, які будували раніше подібні тренажери для підготовки професійних авіапілотів. Інтерактив Еней, надає



Рис. 2. Фрагмент екскурсії з роботом Меканоїдом



Рис. 3. Зореліт «Еней»

відвідувачу змогу відчувати себе справжнім космонавтом на деякий час.

Віртуальна реальність значно розширює можливості сучасного музею. 10-15 хвилин приголомшливої гри, емоцій та навчання здатні інколи замінити урок чи лекцію на відповідну тему, у цікавій формі подати певну інформацію, яка набагато краще засвоюватиметься чи запам'ятовуватиметься. На початку 2021 року у музеї був реалізований VR-проект «Місячна база» (рис. 4), створений спеціально для музею флагманом української космічної промисловості КБ «Південне» дає можливість будь-якому відвідувачу музею вже зараз ознайомитись з одним із останніх проєктів знаменитого КБ – науково-дослідної бази, яка за задумкою конструкторів може через певний час з'явитися на Місяці. Вже сьогодні будь-хто із відвідувачів може здійснити віртуальну подорож поверхнею природного супутника Землі, оглянути модулі майбутньої бази. Ефект повної присутності, тривимірна графіка, можливість контролювати свої дії за допомогою зручних контролерів надають змогу досліджувати та вивчати віртуальний світ не лише подумки, але й дієво.

Досить цікавим є пілотний проєкт музею – введення інтегрованих уроків. Їх мета – створити музейний контент, який був би цікавим і корисним для підліткової аудиторії, залучити школи міста до

активної співпраці з музеєм в розрізі науково-просвітницької діяльності музею (Рис. 5).

Форма музейного уроку є нетиповою для школи, адже проводиться заняття у вигляді наукового шоу, супроводжується відеоматеріалами, демонстраціями та експериментами. Саме під час уроку використовуються експонати музею та додаткові роздаткові матеріали. Критерієм оцінки учнів є успішність у розв'язанні поставлених задач у ході уроку.

Під час уроку імітується робота у відкритому космосі та стан невагомості для рідини, проводяться досліди з вакуумним насосом та плазмовою кулею, створюється найпростіший реактивний двигун. Учні знайомляться з особливостями будови ракети та принципами її руху, згадуючи закони Ньютона. Отримані знання на таких уроках є прикладними, цікавими і незабутніми, адже те що побачено наочно не можливо забути.

На рисунку 6. зображена порівняльна динаміка між звичайними екскурсіями та інтерактивними за період 2019-2021рр.

Як видно з діаграми, в музеї домінують замовлені дитячі екскурсії, так протягом 2021 року було проведено всього 3256 екскурсій, серед них 2000 екскурсій були дитячими. Взагалі якщо порівнювати дані за ці роки, то дитячі екскурсії домінують. Особливо в літку 2021 почала спостерігатись позитивна динаміка відвідувань. Це свідчить,



Рис. 4. VR-окуляри та їх віртуальне зображення



Рис. 5. Фрагменти інтегрованих уроків

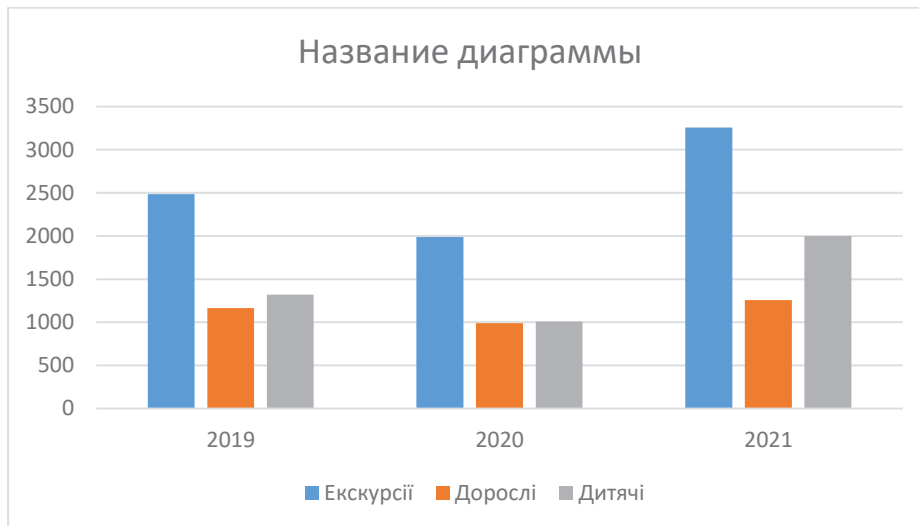


Рис. 6. Порівняльна діаграма проведених екскурсій протягом 2019-2021 рр.

Джерело: створено авторами за даними музею

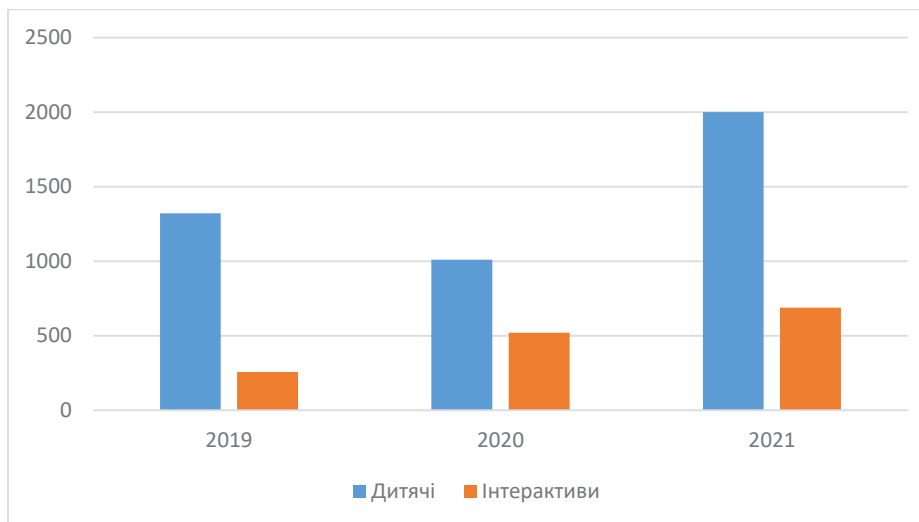


Рис. 7. Порівняльна діаграма класичних дитячих екскурсій та з використанням інтерактивів

Джерело: створено автором за даними музею

що вікова аудиторія відвідачів є діти переважно шкільного віку.

На рисунку 7 зображена порівняльна діаграма проведених класичних дитячих екскурсій та з використанням інтерактивних практик і інноваційних прийомів ведення екскурсій.

Як видно з рисунку, кількість проведених інтерактивних екскурсій збільшилася з 256 в 2019 році до 688 в 2021 році. Це досить високий показник, враховуючи ситуацію з пандемією Covid-19. Якби не обмеження, то кількість проведених інтерактивних екскурсій була б в рази більше. Таке збільшення попиту на інтерактиви свідчить про підвищений інтерес відвідувачів до такої форми подачі інформації, що сприяє розширенню цільові ауди-

торії музею, а відповідно і збільшенню кількості відвідувачів.

Серед усіх інтерактивів, які використовуються в музеї найбільшим попитом серед відвідувачів користувався інтерактивний робот Меканоїд, особливо на вихідних чи святкових днях. Його замовляли переважно дитячим групам або батьки з дітьми та відвідувачі, які зацікавлені у розширенні світогляду, отриманні нових знань, відчуттів та вражень. Його особливість ще в тому, що робота можна використовувати під час пандемії Covid-19, саме через те, що відсутній тактильний контакт з відвідувачами. Також з роботом можна проводити інтерактивні заняття на відкритому просторі. Саме такий інтерактив допомагає засвоювати не

цікаву, на перший погляд, екскурсійну інформацію і розрахований на дітей дошкільного та молодшого шкільного віку.

Висновки з проведеного дослідження. Впровадження інноваційних методів та інтерактивних практик в організації екскурсійної діяльності є вимогою часу.

Саме поєднання інтерактивів і іновацій в екскурсійній діяльності в умовах жорсткої конкуренції на ринку туристичних послуг, допомагають музею повернутися обличчям до відвідувача. Саме в цьому музеї можна прослідкувати чітко усвідомлення споживацьких мотивів екскурсантів і, як наслідок – запровадження відповідних змін у проведенні екскурсій, які задовольняють ці мотиви й суспільні запити сьогодення.

Цікаві інтерактиви та унікальні експонати, можуть привабити туристів не лише з України, а й іноземців. Сучасність, цікава подача інформації із застосуванням новітніх технологій, дає змогу унаочнити інформацію, яка зазвичай подається у музеї, зробити її більш доступною та привабливою для різних категорій відвідувачів, незалежно від віку та рівня освіти.

Аналіз роботи Національного музею космонавтики ім. С.П. Корольова по впровадженню різноманітних інноваційних форм екскурсійної діяльності та використання інтерактивів під час екскурсій показав, що даний підхід до створення та ведення музейних екскурсій значно підвищує конкурентоспроможність музейного продукту на ринку туристично-екскурсійних послуг та попит на нього через розширення та збільшення цільової аудиторії.

Тому подальше впровадження та розширення інтерактивних практик в музейних екскурсіях значно покращить співпрацю з туристичними фірмами і дасть змогу музею стати невід'ємною частиною екскурсійного турпродукту як на вітчизняному так і на світовому туристичному ринку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Верес К. О. Інноваційні технології в екскурсійному супроводі. Сборник научных трудов SWorld. 2014. Вып. 2, Т. 34. С. 29-34.
2. Бабарицька В. Короткова А., Малиновська О. Екскурсознавство і музеєзнавство: навчальний посібник, 2-ге, перероб. і доп. К.: Альтерпрес РА, 2012. 444 с.
3. Банах В. М. Музейні інновації та інтерактивність у теорії і на практиці музейної справи. *Historical and Cultural Studies*. Vol. 3. No. 1, 2016. С. 1-5.
4. Загорянська О. Л. Екскурсійна діяльність як перспективний напрям розвитку туристичної галузі. Вісник Хмельницького національного університету. 2020. № 3. С. 72-76.
5. Король О.Д. Організація екскурсійних послуг в туризмі: навч. посіб. Чернівці: ЧНУ, 2016. 144 с.
6. Лисюк Т.В., Терещук О. С., Дмитрук О. О. Екскурсійне обслуговування у структурі туристич-

ного продукту. Причорноморські економічні студії. Вип. 258-1. 2018. С. 175-178.

7. Любіцева О. О. Т. І. Шпарага Музейний туризм: навчальний посібник. К., 2021. 150 с.

8. Нездоймінов С. Г. Організація екскурсійних послуг: навчально-методичний посібник. Одеса: Астропринт, 2011. 216с.

9. Покоłodна М. М. Організація екскурсійної діяльності: підручник. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. 180 с.

10. Сокол Т. Г., Плиська І. І. Інноваційні способи і форми екскурсійної діяльності на ринку туристичних послуг України. Вчені записки університету «Крок». Випуск 47. 2017. С. 165-170.

REFERENCES:

1. Veres K. O. (2014) Innovatsiini tekhnologii v ekskursiinomomu suprovodi. [Innovative technologies in excursion guidance]. Collection of scientific works, vol. 2, no. 34, pp. 29-34. (in Ukrainian)
2. Babarytska V. Korotkova A., Malynovska O. (2012) Ekskursoznavstvo i muzeieznavstvo: navchalnyi posibnyk, 2-he, pererob. i dop [Tour guide studies and museum studies: Tutorial, 2nd edition revised and expanded]. Kyiv: Alterpres RA. 444s. (in Ukrainian)
3. Banakh V. M. (2016) Muzeini innovatsii ta interaktyvnist u teorii i na praktytsi muzeinoi spravy. [Museum innovations and interactivity in the theory and practice of museum work]. *Historical and Cultural Studies*, vol. 3, no. 1, pp. 1-5. (in Ukrainian)
4. Zahorianska O. L. (2020) Ekskursiina diialnist yak perspektyvnyi napriam rozvytku turystychnoi haluzi. [Excursion business as a promising branch of development of the tourism industry]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, no. 3, pp. 72-76. (in Ukrainian)
5. Korol O.D. (2016) Orhanizatsiia ekskursiinykh posluh v turyzmi: navch. posib [Organization of excursion services in tourism: Tutorial]. Chernivtsi: ChNU. 144s. (in Ukrainian)
6. Lysiuk T.V., Tereshchuk O. S., Dmytruk O. O. (2018) Ekskursiine obsluhovuvannia u strukturi turystychnoho produktu. [Excursion service in the structure of the tourist product]. *Prychornomorski ekonomichni studii*, vol. 258-1. pp. 175-178. (in Ukrainian)
7. Liubitseva O. O. T. I. Shparaha (2021) Muzeinyi turizm: navchalnyi posibnyk [Museum tourism: Tutorial]. Kyiv, 150s. (in Ukrainian)
8. Nezdoiminov S. H. (2011) Orhanizatsiia ekskursiinykh posluh: navchalno-metodychnyi posibnyk [Organization of excursion services: educational and methodical tutorial]. Odesa: Astroprynt. 216s. (in Ukrainian)
9. Pokolodna M. M. (2017) Orhanizatsiia ekskursiinoi diialnosti: pidruchnyk [Organization of excursion business: Textbook]. Kharkiv. nats. un-t misk. hosp-va im. O. M. Beketova. Kharkiv: KhNUMH im. O. M. Beketova. 180s. (in Ukrainian)
10. Sokol T. H., Plyska I. I. (2017) Innovatsiini sposoby i formy ekskursiinoi diialnosti na rynku turystychnykh posluh Ukrainy. [Innovative ways and forms of excursion business in the market of tourist services of Ukraine]. *Vcheni zapysky universytetu «Krok»*, vol. 47, pp. 165-170. (in Ukrainian)