

**Балабанов Геннадій Васильович**

доктор географічних наук, професор

**МУЗЕЇ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ:  
ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ТА УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ**

*Анотація*

*Визначено напрями впливу музеїв на розвиток туризму. Узагальнено досвід європейських країн (докладніше – на прикладі Греції та Італії) щодо використання музеїв для розвитку туризму. Виявлено тенденції та проблеми розвитку діяльності українських музеїв. Розкрито можливості співробітництва між музеями і туризмом у справі збереження та популяризації нематеріальної культурної спадщини України.*

**Вступ.**

Музеї відіграють надзвичайно важливу роль у збереженні та популяризації культурної і природної спадщини людства. Це ефективний інструмент культурного діалогу між поколіннями та народами різних країн. Музеї дозволяють корисно, змістовно і цікаво провести вільний час, сприяють зростанню рівня освіти і духовності широких верств населення. Музеї є вагомим складовим ресурсом потенціалу туризму. Глобальний етичний кодекс туризму, прийнятий на Генеральній Асамблеї Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО) у 1999 р., проголошує: «Туризм – сфера, що використовує культурну спадщину людства і вносить свій внесок у її збагачення» [ 1 ].

Міжнародна рада музеїв (ІКОМ) 8 жовтня 2004 року затвердила нову редакцію Кодексу музейної етики. Кодекс визначає етичні стандарти і принципи діяльності музеїв світу: «Музеї відповідають за матеріальну та нематеріальну природну та культурну спадщину... Музейні колекції відображують культурну і природну спадщину громад, з яких вони походять. Таким чином, ці колекції мають вищий статус, ніж звичайне майно, і можуть бути тісно пов'язані з національною, регіональною, локальною, етнічною, релігійною або політичною ідентичністю» [ 2 ].

Дві авторитетні спеціалізовані установи Організації Об'єднаних Націй – ЮНЕСКО та ЮНВТО – активно співпрацюють заради зміцнення зв'язків між культурою і туризмом. Одним із проявів цієї співпраці є спільна організація всесвітніх конференцій з питань туризму та культури ЮНВТО / ЮНЕСКО (м. Сіем Реап, Камбоджа, 2015; м. Маскат, Оман, 2017; м. Стамбул, Туреччина, 2018). Постійно приділяє увагу гармонізації взаємовідносин музеїв і культурного туризму ІКОМ. Символічно, що Міжнародний день музеїв 2009 р. було спеціально присвячено темі «Туризм і музеї».

Проблемам взаємодії музеїв і туризму присвятили наукові праці Ігор Винниченко, Любов Іменнова, Барбара Кіршенблат-Гімблетт, Юлія Ключко, Баррі Лорд, Зеновій Мазурик, Боб Маккерчер, Олена Мастеніца, Катерина

Поливач, Юрій Путрик, Грег Річардс, Алла Романчук, Михайло Рутинський, Ольга Сапанжа, Олена Середина, Оксана Стецюк, Марина Сущинська, Жан-Мішель Тобелем та інші дослідники. Проте актуальність і складність цих проблем зростає внаслідок динамічної трансформації соціальних функцій музеїв, а також перетворення туризму на глобальний феномен.

Враховуючи особливу роль Європи в історії світової культури і розвитку музейної справи, домінуюче положення Старого Світу на глобальному ринку туристичних послуг та стратегічний курс України на євроінтеграцію, автор поставив перед собою три основних завдання:

визначити в теоретичному аспекті напрями впливу музеїв на розвиток туризму;

узагальнити досвід європейських країн щодо використання музеїв для розвитку туризму;

виявити тенденції та проблеми розвитку діяльності українських музеїв, розкрити можливості співробітництва між музеями і туризмом у справі збереження та популяризації нематеріальної культурної спадщини України.

Інформаційну основу дослідження склали офіційні матеріали Євростату, статистичних служб окремих країн-членів ЄС, Міністерства культури України, Державної служби статистики України, результати досліджень "Євробарометр" (проекту опитувань громадської думки на замовлення Європейської Комісії) та інших міжнародних організацій, проектів і програм, неурядових громадських організацій, а також матеріали, зібрані автором на маршрутах музейного туризму України та країн Європи.

### **Вплив музеїв на розвиток туризму: теоретичний аспект**

*Процес взаємодії музеїв і туризму являє собою систему причинно-наслідкових зв'язків і відносин, що мають двосторонню спрямованість.* Доцільно розглядати музеї в якості агента впливу на туризм, а також туризм в якості агента впливу на музеї. Зв'язки і відносини між музеями і туризмом можуть бути прямими чи опосередкованими (наприклад, останні виникають під впливом спільності економіко-географічного положення музеїв і туристичних підприємств у межах певного регіону). Зв'язки між музеями і туризмом мають різну природу (договірні-правові угоди, потоки людей, інформації, фінансів, з приводу використання земельних та інших видів природних ресурсів тощо), багатоаспектну структуру (інституційну, функціональну, геопросторову) та динаміку. Вони потенційно конфліктогенні і вимагають постійних зусиль заради гармонізації інтересів сторін. Тому доцільно в першу чергу зупинитися на сутності обох досліджуваних феноменів.

Згідно Статуту ІКОМ (редакція від 9 червня 2017 року, 22 Генеральна Асамблея, Париж, Франція), «Музей є некомерційною постійно діючою установою на службі суспільства та його розвитку, відкритою для громадськості, яка збирає, зберігає, досліджує, популяризує та демонструє матеріальну та нематеріальну спадщину людства та його навколишнє середовище для цілей освіти, навчання та отримання задоволення» [ 3 ].

Стаття 1 Закону України «Про музеї та музейну справу» визначає, що «музей – науково-дослідний та культурно-освітній заклад, створений для вивчення, збереження, використання та популяризації музейних предметів та музейних колекцій з науковою та освітньою метою, залучення громадян до надбань національної та світової культурної спадщини» [ 4 ].

Порівняння двох дефініцій терміну «музей» свідчить про наявність деяких відмінностей між ними. Зокрема, тлумачення ІКОМ містить посилання на матеріальну та нематеріальну спадщину людства, його навколишнє середовище, а також акцентує увагу на отриманні задоволення, насолоди відвідувачами музеїв як споживачами культурних послуг. Таким чином воно ширше, повніше розкриває сучасний спектр соціальних функцій музеїв світу.

Поняття «музеї» є збірним, тобто охоплює музеї, картинні галереї, музеї-заповідники, історико-культурні заповідники, інші заклади музейного типу.

Музеї все глибше зацікавлені у розширенні аудиторії (не тільки фізичної присутності відвідувачів у залах, але й віртуальних за рахунок використання інформаційно-комунікаційних технологій). Музеї багатьох розвинених країн паралельно з виконанням традиційних функцій інтегруються в індустрію дозвілля і не соромляться цього. Головне – не забувати, що розважальні елементи у роботі з відвідувачами є лише інструментом, засобом зацікавити аудиторію, а висока мета діяльності музеїв полягає у зростанні рівня освіти, культури і духовності широких верств населення.

Еволюція визначення музею триває. У вересні 2019 р. в Кіото (Японія) відбудеться XXV Генеральна конференція ІКОМ на тему «Музеї як центри культури: майбутнє традиції». Одне з ключових питань – обговорення ролі музеїв у суспільстві та їх нових функцій, уточнення тлумачення понять «музей» і «музейний професіонал».

З позицій статистичної класифікації музеї і туризм належать до різних видів діяльності, що частково перетинаються. Система статистики культури ЮНЕСКО включає до складу галузі культурної та природної спадщини діяльність музеїв, території музеєфікованих археологічних розкопок і пам'яток [ 5 ]. Вітчизняна Класифікація видів економічної діяльності (КВЕД-2010) розглядає *Розділ 91. Функціонування бібліотек, архівів, музеїв та інших закладів культури* як складову Секції *R. Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок*. Національний класифікатор КВЕД-2010 повністю відповідає європейському NACE та загальносвітовому ISIC. Статистичний збірник «Заклади культури, фізичної культури і спорту України», що характеризує діяльність музеїв-юридичних осіб, публікується на офіційному веб-сайті Держстату України під рубрикою «Демографічна та соціальна статистика» (розділ «Культура»).

На відміну від музеїв, що є некомерційними установами, туризм зорієнтований на задоволення різноманітних потреб туристів через надання споживачам відповідних послуг і отримання за рахунок цього прибутку. Сучасний туризм перетворився на потужний комплекс різних галузей або типових видів діяльності (тимчасове розміщення; забезпечення стравами та напоями; пасажирський транспорт; туристичні агенства, туристичні оператори, послуги з бронювання; діяльність у сфері творчості, мистецтва та розваг,

зокрема функціонування театральних і концертних залів, музеїв, охорони та використання пам'яток культури тощо). Він є одним із найбільших економічних секторів світового господарства. За даними Всесвітньої ради з подорожей і туризму (WTTC або ВРПТ), у 2017 р. цей сектор забезпечив 10,4% світового ВВП. ЮНВТО було зафіксовано 1 326 млн міжнародних туристичних прибуттів. Результати туристичної діяльності в Україні відображені на офіційному веб-сайті Держстату України під рубрикою «Економічна статистика» (розділ «Економічна діяльність»).

Система статистики культури ЮНЕСКО підкреслює: «Туризм якісно відрізняється від інших областей культури ... Туризм простіше зрозуміти як діяльність, що визначається споживчим попитом, і як таку тісно пов'язану з усіма іншими областями в рамках індустрії культури» [5, с. 30].

З позицій поставлених завдань ми приділяємо більше уваги одному аспекту взаємодії музеїв і туризму – впливу музеїв на розвиток туризму. Музеї є важливою складовою ресурсного потенціалу туризму. Роль цієї категорії ресурсів для розвитку туризму залежить від основних мотивів подорожі, тобто певного виду туристичної діяльності, який обирає людина. Для характеристики даної ролі варто залучити уяви про цикли рекреаційних занять.

Якщо турист надає перевагу відпочинку на пляжі, лікувально-оздоровчим процедурам або вирішенню ділових питань і витрачає на це основну частину часу подорожі, то відвідування музеїв чи закладів музейного типу може бути лише епізодом. Зазвичай це пояснюється бажанням урізноманітнити види рекреаційних занять.

Якщо ж основним мотивом туристичної подорожі є бажання ознайомитись з матеріальною та духовною культурою свого або інших народів (культурно-пізнавальний туризм), то це суттєво збільшує частку часу на періодичне відвідування музеїв різного профілю.

Нарешті, порівняно невелику частину подорожей можна кваліфікувати саме як музейний туризм. У даному випадку в структурі витрат часу туриста домінує систематичне і ретельно сплановане відвідування музеїв (іноді музеїв певного профілю або певного регіону, навіть одного музею). Як правило, це відбувається внаслідок реалізації академічних або професійних інтересів відвідувачів музеїв і супроводжується належною підготовчою роботою до початку подорожі, збиранням необхідної інформації за визначеною програмою в процесі подорожі, а також обробкою та аналізом зібраних матеріалів після подорожі.

Для будь-якого музею принципово важливим питанням є його аудиторія. Вона може бути структурована за різними ознаками, але з позицій взаємодії музеїв з туризмом особливу роль відіграє географічний чинник сегментації. Залежно від постійного місця проживання відвідувачі музею поділяються на місцевих мешканців і приїжджих (резидентів або нерезидентів). Музеї в першу чергу зацікавлені в постійній співпраці з місцевими відвідувачами, намагаючись сприяти соціокультурному розвитку дітей та юнацтва, зберегти ідентичність територіальних громад. Поміж приїжджих є екскурсанти (одноденні відвідувачі, які не здійснюють ночівлі) і туристи (вони здійснюють

щонайменше одну ночівлю поза постійним місцем проживання). Інтерес музею до прийому відвідувачів (резидентів і нерезидентів) пояснюється не тільки бажанням популяризувати власні музейні предмети та колекції, залучити ширше коло громадян до надбань національної та світової культурної спадщини, але й збільшити обсяги власних доходів і таким чином зміцнити своє фінансове становище.

Вивчення географії музейної аудиторії може свідчити про значущість і статус закладу, інтерес до його колекцій та предметів. Чим вище цей інтерес чи атрактивність музею, тим сильніша мотивація до туристичної подорожі, тим ширшим є «музейний хінтерланд». Працюючи з віртуальною музейною аудиторією в інтернет-просторі, заклад фактично готує її частину до майбутніх мандрівок. Відомі музеї є важливим репутаційним активом держави на міжнародній арені, вони відіграють помітну роль у справі культурної дипломатії і бренд-туризму міст та регіонів.

Музеї здатні вплинути на рівень туристичного попиту завдяки:

- унікальності, автентичності та культурної цінності музейних предметів і колекцій;
- профілю музею;
- художньої та культурної цінності історичних музейних будівель, оригінальності архітектурних рішень музейних новобудов;
- особливостям музейної території, автентичності навколишнього середовища (не випадково такою популярністю користуються скансени та музеєфіковані палацово-паркові ансамблі);
- зручності транспортно-географічного положення закладу;
- ефективності менеджменту та маркетингу, розвиненості музейних комунікацій;
- оригінальності та масштабності музейних виставок, фестивалів, концертів та інших подій;
- ціновій політиці музею, якості та асортименту основних і допоміжних послуг;
- організації взаємодії з туроператорами, туристично-інформаційними центрами, готелями, перевізниками та іншими суб'єктами туристичної діяльності;
- здатності працювати круглий рік і певною мірою пом'якшити спад ділової активності в туристичних містах і районах у низький сезон тощо.

Музейній мережі властива територіальна концентрація закладів у певних історичних містах – культурних столицях світового, регіонального або національного значення (Лондон, Париж, Амстердам, Афіни, Флоренція, Стамбул, Мадрид, Санкт-Петербург, Мюнхен, Краків та ін.). Такі міста є популярними музейними дестинаціями і «вузлами» потужних туристичних потоків.

Відомі музеї нерідко самі перетворюються на суб'єктів туристичної діяльності. Наприклад, у структурі Державного Ермітажу у Санкт-Петербурзі працюють відділ туризму і спеціальних програм, відділ гостинності, інтернет-

магазин з продажу книг, репродукцій, прикрас та ін., у 2013 р. було відкрито Офіційний готель, який вже отримав дві нагороди від World Luxury Hotel Awards.

Зворотній вплив туризму на музеї не менш важливий. Фінансові надходження від обслуговування туристів позитивно впливають на економіку музейних закладів, центрів і регіонів культурно-пізнавального туризму, дозволяють збільшити обсяги фінансування робіт із запобігання руйнуванню та забезпечення збереження, консервації, реставрації та музеєфікації об'єктів спадщини. Водночас надмірна інтенсивність туристичних потоків може завдавати шкоди унікальним музейним колекціям, музейним приміщенням і будівлям. Це створює дискомфорт для самих туристів через величезні черги до кас, музейних кафе і ресторанів, штовханину під час огляду експозиції тощо. Своєрідний «туристичний пресинг» у високий сезон суттєво ускладнює життя мешканців міст – центрів культурно-пізнавального туризму внаслідок зростання цін, перевантаженості об'єктів і мереж інфраструктури, антисанітарії, аморальної поведінки окремих туристів та ін. Неодноразово спалахували протести мешканців Риму, Барселони, Венеції, Флоренції та інших міст проти туристів. Тому необхідно вживати спеціальних адміністративних та економічних заходів для розосередження туристичних потоків у часі та просторі. Доцільно розробляти туристичні маршрути в кооперації між туроператорами, музеями, заповідниками, представниками громадськості та місцевих органів влади. Це сприятиме включенню до програми туру не тільки «зіркових» об'єктів і дестинацій, але й менш відомих, що заслуговують на увагу відвідувачів.

### **Європейський досвід використання музеїв у туризмі**

Європі належить видатне місце в історії світової культури. Витоки європейської культурної традиції слід шукати у Стародавній Греції і Стародавньому Римі. Тут склалася надзвичайно щільна мережа унікальних пам'яток культурної і природної спадщини людства. З метою відзначення багатства європейської культурної спадщини та ефективного її використання 2018 рік було проголошено Європейським роком культурної спадщини. На замовлення вищого органу виконавчої влади Європейського Союзу – Європейської Комісії – у вересні-жовтні 2017 року проведено безпрецедентне за масштабами опитування європейців для оцінювання їхнього ставлення до культурної спадщини. Дослідження охопило 27 881 особу віком від 15 років і старше, які представляли кожна із 28 держав-членів ЄС. Результати опитування були представлені у вигляді спеціального звіту «Євробарометр 466. Культурна спадщина» [ 6 ].

84% респондентів заявили, що вважають культурну спадщину важливою для них особисто, а також для місцевої громади. 87% вважають, що це важливо для свого регіону, 91% вважають, що культурна спадщина важлива для своєї країни. 80% опитаних заявили, що культурне надбання є важливим для Європейського Союзу в цілому. Хотіли б більше дізнатись про культурну спадщину Європи 68% респондентів. Проте європейці не тільки хочуть, але й де-факто активно користуються культурною спадщиною. За останні 12 місяців 61% респондентів як мінімум один раз особисто відвідали історичну пам'ятку (палац, замок, храм,

археологічну пам'ятку тощо), 52% – стали учасниками традиційної події (фестивалю продуктів харчування, карнавалу, виступу лялькового театру, квіткового фестивалю тощо), 50% – відвідали музей або галерею. Найактивнішими відвідувачами музеїв або галерей виявилися респонденти зі Швеції (80%), Нідерландів (74%) і Данії (68%) [ 6, с. 48-50]. Варто підкреслити виразний зв'язок між освітнім рівнем громадян ЄС та їхнім бажанням відвідувати музеї (чим більше тривалість періоду навчання респондентів, тим вище частка тих, хто відвідував музей або галерею).

Водночас Європа є провідним туристичним регіоном світу. За даними WTTC, у 2017 році прямий внесок сектору подорожей і туризму до ВВП ЄС-28 склав 655,3 млрд. дол. США (3,9% загального обсягу ВВП), а сукупний внесок – 1 786,7 млрд. дол. США (10,3% загального обсягу ВВП). Пропорції між внутрішнім туризмом і в'їзним становили 68,6:31,4. За даними ЮНВТО, у 2017 році кількість міжнародних туристичних прибуттів до 28 держав-членів ЄС досягла 538 млн або 40,7% від загальносвітового показника.

Європейську культурну традицію плекають за допомогою авторитетних міжнародних проектів і програм. Зокрема, Європейський музейний форум за підтримки Ради Європи заснував найпрестижнішу премію в галузі музейної справи – «Європейський музей року». Цю нагороду вперше було присуджено у 1977 році, за минулі роки її лауреатами стали 39 музеїв. Переможцем за 2018 рік визнано Музей дизайну (Лондон, Велика Британія).

У 1985 році була підтримана ідея грецької актриси Меліни Меркурі про місто – культурну столицю Європи. Першим містом, якому надали такий статус, були Афіни. Станом на 2018 рік вже 58 міст обиралися центрами культурного життя Європи й отримали чудову промоцію як туристичні дестинації.

У 1987 році заснували спеціальну програму «Культурні маршрути Ради Європи». Вона спрямована на зміцнення міжкультурного діалогу, вивчення спільної європейської спадщини завдяки розвитку культурного туризму. Вже сертифіковано 33 міждержавних культурних маршрути, які об'єднують історично або тематично пов'язані об'єкти спадщини на території понад 60 країн (причому 14 з них не є європейськими країнами). Першим із таких маршрутів був «Шлях святого Якова» до могили апостола Якова в місті Сантьяго-де-Компостела (Іспанія).

Унікальна цифрова бібліотека – інтернет-портал «Europeana» (проект ініційований Європейською Комісією) – від 2008 року надає доступ усім бажаючим до більш ніж 50 мільйонів оцифрованих робіт - книг, музики, кінофільмів, музейних предметів та колекцій, архівів тощо. У 2014 році були опубліковані спеціальні рекомендації «Europeana for Tourism. Policy Recommendations» щодо використання оцифрованої культурної спадщини для розвитку туризму.

Під час вище згаданого опитування 2017 року перед респондентами поставили неординарне питання щодо європейської культурної спадщини, туризму та економіки: «*Чи погоджуєтесь Ви з тим, що європейська культурна спадщина є важливішою для відвідувачів з-поза меж ЄС, ніж для громадян ЄС?*». Більшість (56%) не погоджуються з цим твердженням, утім 38% респондентів погоджуються. Решта опитаних не змогли відповісти на це питання. Детальніший аналіз відповідей респондентів за окремими країнами засвідчив, що є 22 країни, де більшість

респондентів не згодні (тобто громадяни більшості країн ЄС вважають європейську культурну спадщину в першу чергу власним надбанням). Лише у 6 країнах більшість респондентів стверджує, що європейська культурна спадщина важливіша для відвідувачів з-поза меж ЄС, ніж для громадян ЄС: Польща (56%), Хорватія (54%), Італія та Румунія (по 53%), Ірландія (52 %) та Кіпр (51%) [ 6, с. 63-65].

Основними орієнтирами при прийнятті рішень туристичними операторами і туристами-індивідуалами щодо географічної конфігурації туристичних маршрутів, включення того чи іншого музею до маршруту є унікальність і культурна цінність музейних предметів і колекцій, а також об'єктивна статистична інформація про загальну кількість відвідувачів музею за рік. Корисним інструментом для обміну досвідом, вдосконалення методичної роботи та розробки рекомендацій практичного характеру в галузі музейної статистики слугує EGMUS (Європейська група з музейної статистики). Вона збирає та публікує порівняльні статистичні дані про музеї, сприяє розвитку та стандартизації збирання статистичних даних про музеї. З 2002 року EGMUS стала центральною базою статистики музеїв Європи.

Досвід використання музеїв у туризмі доцільно розглянути детальніше на прикладі окремих країн ЄС. Кожна з них має у цій царині певні здобутки і проблеми. Враховуючи особливу роль пам'яток історії і культури Греції та Італії для розвитку європейського і світового культурно-пізнавального туризму, було прийнято рішення обрати саме ці дві країни в якості об'єктів дослідження.

Греція володіє розвиненою мережею музеїв та археологічних пам'яток. Фонди понад 200 державних і 107 приватних музеїв включають унікальні предмети, створені впродовж майже 6 тисяч років. Держава несе величезну відповідальність перед власним народом і всім людством за збереження цих скарбів. У складних умовах виходу країни з глибокої соціально-економічної кризи надходження від відвідувачів музеїв та археологічних пам'яток є суттєвою допомогою у справі збереження, консервації, реставрації та музеєфікації об'єктів спадщини. Греція активно рекламує ресурсний туристичний потенціал і розглядає його в тому числі як складову експортно орієнтованого продукту. Від 2012 року взаємодією музеїв і туризму опікуються Міністерство освіти, релігії, культури і спорту, Міністерство туризму.

За даними Статистичної служби Греції (Hellenic Statistical Authority), останніми роками музеї та археологічні пам'ятки Греції отримали помітно більше відвідувачів. У 2016 році до музеїв завітало 4 516 тис. осіб, у 2017 році – вже 5 192 тис. осіб (+15%); відповідно на вхід до археологічних пам'яток було зареєстровано 9 565 та 11 319 тис. осіб (+18,3%). За 2016 рік доходи від відвідування музеїв становили 13,4 млн євро, а за 2017 рік – 16,2 млн євро (+20,9%). Доходи від відвідування археологічних пам'яток також зросли: за 2016 рік – 73,2 млн євро; за 2017 рік – 86,7 млн євро (+18,4%) [ 7 ].

Відвідуваність видатних музеїв та археологічних пам'яток Греції відображено в таблицях 1-2. Саме ці об'єкти слугують опорними точками мережі національних маршрутів культурно-пізнавального туризму і водночас – відправними пунктами для різновекторних регіональних маршрутів.



Таблиця 1.

Топ-7 музеїв Греції за кількістю відвідувачів за 2017 рік

Назва музею	Кількість відвідувачів (тис. осіб)	Частка від загальної кількості відвідувачів музеїв (%)
Музей Акрополя (Афіни)	1 593,4	30,7
Національний археологічний музей (Афіни)	545,6	10,5
Археологічний музей Іракліону (Крит)	426,2	8,2
Музей Візантії або Біла вежа (Салоніки)	268,1	5,2
Палац Великих Магістрів (Родос)	235,4	4,5
Дельфійський археологічний музей	211,8	4,1
Археологічний музей Олімпії	145,1	2,8
Інші музеї	1 766,2	34,0
Разом по всіх музеях	5 191,8	100,0

Розраховано за даними: Hellenic Statistical Authority

Таблиця 2.

Топ-7 музеєфікованих археологічних пам'яток Греції за кількістю відвідувачів за 2017 рік

Назва археологічної пам'ятки	Кількість відвідувачів (тис. осіб)	Частка від загальної кількості відвідувачів археологічних пам'яток (%)
Афінський Акрополь	2 766,2	24,4
Місто Кносс (Крит)	634,7	5,6
Античне місто Олімп	481,3	4,3
Епідавр	469,1	4,1
Акрополь Ліндоса	441,0	3,9
Мікенський акрополь і гробниця Атрея	398,7	3,5
Дельфи	345,8	3,1
Інші археологічні пам'ятки	5 782,3	51,1
Разом по всіх археологічних пам'ятках	11 319,1	100,0

Розраховано за даними: Hellenic Statistical Authority

Греція може слугувати яскравим прикладом важливості проблеми сезонності, обумовленої домінуванням у країні в'їзного пляжного туризму. Надійну інформаційну базу для аналізу та прогнозування сезонної ритміки потоків відвідувачів до музеїв та закладів музейного типу створено Статистичною службою Греції (дивись рис. 1). Популярним музеям доцільно запроваджувати обмеження пропускну здатності, регулювати потоки відвідувачів у піковий літній сезон, зважаючи на необхідність дотримання норм безпеки колекцій, протипожежної безпеки, а також забезпечення належної якості відвідування.

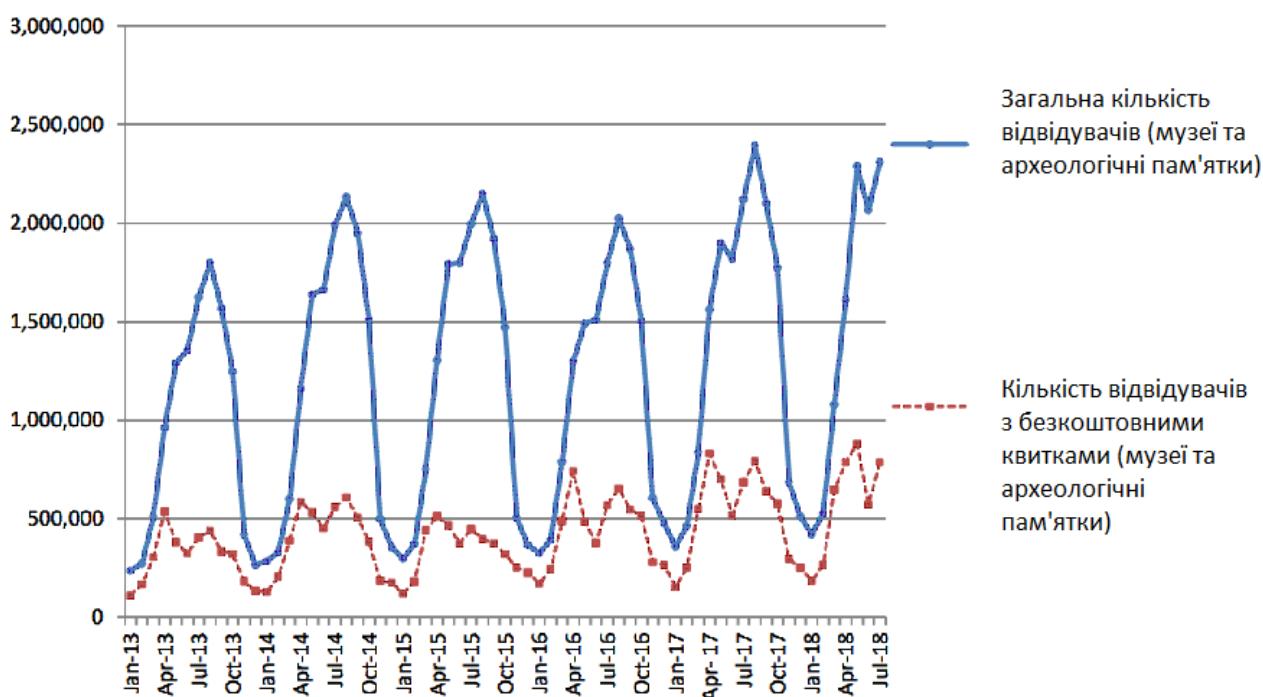


Рис. 1. Поквартальна динаміка відвідування музеїв та археологічних пам'яток Греції (січень 2013 – липень 2018) за даними Hellenic Statistical Authority

Італії належить 1 місце у світі за кількістю об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО (станом на кінець 2018 року – 54 об'єкти з 1092 або 4,9%). Міністерство культурної спадщини і культурної діяльності (MiBAC) і його структурна ланка – Генеральний директорат музеїв – прагнуть всіляко сприяти дослідженням і поширенню знань про італійську культурну спадщину в усьому світі. Інтегрована музейна інформаційна система зберігає і надає інформацію про всі державні та приватні музеї, монументальні комплекси, археологічні пам'ятки та парки, що відкриті та доступні для громадськості. Ця докладна інформація була зібрана в ході реалізації Національної програми статистичних робіт 2015-2016 років і доступна в Інтернеті. Система добре структурована, що дозволяє дізнатися, скільки є музеїв, де вони знаходяться, як функціонують, організовані та управляються.

За даними MiBAC, станом на кінець 2015 року в Італії налічувалося 4 976 музеїв і закладів музейного типу (державних і приватних), відкритих для громадськості. Зокрема, в тому числі 4 158 музеїв, галерей або колекцій, 282 археологічних пам'ятки і парків, 536 пам'ятників або монументальних комплексів. Регіонами з найбільшою кількістю музейних закладів були Тоскана (548), Емілія-

Романья (477) і П'ємонт (427). З іншого боку, на території Півдня і островів виявлено більше половини (52,8%) всіх археологічних об'єктів [ 8 ]. Про позитивну динаміку розвитку музейної діяльності в Італії свідчить таблиця 3.

Таблиця 3.

Результати діяльності музеїв Італії у 2013-2017 роках

Рік	Відвідування музеїв (тис. осіб)	Надходження (млн. євро)
2013	38 424,6	126, 4
2014	40 744,8	135, 5
2015	43 288,4	155,5
2016	45 383,9	173, 4
2017	50 104,0	193, 6

Джерело: MiBAC-Statistics Office, 2018

Корисна практика взаємодії музеїв і туризму накопичена у регіонах Італії. Провідні позиції в культурно-пізнавальному туризмі належать регіонам Лаціо (46% загальної кількості відвідувачів музеїв Італії за 2017 рік), Кампанія (17,5%) і Тоскана (14,1%). Разом три регіони-лідери прийняли 77,6% всіх відвідувачів музеїв країни.

Зокрема, 2015 року був заснований Музейний центр Тоскани (Polo Museale della Toscana). Він управляє 49 об'єктами, що належать державі. Чимало з них включено до Списку Світової спадщини ЮНЕСКО. Багата культурна спадщина розташована в провінціях Флоренція, Сієна, Ареццо, Лукка, Піза, Пістойя, Прато, Ліворно та Гроссето. Художні галереї, археологічні музеї, вілли Медічі, фортеці, релігійні будівлі свідчать про історію Тоскани від стародавніх етруських і римських поселень до великої спадщини образотворчого мистецтва Середньовіччя і Нового часу. Місто Флоренція приймає все більше туристів: за 2012 рік їх було 8 млн, а за 2017 рік – вже понад 10 млн. Звертає на себе увагу використання економічного важелю як інструменту впливу на поведінку відвідувачів музеїв. Наприклад, Галерея Уффіці варіює впродовж року вартість вхідного квитка: в період від 1 листопада до 28 лютого він коштує 12 євро, а від 1 березня до кінця жовтня – 20 євро. Відвідувачі Палаццо Пітті, які купують квиток зранку до 08:59 і входять до комплексу між 08:15 і 09:25, мають право на 50% знижку на вартість квитка. Все це певною мірою сприяє розосередженню потоку відвідувачів упродовж року чи робочого дня.

Інформація про найвідоміші музеї Італії наведена в таблиці 4. Варто підкреслити, що Музеї Ватикану за 2017 рік відвідало 6,4 млн осіб, проте де-юре комплекс музеїв розташований на території Святого Престолу (Держави-Міста Ватикан). Вражають не тільки шедеври найвідоміших музеїв Італії на зразок Уффіці чи Галереї Академії. Справжнім відкриттям для туриста можуть бути деякі менш відвідувані, але першокласні з позицій культурної цінності зібраних предметів та колекцій заклади. Наведемо приклади лише двох таких об'єктів.

Таблиця 4.

## Топ-12 музеїв Італії за кількістю відвідувачів у 2017 році

№	Музей	Кількість відвідувачів (тис. осіб)	Частка від загальної кількості відвідувачів музеїв Італії (%)
1.	Колізей (Рим)	7 036,1	14,0
2.	Помпеї (поблизу Неаполя)	3 382,2	6,8
3.	Уффіці (Флоренція)	2 219,1	4,4
4.	Галерея Академії (Флоренція)	1 623,7	3,2
5.	Замок Святого Ангела (Рим)	1 155,2	2,3
6.	Венарія-Реале (поблизу Турину)	1 039,7	2,1
7.	Сади Боболі (Флоренція)	1 000,5	2,0
8.	Єгипетський музей (Турин)	845,2	1,7
9.	Палац Казерта (Неаполь)	838,7	1,7
10.	Палаццо Пітті (Флоренція)	579,6	1,2
11.	Галерея Боргезе (Рим)	569,0	1,1
12.	Національний археологічний музей (Неаполь)	525,7	1,0

Розраховано за даними: MiBAS-Statistics Office, 2018

Флоренцію прикрашає дивовижний архітектурний ансамбль площі Сантіссіма Аннунціата. Складовою цього ансамблю є оновлений музей «Спедале дельї Інноченті» або «Притулок безневинних», що відкрився 2016 року. Унікальна будівля музею була створена на початку XV століття за проектом видатного архітектора раннього Ренесансу Філіппо Брунеллескі спеціально для першого в Європі великого притулку для покинутих дітей разом із лікарнею. Сильні враження залишає творча праця багатьох фахівців різних професій над музейною експозицією. Роль «першої скрипки» по черзі перебирають на себе різні типологічні групи музейних предметів: старовинні побутові речі, рідкісні документи, видатні твори образотворчого мистецтва. Іноді в центрі уваги відвідувача опиняються історичні інтер'єри, якісні мультимедійні презентації історичних реконструкцій міського ландшафту Флоренції, звукозаписи дитячих голосів тощо. Музей пропонує відвідувачам ознайомитись з трьома тематичними розділами: історії, архітектури та мистецтва (експонуються твори Сандро Ботічеллі,

Доменіко Гірландайо, Андреа делла Роббіа та ін.). Щемить серце, коли бачиш за склом автентичні фрагменти монет, ювелірних прикрас, навіть шматки тканини, які були прикріплені до покинутих дітей з надією, що пізніше це дозволить возз'єднати дітей з їхніми батьками. Хоча 1875 року прийом підкидьків припинили, на цьому місці різні структури вже майже 600 років безперервно працюють над благородною справою допомоги дітям та сім'ям. Сьогодні ця робота триває у Національному центрі дитинства та юнацтва, в офісах ЮНІСЕФ, благодійних організаціях.

Поруч розташований інший заклад – Італійський військовий географічний інститут. Він займає частину приміщень колишнього монастиря при церкві Сантіссіма Аннунціата. Інститут підпорядкований Міністерству оборони і задовольняє потреби збройних сил у геопросторовій інформації, виконує функції Національного картографічного агентства. Проте він дивним чином поєднує все це з активною діяльністю в галузі архівів і культури. Інститут запрошує у вихідні дні на безкоштовні екскурсії до Музею геодезичних та картографічних інструментів, меморіальної Бібліотеки «Аттіліо Морі», організовує наукові та культурні виставки. Книгозбірня розташована у великій залі монастиря, що збудована 1694 року. Тут зберігається понад 120 тис. книг з географії, картографії, геодезії, топографії, астрономії тощо, майже 700 географічних атласів, стародавні та сучасні карти, глобуси, журнали, фотографії та ін. Про культурну цінність цих колекцій свідчать такі факти:

два видання мають статус інкунабул, тобто вони були видруковані в Європі від початку книгодрукування і до 1501 року («Золота легенда» Якопо де Варагіна 1478 року; венеціанське видання «Тріумфів» Франческо Петрарки 1488 року);

два видання атласу «Theatrum Orbis Terrarum» («Театр світу») Абрагама Ортеліуса (перше 1570 року і п'яте – 1595 року). Абрагам Ортеліус – фламандський географ та картограф, який склав перший у світі географічний атлас з 53 карт великого формату з текстовими поясненнями. Вперше атлас був надрукований в Антверпені 1570 року.

Співробітники Італійського військового географічного інституту у січні 2005 року стали авторами справжньої сенсації світового масштабу. Тоді за спеціальним дозволом розкрили кілька опечатаних кімнат стародавнього монастиря, якими ніколи не користувалися ще з моменту переміщення до Флоренції Топографічного відділення італійського військового штабу у 1865 році. Знахідка вразила – виявили майстерню великого Леонардо да Вінчі! Було відомо, що коли Леонардо приїхав до Флоренції 1503 року, він винаймав під майстерню і житло кілька кімнат у центрі міста, але пізніше про це забули. Можливо, після ретельних досліджень знайдених фресок на стінах ці приміщення відкриють і для громадськості.

Сильною стороною європейського досвіду є бажання і вміння вивчати музейну аудиторію, працювати на її розширення, зацікавити музейною експозицією та різноманітними послугами кожного відвідувача – постійного чи випадкового, резидента чи нерезидента, заможного чи незаможного. Традиційно один день на місяць (як правило, у першу неділю місяця) всі бажаючі можуть безкоштовно потрапити до європейських музеїв. У Німеччині та Великій Британії музеям надається пряма бюджетна фінансова підтримка, хоча глобальна фінансово-

економічна криза 2008-2009 років призвела до скорочення абсолютних обсягів такої підтримки. Зокрема, 15 національних музеїв Великої Британії належать державі. Їхнє фінансування здійснюється урядовим Департаментом цифрових технологій, культури, медіа та спорту, що дозволяє зробити вхід до всіх національних музеїв безкоштовним. Всесвітньо відомий Британський музей у Лондоні надає на сайті рекомендації туристам, розуміючи обмежений ресурс часу у цієї категорії відвідувачів. Пропонуються спеціальні екскурсії «1 година в музеї», «3 години в музеї», наведено коментарі та зображення для 200 найкращих експонатів 10 (!) мовами світу тощо.

Багатий досвід розвитку музейної справи в Європі може бути вельми корисним для України. Заслуговують на всіляку підтримку міжнародні грантові програми і проекти за участю українських музеїв, передача методичних рекомендацій, запрошення фахівців з України на стажування за кордон та європейських експертів – до України. Успішними прикладами такої роботи можуть слугувати: проект COMUS «Урбаністичні стратегії в історичних містах, скеровані громадянами» (міста Луцьк, Жовква); проект «Поліфонія – збереження європейської спадщини, що зникає», який реалізується Музеєм Івана Гончара (м. Київ) у партнерстві з Угорщиною та Францією за підтримки Українського культурного фонду та Програми ЄС «Креативна Європа»; практичний посібник «Культурні маршрути Ради Європи» тощо.

### **Розвиток музейної діяльності в Україні.**

#### **Співробітництво між музеями і туризмом у справі збереження та популяризації нематеріальної культурної спадщини**

Погляд на музейну діяльність з боку туризму зазвичай завузький і певною мірою егоїстичний. Сучасний турист мріє про зручний під'їзд та стоянку біля музею, мінімальні витрати часу на придбання квитків та сувенірів, особисте знайомство з оригінальними музейними будівлями та експозиціями, унікальними експонатами, можливість фото- та відеозйомок, доглянуті інтер'єри, змістовне та ввічливе екскурсійне обслуговування, наявність зон відпочинку, можливість завітати до кафе тощо. Такий погляд споживача музейних послуг має право на існування. Проте організатори туристичної діяльності повинні мати уяву про музейну мережу, основні напрями діяльності музеїв та гострі проблеми, що десятиліттями накопичувались у музейній системі України.

За роки незалежності розвиток музейної справи в Україні супроводжувався суттєвим розширенням музейної мережі і водночас скороченням відвідуваності музеїв (рис. 2, рис. 3).

Станом на кінець 2017 року в Україні було зареєстровано 574 музеї, що мали статус юридичних осіб (без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях) [ 9 ]. Це у 2,7 рази більше, ніж у 1991 році. На показники останніх років негативно вплинула агресивна політика Росії по відношенню до України. Держава втратила контроль над частиною суверенної території, а відтак – і над частиною Музейного фонду України. Абсолютна більшість музеїв України, що є юридичними особами, заснована на державній та комунальній формі власності.

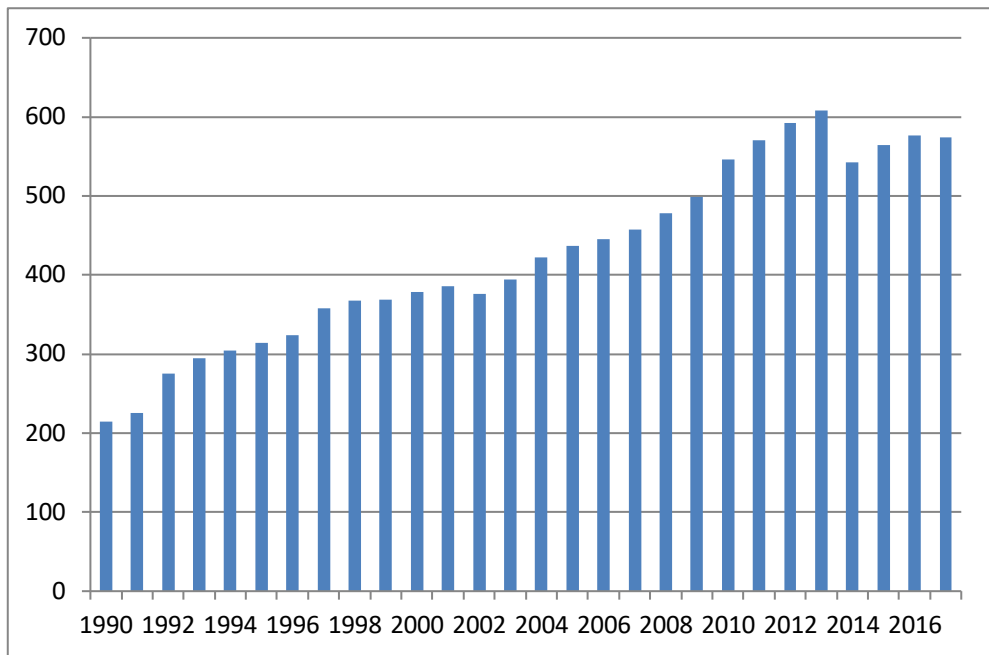


Рис. 2. Динаміка кількості музеїв-юридичних осіб в Україні (одиниць) за даними Держстату України

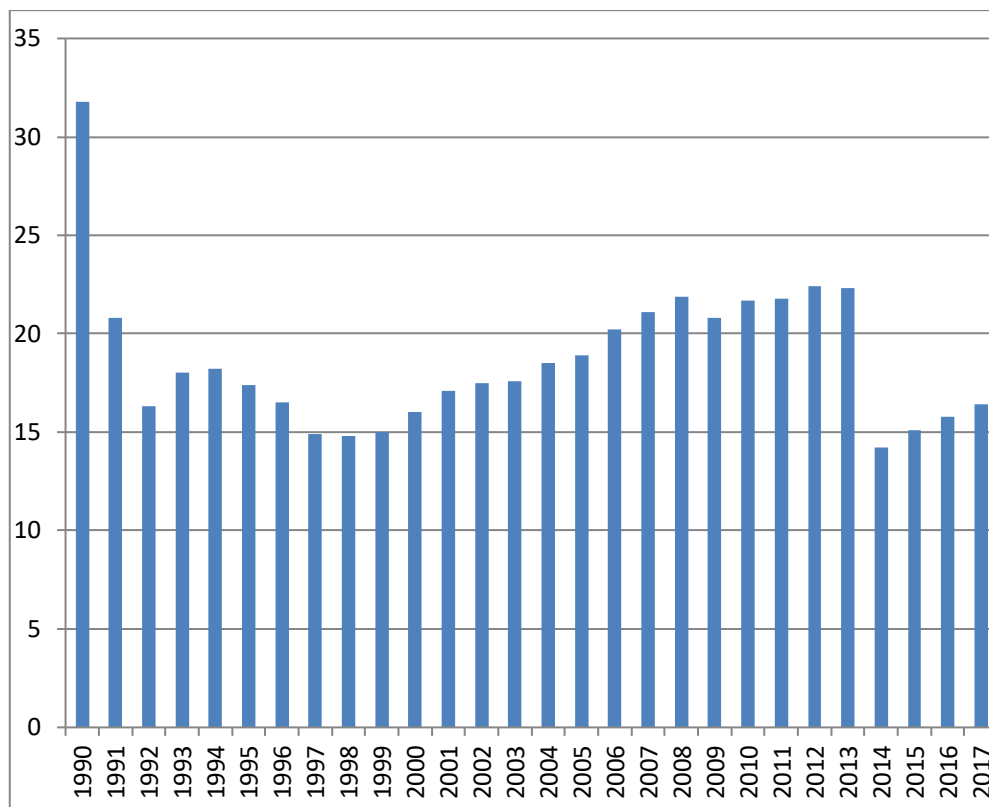


Рис. 2. Динаміка відвідуваності музеїв-юридичних осіб в Україні (млн. осіб) за даними Держстату України

За даними Міністерства культури України, у складі підприємств, установ, організацій та навчальних закладів України створені і діють ще майже 2 тис. музеїв, хоча вони не є юридичними особами [10]. Облік таких музеїв здійснюють обласні краєзнавчі або історичні музеї.

За даними Держстату України 2017 року за кількістю музеїв-юридичних осіб лідирують м. Київ (40 музеїв або 7% від України в цілому), Полтавська (37 музеїв або 6,4%) та Чернігівська області (35 музеїв або 6,1%).

Кількість відвідувачів музеїв-юридичних осіб за 2017 рік становила 16,4 млн осіб (7,8 млн з них були учнями, слухачами та студентами), що на 21,2% менше показника 1991 року [ 9 ]. Скорочення відвідуваності було особливо помітним в період 1997-1999 років, а також останніми роками. Дефіцит вільного часу у більшості громадян та низький життєвий рівень населення стримують попит на послуги музеїв України. Навіть працюючі особи не завжди спроможні за рахунок зарплати задовольнити основні потреби власних родин і мусять шукати додаткову зайнятість. За даними вибіркового обстеження умов життя домогосподарств України в 2017 році, в структурі грошових витрат домогосподарств України домінують витрати на продукти харчування та безалкогольні напої (50,9%), а також на житло, воду, електроенергію, газ та інші види палива (14,7%). На відпочинок і культуру припадає лише 1,9% всіх грошових витрат [11]. Нестача коштів обмежує споживчі можливості, «буття визначає свідомість». Саме цей чинник пояснює, чому вартість вхідних квитків навіть до київських музеїв символічна і не перевищує 30-50 грн. Для порівняння – за вхід до Афіньського Акрополя необхідно сплатити 20 євро, Музею Акрополя – 5 євро, Галереї Уффіці – залежно від сезону 12-20 євро, Галереї Академії у Флоренції – 8 євро, Музеїв Ватикану – 17 євро.

За даними 2017 року найбільша кількість відвідувачів музеїв була зареєстрована в м. Києві (3 539 тис. осіб або 21,6% від України в цілому), Львівській (1 928 тис. осіб або 11,8%) та Чернігівській областях (921 тис. осіб або 5,6%). Разом на музеї трьох регіонів-лідерів припадає 39% загальної кількості відвідувачів по Україні. Успіхи Львівщини як туристичної дестинації дозволили збільшити кількість відвідувачів музеїв області за період 2000-2017 років на 82%. Склад трійки лідерів рейтингу за іншим показником – кількістю відвідувачів музеїв у розрахунку на 100 осіб наявного населення регіону – залишається незмінним, хоча «призери» розташовуються вже в іншому порядку: м. Київ, Чернігівська та Львівська області.

Музеї України володіють значним потенціалом і накопиченим досвідом для того, аби стати опорними центрами суспільно важливої діяльності зі збереження та популяризації матеріальної та нематеріальної культурної спадщини, зростання рівня освіти і культури дорослих і молоді. Втім тривалий час сфера музейної діяльності знаходиться на периферії державної політики. Красномовним свідченням реального становища музеїв України є результати масштабного анкетування музейних закладів державної та комунальної форм власності, проведеного Національним інститутом стратегічних досліджень спільно з Міністерством культури України наприкінці 2012 р. Після опрацювання 539 анкет зі всієї України було встановлено, що понад 90% надходжень бюджетів музейних закладів складають дотації з державних та комунальних бюджетів. 93% всіх видатків музеїв – це видатки утримання (комунальні послуги, заробітна плата, оплата послуг охорони). Видатки на комунальний та поточний ремонт, реставрацію складають в середньому 2–10 % [12, с. 50]. Видатки розвитку (поповнення колекцій, закупівля сучасних технічних засобів, обладнання, оновлення експозицій тощо) у більшості



музеїв або відсутні, або незначні. Низький рівень оплати праці не дозволяє залучати фахівців високої кваліфікації (реставраторів, учених з науковим ступенем або вченим званням та ін.).

За останні роки ситуація не змінилася внаслідок збільшення державних витрат на посилення обороноздатності країни, обслуговування зовнішнього та внутрішнього боргу. Таким чином, музеям треба навчитися заробляти кошти за рахунок додаткових джерел фінансування (за відвідування музеїв і виставок; виконання науково-дослідних робіт та інших видів замовлень; реалізацію сувенірної продукції, предметів народних художніх промислів, видавничу діяльність, надання в оренду приміщень, споруд, обладнання; кіно- і фотозйомки; гранти, благодійні внески, добровільні пожертвування та ін.). Все гостріше необхідність появи менеджерів, маркетологів, фахівців з реклами та PR у штаті музейних працівників, як це вже має місце у провідних музеях України. Тому розвиток співробітництва між музеями і туризмом – це курс стратегічний. Інтенсивність взаємодії музеїв і туризму зростатиме.

Зокрема, сприятливі перспективи пов'язані з посиленням суспільної уваги до збереження та популяризації нематеріальної культурної спадщини, зростанням популярності культурно-пізнавального та подієвого туризму в Україні. Конвенція про охорону нематеріальної культурної спадщини, прийнята 17 жовтня 2003 р. на Генеральній конференції Організації Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (UNESCO) у м. Парижі, визначає у ст. 2 сутність терміну "нематеріальна культурна спадщина": «...звичаї, форми показу та вираження, знання та навички, а також пов'язані з ними інструменти, предмети, артефакти й культурні простори, які визнані спільнотами, групами й у деяких випадках окремими особами як частина їхньої культурної спадщини. Ця нематеріальна культурна спадщина, що передається від покоління до покоління, постійно відтворюється спільнотами та групами під впливом їхнього оточення, їхньої взаємодії з природою та їхньої історії і формує у них почуття самотності й наступності...» [13]. Вона проявляється в: усних традиціях та формах вираження, зокрема в мові як носії нематеріальної культурної спадщини; виконавському мистецтві; звичаях, обрядах, святкуваннях; знаннях та практиці, що стосуються природи та всесвіту; традиційних ремеслах.

Україна приєдналася до Конвенції про охорону нематеріальної культурної спадщини 6 березня 2008 року. Тим самим держава взяла на себе зобов'язання забезпечити охорону нематеріальної культурної спадщини, ідентифікувати й визначати різні її елементи на власній території. Наказом Міністерства культури України від 27.07.2015 № 548 Український центр культурних досліджень було визначено уповноваженою установою для науково-методичного забезпечення реалізації Конвенції. Центром підготовлено методичну розробку «Нематеріальна культурна спадщина України», що дозволило унормувати велику і тривалу роботу зі складання місцевих/регіональних переліків елементів нематеріальної культурної спадщини. Актуальний Національний перелік України містить сім елементів нематеріальної культурної спадщини: «Опішнянська кераміка», «Косівська мальована кераміка», «Кролевецькі ткани рушники», «Петриківський розпис – українське декоративно-орнаментальне малярство ХІХ – ХХІ ст.ст.», «Козацькі

пісні Дніпропетровщини», «Пісенна традиція села Лука» Києво-Святошинського району Київської області, «Технологія виконання вишивки «білим по білому» Решетилівського району Полтавської області.

У музейних зібраннях зберігається чимало предметів і колекцій, що прямо пов'язані зі збереженням та охороною нематеріальної культурної спадщини. На перший погляд може здатися, що це помилкова теза (адже спадщина *нематеріальна*). Проте необхідно зберегти для нащадків автентичні інструменти різьбярів по дереву та зразки художнього різьблення, розмаїття колоритів та орнаментів писанок, оригінальність зразків народного одягу та кращі витвори інших видів народного мистецтва майстрів із різних регіонів України. Все це є матеріальним свідченням існування традиційних знань і навичок, технологічних прийомів і художніх засобів, що передаються від одного покоління до іншого.

Музеї мають у своєму розпорядженні не тільки приміщення, предмети та колекції, але й значну територію. Для музеїв України, що є юридичними особами, відведено територію загальною площею 8306,9 га. За функціональним призначенням вона поділяється на заповідну, експозиційну, наукову, рекреаційну та господарську. Площа рекреаційної території, що використовується для відпочинку відвідувачів музею та їх обслуговування (зокрема, розташування музейних крамниць, буфетів, кафе, інших пунктів громадського харчування, проведення мистецьких, культурно-освітніх заходів, гостьових місць для паркування автомобілів), становить 1091,8 га або 13,1% всієї музейної території [9].

Існують певні особливості реалізації функцій збереження та популяризації нематеріальної культурної спадщини в залежності від профілю музеїв. Виконання таких функцій органічно закладено у саму природу історичних (загальноісторичних, етнографічних, історії релігії, історико-побутових) та комплексних (красознавчих) музеїв. Активну і послідовну роботу у цьому напрямку проводять Національний музей народної архітектури та побуту «Пирогів» (м. Київ), Музей народної архітектури та побуту Середньої Наддніпрянщини (м. Переяслав-Хмельницький, Київська область), Національний музей народного мистецтва Гуцульщини та Покуття імені Йосафата Кобринського (м. Коломия, Івано-Франківська область), Музей народної архітектури та побуту “Шевченківський гай” (м. Львів), Закарпатський музей народної архітектури та побуту (м. Ужгород), Музей народної архітектури та побуту Прикарпаття (с. Кринос, Івано-Франківська область) та ін.

Музеї просто неба дозволяють організовувати масові фольклорно-етнографічні та культурно-історичні свята, тематичні фестивалі, виставкові проекти, театралізовані екскурсії, концертні програми фольклорних колективів на фоні унікальних музеєфікованих об'єктів у гармонії з типовими ландшафтами різних історико-географічних регіонів України. Можливість прямого контакту з носіями народних традицій суттєво посилює емоційний вплив заходу на відвідувачів, останні нерідко самі стають учасниками дійства. На офіційних туристичних сайтах регіонів України розміщують календарі туристичних подій на рік, все більше турсператорських компаній та

екскурсійних бюро враховують популярні заходи у своїй роботі. Прикладами можуть слугувати: Міжнародний фольклорний фестиваль «Буковинські зустрічі» на базі Чернівецького обласного державного музею народної архітектури та побуту (м. Чернівці); Міжнародний літературно-художній фестиваль «Кролевецькі рушники» на базі Музею кролевецького ткацтва (м.Кролевець, Сумська область); Всеукраїнський історико-культурологічний фестиваль «Мамай-fest» на базі Музею історії міста м. Кам'янське (Дніпропетровська область); «Тиждень національного гончарного здвиження в Опішному» на базі Національного музею-заповідника українського гончарства (Полтавська область); Всеукраїнський фестиваль майстрів народної творчості «Переяславський ярмарок» на базі Музею народної архітектури та побуту Середньої Наддніпряни (Київська область).

Ефективності взаємодії між музеями і суб'єктами туристичної діяльності сприяє розвиток сучасних інформаційних технологій. Google Україна разом із Міністерством культури України створили 2017 року спеціальний сайт «Музеї України просто неба», де можна здійснити 3D-тури сімома відомими музеями з різних регіонів України. Запущено мобільний додаток «Турист України», розроблений у співпраці між Міністерством економічного розвитку і торгівлі України, компанією VISA, ПАТ КБ «Приватбанк» та Асоціацією «Національна Туристична Організація України». Додаток дозволяє стисло та оперативно інформувати користувачів про туристичні та рекреаційні ресурси регіонів країни, отримувати бонуси та знижки при відвідуванні внесених до бази об'єктів (музеїв, галерей, пам'яток архітектури, готелів тощо). Це корисний інструмент для туристів-індивідуалів, які самостійно планують маршрути подорожей.

### **Висновки**

Зростання ролі музеїв у туристичній діяльності є об'єктивною тенденцією сучасності. Про це свідчить європейський досвід, цього вимагають реальні потреби українських музеїв, українського туризму і ширше – інтереси всього українського суспільства. Необхідно заохочувати розвиток кооперації між музеями, екскурсійними бюро, туристичними і транспортними компаніями, готелями, об'єктами ресторанного господарства на всіх рівнях: у межах міст, регіонів, міжрегіональному і транскордонному. Це актуальний напрям роботи для місцевих та центральних органів виконавчої влади, в першу чергу Міністерства культури України та Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. Інструментом для конструктивного діалогу може слугувати створена Кабінетом Міністрів України Координаційна рада з питань туристичної діяльності.

### **Список використаних джерел**

1. Глобальний етичний кодекс туризму. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/983\\_001](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/983_001)
2. Кодекс музейної етики ICOM. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.icom.in.ua/kodeks-muzejinoyi-etiki/>

3. International council of museums (ICOM). Statutes. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://icom.museum/wp-content/uploads/2018/07/2017\\_ICOM\\_Statutes\\_EN.pdf](https://icom.museum/wp-content/uploads/2018/07/2017_ICOM_Statutes_EN.pdf)
4. Закон України «Про музеї та музейну справу». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/249/95-%D0%B2%D1%80/page>
5. Система статистики культури ЮНЕСКО – 2009. – Монреаль: UNESCO-UIS, 2010. – 99 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/unesco-framework-for-cultural-statistics-2009-ru.pdf>
6. Special Eurobarometer 466. Report. Cultural Heritage. – European Union, 2017. – 125 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm>
7. Hellenic Statistical Authority. Press release // Survey on museums and archaeological sites attendance December 2017. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.statistics.gr/documents/20181/9054107/Museums+and+Archaeological+Sites+Attendance+%28+December+2017+%29/0cff9631-385a-42fa-874a-897510b8e972?version=1.0>
8. 2017. TUTTI I NUMERI DEI #MUSEITALIANI. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/Contenuti/visualizza\\_asset.html\\_249254064.html](http://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/Contenuti/visualizza_asset.html_249254064.html)
9. Заклади культури, фізичної культури і спорту України у 2017 році. Статистичний збірник. – К.: Держстат України, 2018. – 95 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2018/zb/05/zb\\_zkm\\_2017.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/05/zb_zkm_2017.pdf)
10. Музеї, заповідники, заклади музейного типу України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=245062916&cat\\_id=244908588](http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=245062916&cat_id=244908588)
11. Соціально-економічне становище домогосподарств України у 2017 році (за даними вибіркового обстеження умов життя домогосподарств). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
12. Мельничук О. Модернізація музейної справи в Україні: дослідження, виклики, рекомендації / Оксана Мельничук // Агора. – Київ, 2015. – Вип. 14 : Музеї та культурна дипломатія. – С. 46-53.
13. Конвенція про охорону нематеріальної культурної спадщини. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_d69](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_d69)