

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ**

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МУЗЕЙНОГО ТУРИЗМУ НА
ВІННИЧЧИНІ»**

(за матеріалами Комунального закладу «Міський історичний музей»
Жмеринської міської ради, м. Жмеринка, Вінницька обл.)

Здобувача вищої освіти 5 курсу, групи Т-51з,
спеціальності 242 «Туризм»
освітньої програми «Туризм»
заочної форми навчання

Катерини ПРУС

Науковий керівник
канд. географ. наук, доцент

Алла КІЗЮН

Гарант освітньої програми
канд. географ. наук, доцент

Алла КІЗЮН

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ МУЗЕЙНОГО ТУРИЗМУ.....	7
1.1. Музейний туризм: поняття, характеристики та види.....	7
1.2. Особливості розвитку музейного туризму в Україні та регіонах.....	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ КЗ «МІСЬКИЙ ІСТОРИЧНИЙ МУЗЕЙ», М. ЖМЕРИНКА.....	23
2.1. Огляд діяльності Жмеринського КЗ «Міський історичний музей».....	23
2.2. Оцінка розвитку музейного туризму на базі Жмеринського історичного музею.....	31
РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ПОКРАЩЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ КЗ «МІСЬКИЙ ІСТОРИЧНИЙ МУЗЕЙ», М. ЖМЕРИНКА В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ МУЗЕЙНОГО ТУРИЗМУ.....	44
3.1. Проблеми та виклики у розвитку музейного туризму України на прикладі Жмеринського історичного музею.....	44
3.2. Пропозиції щодо покращення туристичної привабливості КЗ «Міський історичний музей», м. Жмеринка.....	50
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	63
ДОДАТКИ.....	68

ВСТУП

Актуальність теми. Музейний туризм є важливою частиною культурної та економічної спадщини будь-якого регіону. Він не тільки допомагає зберігати та популяризувати історію і культуру, але й має вагомий вплив на розвиток місцевої економіки, залучаючи туристів і створюючи нові робочі місця. Однак на сьогоднішній день розвиток музейного туризму в Україні, зокрема на Вінниччині, стикається з низкою проблем, таких як обмежене фінансування музеїв та недостатня увага до маркетингових і інфраструктурних аспектів.

Вінниччина – це один з найбільш багатих на історичні та культурні пам'ятки регіонів України, тому завжди активно зацікавлює туристів з різних куточків країни, щоб побачити усе на власні очі. Відвідування музеїв - це цікаво та актуально для туристів й на сьогоднішній день, так як вони бувають дуже різними, можуть зацікавити як дітей, так і дорослих, а також допомагають познайомити відвідувачів з регіоном. Жмеринка – місто у Вінницькій області, яке має багату історію та цікаві туристичні особливості. Завдяки своєму зручному розташуванню на перехресті важливих залізничних шляхів, Жмеринку знає майже кожен, так як раніше, якщо ви подорожуєте потягом, то обов'язково проїжджаєте це місто. Це допомогло зацікавити туристів не тільки їхати повз, а й завітати та дізнатися більше про цю місцину.

Дослідження розвитку музейного туризму в Жмеринці має велике значення не тільки для цього міста, а й для просування культурного туризму в Україні загалом. Виявлення основних проблем і шляхів їх вирішення дасть змогу не лише поліпшити діяльність окремих музеїв, а й створити моделі, які можна буде застосувати для розвитку музейного туризму в інших регіонах країни.

Модернізація залізничної мережі та зміна логістики перевезень сприяли тому, що значення Жмеринки як основного транспортного вузла зменшилось. Багато маршрутів, особливо міжнародних, стали обходити її на користь інших

великих станцій. Разом з цим також зменшилась і кількість туристів у місті та популярність туризму у Жмеринці почала спадати.

Метою дослідження є аналіз поточного стану та основних тенденцій розвитку музейного туризму на Вінниччині, зокрема на прикладі Жмеринського історичного музею, а також виявлення ключових проблем і шляхів їх вирішення. В межах дослідження планується провести комплексний огляд теоретичних, методологічних та практичних аспектів музейного туризму, а також розробити рекомендації щодо покращення інфраструктури, маркетингових стратегій та впровадження цифрових технологій для підвищення привабливості музеїв як туристичних об'єктів.

Запланована мета потребує виконання наступних завдань:

- з'ясувати поняття, характеристики та види музейного туризму;
- розкрити особливості розвитку музейного туризму в Україні та регіонах;
- здійснити огляд діяльності Жмеринського закладу «Міський історичний музей»;
- надати оцінку розвитку музейного туризму на базі Жмеринського історичного музею;
- розкрити проблеми та виклики у розвитку музейного туризму України на прикладі Жмеринського історичного музею;
- представити пропозиції щодо покращення туристичної привабливості КЗ «Міський історичний музей», м. Жмеринка.

Об'єктом дослідження є процес розвитку музейного туризму на Вінниччині.

Предметом дослідження є теоретико-методологічні та практичні аспекти розвитку музейного туризму на прикладі Жмеринського історичного музею з акцентом на визначення основних труднощів та розробку шляхів їх подолання.

У роботі будуть використані наступні методи: аналіз теоретичних джерел з питань розвитку музейного туризму та культурної спадщини, що дозволить визначити основні напрямки та тенденції в цій галузі; метод контент-аналізу для вивчення поточного стану музеїв та туристичних маршрутів, зокрема для виявлення сильних і слабких сторін існуючих музейних ініціатив; статистичний

метод для дослідження відгуків про музей; порівняльний аналіз музейного туризму в інших містах та країнах, що допоможе визначити найкращі практики, які можуть бути адаптовані до умов Жмеринки та інших малих міст України.

Таким чином, дослідження має на меті не лише теоретичне осмислення проблеми, але й практичне вирішення питань, що сприятиме ефективному розвитку музейного туризму на Вінниччині в цілому.

Наукова новизна дослідження полягає в комплексному аналізі музейного туризму в малих містах на прикладі Жмеринського історичного музею.

Ці нові наукові положення мають важливе значення для розвитку музейного туризму в Україні, зокрема в малих містах, та можуть бути застосовані для покращення туристичної інфраструктури й ефективності діяльності музеїв на регіональному рівні.

Інформаційну базу дослідження становлять звітність про діяльність туристичних підприємств та державних органів за останні 3 роки, що дозволяє оцінити поточний стан музейного туризму в регіоні та визначити основні тенденції і проблеми в цій галузі; статут та внутрішні документи Жмеринського історичного музею, які містять інформацію про його функціонування, фінансування, наявність та стан експозицій, а також про маркетингову діяльність; законодавчі та нормативні акти, що регулюють діяльність музеїв і туристичної індустрії в Україні, зокрема в частині розвитку культурного туризму, захисту культурної спадщини та підтримки музейної справи; статистичні дані щодо кількості відвідувачів музеїв на Вінниччині та дані про туристичні потоки в регіоні, що допомагають проаналізувати попит на музейні послуги та оцінити ефективність існуючих стратегій; матеріали науково-практичних конференцій та монографії вітчизняних та зарубіжних авторів, які стосуються проблем розвитку музейного туризму, культурної спадщини та сучасних підходів до організації туристичних маршрутів; науково-аналітичні статті з теми музейного туризму, культурного розвитку та застосування інноваційних технологій у музейній діяльності, що дозволяють визначити кращі практики та адаптувати їх до українських реалій.

Ці джерела забезпечують всебічний аналіз стану музейного туризму на Вінниччині та створюють інформаційну основу для розробки рекомендацій щодо його розвитку.

Практична цінність дослідження полягає в розробці рекомендацій для Жмеринського історичного музею, спрямованих на впровадження нових маркетингових стратегій, використання цифрових технологій (віртуальні тури, мобільні додатки) та покращення інфраструктури для залучення туристів. Окрім цього, запропоновано інтеграцію музею в культурні маршрути Вінниччини, що сприятиме збільшенню туристичного потоку. Важливим є також застосування сучасних технологій для залучення ширшої аудиторії, зокрема молоді та міжнародних туристів. Дослідження також містить рекомендації щодо покращення маркетингових комунікацій через соціальні мережі та розвиток партнерства з туристичними компаніями, що допоможе стимулювати розвиток музейного туризму в Жмеринці та регіоні загалом.

За результатами дослідження автором було опубліковано наукову статтю у збірнику наукових праць II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Індустрія гостинності: стан, тенденції та тренди розвитку» (м. Вінниця, 17 жовтня 2024 року).

За структурою кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел (40 позицій) та додатків. Робота містить 13 таблиць, 3 рисунки та 5 додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ МУЗЕЙНОГО ТУРИЗМУ

1.1 Музейний туризм: поняття, характеристики та види

Подорожі з метою відвідання музеїв є одними з найпоширеніших мотивів при виборі туристичного продукту. Урізноманітнення пропозиції, з одного боку, та зростання різноманітності потреб туристів, з іншого, сприяють диверсифікації туристичного ринку і відкривають нові можливості для розвитку спеціалізованих видів і підвидів туризму. Музейний туризм, як один із таких видів, належить до культурно-пізнавального туризму, де основною мотивацією для туриста є відвідування музеїв і знайомство з музейними колекціями.

Туристична діяльність охоплює широкий спектр послуг, спрямованих на забезпечення потреб мандрівників. Туристичні послуги класифікуються за різними критеріями: тематикою подорожей, рівнем та форматом обслуговування, просторово-часовими характеристиками, а також особливостями туристичного контингенту. Основними складовими туристичного сервісу є розміщення, харчування, транспортне забезпечення, інформаційно-рекламна підтримка, а також послуги у сфері культури, освіти, спорту та побуту. Важливу роль у розвитку туристичної інфраструктури відіграють культурні заклади, зокрема музеї, які є невід'ємною частиною туристичного досвіду [29].

Згідно з Законом України «Про музеї і музейну справу» від 14 травня 1999 року, музей визначається як культурно-освітній та науково-дослідний заклад, покликаний вивчати, зберігати і використовувати пам'ятки природи, матеріальної та духовної культури, а також сприяти прилученню громадян до національної і світової історико-культурної спадщини [13]. У міжнародній практиці використовується визначення, затверджене Міжнародною радою музеїв (ІКОМ) в

1974 році, з поправками, внесеними в 1995 році: музей – це постійна некомерційна установа, яка служить суспільству, сприяє його розвитку та є доступною для широкої публіки. Музей займається зберіганням, дослідженням, експонуванням і популяризацією матеріальних свідчень про людину та середовище її існування в наукових, освітніх і дозвіллевих цілях.

Отже, можна дійти висновку, що основна місія музейних установ полягає у поширенні знань про природні, матеріальні та духовні цінності певної території. Це сприяє їхньому дослідженню, популяризації та збереженню, а також надає можливість здобуття нових знань, навичок та вражень. Крім того, отримана інформація може бути корисною як у повсякденному житті, так і в організації дозвілля. Основні форми музейної діяльності представлено в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1 - Форми музейної діяльності

№	Форма музейної діяльності	Опис діяльності
1	Організація експозицій і виставок	Представлення музейних колекцій для широкої аудиторії.
2	Екскурсії та лекції	Надання можливості глибше ознайомитися з історією, культурою та науковими аспектами музею.
3	Спеціальні масові програми і тренінги	Залучення різних груп відвідувачів до активної участі в музейних заходах.
4	Послуги різного спрямування	Надання доступу до колекцій, організація тематичних подій та майстер-класів.
5	Надання авторських прав	Дозвіл на відтворення предметів музейної колекції, створення репродукцій та копій експонатів.
6	Виробництво та реалізація сувенірів і поліграфії	Реалізація сувенірів, репродукцій, книг, каталогів, буклетів, альбомів для популяризації музею.
7	Відеофільми, слайди, електронні видання	Використання медіа-форматів для презентації експозицій музею.
8	Використання технологій віртуальної реальності	Надання можливості взаємодії з музейними експонатами в цифровому просторі.
9	Збір і демонстрація колекцій	Демонстрація гербаріїв, мінералів, харчових продуктів, напоїв та інших предметів.

Ці форми музейної діяльності сприяють розвитку музейного туризму, підвищенню культурної свідомості населення і забезпеченню залучення різних верств громадськості до музейних заходів.

Отже, музейний туризм є специфічним різновидом туризму, який характеризується використанням туристичного потенціалу музеїв і прилеглих до них територій для реалізації різноманітних цілей: освітніх, інформаційних, виховних, розважальних, популяризаційних, оздоровчих та екологічних. Співпраця між музеями та туризмом заснована на формуванні складної системи зв'язків, які охоплюють історико-культурні, соціокультурні, економічні, технологічні, креативні та природно-екологічні аспекти розвитку окремих регіонів.

Музеї акумулюють природну та цивілізаційну спадщину, яка є важливим фактором для розвитку туристичної інфраструктури в певних територіях. Водночас організатори музейного туризму стикаються з низкою завдань: визначення туристичної спеціалізації музею, створення сталого туристичного потоку, розробка туристичних маршрутів, підготовка рекламної продукції та пошук додаткових фінансових ресурсів.

Музейний туризм охоплює розробку та впровадження різноманітних туристичних продуктів, зокрема організацію поїздок і екскурсій, створення виставкових експозицій, підготовку навчальних матеріалів, виробництво сувенірної продукції, пам'ятних предметів, макетів, реплік музейних експонатів та інших колекційних виробів. Це відносно новий напрямок у туризмі, який почав активно розвиватися в країнах Західної Європи та Північної Америки з середини 1970-х років, зокрема через відкриття приватних музеїв та музейних колекцій і значну комерціалізацію музейної діяльності. Після здобуття Україною незалежності в 1991 році, ці тенденції почали проявлятися і в нашій країні, зокрема через трансформацію системи державного забезпечення музеїв, розвиток системи госпрозрахунку та пошук нових способів залучення позабюджетних коштів, зокрема через участь у туристичній діяльності [33].

У сучасному світі музейний туризм став важливою формою міжцивілізаційної (а не лише міжкультурної) комунікації, яка охоплює взаємодію туристів з різними аспектами людського досвіду – від природного середовища до досягнень в історії, філософії, культурі, мистецтві, техніці, фізичній культурі, спорті та оздоровчих практиках. Ця комунікація реалізується через музейні

предмети, експонати, колекції та фонди, що дозволяють здійснювати глибоке пізнання і взаємодію з культурною спадщиною.

Особливістю музейного туризму є те, що безпосередній досвід комунікації, який турист отримує через фізичний контакт з експонатами та іншими музейними об'єктами, часто є значно більш емоційно насиченим і змістовним, ніж вербальна інформація. Це дозволяє туристам не лише отримати нові знання, а й пережити емоційний зв'язок із культурною спадщиною, що значно підвищує ефективність цього виду туризму у порівнянні з традиційними освітніми чи інформаційними форматами.

Музейний туризм є однією з форм культурного туризму, що включає відвідування музеїв, знайомство з їхніми експозиціями, виставковими залами та фондосховищами. Крім того, він передбачає участь у наукових, культурно-освітніх та інших заходах, організованих музеями.

Музеї можуть відрізнятися за рядом характеристик, таких як склад зібрань, функції, масштаби діяльності, юридична належність та інші фактори. Однак існують і спільні риси, які дозволяють класифікувати музеї за різними ознаками.

Нині музеї прийнято класифікувати за рядом ознак (рис. 1.1).

1. Класифікація музеїв за профілем передбачає їх розподіл відповідно до зв'язку з певною галуззю знань, зокрема наукою, технікою, виробництвом, культурою чи мистецтвом. Ця система має складну структуру, яка базується на загальному поділі наукових дисциплін на природничі та суспільні [21].

Природничо-наукові музеї тісно пов'язані з природничими науками, що вивчають будову та еволюцію Землі, а також процеси формування різних виробничих галузей. Вони беруть свій початок від кунсткамер і натуральних кабінетів, документуючи зміни в живій і неживій природі, а також розвиток природничих дисциплін. До цієї категорії належать біологічні, ботанічні, зоологічні, геологічні, мінералогічні, палеонтологічні, географічні та інші музеї.

Суспільні музеї, своєю чергою, пов'язані з суспільствознавчими дисциплінами та досліджують історію, культуру, соціальні процеси, що визначають розвиток суспільства.



Рисунок 1.1 – Класифікація музеїв

Історичні музеї зберігають і досліджують процеси розвитку суспільства, охоплюючи як загальні історичні події, так і їхні окремі аспекти. Залежно від характеру та змісту колекцій, а також поставлених перед ними завдань, такі музеї поділяються на загальноісторичні, військово-історичні, присвячені політичній історії, історії релігії, археологічні, етнографічні та історико-побутові.

Музеї мистецтва об'єднують заклади, які, незважаючи на різноманітність об'єктів документування, виконують спільну функцію – задовольняють естетичні потреби людини. Вони поділяються на кілька основних типів, зокрема архітектурні, художні, музичні та театральні музеї.

Літературні музеї присвячені вивченню та збереженню історії розвитку літератури в контексті культурних і суспільних змін різних епох. Вони поділяються на загальні, які охоплюють літературний процес у широкому масштабі, та монографічні, що зосереджені на житті й творчості конкретного письменника. Прикладами таких музеїв є Національний музей літератури України, Державний музей Тараса Шевченка, музей «Літературний Львів першої половини ХХ століття» та музей «Літературна Немирівщина» [21].

Окрему групу, близьку до літературних музеїв, становлять музеї книги. Вони досліджують і документують історію книги як унікального явища духовної та матеріальної культури, а також як важливого засобу комунікації. Музеї, присвячені книгам і друкарству, досліджують історію створення, поширення та розвитку друкованої продукції. Вони поділяються на кілька категорій, зокрема музеї історії книги, книгодрукування та поліграфічної техніки, музеї книжкової графіки й репродукційної техніки, а також спеціалізовані заклади, що зосереджуються на шрифтах, папері, палітурках тощо. В Україні до таких музеїв належать Державний музей книги і друкарства України, Музей мистецтва давньої української книги у Львові та Музей однієї книги в Черкасах.

Педагогічні музеї займаються збереженням та дослідженням історії розвитку педагогіки як науки та сфери практичної діяльності. Вони відображають еволюцію освітніх методів, навчальних закладів і видатних педагогів. Один із таких музеїв розташований у Києві – Педагогічний музей України.

Науково-технічні музеї досліджують і фіксують процеси розвитку науки та техніки. Вони поділяються на різні типи в залежності від галузі знань: музеї загальної історії науки і техніки, політехнічні музеї, а також спеціалізовані музеї, які зосереджуються на прикладних науках, технологіях, промисловості, будівництві, транспорті, зв'язку та інших сферах. До таких музеїв відносяться, наприклад, Державний політехнічний музей при НТУУ КПІ, Музей телефонної техніки, Музей космонавтики ім. С. Корольова в Житомирі, Музей історії Львівської залізниці.

Існують також музеї, діяльність яких охоплює декілька наукових дисциплін або напрямків мистецтва. Такі музеї називаються комплексними. Однією з найбільш поширених форм комплексних музеїв є краєзнавчі, які фіксують розвиток природи та суспільства конкретного регіону в їхній цілісності. У таких музеях зазвичай є відділи, присвячені природі, історії, а також художні та літературні відділи. Краєзнавчі музеї функціонують у обласних і районних центрах України [22].

До комплексних також відносяться музеї-ансамблі, в яких профіль може варіюватися: від історико-художнього до архітектурно-етнографічного. В залежності від характеру ансамблю вони можуть мати різні напрями, такі як історико-культурний, архітектурно-етнографічний, історико-архітектурний тощо.

Зокрема, архітектурно-етнографічний профіль має музей народної архітектури та побуту НАН України, а історико-архітектурний профіль – Державний історико-архітектурний заповідник «Стародавній Київ» і історико-архітектурний ансамбль центру Львова. Особливе місце серед музеїв займають меморіальні, які документують життя та діяльність видатних особистостей в різних сферах людської діяльності (історії, культури, мистецтва, науки, техніки тощо). Меморіальні музеї створюються для збереження пам'яті про цікавих постатей або важливі події в історії людства. Вони не утворюють окремої категорії і представлені в різних профільних групах. Профіль меморіальних музеїв визначається залежно від діяльності особи, яку вони увічнюють, або за характером події, до яких вони відносяться (історико-меморіальні, літературно-меморіальні, педагогічно-меморіальні та інші).

Класифікація музеїв за методом документування розподіляє їх на дві основні групи: колекційні та ансамблеві. Колекційні музеї орієнтовані на збирання і збереження предметів, що об'єднані в окремі колекції. Вони виконують функцію документування через формування та збереження фондів, а також їх подальшу презентацію в експозиціях.

Музейні предмети, які виставляються, можуть бути розподілені за різними профільними групами залежно від тематики, що охоплюють колекції. Колекційні музеї часто мають різноманітні виставки, що демонструють матеріальні свідчення історії, культури, природи тощо.

Ансамблеві музеї орієнтовані на збереження пам'яток архітектури, їх інтер'єрів та навколишнього середовища певного історичного періоду. Ці музеї документують культурно-історичне та природне середовище через збереження або відтворення архітектурних ансамблів, що є частинами культурної спадщини. Ансамблеві музеї можуть бути представлені в різних варіантах, таких як музеї під

відкритим небом, міста-музеї, палаци-музеї, садиби-музеї, будинки-музеї, квартири-музеї та майстерні-музеї. Вони дозволяють побачити об'єкти в їх природному середовищі та автентичному контексті. Прикладами ансамблевих музеїв є Воронцовський, Масандрівський і Лівадійський палаци в Криму. Окрему цінність мають музеї під відкритим небом, які створені на основі нерухомих пам'яток, що отримали статус музеїв-заповідників, такими прикладами є Національний заповідник «Херсонес Таврійський».

Ця класифікація є умовною, оскільки колекційні музеї можуть бути розміщені в архітектурних пам'ятках, тим самим зберігаючи їх історичну цінність. З іншого боку, ансамблеві музеї часто формують спеціалізовані колекції, що доповнюють основну мету збереження архітектурних та культурних пам'яток.

3. Класифікація музеїв за формою власності розрізняє державні та недержавні музеї. Державні музеї – це установи, що підпорядковані державі або місцевим органам влади. Вони можуть належати до структури державних підприємств, організацій чи установ, а також перебувати в управлінні місцевих органів самоврядування. Фінансування таких музеїв здійснюється через державний або місцевий бюджет, що гарантує їх стабільне функціонування та підтримку.

Недержавні музеї є тими, що не підпорядковуються державним чи місцевим органам. Серед них можна виділити приватні музеї, власниками яких є фізичні особи або підприємці. Також існують громадські музеї, що належать різним громадським організаціям, а також музеї, які знаходяться у власності недержавних підприємств, установ чи організацій, і фінансуються за рахунок коштів засновників – фізичних або юридичних осіб. Недержавні музеї часто мають більше свободи в управлінні та розвитку, але також можуть зіштовхуватись з проблемами фінансування [21].

4. Класифікація музеїв за основним напрямком діяльності розподіляє їх на науково-дослідні, науково-освітні та навчальні. Хоча більшість музеїв займаються всіма цими видами діяльності, зазвичай один з напрямків є провідним. Науково-дослідні музеї, як правило, належать певним відомствам і зосереджені на виконанні

наукових завдань. Їх основне завдання – проведення досліджень і збереження спеціалізованих колекцій, які мають суттєве значення для розвитку науки.

Такі музеї активно працюють над вивченням та збереженням культурної і природної спадщини, а їх експонати часто служать основою для наукових розробок. Науково-освітні музеї мають основний акцент на освітньо-виховну діяльність. Їхні функції спрямовані на залучення широкої аудиторії, включаючи школярів, студентів і просто зацікавлених осіб. Вони активно проводять культурно-освітні заходи, розробляють освітні програми, організовують виставки та експозиції, що сприяють формуванню знань та естетичних смаків відвідувачів. Навчальні музеї функціонують як навчальні лабораторії, де музейні зібрання служать наочними посібниками для студентів чи учнів. Вони сприяють процесу пізнання і є важливим елементом освітнього процесу. Наприклад, археологічний музей Київського національного університету використовує свої експонати для навчання студентів, надаючи їм можливість працювати з реальними артефактами і проводити дослідження в умовах навчального процесу [21].

5. Класифікація музеїв за обсягами діяльності передбачає поділ на загальнодержавні (національні), регіональні (обласні та автономні) та місцеві (міські, районні, сільські) музеї. Такий поділ визначається рівнем впливу музеїв на суспільство та територією їхньої діяльності. Загальнодержавні музеї, як правило, мають найвищу суспільну значущість і поширюють свій вплив на всю територію країни. Вони є важливими культурними, освітніми та науковими закладами, які активно працюють на рівні держави. Ті музеї, які отримали міжнародне визнання та значну репутацію в своїх профільних групах, можуть отримати статус національних. Наприклад, до таких музеїв відносяться Національний музей Тараса Шевченка, Національний музей «Чорнобиль», Національний заповідник «Софія Київська» та інші, що мають велику роль в збереженні культурної спадщини країни та міжнародному культурному обміні.

Регіональні музеї охоплюють територію окремих областей або автономних республік. Їхня діяльність зосереджена в межах відповідних адміністративних одиниць, але вони можуть мати значний вплив на культурне життя регіону. Це

можуть бути обласні музеї або музеї, що підпорядковані місцевим органам виконавчої влади, які представляють культурні та історичні надбання певної області. Місцеві музеї мають найбільш обмежену територіальну зону впливу і їх діяльність зазвичай обмежується лише міськими, районними або сільськими громадами. Проте серед таких музеїв також можна знайти цікаві і значущі культурні заклади [21].

6. Класифікація музеїв за місцем у ієрархії визначає набір їх прав та обов'язків, і є однією з найбільш динамічних. Це означає, що структура музеїв може змінюватися в залежності від розвитку організаційної і управлінської моделі музейної справи. Згідно з цією класифікацією, музеї поділяються на провідні, головні музеї та музеї-філії.

Провідні музеї є організаційними центрами науково-методичної роботи для музеїв свого профілю. Вони займають лідируючу позицію у своїй сфері діяльності та часто виконують роль координаційних центрів для інших закладів.

Наприклад, Національний історичний музей в Україні є провідним музеєм для історичних музеїв країни, надаючи методичну допомогу та сприяючи розвитку музейної науки в цій галузі. Головні музеї мають у своєму підпорядкуванні кілька інших музеїв або відділів, виконуючи організаційні та методичні функції на локальному рівні. Музеї-філії є частинами більших музеїв і підпорядковуються головним музеям.

Вони зберігають свою специфіку, але зазвичай виконують конкретні функції, надані їм організаційними центрами. Це дозволяє розширювати масштаби музейної діяльності, зберігаючи при цьому належну організаційну структуру та управління. Однак, варто зазначити, що така класифікація не є остаточною і може змінюватися з часом.

Музейна справа постійно розвивається, з'являються нові методи роботи з фондами та експозиціями, нові форми взаємодії з відвідувачами та організації музейних колекцій. Це призводить до необхідності перегляду класифікаційних підходів та їх адаптації до нових реалій музейної практики [5].

1.2 Особливості розвитку музейного туризму в Україні та регіонах

Сучасна Україна займає помітне місце серед європейських країн за кількістю музеїв. Її показник можна порівняти з країнами, такими як Норвегія, Португалія, Румунія, Польща та Угорщина. Значну частину музейної мережі було успадковано від радянських часів, коли музейна справа була важливою частиною ідеологічної роботи, що служила побудові соціалістичного суспільства. Однак, головну роль у формуванні сучасних музейних закладів відіграла багата історична, культурна та природна спадщина України, частина якої має європейське і навіть світове значення. Згідно з офіційними даними ЮНЕСКО, в Україні є 6 музейних та історико-культурних об'єктів, що належать до світової спадщини. Це Національний архітектурно-історичний заповідник «Софія Київська» з собором 11 століття, Національний історико-культурний заповідник Києво-Печерська Лавра з печерами 11 століття, історичний ансамбль міста Львова, що є фактично музеєм під відкритим небом, древнє місто Херсонес Таврійський в Криму, Резиденція митрополитів Буковини та Далмації в Чернівцях, а також 8 дерев'яних церков Карпатського регіону, що є чудовими прикладами архітектури 16-19 століть. Ці об'єкти є важливими частинами культурної спадщини не тільки України, але й всього світу [10].

Лише у XIX столітті на території сучасної України почали з'являтися музейні заклади різного профілю. Найактивніше цей процес відбувався у великих містах, а також у Причорноморському регіоні, який у той час інтенсивно освоювався, заселявся і переживав економічне піднесення. У 1834–1840 роках було створено низку історичних і природничих музеїв (географо-етнографічних, мінералогічних, ботанічних) при Імператорському університеті Святого князя Володимира, який нині відомий як Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Важливу роль у розвитку музейної справи відіграло вивчення та збереження археологічної спадщини. Саме тому у першій половині XIX століття було засновано археологічні музеї в Миколаєві (1806 р.), Феодосії (1811 р.), Одесі

(1825р.) та Керчі (1826 р.). Паралельно зі зростанням економіки в Україні виникали численні промислові та сільськогосподарські виставки, частина з яких згодом отримала статус музеїв, зокрема в Одесі та інших південних містах.

Загальне піднесення інтересу до вітчизняної історії та культури сприяло появі великих історичних і художніх музеїв, які стали важливими центрами наукової та освітньої діяльності. Таким чином, XIX століття стало ключовим періодом у становленні музейної справи в Україні.

У другій половині XIX століття музейна справа в Україні почала розвиватися ще інтенсивніше. Цьому сприяло загальне економічне й культурне піднесення у пореформений період, пов'язане з прискореним розвитком капіталізму. Саме в цей час було засновано низку історичних музеїв, які відіграли важливу роль у збереженні й популяризації культурної спадщини.

Наприкінці XIX століття за ініціативою Товариства шанувальників старожитностей та мистецтва в Києві був заснований Міський музей. Його фонди поповнилися важливими археологічними знахідками, серед яких були предмети з кам'яного віку та бронзової доби, скіфські та грецькі артефакти з античних міст Північного Причорномор'я, а також численні історичні та художні колекції, які музей отримав завдяки щедрості меценатів.

Одночасно з Київським музеєм активно діяв Чернігівський музей, у якому зберігалися унікальні пам'ятки доби Київської Русі, зокрема золоті й срібні прикраси, ремісничі інструменти та побутові речі. Окреме місце в експозиції займали різноманітні етнографічні матеріали, що відображали особливості життя і традицій місцевого населення.

Ще одним важливим культурним осередком того часу став Херсонський історико-археологічний музей, заснований наприкінці XIX століття. Його фонди налічували близько 24 тисяч експонатів, серед яких понад 5 тисяч стародавніх монет і медалей. Таким чином, кінець XIX століття став періодом активного розвитку музейної справи в Україні, що значною мірою було зумовлено підвищенням інтересу до історії, мистецтва й археології.

Наприкінці XIX – на початку XX століття в Україні активно відкривалися музеї, засновані при земствах, губернських архівних комісіях, наукових товариствах та інших установах.

Одним із таких закладів став Музей Полтавського губернського земства, який мав кілька відділів, серед яких геологічний і палеонтологічний, ґрунтовий, зоологічний, ботанічний, археологічний, нумізматичний та практичний. Його діяльність сприяла розвитку наукових досліджень та збереженню природничої і культурної спадщини регіону. На західноукраїнських землях одним із головних центрів музейної справи був Львів. У 1874 році тут було засновано Музей художньої промисловості, а в 1895 році – Музей етнографії. Обидва заклади зробили значний внесок у збирання, збереження та популяризацію народного і декоративно-ужиткового мистецтва, сприяючи дослідженню культурних традицій українців та інших народів регіону [10].

Після подій 1917 року Україна пережила період громадянської війни, голоду та розрухи, що призвело до значних втрат у музейній сфері. Багато музейних установ і приватних колекцій були пограбовані або знищені, а унікальні експонати втрачено через відсутність належних умов зберігання.

У перші роки радянської влади в Україні було ухвалено низку важливих постанов, що мали на меті захист і збереження історичних та мистецьких цінностей.

Усі пам'ятки передавалися у відання Народного комісаріату освіти, запроваджувалися заходи щодо їхньої охорони, а також заборонялося вивезення культурної спадщини за кордон. Краєзнавці активно займалися збиранням історичних пам'яток, складанням археологічних карт, що згодом стало основою для створення багатьох регіональних музеїв. Саме в цей період в Україні з'явилися Уманський, Черкаський, Вінницький, Нікопольський, Путивльський та інші краєзнавчі музеї.

Загалом у перші роки радянської влади кількість музеїв в Україні зростає втричі – з 36 до 100 наприкінці 1920-х років. Більшість із них створювалися за рахунок музеїв атеїзму, організованих у колишніх релігійних спорудах і

наповнених реквізованими культовими предметами. Також з'явилися музеї пролетаріату та інтернаціоналу, покликані виконувати комуністичну пропаганду і просвітницьку діяльність. Окрему категорію становили музеї мистецтв, що формувалися на основі націоналізованих приватних колекцій, відібраних у відомих колекціонерів та меценатів. Хоча розширення музейної мережі сприяло збереженню багатьох історичних артефактів, цей процес супроводжувався значними втратами і знищенням культурної спадщини, особливо релігійних та аристократичних зібрань [31].

Коли почалась Друга світова війна, фашистські окупанти знищували українські міста та села, руйнуючи історичні й культурні пам'ятки. Музеї Києва, Харкова та інших міст зазнали масштабних пограбувань – їхні цінні колекції вивозилися до Німеччини, а частина з них так і не була повернена після війни. У ці складні часи музейні працівники докладали надлюдських зусиль для збереження культурної спадщини. Завдяки їхній самовідданій праці вдалося евакуювати значну частину музейних експонатів. Водночас під час німецької окупації було знищено понад 150 музеїв, а разом із ними – унікальні експонати світового значення.

По завершенню війни розпочався тривалий процес відбудови музейних приміщень та повернення евакуйованих колекцій. Значну увагу приділяли створенню музеїв, присвячених подіям Другої світової війни, що мали слугувати пам'яттю про героїчний спротив українців та величезні втрати, які зазнала країна.

З моментом здобуття незалежності Україна спрямувала свої зусилля на відновлення національних традицій, культури та мистецтва, а також на повернення історичних і духовних святинь, що протягом століть були символами національної гордості та єдності. Музеї активно долучилися до процесу відновлення історичної пам'яті українців, формування національної самосвідомості та духовності. Краєзнавчі музеї зосередили свою увагу на зборі предметів, що відображають національну самобутність, відродженні традицій та популяризації культурної спадщини.

Окрему увагу приділили створенню музеїв, присвячених видатним українським діячам, імена яких у радянські часи замовчувалися або навіть були під

забороною. Таким чином, музейна справа в Україні набула нового значення – не лише як зберігання артефактів, а й як інструмент відновлення та зміцнення національної ідентичності.

Однією з нових тенденцій музейного життя стало виникнення віртуальних музеїв. Ці музеї представлені як онлайн-версії реальних музеїв, таких як Національний музей «Чорнобиль», Дніпропетровський національний історичний музей ім. Д.І. Яворницького, Острозький замок, музей Волинської ікони, заповідник «Поле Полтавської битви», музей Гетьманства та інші, а також музеї, що існують лише в віртуальному просторі, як, наприклад, музей Ігоря Сікорського [36].

На сьогодні в Україні функціонує близько 600 музеїв. Серед них 35% становлять історичні, 34% – комплексні, 14% – мистецькі та художні, 10% – літературні, а 7% – природничі та галузеві. Крім того, на основі 60 важливих нерухомих пам'яток, що занесені до Державного реєстру, були створені національні історико-культурні заповідники. Наприклад, Національний заповідник «Софія Київська» (1037 р.), Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник (1051 р.) та Національний заповідник «Херсонес Таврійський» (IV ст. до н. е. - XII ст. н. е.) визнані об'єктами світового значення і внесені до списку ЮНЕСКО [39].

Структуру мережі музейних закладів представлено на рисунку 1.2.

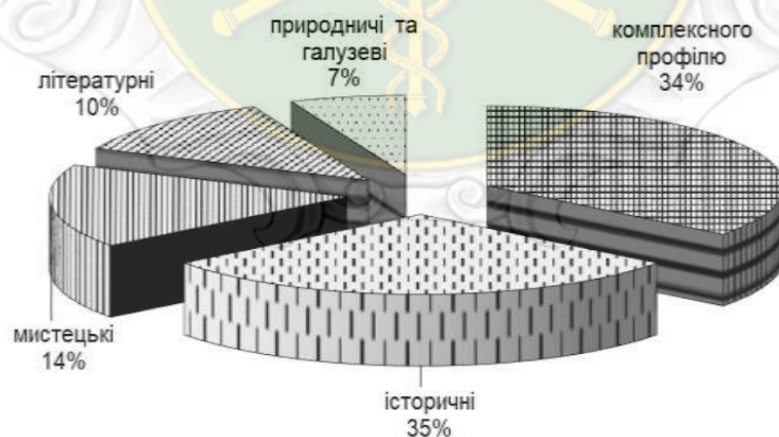


Рисунок 1.2 – Структура мережі музейних закладів в Україні

На рисунку 1.2 продемонстровано чітке домінування двох основних категорій – історичних музеїв та музеїв комплексного профілю. Історичні музеї займають найбільшу частку, складаючи 35%, що свідчить про значний інтерес до збереження й популяризації історичної спадщини. Водночас музеї комплексного профілю, які охоплюють кілька тематичних напрямків, займають майже рівну частку – 34%. Це свідчить про їхню універсальність і широку аудиторію, що цінує різноманіття представлених матеріалів.

Менш представленими в структурі є літературні, мистецькі, природничі та галузеві музеї. Літературні музеї складають лише 10%, що може вказувати на їхню вузьку спеціалізацію або обмежений попит серед відвідувачів. Трохи вищу частку – 14% мають мистецькі музеї, які, попри багатий потенціал, не є настільки широко представленими в порівнянні з історичними чи комплексними закладами. Найменшу частку – лише 7% – займають природничі та галузеві музеї. Це може свідчити про менший інтерес до цієї сфери або про обмежені ресурси для створення та підтримки таких установ.

Загалом, структура музейної мережі відображає пріоритетність історичної та багатопрофільної тематики, тоді як спеціалізовані напрямки, такі як література чи природознавство, мають значно менше представництво.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ КЗ «МІСЬКИЙ ІСТОРИЧНИЙ МУЗЕЙ», М.ЖМЕРИНКА

2.1 Огляд діяльності Жмеринського КЗ «Міський історичний музей»

Жмеринський історичний музей – це один з найважливіших музеїв у Жмеринському районі, адже працює для збереження історії та культурної спадщини міста та регіону, а також для популяризації знань про місцеву історію серед громадськості (Додаток Д).

Жмеринський історичний музей був заснований в середині ХХ століття, але точна дата його відкриття не відома, так як може варіюватися залежно від джерел. Спочатку музей був орієнтований на збереження історії та культури міста Жмеринка, яка є важливим транспортним вузлом на південь від Києва [20].

Місто отримало популярність завдяки своєму стратегічному розташуванню на залізничному шляху, що поєднував Київ з іншими великими містами України.

За допомогою свого розташування, місто часто відвідували впливові люди, які допомагали музею розвиватися, а також поповнювали його своїми витворами мистецтва.

Музей протягом своєї історії неодноразово оновлював свої експозиції, доповнював колекції, що дозволяло зберегти та розширити знання про важливі моменти в історії Жмеринки та її околиць.

Музей висвітлює історію Жмеринки від найдавніших часів до сьогодення, і за роки роботи зібрав особливу та цікаву колекцію вказану у табл. 2.1.

Кількість предметів основного фонду, що експонувались протягом 2023 року становить 728 одиниць, у тому числі на виставках у музеї - 592 та поза музеєм під час пересувних виставок [37].

Таблиця 2.1 - Колекція Жмеринського історичного музею

Назва колекції	Опис колекції
Археологічні знахідки	Речі, знайдені під час археологічних розкопок на території Жмеринки та її околиць. Це предмети побуту, зброя, прикраси, що відносяться до різних історичних епох.
Експонати, пов'язані з історією залізниці	Жмеринка була важливим транспортним вузлом, і на цьому базується частина музейної експозиції, присвячена розвитку залізничного транспорту в Україні.
Етнографічні колекції	Народне мистецтво, ремесла, побут, традиції місцевих жителів. Музей зберігає предмети, які відображають повсякденне життя мешканців Жмеринки і навколишніх сіл.
Фотографії та документи	Архівні матеріали, що відображають історичний розвиток міста, важливі події, персоналії, які відіграли значну роль у житті Жмеринки.

У 2020 році Жмеринський історичний музей продовжував активно працювати з громадськістю, організовуючи низку заходів, які сприяли розвитку культурного життя міста та залученню нових відвідувачів.

Щосуботи в музеї проводилися майстер-класи з інтуїтивного живопису, які проводив художник-авангардист П. Куцик. Ці заняття дозволяли учасникам розкрити свою творчість без жорстких технічних обмежень, що стало популярним серед місцевих жителів. Вони могли не лише зануритися у процес малювання, але й отримати новий досвід у самовираженні, вивчаючи нові стилі та підходи до мистецтва [38].

Крім того, на базі музею регулярно проводилися засідання Жмеринського районного Клубу колекціонерів, який очолював В. В. Щурков. Це об'єднання стало важливим осередком для людей, які захоплюються збором різноманітних колекцій. Вони мали можливість обмінюватися досвідом, презентувати свої колекції та вивчати нові аспекти музейної діяльності. Такі зустрічі сприяли збереженню місцевих культурних традицій і становили значну частину діяльності музею в розвитку краєзнавства та популяризації колекціонування.

У 2021 році Жмеринський історичний музей продовжував активно брати участь у культурних і мистецьких заходах, розширюючи свої програми та збільшуючи кількість взаємодій з творчими людьми. Однією з найзначніших подій року став I міжрегіональний мистецький пленер «Симфонія старого міста», який

об'єднав 13 учасників. Це був творчий процес, що відображав унікальну атмосферу Жмеринки, її історичні пам'ятки та міське середовище. У результаті пленеру фонди музею поповнились новими роботами – натюрмортами та пейзажами (16 нових найменувань), що стало важливим доповненням до колекції і дозволило ще глибше відобразити красу рідного краю через призму мистецтва .

Також, у 2021 році музей став активним учасником культурного життя міста, зокрема, він взяв участь у закритті фестивалю «Open air» в Браїлові, присвяченому Петру Чайковському та Надії Філаретівні фон Мекк. На локації «Museum Zhmerynka» музей презентував виставку, що відтворювала куточок побуту жмеринчан-міщан кінця XIX – початку XX століття. Цей проект дозволив відвідувачам фестивалю зануритися в атмосферу старого міста, ознайомитися з побутом та культурою того часу, що стало важливою частиною культурного обміну та освітнього процесу в рамках фестивалю [38].

Участь у таких заходах дозволила музею не лише зберігати, але й активно популяризувати історію і культуру Жмеринки, а також сприяла розвитку мистецьких ініціатив серед місцевих та міжрегіональних художників.

Однією з ключових подій 2022 року стало засідання круглого столу «Революція Гідності: вимір української ідентичності», яке відбулося при Вінницькому обласному краєзнавчому музеї. Музей взяв активну участь у цьому заході, представивши виставку, присвячену подіям Революції Гідності, а також здійснив виступ, що розглядав роль подій 2013-2014 років у формуванні сучасної української ідентичності. Цей захід став важливим внеском у дискусії про національну свідомість, єдність та боротьбу за демократичні цінності в Україні.

Крім того, музей став учасником благодійного міжнародного фестивалю-конкурсу «Carpathians», який проходив у Татарові, Івано-Франківської області. Музей представив свої роботи в розділі декоративно-прикладного мистецтва і за результатами конкурсу здобув звання Лауреата I премії. Ця перемога стала визнанням високого рівня майстерності та творчого підходу, що застосовуються в роботі музею, а також сприяла підвищенню його престижу на міжнародному рівні [38].

У 2023 році Жмеринський історичний музей реалізував низку цікавих і значущих ініціатив, спрямованих на розвиток культурного життя міста та залучення різних верств населення до мистецтва і історії.

Одним із яскравих заходів став перформанс «Візерунки Поділля», який об'єднав місцевих жителів і гостей міста в колективному розпису великих декоративних писанок. Цей творчий процес став справжнім святом для громади, оскільки писанка є невід'ємною частиною народної культури Поділля, і завдяки цьому заходу вдалося не тільки зберегти, а й популяризувати цю традицію серед сучасників.

Також важливим проектом стали молодіжні посиденьки, які проводилися щосуботи для дітей, що проживають у притулку. У межах цієї ініціативи діти мали змогу зустрічатися з художниками, краєзнавцями та іншими фахівцями, що допомогло їм поглибити знання про рідний край, а також розвинути свої творчі здібності. Це стала чудова можливість для молоді знайти підтримку та натхнення, а також поринути в атмосферу культурного і творчого середовища.

До Міжнародного Дня музеїв музей організував важливу зустріч з музейниками міста та району, яка відбулася в музеї В. Забаштанського. Цей захід став майданчиком для обміну досвідом між професіоналами музейної справи, обговорення важливих питань розвитку музеїв та культурного життя загалом. Зустріч також сприяла популяризації музейної діяльності серед місцевої громади та заохоченню нових відвідувачів до знайомства з музеями регіону [38].

Отже, 2023 рік став для музею часом активної роботи, спрямованої на залучення громади до культурних ініціатив, підтримку творчих молодих людей та популяризацію історичної спадщини Поділля.

Унікальними є роботи Заслуженого майстра народної творчості України Михайла Маслюка. Він активно працює над створенням виставок, що представляють історичну та культурну спадщину міста. Маслюк є автором кількох публікацій, які стосуються історії Жмеринки та Вінниччини. Його роботи включають як наукові дослідження, так і популярні статті, які знайомлять широкого читача з минулим рідного краю. Михайло Маслюк також сприяє

впровадженню новітніх технологій в краєзнавчі дослідження, зокрема використанню цифрових технологій для збереження та демонстрації історичних артефактів і матеріалів. Він активно підтримує ініціативи, пов'язані з цифровими архівами та віртуальними виставками, що дозволяє ширшій аудиторії ознайомитися з культурною спадщиною регіону [25].

Михайло Маслюк також відомий як мініатюрист, що є менш відомим, але важливим аспектом його творчої діяльності. Як мініатюрист, він створював мініатюрні художні роботи, зокрема в жанрі мініатюрного живопису та ілюстрацій до історичних тем. У своїй творчості він поєднував традиційне мистецтво з краєзнавчими темами, що дозволяло йому не тільки виражати естетичні, але й історичні і культурні концепції.

Михайло Маслюк не лише створював мініатюри, але й активно виставляв свої роботи на різноманітних культурних та мистецьких заходах. Його мініатюри були представлені на виставках, присвячених культурній спадщині Вінниччини та Жмеринки. Виставки, на яких виставлялись його роботи, допомагали привернути увагу громадськості до краєзнавчих тем і відзначити важливість збереження історичної пам'яті через мистецтво.

Крім того, деякі з його мініатюр могли бути використані як ілюстрації до краєзнавчих публікацій, що дозволяло читачам не тільки дізнаватися про історію, але й бачити її через художні образи.

Музей займається організацією виставок, які можуть змінюватися залежно від часу та актуальних тем. Це можуть бути як постійні, так і тимчасові експозиції. Для шкіл, студентів та інших відвідувачів музей проводить екскурсії, лекції та тематичні заходи, на яких розповідається про історію міста, його промисловість та культурні особливості. Організуються виставки на теми історії, культури, розвитку міста, а також тимчасові виставки сучасного мистецтва або спільні проекти з іншими музеями. Проводяться різноманітні культурні заходи, що сприяють популяризації історії та культури міста серед широкої аудиторії. Це можуть бути святкування важливих дат, виставки, майстер-класи та інші

культурно-освітні заходи. Економічні показники діяльності музею, представлено в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2 – Фінансово-економічні показники діяльності Жмеринського історичного музею на 2020-2023 роки

Назва показників	2020 р.	2021 р.	2022 р.	2023 р.	Відхилення 2021 р. від 2020 р., +/-	Відхилення 2022 р. від 2021 р., +/-	Відхилення 2023 р. від 2022 р., +/-
Дохід, тис. грн.	13.075	7.04	7.235	10.580	-6.035	0.195	3.345
Витрати, тис. грн.	66.00	366.00	11.709	190.00	300	-354.291	178.291

Дані таблиці відображають динаміку доходів, витрат та ефективності діяльності музею протягом 2020–2023 років.

У 2020 році дохід музею становив 13.075 тис. грн, після чого у 2021 році спостерігалось різке зниження до 7.04 тис. грн. Незначне зростання в 2022 році (7.235 тис. грн) не змогло компенсувати попередні втрати, однак у 2023 році дохід зріс до 10.580 тис. грн. Незважаючи на позитивну динаміку, рівень доходу у 2023 році залишається на 2.495 тис. грн меншим порівняно з 2020 роком.

Витрати демонструють нестабільну тенденцію. У 2020 році вони склали 60.6 тис. грн, однак у 2021 році відбулося значне зростання до 366 тис. грн. У 2022 році витрати різко зменшилися до 11.709 тис. грн, а у 2023 році знову зросли до 190 тис. грн. Загалом витрати у 2023 році перевищили рівень 2020 року на 129.4 тис. грн, що може свідчити про підвищення вартості обслуговування музею, вплив інфляції або збільшення інвестицій у його розвиток.

У 2020 році музей отримав від реалізації квитків та екскурсійних путівок 7,040 грн. Це стало основним джерелом доходу, але сума була незначною через пандемію COVID-19, яка обмежила кількість відвідувачів. У 2021 та 2022 роках дохід зростає незначно, що могло свідчити про поступове відновлення попиту на культурні послуги. У 2023 році дохід від квитків значно збільшився до 10,580 грн,

що свідчить про відновлення роботи музею на більшому рівні та збільшення інтересу відвідувачів [38].

Музей постійно працює над покращенням інфраструктури. У 2020 році основним ремонтним напрямком став ремонт пандусу та поліпшення доступу для відвідувачів. 2021 рік був витратним через капітальний ремонт даху, що коштував значну суму — 360 тис. грн. Це інвестиція в довгострокову стабільність будівлі музею. У 2023 році було здійснено ремонт внутрішніх приміщень на суму 190 тис. грн, що свідчить про постійне вдосконалення як зовнішнього, так і внутрішнього вигляду музею. Музей також інвестував у покращення власного обладнання та зовнішньої реклами. У 2020 році витратили кошти на встановлення вказівника «Роза Вітрів» і лайтбоксу для зовнішньої реклами, що сприяло популяризації музею. У 2021 році було витрачено кошти на новорічні вогники та сувеніри, що також могло допомогти в створенні привабливого образу музею. В 2022 році витрати були пов'язані з канцелярією та електротоварами, що свідчить про стабільну потребу в оновленні інвентарю.

В 2023 році музей отримав гуманітарну допомогу від різних міжнародних організацій, зокрема генератори, акумулятори та інше обладнання. Це допомогло музею зберегти свою діяльність в умовах енергетичної кризи та забезпечити безперебійне функціонування [38].

Розглянемо організаційну структуру Жмеринського історичного музею.

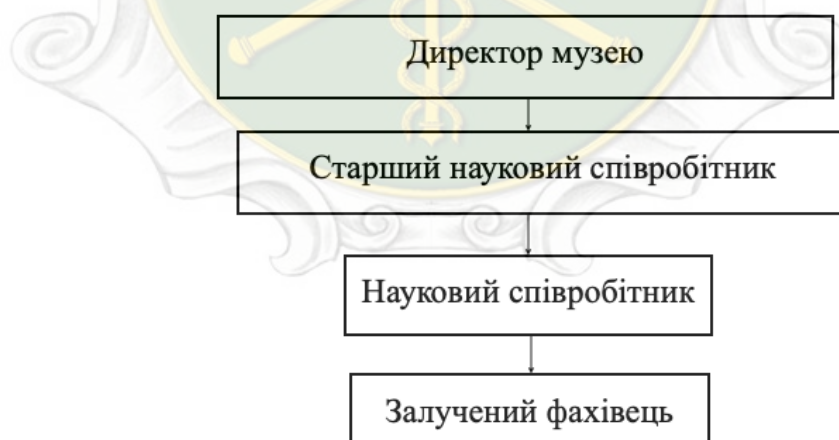


Рисунок 2.1 – Організаційна структура Жмеринського історичного музею

Жмеринський історичний музей має досить компактну організаційну структуру, яка включає як штатних працівників, так і фахівців, залучених на громадських засадах. Усього в штаті музею працює чотири особи. Керівництво музеєм здійснює Шеремета Г.С., директор, який має вищу освіту. Директор відповідає за загальне управління, розробку стратегічних напрямків діяльності музею, координацію роботи всіх підрозділів, а також представлення музею на зовнішньому рівні. Одним з основних завдань директора є організація екскурсій та заходів для відвідувачів музею.

Догляд за експозиціями та проведення екскурсій є важливими обов'язками ще двох працівників музею, які також мають вищу освіту. Вони здійснюють науково-практичну діяльність, включаючи підготовку і проведення екскурсій, а також підтримку в належному стані музейних фондів. Однак, станом на 2023 рік, посада старшого наукового співробітника залишилась вакантною після звільнення Антонюк О.М. з 27 липня 2023 року за власним бажанням.

Крім штатних працівників, музей активно співпрацює з фахівцями, залученими на громадських засадах. Зокрема, музей має 11 таких осіб, які надають свою допомогу в різних аспектах діяльності музею. Серед них є відомі особистості, такі як Отець Сергій (Мельник С.), настоятель церкви Пресвятої Богородиці УАПЦ, який бере участь у релігійних заходах музею, а також колекціонери Щурков В.В., Собчук Л.В. та Снігур С., які допомагають в збереженні та поповненні музейних колекцій. До того ж, музей співпрацює з Куцаком П. та Подзігуном І.А., художниками, чия робота сприяє створенню нових художніх експозицій та оформленню виставок [37].

Краєзнавець Малоожон В.А. надає експертну допомогу в розробці історичних проектів та створенні виставок, що висвітлюють місцеву історію. Також музей співпрацює з поетом Поліцем В.О., який бере участь у культурних заходах, пов'язаних з літературою, і композитором Смогітелем В., який сприяє організації музичних проектів. Волонтери, серед яких Дячина Олеся та Ярина Бульба, допомагають в організації заходів та догляді за фондами музею, що є важливим елементом у підтримці належного рівня діяльності музею.

Загалом, організаційна структура Жмеринського історичного музею дозволяє ефективно поєднувати роботу штатних працівників і фахівців, залучених на громадських засадах, що сприяє розвитку та функціонуванню музею, організації екскурсій, виставок і культурних заходів.

2.2 Оцінка розвитку музейного туризму на базі Жмеринського історичного музею

На сьогоднішній день туристично-екскурсійна діяльність є важливим чинником економічного та культурного розвитку як окремих регіонів, так і територіальних громад. Туризм поступово інтегрується з іншими сферами людської діяльності, сприяючи збільшенню бюджетних надходжень, створенню нових робочих місць та підвищенню привабливості територій для туристів. Останнім часом в Україні відбуваються позитивні зміни у розвитку цієї галузі. Однак поширення пандемії COVID-19 та введення воєнного стану в країні суттєво ускладнюють подальший розвиток туристичної індустрії [33].

Місто Жмеринка володіє великим культурним та туристичним потенціалом, і оскільки промислові об'єкти в ньому не є чисельними, то туристична галузь є найбільш перспективним напрямком для розвитку міста [19].

Інфраструктура та доступність музею є одними з основних факторів, що впливають на успішний розвиток музейного туризму, зокрема на базі Жмеринського історичного музею. Оцінка цих аспектів є важливою, оскільки вони безпосередньо визначають комфорт відвідувачів, зручність їхнього доступу та загальний досвід відвідування музею, що є критично важливим для залучення туристів, зокрема, у контексті розвитку туристичної індустрії регіону.

Жмеринський історичний музей розташований у самому центрі міста, що забезпечує зручний доступ для туристів і відвідувачів. Завдяки своєму центральному розміщенню, музей знаходиться в безпосередній близькості до

основних транспортних артерій міста, що полегшує до нього добирання з різних частин Жмеринки та сусідніх населених пунктів. Музей має добре розвинену інфраструктуру для туристів, включаючи зручний під'їзд на громадському транспорті, а також наявність парковок для тих, хто подорожує на автомобілі. Крім того, для відвідувачів з обмеженими можливостями передбачено безперешкодний доступ до музейних залів завдяки наявності пандусів та інших зручностей, що гарантують комфортне перебування в установі. Це сприяє залученню більшої кількості туристів, у тому числі людей з інвалідністю, які можуть насолоджуватися культурним досвідом без обмежень [23].

Для того щоб забезпечити максимальний доступ до музею, графік роботи повинен бути гнучким і враховувати потреби різних категорій відвідувачів — як місцевих жителів, так і туристів. Зазвичай музеї працюють у будні дні, однак для залучення більшої кількості туристів і задоволення їхніх потреб важливо, щоб музей був відкритий і на вихідних, коли багато людей мають вільний час для культурного відпочинку [30].

Для туристів, зокрема, зручний графік роботи має критичне значення. Якщо музей відкритий лише в будні, туристи, які приїжджають на вихідних або у святкові дні, можуть стикнутися з труднощами у відвідуванні. Тому дуже важливо забезпечити роботу музею як у будні, так і в вихідні дні, можливо, з коригуванням годин на більш пізній або ранній час у разі святкових періодів, що дозволить відвідувачам з різних куточків регіону чи з-за кордону планувати свої візити до музею з урахуванням їхнього графіка.

Наявність супутніх сервісів у музеї – це важливий елемент для створення позитивного і комфортного досвіду для відвідувачів. Кафе, сувенірні лавки, парковка, доступність громадського транспорту та інші зручності можуть значно підвищити рівень задоволення від візиту, а також сприяти розвитку туристичного потоку. Чим зручніше і комфортніше відвідувачам перебувати в музеї, тим більше шансів, що вони повернуться знову, а також поділяться позитивними враженнями з іншими людьми, що може привести до збільшення кількості туристів [27].

За даними анкети за 2020 році Жмеринський історичний музей відвідало 5589 осіб, у 2021 році - 4421 особи, у 2022 році - 3959 особи, у 2023 році - 4551 особи [37]. За допомогою анкет ми можемо зробити висновок, що відвідування музею та зацікавленість туристів у ньому з кожним роком падала, але у 2023 році знову збільшилася та перевищила кількість відвідувачів за 2021 рік.

Експозиції та виставкові програми є центральними елементами музейної діяльності. Для Жмеринського історичного музею, як і для будь-якої іншої культурної установи, якість та різноманіття експозицій та виставок мають безпосередній вплив на привабливість музею для туристів. Оцінка цих аспектів дозволяє визначити, наскільки успішно музей може залучати відвідувачів і сприяти розвитку туристичної індустрії на місцевому рівні.

Результатом науково-дослідницької роботи музею у 2020 році стало створення нових виставок, доповнення діючих фрагментів майбутньої експозиції, підготовка наукових видань та публікацій, організація виступів на радіо.

Так як у музеї не було діючої експозиції, тому створили три фрагменти майбутньої експозиції:

– кімната побуту жмеринчан-міщан кін. XIX – поч. XX ст., де представлені речі з родини Шинкаренко Л.П. – ровесниці міста та доповнена музейними експонатами з даної тематики (Додаток А).

– «Заповіт старого Майстра» висвітлює життєвий і творчий шлях М.Г. Маслюка (1918 – 1995 р.р.) - Заслуженого майстра народної творчості України, мікромініатюриста та його онука Сергія Тетеріна. Спільно з благодійним фондом «Поділля-XXI століття», за ініціативи та сприяння сім'ї Жеребнюк, діючу експозицію доповнено тимчасовою – мініатюрними творами С. Тетеріна (Додаток Б).

– Експозиційний комплекс «Фотопрезентація сучасного міста» та «Визначні постаті міста», який у майбутньому планується розширити за рахунок перенесення на електронний носій (сенсорний кіоск). Постійнодіюча виставка картин художника-сюрреаліста Петра Куцака [38], (Додаток В).

Усі наступні роки змін не відбулося і ці експозиції та виставки залишилися активними до сьогодні.

Тематичні екскурсії, що були організовані в 2020-2021 рр. представлено в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3 – Тематичні екскурсії, організовані в 2020-2021 рр.

Рік	Теми екскурсій	Цільова аудиторія
2020	«Залізничний вокзал – окраса міста» «Нові дані про перші письмові згадки та походження назви Жмеринки» «Пам'ятки трипільської культури Жмеринського району» «Древній Межирів-містечко» «Історія вулиць міста Жмеринки» «Вивчення подій Національної революції 1917-1921 р.р. на Жмеринщині» «Голодомор 1932-1933р.р. у Жмеринському районі»	Учні шкіл міста та району, студенти, жителі та гості міста, представники партій, турагенції.
2021	«Залізничний вокзал – візитівка міста» «З історії вулиць міста Жмеринки» «Нові дані про перші письмові згадки та походження назви Жмеринки» «Шлях нескорених» «Друга світова війна на теренах Жмеринщини» «Вивчення подій Української революції 1917-1921 р.р. на Жмеринщині» «Голодомор 1932-1933р.р. у Жмеринському районі» «Українська вишивка – генетичний код нації» «Екологічне харчування. Кулінарні рецепти поч. ХХ ст.»	Учні шкіл, студенти, жителі, гості міста, представники турагенцій, учасники мистецьких пленерів, студентів та учнів шкіл.

Впродовж 2020-2023 рр. тривала організація роботи по обслуговуванню відвідувачів музею, проведенню екскурсійної та освітньої роботи (Додаток Г).

2022-2023 рр. було доповнено великою кількістю тематичних екскурсій для різної цільової аудиторії (табл. 2.4).

Таблиця 2.4 – Тематичні екскурсії, організовані в 2022-2023 рр.

Рік	Теми екскурсій	Цільова аудиторія
2022	«Залізничний вокзал – візитівка міста» «З історії вулиць міста Жмеринки» «Нові дані про перші письмові згадки та походження назви Жмеринки» «Шлях нескорених» «Вивчення подій Української революції 1917-1921 р.р. на Жмеринщині» «Голодомор 1932-1933р.р. у Жмеринському районі» «Українська вишивка – генетичний код нації» «Подільська писанка. Витоки та традиції»	Вимушено переміщені особи, учні шкіл, студенти, жителі міста, гості з різних регіонів.

Продовження таблиці 2.4

2023	«Залізничний вокзал – візитівка міста» «З історії будівель міста Жмеринки» «Нові дані про перші писемні згадки та походження назви Жмеринки» «Шлях нескорених» (історії воїнів жмеринчан – учасників російсько-української війни) «Вивчення подій Української революції 1917-1921 р.р. на Жмеринщині» «Голодомор 1932-1933р.р. у Жмеринському районі» «Українська вишивка – генетичний код нації» «Подільська писанка. Витоки та традиції»	Працівники ЦНАП, учні ліцеїв, діти пришкольного табору, куратори шляху Camino Podolico, учні 10 класу, вимушено переміщені особи.
------	---	---

Вдосконалення музейних програм через інтеграцію мультимедійних технологій, інтерактивних експонатів та віртуальних турів є важливим кроком для розвитку Жмеринського історичного музею, особливо у контексті сучасних вимог до музейного туризму. Така інтеграція не лише підвищить привабливість музею для молодшої аудиторії, але й дозволить залучити нові групи туристів, зокрема іноземців, завдяки використанню сучасних технологій, які значно покращують досвід відвідувачів. Сучасна молодь звикла до технологій, і тому для залучення цієї аудиторії важливо створювати в музеї сучасний та динамічний досвід. Мультимедійні технології та інтерактивні експонати дозволяють зробити процес навчання та дослідження історії більш цікавим і захоплюючим. Студенти, школярі, молоді люди, зацікавлені в технічних новинках, оцінять можливість використовувати смартфони, планшети чи інші гаджети для інтерактивного дослідження музейних експозицій [35].

Директор музею зацікавлена у розвитку технологій та у своїх звітах неодноразово звертається до міської ради за виділенням коштів для купівлі сенсорного кіоску, але, на жаль, це ще не виконано. Висока якість збережених експонатів, зокрема оригінальних археологічних знахідок, є одним із найважливіших аспектів, який визначає загальний імідж музею та його здатність привертати нових відвідувачів, а також забезпечує позитивні враження від уже здійснених візитів. Збереження та презентація унікальних експонатів, які є частиною культурної спадщини регіону, дозволяють створити у відвідувачів глибоке та тривале враження про історичну значущість цього місця [26].

Кожен рік до фонду надходили нові та унікальні експонати, які доповнювали та покращували колекцію музею

У період з 2020 по 2023 рр. речові джерела музею Жмеринки значно доповнились, що дозволило розширити тематичні екскурсії та освітні програми для різних груп відвідувачів вказано у табл. 2.5.

Таблиця 2.5 – Доповнення речових джерел за 2020-2023 рр.

Рік	Речові джерела
2020	<ul style="list-style-type: none"> – форма українського військовика, генерал-лейтенанта, помічника міністра оборони України – Заболотного В.Г. – захисні окуляри, маска та каски жмеринчан - учасників Євромайдану – марки УНР та ЗУНР – телефон Tesla, 1964р. – лопата хлібна, кінця ХІХ ст. – домоткані рушники та сорочка першої половини ХХ ст.
2021	<ul style="list-style-type: none"> – Радіограмафон «Ювілейний» з комплектом платівок середини ХХ ст. – Рушник, сорочка, спідниця Куценко М.Г. 1922р.н. з с. Головчинці (нині Кармалюково) Жмеринської ОТГ – Валіза Прилуцької укршкіргалантерейної фабрики №3 сер.ХХ ст. – Футляр для протигазу та ліхтарем нагрудним часів Другої світової війни – Коробки пакувальні для головного убору Акціонерного товариства «Хутростар» м. Жмеринки – Прядка, що побутувала у с. Носківці, Жмеринського району.
2022	<ul style="list-style-type: none"> – Благодійний фонд з Норвегії через релігійну громаду «Джерело надії» передав до музею 9 швейних машинок поч. ХХ ст. відомих європейських брендів та 13 порцелянових ляльок – Футболка дисидента шестидесятника В. Смогітеля з надписом «Нарешті вільна» і датою 12-1-91 – Прапор України з надписами, що писав Тарас Тополя соліст гурту «Антитіла» - «Хроніки подій російсько-української війни» – Залишки від ракети та БПЛА – Пристрій для точіння лез 1957р. – Шкіряні жіночі туфлі виробництва фабрики «Прогрес» сер. ХХ ст. – Дитячі іграшки, подаровані музею дітьми вимушено переміщених осіб – та інші предмети
2023	<ul style="list-style-type: none"> – Набій радянський проміжний унітарний центрального займання, що використовувався українськими воїнами під час оборони Солідару на Донеччині у 2022році – Ліхтар налобний воїна жмеринчанина Карнауха В. – Ящик БК для боєприпасів з Білоруського кордону – Хвостовик від ворожого граду – Штик-ніж в чохлі солдата російської федерації – Бойовий дрон росіян – Протитанкові міни – Шеврони загиблих воїнів жмеринчан

Також за ці роки збільшився писемний фонд музею (табл. 2.6).

Таблиця 2.6 – Писемні надбання за 2020-2023 рр.

Рік	Писемні надбання
2020	<ul style="list-style-type: none"> – книга С. Руданського «Пан та Іван», ілюстрована жмеринчанином А.Базилевичем – книга Куховарська настільна, 1911р. видання – книга для читання в церковно-приходських школах і школах грамоти, 1901 р. видання – календар настільний на 1940 рік – газети «Правда», «Сталінська Перемога», «Радянська Україна», «Вільна Україна» 1938-1949 р.р. – місячник культури і суспільного життя «Орлик», лютий, 1948 р., виданий у Мюнхені українською мовою – збірка віршів «Чужиною» О.Олеся, вид-во Відень, українською мовою – підручники «Початковий курс географії» держвидавництва України, 1928р. та «Оповідання з української історії», 1918р. видання – книга «Українсько-московська війна» (1917-1919 рр), вид-во Торонто, 1957 р. – залізничний квиток до станції Комарівці, 1917 р.
2021	<ul style="list-style-type: none"> – книги, проілюстровані жмеринчанином А.Д.Базилевичем – листи та документи нащадків одного з засновників міста Жмеринки та парку культури і відпочинку, що раніше носив назву «Парк Белінських» - М.І.Белінського (1852-1908) – книги, альманахи, підбірки матеріалів української діаспори в Америці 60-80-ті р.р. ХХ ст. – збірки віршів сучасних поетів жмеринщини – етикетка для напівпальто чоловіче Жмеринської хутрової фабрики, 1997р.
2022	<ul style="list-style-type: none"> – Комплекс щодо історії жмеринської хутрової фабрики: книга «Хутрові вироби за кордоном 1966-67р.р.»; фотографія кольорова працівників інженерно-технологічного відділу; міжнародний каталог торгівлі хутром, куди увійшли дані про жмеринську хутрову фабрику – Підручник «Естественной истории» 1917 р. видання, упорядник М. Левін – викладач одеської гімназії – Гімназичний квиток Могилів-Подільської чоловічої гімназії на ім'я Шинкаренко Віктора – Поштове повідомлення 1987р., перепустка для автотранспорту 1966р.
2023	<ul style="list-style-type: none"> – Брошура віршів «Крик душі. Барикада» С. Туріва , учасника революції Гідності – Підшивка загальнозрозумілих наукових ілюстрованих журналів « Наука і життя» за 1894 р. – Підшивка ілюстрованих журналів «Знання и искусство» за 1903 та 1905 р.р. – Книга Т. Шевченка «Кобзарь» за 1961 р. – Грамота військовому ЗСУ Кушпіті Ярославу – Ноти збірки початку ХХ ст.

І, звичайно за цей час збільшилися мистецькі надбання та фото, які представлено у таблиці 2.7.

Таблиця 2.7 – Мистецькі надбаня за 2020-2023 рр.

Рік	Мистецькі надбаня
2020	<ul style="list-style-type: none"> – портрет Т. Шевченка, вишитий хрестиком на полотні, вишивала Надія Предстай, українка, що мешкає у Вашингтоні, середина ХХ ст. – фотографії сюжетні Ніни Матвієнко та композитора-земляка Вадима Смогітеля, 90-ті р.р. ХХ ст. – фотографії жмеринчан-залізничників, 60-70 р.р. ХХ ст.
2021	<ul style="list-style-type: none"> – Творами сучасного мистецтва – пейзажі, натюрморти, графіка (як результат проведеного I регіонального мистецького пленеру «Симфонія старого міста» до Дня художника) 20 робіт – Фотографією «Центральний колгоспний ринок» II пол. ХХ ст. – Світлинами нащадків роду М.І.Белінського та В. Хмелюка.
2022	<ul style="list-style-type: none"> – Картина «Калина», написана під час перформансу двадцятьма особами –дітьми і дорослими. – Акварелі місцевих художників – Комплекс фотографій 1915-1930 р.р. сім'ї жмеринчанина О. Панченко та інші предмети – Комплекс фотографій з історії міста, що перенесені з інтернет сайтів до фондів музею. – Комплекс світлин, що були передані до музею після конкурсу «Молоде обличчя Жмеринської громади»
2023	<ul style="list-style-type: none"> – Фотографія у паспорті групова чорно-біла випуск «Школи математиків» м. Жмеринки 60-ті роки ХХ ст.

Залучення туристів та рекламна діяльність є необхідною, оскільки без активного просування музей не зможе ефективно підвищувати свою відвідуваність, привертати нових туристів та зміцнювати свою позицію як культурний осередок регіону. Рекламні кампанії, маркетингові стратегії та активна робота зі споживачами мають безпосередній вплив на розвиток музею, створюючи позитивний імідж та стимулюючи потік туристів [18].

Рекламно-інформаційна та видавнича робота музею за 2020-2023 рр. розподілена за основними напрямками діяльності (табл. 2.8).

Таблиця 2.8 – Рекламно-інформаційна та видавнича робота музею за 2020-2023 рр.

Напрямок діяльності	Опис роботи музею
Висвітлення діяльності музею в ЗМІ	<ul style="list-style-type: none"> – Протягом року підготовка текстів. Статей. Довідок, матеріалів для засоби масової інформації – Підготовка та розміщення матеріалів про діяльність музею на сайті міськ ради. – Розміщення інформації на сторінках музею в соцмережах Facebook і Instagram

Продовження таблиці 2.8

Розповсюдження рекламних матеріалів	<ul style="list-style-type: none"> – Розповсюдження буклетів та листівок, таких як «Таємниці невидимих шедеврів Михайла Маслюка», «Залізничний вокзал – окраса міста», «Світлини міста Жмеринки поч. ХХ ст.» – Поширення комплектів листівок «Мистецький погляд» П. Куцака, музейних буклетів від художниці Анни Вараксіної.
Зовнішня реклама	<ul style="list-style-type: none"> – Встановлення лайтбокса для сітілайтів, що висвітлює режим роботи музею та виставкову діяльність. – Встановлення туристичної локації – вказівник «Роза Вітрів», що позначає міста України та світу і відстані до них від Жмеринки.
Інтернет-активність	<ul style="list-style-type: none"> – Активне ведення сторінок у соціальних мережах Facebook та Instagram, зокрема створення окремих груп і сторінок для популяризації музею
Розробка та дизайн	<ul style="list-style-type: none"> – Розробка нового буклету музею від художниці Анни Вараксіної.

Також потрібно залучати іноземних туристів з кількох причин, які можуть суттєво вплинути на популярність музею, його фінансову стабільність та загальний розвиток туризму в регіоні. Іноземні туристи мають особливу цінність для музею, оскільки вони приносять не тільки доходи, але й сприяють розширенню міжнародного іміджу музею та культурного обміну [16].

Мови та міжнародні зв'язки потрібно розвивати кожному закладу, оскільки дозволяють музеям не тільки залучати ширшу аудиторію, але й забезпечувати ефективно та інклюзивно спілкування з іноземними туристами. Враховуючи глобалізацію та інтеграцію туристичних потоків, забезпечення доступності музейної інформації різними мовами є необхідністю для досягнення міжнародного успіху. Для іноземних відвідувачів важливо, щоб музей надавав інформацію про експонати, колекції, історичні факти та культурні контексти не лише рідною мовою, а й мовами, які є популярними серед міжнародних туристів. Це, перш за все, стосується англійської мови, яка є універсальною у світі туризму, а також інших мов, таких як німецька, французька, іспанська, польська. Пропозиція перекладу описів експонатів, екскурсійних програм, інтерпретативних матеріалів на цих мовах дозволяє значно покращити досвід відвідувачів. Залучення професійних гідів, які володіють іноземними мовами, дає можливість розширити аудиторію музею. Це допомагає туристам з різних країн отримати повноцінну інформацію про історію та культуру через культурно адаптовані екскурсії. Музей також може створювати мультимедійні гіді, застосовуючи новітні технології, які

дозволяють віртуально подорожувати через виставки, надаючи пояснення різними мовами. Це важливо для тих туристів, які не можуть відвідати музей особисто, але хочуть ознайомитися з його колекціями через інтернет [8].

Участь у міжнародних виставках надає музею можливість презентувати свої колекції ширшій аудиторії, залучаючи туристів та відвідувачів з інших країн. Наприклад, музей може організувати виставки за кордоном, що презентують культурні особливості та історію Жмеринки, або співпрацювати з іншими міжнародними культурними установами для обміну експонатами. Це може збільшити зацікавленість до музею та стимулювати подальші відвідини [4].

Міжнародні партнерства є важливим елементом стратегії розвитку музейного туризму, оскільки дають можливість музеям не лише розширювати свою аудиторію, а й підвищувати культурний статус. Співпраця з іншими музеями та культурними установами дозволяє організовувати спільні виставки та культурні заходи, що привертають увагу до музею на міжнародній арені. Види та приклади міжнародного партнерства вказані у табл. 2.9.

Таблиця 2.9 – Види міжнародного партнерства

Вид міжнародного партнерства	Опис	Приклад
Спільні виставки та обмін експонатами	Спільні виставки та обмін експонатами	Музей може співпрацювати з музеями Європи чи Східної Азії для обміну колекціями або створення виставок, що висвітлюють історію і культуру Жмеринки через міжнародний культурний обмін.
Міжнародні культурні проекти та фестивалі	Участь у міжнародних фестивалях, конференціях та культурних проектах, що дозволяють залучати нову аудиторію та підвищувати статус музею в глобальній культурній спільноті.	Організація фестивалю народної культури Жмеринки, співпраця з музеями інших країн для обміну досвідом, ресурсами та культурними цінностями.
Міжнародні партнерства з освітніми та науковими установами	Співпраця з університетами, науковими центрами та освітніми інституціями за кордоном для спільних дослідницьких проектів та освітніх програм.	Організація лекційних програм або наукових конференцій, обмін дослідженнями з університетами Європи, що підвищить наукову цінність музейних колекцій і залучить міжнародних дослідників.

Продовження таблиці 2.9

Крос-культурні ініціативи	Участь у культурних обмінах, мистецьких виставках, програмах стажувань та іншій міжнародній діяльності, що дозволяє обмінюватися досвідом з колегами з різних країн.	Музей може організувати програми стажувань для музейних працівників, участь у виставках міжнародного рівня, що сприяє розвитку нових підходів у музейній діяльності.
---------------------------	--	--

Участь у міжнародних виставках та проектах значно підвищує пізнаваність музею серед іноземних туристів і культурних інституцій. Це дозволяє привернути більше відвідувачів, сприяючи популяризації музею на світовій карті культурних об'єктів.

Міжнародні партнерства відкривають можливості для залучення міжнародних грантів та фінансування, що може бути використано для реставраційних робіт, модернізації музею, закупівлі нових експонатів, організації заходів або розвитку нових проектів.

Співпраця з іншими музеями та культурними інституціями сприяє поглибленню культурних зв'язків між різними країнами, що в свою чергу допомагає розвитку міжкультурного діалогу та взаєморозуміння між народами [16].

Проведемо SWOT-аналіз, який допоможе зрозуміти, які аспекти роботи музею потребують покращення, а в яких сферах музей є сильним. Розглянемо його у таблиці 2.10.

SWOT-аналіз Жмеринського історичного музею виявив кілька ключових аспектів, що визначають його діяльність та перспективи. Однією з найбільших сильних сторін музею є наявність унікальних експонатів, які надають відвідувачам глибоке розуміння історії регіону.

Іншим значущим активом є кваліфікований персонал. Працівники музею мають вищу освіту і значний досвід у своїй галузі, що дозволяє проводити високоякісні екскурсії, а також організувати культурні заходи, лекції та виставки, здатні зацікавити різноманітні групи відвідувачів.

Таблиця 2.10 – SWOT-аналіз КЗ «Міський історичний музей», м. Жмеринка

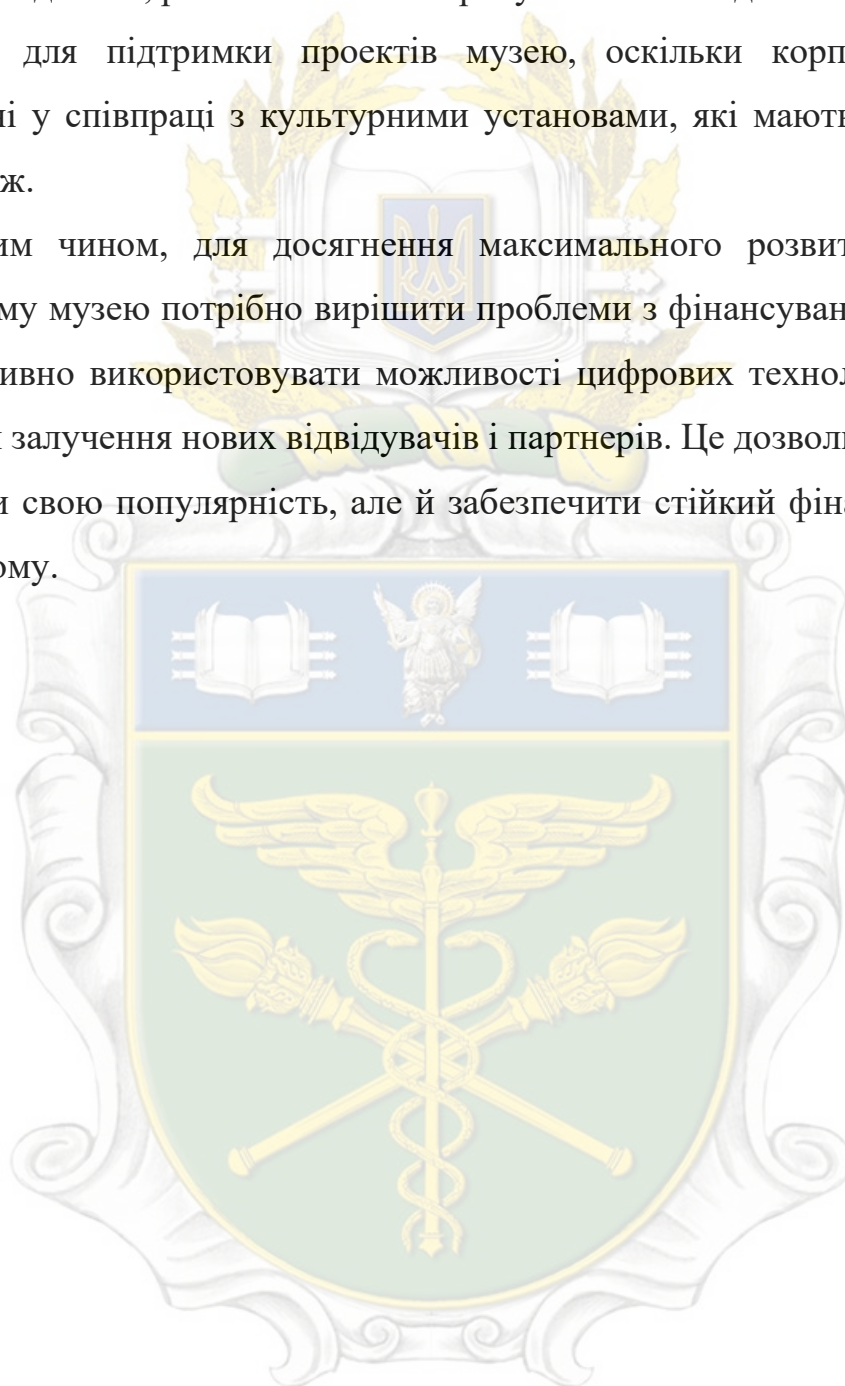
Сильні сторони	Можливості
<ul style="list-style-type: none"> – наявність унікальних експонатів – постійне поновлення колекції – висококваліфіковані співробітники – організація цікавих заходів – залучення фахівців з різних сфер діяльності. 	<ul style="list-style-type: none"> – залучення нових спонсорів – реалізація проєктів – оновлення експозицій – організація нових культурних заходів. – розвиток онлайн-платформ – використання соціальних мереж – онлайн-екскурсії – віртуальні виставки – регулярне оновлення контенту
Слабкі сторони	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> – обмежений бюджет – матеріально-технічної бази закладу – не постійне оновлювати експозиції – не оновлені виставки – виглядає застарілим – недостатня активність в рекламі – не має добре розвинутої стратегії промоції в інтернеті – мінімальна присутність у соціальних мережах 	<ul style="list-style-type: none"> – російсько-українська війна – економічна нестабільність – зростання ціни на енергоносії, будівельні матеріали та інші необхідні ресурси – скорочення фінансування – конкуренція – зменшення потоку

Однак, для подальшого розвитку музею необхідно вирішити кілька серйозних слабких сторін. Однією з головних проблем є обмежене фінансування, яке ускладнює виконання важливих ремонтних робіт та оновлення експозицій. Музей часто не може дозволити собі витрати на капітальні ремонти або модернізацію своїх виставок, що негативно впливає на його привабливість для відвідувачів. Крім того, недостатня реклама музею є ще однією проблемою. В умовах сучасної конкуренції на ринку культурних послуг, коли інші музеї та культурні центри активно рекламуються через соціальні мережі та медіа, музей не використовує повною мірою ці канали для залучення нової аудиторії. Це обмежує можливість залучення молодших поколінь та туристів, які можуть не дізнатися про захоплюючі експозиції та події, що проходять у музеї [22].

Незважаючи на ці проблеми, музей має значні можливості для розвитку. Зокрема, розвиток цифрових платформ та активне використання соціальних мереж можуть значно розширити його аудиторію. Запуск онлайн-екскурсій, створення віртуальних виставок і активне просування через соцмережі допоможуть залучити

нових відвідувачів не лише з Жмеринки, але й з інших міст та країн. Це дозволить музею стати більш доступним і привабливим для широкої аудиторії, а також підвищити зацікавленість до його діяльності серед молоді та міжнародних туристів. Водночас, розвиток онлайн-присутності може допомогти залучити нових спонсорів для підтримки проєктів музею, оскільки корпоративні партнери зацікавлені у співпраці з культурними установами, які мають добре розвинутий медіа-імідж.

Таким чином, для досягнення максимального розвитку Жмеринському історичному музею потрібно вирішити проблеми з фінансуванням та рекламою, а також активно використовувати можливості цифрових технологій та соціальних мереж для залучення нових відвідувачів і партнерів. Це дозволить музею не тільки підвищити свою популярність, але й забезпечити стійкий фінансовий розвиток у майбутньому.



РОЗДІЛ 3

ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ПОКРАЩЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ КЗ «МІСЬКИЙ ІСТОРИЧНИЙ МУЗЕЙ», М. ЖМЕРИНКА В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ МУЗЕЙНОГО ТУРИЗМУ

3.1 Проблеми та виклики у розвитку музейного туризму України на прикладі Жмеринського історичного музею

Проблеми недостатнього фінансування та слабкої матеріально-технічної бази є одними з найбільш серйозних бар'єрів на шляху розвитку музейного туризму в Україні, і це стосується не лише музеїв у великих містах, але й регіональних культурних закладів, таких як Жмеринський історичний музей.

Відсутність належного фінансування обмежує можливості для розвитку музеїв, створення сучасних експозицій, залучення нових відвідувачів і інтеграції музеїв в туристичні маршрути [30].

Фінансування музеїв в Україні зазвичай забезпечується з державного або місцевого бюджету, але ці кошти часто є обмеженими.

У результаті, музеї не можуть повноцінно виконувати свої функції, включаючи підтримку науково-дослідницької діяльності, збереження колекцій, оновлення експозицій, створення нових виставок та інсталяцій.

Багато музеїв на місцях змушені існувати в умовах дефіциту фінансування, що створює ряд суттєвих проблем:

– Застаріле обладнання та експозиції. Багато музеїв не можуть оновлювати свої колекції чи ремонтувати приміщення через нестачу коштів. Старі експонати часто не можуть бути належним чином презентовані через відсутність сучасних технологій, що обмежує можливості для залучення більшої кількості відвідувачів.

– Відсутність інноваційних технологій. Музейний туризм зараз неможливий без впровадження мультимедійних технологій, віртуальних турів,

інтерактивних екранів або спеціальних аудіогідів. Однак для багатьох музеїв, зокрема Жмеринського історичного музею, закупівля таких технологій є непосильним завданням.

– Погана матеріально-технічна база. Багато музеїв не можуть дозволити собі покращення інфраструктури. Відсутність належних умов для збереження експонатів (системи кондиціонування, системи безпеки, належне освітлення) знижує якість експозицій та може призвести до погіршення стану колекцій [17].

У випадку обмеженого бюджету важливо забезпечити ефективне використання фінансування.

Однак іноді через бюрократичні процедури, недостатній менеджмент або неефективне розподілення ресурсів кошти витрачаються не на найважливіші потреби музею, а на менш пріоритетні завдання. Це може призвести до того, що важливі проекти не отримують необхідної підтримки.

Наприклад, Жмеринський історичний музей може отримувати фінансування для підтримки основних функцій, таких як охорона колекцій або утримання приміщення, але на інвестиції в нові технології, проведення виставок або ремонт приміщень коштів може не вистачати.

Тому музей змушений обирати між нагальними потребами (наприклад, оплатою за енергоресурси) та довгостроковими проектами розвитку.

Також, найбільшою проблемою є наявність старих та застарілих експозицій, які не відповідають сучасним стандартам музейного дизайну, а також вимогам туристів та відвідувачів, особливо в умовах високої конкуренції на туристичному ринку [28].

Це питання особливо актуальне для Жмеринського історичного музею, де наявні експозиції потребують модернізації.

Розглянемо проблеми та наслідки застарілих експозицій, які представлено у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 – Проблеми та наслідки застарілих експозицій.

Проблема	Причина проблеми	Наслідки
Недостатня інтерактивність експозицій	Експозиції часто представлені у вигляді статичних виставок, що складаються з текстових інформаційних табличок, традиційних витворів мистецтва чи артефактів, що не забезпечують глибокої взаємодії з відвідувачами. Цей підхід, хоча й має свою історичну та культурну цінність, не відповідає сучасним вимогам до музеїв як місць активного пізнання та взаємодії.	Низький рівень залучення відвідувачів; Відсутність можливості персоналізувати досвід; Погіршення вражень відвідувачів.
Відсутність сучасного підходу до музейного дизайну	Музеї часто не враховують сучасні тренди в музейному дизайні, який за останні десятиліття суттєво змінився. Сучасний музейний простір не обмежується лише демонстрацією експонатів, він включає в себе певну концепцію подачі матеріалу, організацію простору, інтерактивність та взаємодію з відвідувачем.	Дезорганізованість експозицій; Погана освітленість та технічне оснащення.
Невідповідність сучасним стандартам збереження експонатів	Старі музеї часто використовують неефективні або застарілі методи зберігання (наприклад, неправильні умови вологості чи температури), що негативно впливає на стан колекцій	Погіршення стану колекцій; Відсутність наукових і дослідницьких можливостей.
Відсутність інновацій	Старі експозиції часто не відображають сучасних підходів до наративу та подачі історії. Вони можуть бути застарілими з точки зору наукових концепцій, включати односторонні або стереотипні інтерпретації історичних подій, що не відповідають сучасним науковим дослідженням.	Невідповідність сучасним науковим стандартам; Мала привабливість для міжнародних туристів.

Наступна проблема Жмеринського історичного музею - це відсутність кваліфікованих кадрів. Професійний рівень співробітників є важливим чинником для успішного розвитку музейного туризму. Відсутність достатньої кількості кваліфікованих екскурсоводів, музейних працівників, що володіють сучасними методами комунікації та популяризації культурної спадщини, суттєво знижує якість обслуговування туристів [11]. Штат музею складається з 4 працівників, з яких двоє – директор і доглядач, що мають вищу освіту, здійснюють проведення екскурсій. В музеї функціонують 3 штатні ставки.

Жмеринський історичний музей, як і інші музеї в малих містах, стикається з проблемами транспортної доступності. Відсутність належного транспортного

сполучення з великими містами обмежує потік туристів. Крім того, інфраструктура навколо музею (готелі, ресторани, інші об'єкти туристичної інфраструктури) часто не відповідає вимогам сучасного туриста.

Однією з основних проблем, з якими стикається Жмеринський історичний музей, є недостатня рекламна діяльність і малий рівень популяризації серед потенційних відвідувачів. У сучасному світі, коли культура, туризм та дозвілля все більше зосереджуються на використанні новітніх маркетингових інструментів, музеї повинні активно залучати відвідувачів через різноманітні рекламні стратегії [7].

Однак, для музеїв з обмеженими ресурсами, це часто стає великим викликом. У цьому контексті недостатнє використання ефективних інструментів просування значно знижує можливості музею щодо збільшення потоку туристів та створення стійкої аудиторії. Розглянемо проблеми популяризації, а також їх наслідки у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2 – Проблеми популяризації та їх наслідки

Проблеми	Наслідки
Відсутність онлайн-присутності та цифрового маркетингу	Обмежене охоплення потенційних відвідувачів, втрата туристичного інтересу.
Неактивна співпраця з туристичними агентствами	Втрата можливості залучити організовані туристичні групи та тури.
Обмежене використання рекламних каналів	Мала впізнаваність музею, низький рівень інформованості громадськості.
Низька популяризація спеціальних подій та виставок	Відсутність інтересу до нових подій, низька відвідуваність на виставках.
Недостатнє залучення медіа та партнерства	Втрата можливостей для підвищення іміджу та розширення аудиторії музею.

Також, відсутність тісної співпраці з туристичними агентствами та іншими культурними і туристичними об'єктами регіону зменшує видимість музею та обмежує його потенціал стати важливою частиною туристичної пропозиції. Зазвичай туристи планують свої поїздки, орієнтуючись на певні маршрути або пакети послуг, які включають декілька об'єктів чи місць для відвідування. Якщо музей не є частиною таких маршрутів, його шанси бути поміченим туристами значно зменшуються.

Жмеринський історичний музей, незважаючи на наявність унікальних експонатів та культурної цінності, не має достатньої присутності в загальній туристичній інфраструктурі міста та області. Це може означати відсутність туристичних маршрутів, що включають цей музей, а також недостатнє залучення його до туристичних виставок чи ярмарків. Оскільки більшість туристів в Україні зазвичай планують свої маршрути через туристичні агентства або через інформацію на туристичних платформах, відсутність музею в таких пропозиціях створює суттєву перешкоду для збільшення відвідуваності.

Неактивна участь музею в туристичних пакетах та заходах також обмежує його можливість взаємодіяти з туристами, які перебувають в регіоні або мандрують через місто. Якщо музей не є частиною локальної чи національної туристичної пропозиції, він не може отримати ту увагу, яку заслуговує. Наприклад, багато туристів, подорожуючи по Україні, часто відвідують міста чи райони, де є культурні чи історичні пам'ятки, але якщо музей не входить у перелік таких об'єктів, туристи можуть не знати про його існування.

Наявність співпраці з регіональними та національними туристичними організаціями може допомогти музею бути більш помітним серед туристів, адже багато таких організацій створюють загальні маршрути, рекламні кампанії та туристичні брошури. Якщо музей не включений в ці програми, він втрачає можливість скористатися готовими каналами для залучення відвідувачів.

Таким чином, недостатня інтеграція з туристичною інфраструктурою створює значну проблему для розвитку Жмеринського історичного музею як туристичного об'єкта. Для того, щоб музей став більш привабливим для туристів, необхідно активніше працювати над включенням музею в туристичні маршрути, розвивати партнерства з готелями, ресторанами, туристичними агентствами та іншими культурними закладами, а також використовувати можливості рекламних кампаній на рівні місцевих та національних туристичних організацій. Тільки в такому разі музей зможе значно збільшити свою відвідуваність та стати важливою частиною культурного туризму регіону.

Але, звичайно, найбільшою проблемою для розвитку музеїв, зокрема Жмеринського історичного музею, є війна в Україні. Музеї можуть зіткнутися з численними кризовими ситуаціями, пов'язаними з економічною, соціальною та політичною нестабільністю. Однією з найбільших проблем є зменшення фінансування, адже бюджетні кошти часто спрямовуються на нагальні потреби, такі як забезпечення армії, медичної допомоги та відновлення інфраструктури. Культурні установи, як і багато інших неприбуткових організацій, опиняються в умовах обмеженого фінансування, що ускладнює виконання планів з модернізації або навіть поточної роботи музею. Іншою серйозною проблемою є небезпека для самих експонатів, адже руйнування інфраструктури або обстріли можуть призвести до пошкодження чи втрати безцінних колекцій. Тому музеї змушені вживати екстрених заходів для захисту своїх експонатів, евакуюючи їх або встановлюючи спеціальні засоби безпеки. Водночас, нестабільна ситуація у країні створює труднощі з кадрами: працівники музеїв можуть бути мобілізовані до армії або змушені виїжджати з небезпечних територій, що ускладнює нормальну роботу закладу. Через це багато музеїв змушені призупиняти організацію екскурсій чи культурних подій, що ще більше знижує їх доступність для відвідувачів.

Важливою проблемою є також зниження міжнародного туристичного потоку. Через ситуацію в країні, іноземні туристи, як правило, уникають подорожей в зони конфлікту, що впливає на кількість відвідувачів з інших країн. Музеї, які раніше могли спиратися на туристів з-за кордону, зараз повинні шукати нові способи залучення відвідувачів, орієнтуючись на місцеву аудиторію або онлайн-формати. Війна також має психологічні наслідки для суспільства, оскільки багато людей перебувають під стресом і не зацікавлені у культурних заходах, що додає додатковий тягар на музеї, які намагаються адаптувати свої програми до нових умов. Водночас важливою частиною роботи в умовах війни є підтримка психічного здоров'я суспільства, і музеї можуть відігравати роль у цьому, організовуючи заходи, що сприяють відновленню морального стану людей.

Таким чином, війна створює численні виклики для розвитку музейної справи, але також дає можливість для адаптації та змін. Музеї мають знайти способи

підтримки своєї діяльності через залучення позабюджетних коштів, активне використання онлайн-ресурсів для проведення віртуальних екскурсій і залучення громадськості до культурних проєктів.

3.2 Пропозиції щодо покращення туристичної привабливості КЗ «Міський історичний музей», м. Жмеринка

Розвиток туристичної привабливості музеїв є важливою складовою популяризації культурної спадщини та формування позитивного іміджу регіону. КЗ «Міський історичний музей» м. Жмеринка має значний потенціал для залучення більшої кількості відвідувачів, зокрема завдяки своїй унікальній експозиції та місцевим особливостям. У цьому розділі розглянуто низку пропозицій, спрямованих на підвищення туристичної привабливості музею, розширення його функціоналу, вдосконалення інфраструктури та активізацію взаємодії з аудиторією. Реалізація таких заходів сприятиме не лише збільшенню кількості туристів, а й зміцненню позицій закладу як одного з ключових культурних осередків міста.

Для покращення розвитку музейного туризму ми пропонуємо на прикладі «Жмеринського історичного музею» такі основні шляхи, які не потребують великих фінансових інвестицій:

1. Покращення маркетингових стратегій.

Створення вебсайту для Жмеринського історичного музею є важливим кроком у його розвитку, адже на сьогоднішній день відсутність сайту значно обмежує можливості музею щодо комунікації з відвідувачами та маркетингового просування. Вебсайт не лише служить зручним джерелом інформації для тих, хто планує відвідати музей, але й стає основним інструментом для залучення нових відвідувачів, поширення інформації про експозиції, події та майбутні заходи. У

світі цифрових технологій створення сайту дозволяє музею стати доступним не лише для місцевої аудиторії, а й для людей з інших міст та навіть країн.

Основною метою вебсайту є надання актуальної інформації про музей у зручному і доступному форматі. Вебсайт має включати інформацію про сам музей, його історію, поточні та майбутні виставки, а також розклад роботи, ціни на квитки і контактні дані. Окрім цього, на сайті повинна бути розміщена інформація про події, які проводяться в музеї, такі як тематичні виставки, лекції, майстер-класи, концерти тощо. Завдяки вебсайту відвідувачі зможуть швидко дізнатися про актуальні події, не витрачаючи час на пошуки в інших джерелах. Для музейної аудиторії важливою функцією є також можливість переглядати галереї фотографій або відео, які дозволять створити перше враження про атмосферу музею ще до візиту.

Створення сайту для музею є процесом, що включає кілька етапів. Спершу важливо розробити технічне завдання, яке включатиме всі необхідні сторінки та функції для сайту. Це може бути опис музею, інформація про експозиції, календар подій, можливість онлайн-купівлі квитків та інші необхідні елементи. На цьому етапі також буде визначено, які додаткові функції можна додати для зручності відвідувачів, такі як інтеграція з соціальними мережами або форма зворотного зв'язку. Після визначення вимог можна перейти до вибору веб-розробника, який безпосередньо займатиметься створенням сайту.

Один з ключових етапів – це розробка дизайну сайту. Для музею важливо, щоб дизайн відображав його атмосферу та стилістику, одночасно залишаючись простим і зручним для користувачів. Вебсайт має бути адаптованим до різних пристроїв — як комп'ютерів, так і мобільних телефонів, адже багато користувачів здійснюють пошук інформації саме через мобільні пристрої. Зручна навігація та привабливий, але неперевантажений дизайн допоможуть відвідувачам швидко знайти необхідну інформацію.

Далі потрібно перейти до створення структури сайту та його програмування. Це може включати використання популярної системи управління контентом (CMS), такої як WordPress, яка є доступною, зручною та дозволяє швидко

налаштувати сайт навіть без великих витрат. Важливо, щоб сайт був надійним, швидким і працював без збоїв, адже будь-які технічні проблеми можуть призвести до негативних вражень користувачів. Вебсайт має також бути безпечним для користувачів, особливо якщо на ньому передбачається покупка квитків чи інші транзакції.

Один з важливих етапів – це наповнення сайту контентом. Тексти на сайті мають бути лаконічними, інформативними і зрозумілими для відвідувачів. Важливо, щоб користувач міг легко знайти інформацію про музей, експозиції та заходи. Крім того, фотографії і відео є важливими елементами, що допоможуть створити враження про музей навіть до того, як людина відвідає його фізично. Високоякісні фотографії експонатів, виставок, а також відеопрезентації дозволяють глибше познайомити відвідувачів з атмосферою музею, що також стимулює їх зацікавленість та бажання відвідати музей в реальному житті. Важливим етапом є також SEO-оптимізація сайту для пошукових систем. SEO — це набір заходів, які дозволяють сайту з'являтися на вищих позиціях в пошукових системах, таких як Google. Це важливо для того, щоб музей міг бути знайдений через Інтернет тими, хто шукає культурні чи історичні об'єкти для відвідування. SEO включає налаштування метатегів, вибір правильних ключових слів, оптимізацію швидкості завантаження сайту та багато інших технічних аспектів, які допомагають підвищити видимість сайту.

Вартість створення сайту для музею може варіюватися залежно від вибору підрядника та складності проекту. Створення базового сайту з використанням готових шаблонів і функцій за допомогою фрілансерів або невеликої веб-студії може коштувати від 10 000 до 15 000 грн. Якщо обраний варіант із індивідуальним дизайном та розширеними функціями, то ціна може досягати 20 000 – 25 000 грн. Окремо буде коштувати SEO-оптимізація сайту, яка в середньому обходиться від 2 000 до 5 000 грн на місяць. Додаткові витрати можуть бути пов'язані з виготовленням фотографій і відео для сайту, що обійдеться від 5 000 до 10 000 грн, залежно від обсягу робіт.

Створення вебсайту для Жмеринського історичного музею дозволить значно поліпшити його видимість та комунікацію з відвідувачами. Це стане потужним маркетинговим інструментом, який дозволить не лише залучити нову аудиторію, а й створити ефективний канал для інформування відвідувачів про актуальні події, виставки та новини музею. Вебсайт зробить музей доступним для ширшої аудиторії, що є важливим фактором для його розвитку в умовах сучасних цифрових реалій.

Залучення волонтера для розробки вебсайту музею – це чудова можливість зекономити кошти, адже в умовах обмеженого бюджету це може стати важливим кроком для здійснення проекту. Однак для успішної реалізації такого проекту необхідно підходити до пошуку волонтера ретельно. Першим кроком є визначення вимог до кандидата. Це може бути знання мов програмування, таких як HTML, CSS, JavaScript, PHP, а також досвід роботи з системами управління контентом, наприклад, WordPress. Крім того, волонтер повинен мати розуміння основ SEO-оптимізації, вміння створювати адаптивні сайти та здатність працювати в команді, враховуючи специфіку музею.

Щоб знайти підходящих кандидатів, можна звернутися до місцевих університетів, особливо до факультетів, що готують спеціалістів у галузі інформаційних технологій, дизайну або медіа-студій. Студенти таких факультетів часто шукають можливості для практики або виконання додаткових проектів, тому це може стати взаємовигідною співпрацею. Для цього можна розмістити оголошення на спеціалізованих дошках у навчальних закладах або звернутися до викладачів, які можуть порекомендувати талановитих студентів. Крім того, для пошуку волонтерів можна використовувати онлайн-платформи, де спеціалісти з різних галузей пропонують свої послуги на волонтерських засадах. Платформи на кшталт «Talent Volunteer» або «Volunteers.in.ua» можуть стати хорошим місцем для розміщення оголошень і залучення кандидатів.

Ще одним важливим етапом є визначення умов співпраці. Навіть якщо робота є волонтерською, необхідно чітко сформулювати очікування від виконаної роботи, обговорити графік і обов'язки. Важливо, щоб волонтер розумів, які етапи проекту

і в який термін повинні бути завершені. Якщо волонтер є студентом, потрібно узгодити, скільки часу він може присвячувати проекту, а також з'ясувати, чи зручно йому буде працювати в певний час або в певні дні. Важливо також дотримуватися регулярного зворотного зв'язку, перевіряти виконану роботу і надавати рекомендації або коригування, якщо це необхідно, щоб проект рухався в правильному напрямку. Незважаючи на те, що волонтерська робота не передбачає фінансової компенсації, важливо знайти спосіб заохотити волонтера за його зусилля. Це може бути публічне визнання його роботи на вебсайті музею або в соціальних мережах, сертифікат подяки або можливість використання цього проекту у своєму портфоліо. Така подяка може стати важливим стимулом для волонтера та допомогти підвищити його мотивацію до якісної роботи.

Залучення волонтера до створення вебсайту для Жмеринського історичного музею дозволить не лише зекономити кошти, але й створити ефективний інструмент для комунікації з відвідувачами. Правильний підхід до пошуку та організації роботи з волонтером дозволить реалізувати проект з максимальною вигодою для музею, навіть при обмежених фінансових можливостях.

Ведення соціальних мереж для Жмеринського історичного музею є важливим кроком у покращенні маркетингової стратегії та залученні нових відвідувачів. Соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram і TikTok, можуть стати потужним інструментом для підвищення популярності музею, залучення різних аудиторій та створення стійкого зв'язку з потенційними відвідувачами. Соціальні мережі дозволяють музею бути присутнім у інформаційному просторі, створювати регулярний контакт з відвідувачами, а також просувати свої події, виставки, новини та інші важливі ініціативи. Крім того, активна присутність у соціальних мережах дозволяє не лише залучити нових відвідувачів, але й підвищити обізнаність про музей на локальному та навіть національному рівнях. Це також може сприяти розвитку взаємодії з молодшою аудиторією, яка може бути менш зацікавлена в традиційних рекламних методах, але активно використовує соціальні мережі для пошуку інформації та культурних подій.

Потрібно зазначити, що ведення акаунтів музею в соціальних мережах не є дуже дорогим і може бути дуже ефективним навіть при обмеженому бюджеті. Однак для цього потрібні регулярність і креативний підхід, а також певні ресурси, щоб підтримувати активність у цих платформах. Завдання ведення соціальних мереж можна покласти на одного з працівників музею. Наприклад, це може бути співробітник, який вже має деякі знання в цій сфері або бажає навчитися. Якщо у музеї немає спеціалістів з цифрового маркетингу, можна знайти людину з базовими навичками в соціальних мережах, яка зможе активно вести акаунти музею. Це може бути, наприклад, молодший співробітник, який має бажання розвиватися в цьому напрямку. Важливо, щоб ця людина була комунікабельною, мала творчий підхід до створення контенту і здатність взаємодіяти з аудиторією. У разі необхідності, музей може залучити волонтера, який допоможе з веденням соціальних мереж, або провести внутрішнє навчання для співробітників.

Що стосується витрат, то ведення соціальних мереж музею зазвичай не потребує великих фінансових витрат, якщо музею вдасться залучити співробітників або волонтерів. Проте інколи можуть знадобитися ресурси на рекламу та просування, щоб досягти кращих результатів, особливо для конкретних кампаній, таких як анонс подій чи нових виставок. Бюджет на рекламу в соціальних мережах залежить від цілей, які ставить музей. Наприклад, для локальної рекламної кампанії бюджет може варіюватися від 500 до 3000 грн на місяць, в залежності від того, яку кількість людей потрібно охопити.

У той же час, є багато способів економії коштів при веденні соціальних мереж. Ось деякі з них:

- 1) Робота з безкоштовними інструментами для створення контенту. Наприклад, Canva – це популярний онлайн-інструмент, який дозволяє створювати привабливі графічні зображення для соціальних мереж без потреби в дорогих програмах для дизайну. Це дозволить створювати красиві пости, плакати, банери для заходів чи виставок без додаткових витрат.

- 2) Використання натурального контенту. Оскільки музей, ймовірно, має безліч матеріалів, таких як фотографії експонатів, архівні документи, історії про

експонати, можна використовувати ці ресурси для створення контенту без необхідності додаткових витрат. Фотографії можна робити за допомогою звичайного смартфона, якщо бюджет не дозволяє наймати професійного фотографа.

3) Планування контенту та автоматизація. Використання інструментів для планування публікацій, таких як Buffer або Hootsuite, дозволяє зекономити час і ресурси. Це дозволяє створювати контент на кілька тижнів наперед, а потім автоматично публікувати його у відповідні дні та години. Це також допомагає зберігати регулярність публікацій, що є ключовим для ефективної роботи в соціальних мережах.

4) Інтеракція з аудиторією. Важливо не лише публікувати контент, але й активно взаємодіяти з підписниками. Відповіді на коментарі, питання від підписників, опитування, вікторини чи конкурси — все це можна організувати без додаткових витрат, але це значно підвищить зацікавленість і лояльність до музею.

5) Використання контенту від відвідувачів. Якщо музей організує цікаві заходи чи виставки, можна заохочувати відвідувачів ділитися своїми фотографіями та відео в соціальних мережах з певними хештегами. Це дозволить створити контент для публікацій без додаткових витрат, а також залучити більше уваги до музею через популяризацію серед відвідувачів.

Також важливо пам'ятати, що контент повинен бути цікавим і різноманітним. Пости можуть бути як про історичні факти, так і про сучасні події в музеї, інформацію про майбутні виставки, цікаві історії з життя музею, а також взаємодія з іншими культурними установами. Важливо чергувати типи контенту — текстові пости, фото, відео, інфографіку, опитування, щоб залучити широкую аудиторію. Використання різних форматів контенту дозволяє підтримувати інтерес та не дозволяти аудиторії нудьгувати.

Отже, ведення соціальних мереж є важливим кроком для популяризації музею та залучення нових відвідувачів. Це не обов'язково вимагає великих фінансових витрат, якщо грамотно підходити до створення контенту, залучення волонтерів або співробітників, а також використовувати безкоштовні інструменти

та ресурси. Регулярність публікацій, взаємодія з аудиторією та креативний підхід допоможуть зробити музей більш помітним і привабливим для відвідувачів.

2. Інтеграція з туристичною інфраструктурою.

Інтеграція Жмеринського історичного музею з туристичною інфраструктурою міста є важливим кроком для підвищення його видимості та залучення більшої кількості відвідувачів, особливо туристів, які шукають культурні та історичні об'єкти під час свого перебування в місті. Жмеринка, як місто з багатою історією, має потенціал стати популярною туристичною точкою, і музей може стати ключовим елементом цієї туристичної екосистеми. Важливо не лише покращити видимість музею серед туристів, але й створити ефективну систему залучення цих відвідувачів, а також співпрацювати з іншими установами та організаціями, щоб отримати вигоду від туристичного потоку.

Перший крок у інтеграції музею з туристичною інфраструктурою — це тісна співпраця з місцевими туристичними агентствами та гідами. Туристи, які відвідують Жмеринку, часто шукають інформацію про цікаві місця та маршрути, і музей може стати важливою частиною таких маршрутів. Співпраця з агентствами дозволить музею стати частиною туристичних турів. Наприклад, туристичні агентства, такі як «Львів Тур» або «ІнтерТур», які організують тури по Україні, можуть включити музей до стандартного маршруту для туристів, що відвідують центральні та південні регіони України. Музей може запропонувати спеціальні ціни або знижки для організованих груп, що дозволить залучити більше відвідувачів. Такі агентства можуть активно рекламувати музей як важливу частину культурної спадщини міста, тим самим збільшуючи потік туристів. Туристичні агентства можуть також допомогти в рекламуванні музею серед туристів, які планують відвідати місто. Важливо активно співпрацювати з такими агентствами, проводити переговори щодо умов включення музею в туристичні програми.

Крім того, варто звернути увагу на взаємодію з гідами та екскурсоводами, які працюють у місті. Вони можуть включати музей у свої програми для туристів і розповідати про його експонати, особливості та важливість для місцевої історії.

Для цього можна розробити спеціальні пакети для гідів, які міститимуть навчальні матеріали, інформацію про музей, зразки екскурсійних маршрутів, а також забезпечити екскурсії для гідів та співпрацю з ними, щоб підтримувати актуальність та інформативність екскурсій. Наприклад, місцеві гіді та туроператори з «Жмеринка Тур» можуть запропонувати туристам індивідуальні або групові екскурсії, що включають музей, а також організувати транспорт для зручності туристів.

Іншим важливим напрямком інтеграції є співпраця з місцевими закладами харчування та готелями. Музей може укласти партнерства з готелями та ресторанами, пропонуючи їм взаємовигідні умови для залучення відвідувачів. Наприклад, туристам, які проживають в місцевих готелях, можна запропонувати знижки на вхідний квиток до музею або спеціальні акції, пов'язані з відвідинами музею. У свою чергу, готелі, такі як «Жмеринка Готель» або «Палац Люкс», можуть пропонувати своїм гостям інформацію про музей як одне з культурних місць, яке варто відвідати під час перебування в Жмеринці. Це може бути через рекламні матеріали на ресепшені готелів, а також через співпрацю з гідями, які працюють з туристами.

Ще один аспект інтеграції з туристичною інфраструктурою – це активна участь музею в міських і регіональних туристичних виставках, ярмарках та фестивалях. Виставки туристичних можливостей, що проходять у великих містах або в інших регіонах, можуть стати чудовою можливістю для музею презентувати свої експозиції та розповісти про свою діяльність. Наприклад, «Туристичний ярмарок в Києві» або «Подорожі Україною», що регулярно проходять у столиці та інших великих містах, можуть стати чудовими платформами для представлення музею широкій аудиторії. Такі події дозволяють музею бути помітним серед інших культурних та історичних установ, а також залучати увагу організаторів туризму та туристичних агентств. Музей може підготувати промоційні матеріали – буклети, листівки або відео-презентації, що відображають основні переваги музею для туристів, щоб розповісти про його історію, унікальні експонати та заходи.

У важливому контексті інтеграції варто згадати також про створення “туристичних маршрутів” для самостійних відвідувачів. Музей може стати важливим пунктом на одному з таких маршрутів. Наприклад, можна розробити туристичні маршрути, що охоплюють історичні об’єкти, архітектурні пам’ятки, парки та інші культурні місця міста, зокрема й музей. Такий маршрут можна рекламувати як “історичний тур Жмеринки”, у рамках якого туристи відвідують різноманітні культурні об’єкти міста, зокрема музей, та знайомляться з історією та культурною спадщиною міста. Такі маршрути можна пропонувати через мобільні додатки, як «GoToUkraine» або «TripAdvisor», що дозволяє туристам швидко знаходити цікаві місця для відвідування, отримуючи рекомендації та маршрути з безпосереднім посиланням на музей.

Щоб мінімізувати витрати на інтеграцію музею з туристичною інфраструктурою, важливо використовувати вже існуючі ресурси та можливості. По-перше, музей може зберегти низькі витрати на рекламу, співпрацюючи з туристичними агентствами та готелями, оскільки партнерства, що базуються на взаємних інтересах, можуть бути взаємовигідними і не потребувати значних фінансових витрат. По-друге, участь у туристичних виставках можна здійснити за допомогою власних матеріалів та волонтерів, що дозволить знизити витрати на організацію виставкових стендів. Важливо також звернути увагу на онлайн-ресурси, де можна рекламувати музей за допомогою безкоштовних платформ і каталогів для туристів.

Таким чином, інтеграція Жмеринського історичного музею з туристичною інфраструктурою міста є важливою складовою стратегії розвитку та популяризації музею. Завдяки ефективній співпраці з туристичними агентствами, гідами, готелями та ресторанами музей може стати важливою частиною туристичних маршрутів і привернути більше відвідувачів, а також створити взаємну вигоду для усіх учасників цієї екосистеми. Це дозволить не лише підвищити впізнаваність музею, але й сприяти розвитку культурного туризму в Жмеринці.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Розвиток музейного туризму в Україні, зокрема на прикладі Жмеринського історичного музею, має величезний потенціал для збереження та популяризації культурної спадщини, а також для розвитку місцевої економіки. Однак для досягнення цієї мети необхідно подолати кілька серйозних викликів, серед яких: обмежене фінансування, застарілі експозиції, недостатня рекламна діяльність та обмежений кадровий ресурс.

Найефективніший шлях до вирішення цих проблем полягає в комплексному підході, що включає інвестиції в модернізацію музеїв, розвиток інфраструктури, покращення маркетингових стратегій, підготовку кадрів та співпрацю з місцевими організаціями. Тільки завдяки синергії цих напрямів можна забезпечити сталий розвиток музеїв, зробити їх більш привабливими для відвідувачів та ефективно використовувати потенціал культурного туризму.

Важливим кроком є впровадження новітніх інтерактивних технологій. Наприклад, встановлення сенсорних екранів, які дозволяють відвідувачам взаємодіяти з експонатами, або інтерактивних панелей, що дають додаткову інформацію, пояснення, історичні контексти про експонати. Такі технології також можна використовувати для створення віртуальних реконструкцій історичних подій або архітектурних пам'яток, що допоможе відвідувачам краще зрозуміти історичний контекст. В умовах пандемії та глобалізації віртуальні тури стали важливим інструментом для залучення іноземних та віддалених відвідувачів. Розробка мобільних додатків або вебсайтів для віртуальних екскурсій дозволить музеям відкрити свої двері навіть тим, хто фізично не може відвідати заклад. Зокрема, це дозволяє музейним експозиціям стати доступними для міжнародної аудиторії, без обмежень на місце та час. Для збереження унікальних експонатів, а також для залучення молодшої аудиторії, музеї можуть створювати цифрові копії своїх колекцій у 3D-форматі. Це дозволяє інтерактивно взаємодіяти з предметами, на яких можна обертати, збільшувати або змінювати вигляд за допомогою сучасних

мультимедійних технологій. Використання мультимедіа – від аудіогідів до відео-презентацій та мультимедійних проєктів на великих екранах – може значно підвищити ефективність комунікації з відвідувачами, роблячи музеї не тільки інформативними, але й захоплюючими.

Створення зручних умов для туристів передбачає розвиток інфраструктури навколо музею, зокрема будівництво готелів, хостелів, ресторанів, кафе, сувенірних крамниць. Співпраця з місцевими підприємцями може сприяти розвитку культурного туризму, надаючи туристам можливість не тільки відвідати музей, але й провести час у комфортних умовах.

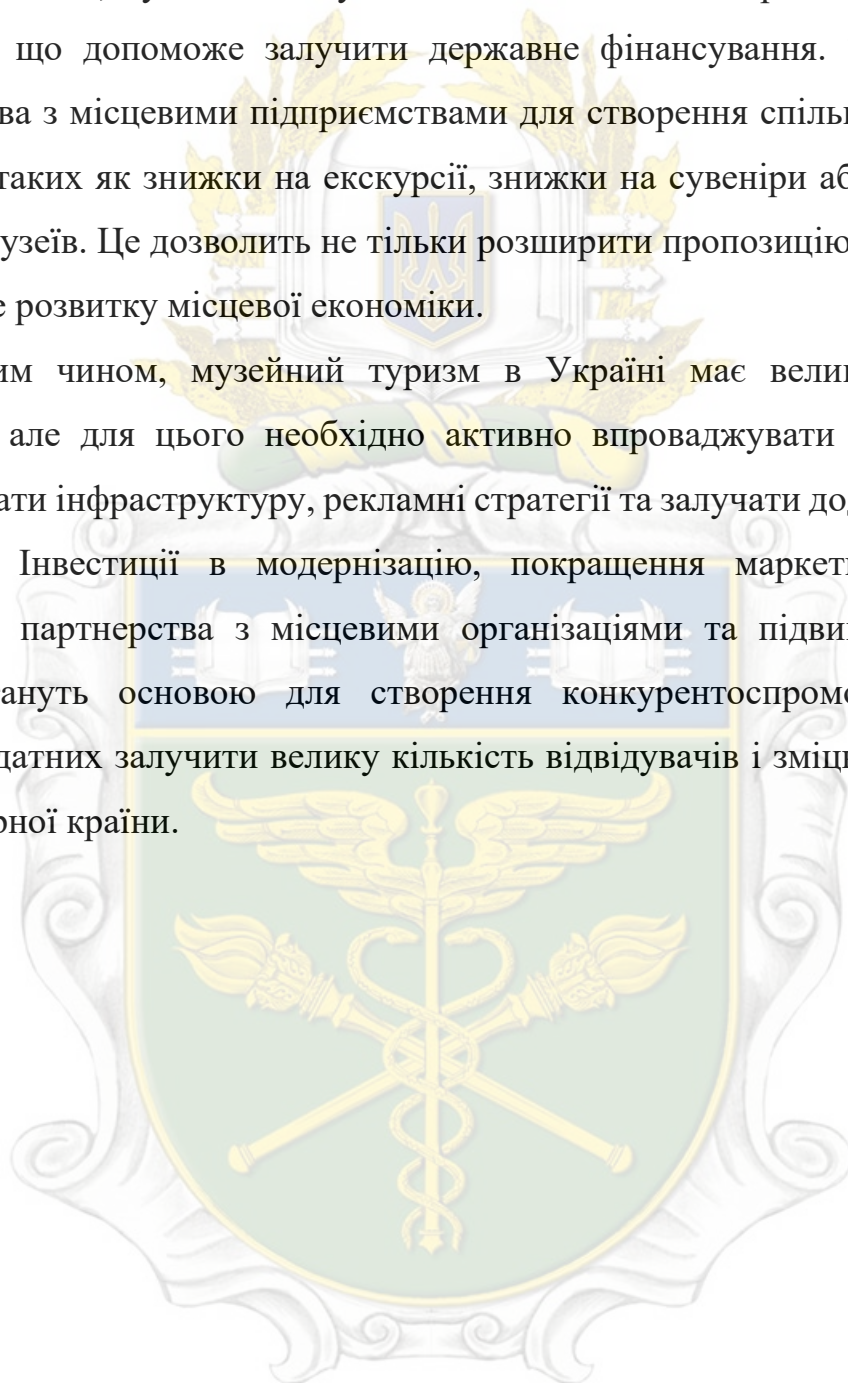
Забезпечення доступу до музеїв для осіб з обмеженими можливостями є важливим аспектом розвитку інфраструктури. Встановлення ліфтів, пандусів, доступних туалетів та інших інфраструктурних елементів дозволить зробити музеї більш доступними для широкої аудиторії, включаючи людей з інвалідністю.

Музей повинен активно використовувати платформи, такі як Facebook, Instagram, TikTok для просування своїх виставок, акцій та подій. Важливо створювати візуально привабливий контент, що зацікавить різні вікові категорії відвідувачів. Наприклад, використання відеоконтенту, сторіз, лайв-стрімінгів дасть можливість активно залучати молодіжну аудиторію. Музей може укласти угоди з туристичними агентствами для включення музеїв в культурні тури. Співпраця з популярними інфлюенсерами, які можуть публікувати огляди музею, проводити прямі ефіри або писати блоги, дозволить швидко поширювати інформацію про музей серед великої кількості людей, а розробка мобільних додатків, що включають інтерактивні екскурсії, календар подій, можливість попереднього бронювання квитків – це зручний інструмент для залучення нових відвідувачів.

Для покращення якості обслуговування відвідувачів працівники музеїв повинні проходити регулярні тренінги та курси, що включають в себе нові методики роботи з відвідувачами, знання сучасних технологій, технік проведення екскурсій. Це дасть змогу персоналу бути більш кваліфікованим та взаємодіяти з відвідувачами на більш високому рівні.

І, звичайно, найбільше проблема – це фінансування. Музей може співпрацювати з органами влади для отримання фінансування на проведення спеціальних проєктів, таких як організація фестивалів, виставок або ремонтних робіт. Крім того, музей може бути частиною загальної стратегії розвитку туризму в регіоні, що допоможе залучити державне фінансування. Також, налагодити партнерства з місцевими підприємствами для створення спільних пропозицій для туристів, таких як знижки на екскурсії, знижки на сувеніри або їжу в ресторанах поблизу музеїв. Це дозволить не тільки розширити пропозицію для туристів, але й сприятиме розвитку місцевої економіки.

Таким чином, музейний туризм в Україні має великий потенціал для розвитку, але для цього необхідно активно впроваджувати новітні технології, покращувати інфраструктуру, рекламні стратегії та залучати додаткові ресурси для розвитку. Інвестиції в модернізацію, покращення маркетингових стратегій, створення партнерства з місцевими організаціями та підвищення кваліфікації кадрів стануть основою для створення конкурентоспроможних культурних центрів, здатних залучити велику кількість відвідувачів і зміцнити імідж України як культурної країни.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексеева Т. І., Соколовська А. С. Вплив глобальних факторів на розвиток туризму в Україні. *Причорноморські економічні студії*. URL: <http://bses.in.ua/journals/2016/11-2016/11.pdf> (дата звернення 10.01.2025).
2. Аніщенко А. П., Яріко М. О. Культура обслуговування незрячих та слабкозорих екскурсантів. *Дозвілля та туризм у постнекласичній перспективі*: матеріали методолог. Інтернет-семінару, м. Полтава, 3 груд. 2020. Полтава: ПУЕТ, 2020. С. 39-44.
3. Балабанов Г. В. Музеї як чинник розвитку туризму: європейський досвід та українські реалії. *Функціонування та перспективи розвитку туристичної галузі України*: монографія / за заг. ред. М. Ю. Барна. Львів, 2018.
4. Бондар В. То куди вкаже компас туризму? *Голос України*. 2021. № 150. С. 8. URL: http://www.golos.com.ua/vinnysia_region (дата звернення: 13.12.2024).
5. Бондарець О. В. Освітні моделі музею та специфіка освітньої діяльності на сучасному етапі. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/d830672e-02fe-49fd-ac80-b77eaf594f36/content> (дата звернення: 15.12.2024).
6. Борисова О. В. Спеціалізований туризм: навч. посіб. Київ: Кондор, 2020. 357 с.
7. Борисюк О. А., Беркова О. П. Роль маркетингових досліджень регіональних туристичних ринків. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2203> (дата звернення: 25.12.2024).
8. Гоцева К. А., Онішко Т. В. Можливості використання соціальної мережі Facebook у діяльності музеїв. *Мережевий бізнес: становлення, проблеми, інновації*: матеріали XII Міжнар. наук.-практ. конф. м. Полтава, 27-28 квіт. 2022 р. Полтава: ПУЕТ, 2022. С. 84-87.

9. Горіна Г. О. Стратегічні імперативи стійкого розвитку туризму в країнах ЄС: впровадження досвіду для України: монографія. Кривий Ріг: Видавець Роман Козлов, 2020. 115 с.

10. Грановська В. Г., Морозов О. В., Крикунова В. М., Морозова О. С. Словник-довідник: Туризм і природно-рекреаційний потенціал: наук.-мет. видання. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2020. 108 с.

11. Довгий С. О., Топузов О. М., Бітаєв В. А. та ін. Музейна педагогіка в науковій освіті: монографія. Київ, 2020. 334 с.

12. Журнал «Музеї України». URL: <https://www.museum-ukraine.info/> (дата звернення: 18.12.2024).

13. Закон України про музеї та музейну справу (за станом на 21 березня 2000 р.). *Верховна Рада України*. Київ, 2000. 19 с.

14. Зубко А. В. Роль музейного туризму у збереженні культурної спадщини України. *Вісник КНУКіМ*. 2021. С. 112-119. URL: <https://knukim.edu.ua/tourism-journal/article/view/112-119> (дата звернення: 20.12.2024).

15. Іванов А. М. Розвиток методів управління та господарювання на транспорті. *Особливості управління сферою туризму в Україні в умовах адміністративно-територіальної реформи*. 2021. Вип. 4. С. 141-157. URL: <https://www.daemmt.odessa.ua/index.php/daemmt/article/view/392/332> (дата звернення: 20.01.2025).

16. Ільницька А. В. Роль музеїв у розвитку туристичної галузі України. *Освітні і культурно-мистецькі практики в контексті інтеграції України у міжнародний науково-інноваційний простір*: матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф., м. Запоріжжя, 14 трав. 2020 р. Запоріжжя, 2020. С. 616-618. URL: <https://khnnra.edu.ua/wp-content/uploads/2020/07/Zbirnik-tez-dopovidej.-Osvitni-i-kulturno-mistetski-praktiki-v-konteksti-integratsiyi-Ukrayini-u-mizhnarodnij-naukovoinnovatsijnij-prostir.pdf> (дата звернення: 08.12.2024).

17. Ілляшенко І. О., Пукаленко Я. Актуальність інноваційної складової при проведенні екскурсій в музейних закладах. *Нематеріальна культурна спадщина як сучасний туристичний ресурс: досвід, практики, інновації*: зб. тез доп. IV Міжнар.

наук.-практ. конф.-фестивалю, м. Київ, 20-21 трав. 2021 р. Київ: КНУКіМ, 2021. С.137-142.

18. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посіб. 2013. 300 с.

19. Корпюк А. В. Роль музеїв у туристичному розвитку. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 42. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1657/1594> (дата звернення: 13.01.2025).

20. Лазарова-Паламарчук О. А. Жмеринський історичний музей. *Енциклопедія Сучасної України*. Київ, 2023. URL: <https://esu.com.ua/article-18164> (дата звернення: 05.01.2025).

21. Любіцева О. О., Шарага Т. І. Музейний туризм: навч. посібн. Київ. 2021. 150 с.

22. Мархонос С. М. Туристичний збір як додаткове джерело наповнення місцевих бюджетів. *Проблеми системного підходу в економіці: фаховий збірник наукових праць НАУ*. 2020. Вип. 3(77). 2020. С.32-39.

23. Маркута Т. Особливості розвитку музейного туризму в умовах війни *Сучасні проблеми науки. Міжнародні відносини: зб. тез доп. XXIII Міжнар. наук.-практ. конф.* Київ. 2023. С. 427-429.

24. Мальська М. П., Гаталяк О. М. Туризм у містах: підручн. Київ: «Центр учбової літератури», 2021. 224 с.

25. Міський історичний музей. URL: <https://www.facebook.com/groups/1712858992358353/user/100063496002522> (дата звернення: 03.01.2025).

26. Нескоромна А. В. Інноваційні технології музеїв в умовах пандемії. *Актуальні проблеми, пріоритетні напрямки та стратегії розвитку України: матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 13 жовт. 2021 р., Київ. 2021. С.724-726.*

27. Петранівський В. Л. Рутинський М. Й. Туристичне краєзнавство: навч. посібник. 2006. 576 с.

28. Походяща О.Б. Народні промисли і ремесла в Україні як туристичний ресурс. *Нематеріальна культурна спадщина як сучасний туристичний ресурс:*

досвід, практики, інновації: матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф.-фестивалю Київ. КНУКіМ. 2021. С. 393-398.

29. Прус К. С. Роль музеїв у туристичному розвитку на прикладі Жмеринського історичного музею. *Індустрія гостинності: стан, тенденції та тренди розвитку*: матеріали всеукр. наук.-практ. Інтернет–конф., м. Вінниця, 17 жовт. 2024 р. Вінниця: ВТЕІ ДТЕУ, 2024. Ч. 2. С. 92-99.

30. Романуха О. М. Розвиток музейної справи як фактор активізації міжнародного туризму. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 17. С. 79–83.

31. Сайчук В. С., Дудник І. М., Пестушко В. Ю. Проблеми визначення об'єкта музейного туризмознавства. *Економіка та суспільство*. 2023. №50. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2349> (дата звернення: 05.01.2025).

32. Сладковська Я. Цікаві факти про Жмеринський музей URL: <https://zhmerynka.city/articles/81017/cikavi-fakti-pro-zhmerinskij-muzej-18-travnja-den-muzeiv-video> (дата звернення: 27.12.2024).

33. Стан культури та креативних індустрій під час війни. *Український культурний фонд*. URL: <https://ucf.in.ua/news/11082022> (дата звернення: 08.01.2025).

34. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text> (дата звернення: 10.12.2024).

35. Чернега О. М. Трансформація туристичної галузі під час війни в Україні через цифрові технології. *Економіка*. Острог: НаУОА, 2022. № 26(54). С. 43–50.

36. Чернега О. М. Віртуальний туризм – доступний вид туризму. *Економіка*. 2024. Вип. 4. С. 44-49.

37. Шеремета Г. Анкети до звітів за 2020-2023 рік Комунального закладу «Міський історичний музей» Жмеринської міської ради. місто Жмеринка. 2020 р. 14 с.

38. Шеремета Г. Звіт про роботу Комунального закладу «Міський історичний музей» Жмеринської міської ради за 2020-2023 рік. місто Жмеринка. 2020 р. 110 с.

39. UNESCO Culture. World Heritage the List. Access Mode: <https://whc.unesco.org/en/list/?mode=table> (дата звернення: 12.12.2024).

40. International Tourism Highlights. World Tourism Organisation. 2020. Access Mode: <https://www.eunwto.org/doi/book/10.18111/9789284422456> (дата звернення: 10.12.2024).